

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



**Factores socioeconómicos y su influencia en el comportamiento tributario de
los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque, 2022**

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

AUTOR

Diana Allely Del Cielo Gomez Valencia

ASESOR

Leoncio Oliva Pasapera

<https://orcid.org/0000-0002-8347-2008>

Chiclayo, 2024

**Factores socioeconómicos y su influencia en el comportamiento
tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de
Lambayeque, 2022**

PRESENTADA POR

Diana Allely Del Cielo Gomez Valencia

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

para optar el título de

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR

Flor de Maria Beltran Portilla

PRESIDENTE

Rosita Catherine Campos Diaz

SECRETARIA

Leoncio Oliva Pasapera

VOCAL

DEDICATORÍA

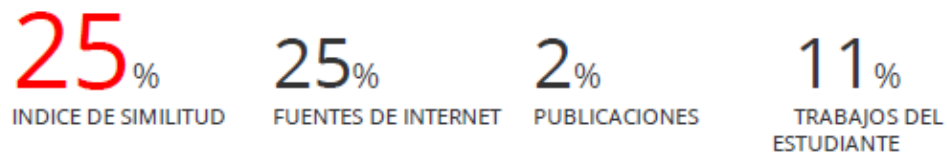
Le dedico mi trabajo de investigación a Dios porque sin él, nada es posible y a mi familia. De manera muy especial a mis padres, que son las personas que me apoyan de manera incondicional, son los que me dan las fuerzas de seguir adelante y no rendirme, los que me sostienen en los malos momentos. Gracias por enseñarme a seguir adelante y a luchar por lo que realmente amo.

AGRADECIMIENTOS

A mi querida casa de estudios, la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque fue ahí donde he llevado a cabo mi época universitaria y donde a través de su plana docente he aprendido tanto. A cada uno de mis profesores que son un pilar muy importante en nuestro desarrollo profesional. A mis asesores, que han estado siempre dispuestos a ayudarme. A mi familia, porque son mi fortaleza diaria.

INFORME TESIS - GOMEZ VALENCIA DIANA ALLELY

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	8%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%

ÍNDICE

Resumen.....	10
Abstract	11
I. Introducción	12
II. Revisión de literatura	14
2.1. Antecedentes del problema.....	14
2.2. Bases teórico-científicas	19
2.2.1. Factores socioeconómicos.....	19
2.2.2. Comportamiento Tributario.....	22
2.2.3. Conciencia Tributaria.....	22
2.2.4. Obligación Tributaria	22
2.2.5. Conocimiento Tributario.....	23
2.2.6. Regímenes Tributarios	23
2.2.7. Impuestos	23
III. Materiales y Métodos	24
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	24
3.2. Diseño de investigación.....	24
3.3. Población, muestra y muestreo	24
3.4. Criterios de selección.....	25
3.5. Operacionalización de variables	26
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
3.7. Procedimientos	27
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos.....	27
3.9. Matriz de consistencia	28

3.10.	Consideraciones éticas.....	29
IV.	Resultados y discusión	30
4.1.	Resultados.....	30
4.1.1.	Descripción de las caracterizas socioeconómicas de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque.....	30
4.1.2.	Causas culturales y económicas en relación con el cumplimiento del pago de impuestos. 38	
4.1.3.	Relación entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario en el cumplimiento del pago de impuestos.	42
4.2.	Discusión	44
V.	Conclusiones	47
VI.	Recomendaciones.....	48
VII.	Lista de Referencias	50
VIII.	Anexos.....	55

Lista de Tablas

Tabla 1	Operacionalización de Variables	26
Tabla 2	Matriz de Consistencia	28
Tabla 3	Estado civil predominante de los comerciantes	30
Tabla 4	Nivel de instrucción de los comerciantes	31
Tabla 5	Lugar de nacimiento de los comerciantes	32
Tabla 6	Residencia actual de los comerciantes	33
Tabla 7	Ingresos mensuales de los comerciantes	34
Tabla 8	Satisfacción del contribuyente con las ganancias obtenidas	36
Tabla 9	Salario y necesidades primarias de los comerciantes.....	37
Tabla 10	Falta de conocimiento tributario es causante del cumplimiento del pago de tributos.....	38
Tabla 11	Percepción del contribuyente sobre el manejo del dinero recaudado por impuestos... ..	39
Tabla 12	Los comerciantes han sentido desmotivación para cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias	41
Tabla 13	Resultados de la correlación de Pearson	42

Lista de Figuras

Figura 1	Distribución del estado civil de los comerciantes	31
Figura 2	Distribución del nivel de instrucción de los comerciantes	32
Figura 3	Distribución del lugar de nacimiento de los comerciantes	33
Figura 4	Distribución de la residencia actual de los comerciantes.....	34
Figura 5	Distribución de los ingresos mensuales de los comerciantes.....	35
Figura 6	Distribución si los ingresos le permiten cumplir con sus obligaciones tributarias	36
Figura 7	Distribución de satisfacción de necesidades primarias en base a los ingresos	37
Figura 8	Distribución de la falta de conocimiento tributario es causante del cumplimiento del pago de tributos.....	39
Figura 9	Distribución de Percepción del contribuyente sobre el manejo del dinero recaudado por impuestos.....	40
Figura 10	Distribución si los comerciantes han sentido desmotivación para cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias.....	41

Lista de Anexos

Anexo 1.	Instrumento I (Cuestionario)	55
Anexo 2.	Tablas y Figuras	60
Anexo 3.	Validación del experto	73

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general “Analizar si los factores socioeconómicos influyen en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque del año 2022”. Según Ríos (2016) señala que el comportamiento tributario se conforma como un sistema de valores y normas que tienen las personas y estos son los factores que guían el comportamiento de las personas en el ámbito tributario. Es por eso que, ha sido necesario emplear una metodología con enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y el diseño descriptivo. Con respecto el diseño es no experimental.

Para el levantamiento de información se requiere elaborar una encuesta, por medio del instrumento de un cuestionario. Con referencia a lo mencionado se han tomado 2 variables, la variable dependiente es comportamiento tributario y la variable independiente es factores socioeconómicos.

Palabras clave: comportamiento tributario, tributos, factores socioeconómicos, comerciantes.

Abstract

The present research work had the general objective of "Analyzing whether socioeconomic factors influence the tax behavior of grocery merchants in the Lambayeque model market of the year 2022". According to Ríos (2016) he points out that tax behavior is formed as a system of values and norms that people have and that these are the ones that drive their actions in the payment of taxes. That is why, it has been necessary to use a methodology with a quantitative approach, of an applied type and a descriptive design. Regarding the design is non-experimental.

For the collection of information it is required to elaborate a survey, through the instrument of a questionnaire. With reference to the aforementioned, 2 variables have been taken, the dependent variable is tax behavior and the independent variable is socioeconomic factors.

Keywords: tax behavior, socioeconomic factors, merchants.

I. Introducción

En la actualidad, existe muchas dificultades en cuanto a la recaudación tributaria, siendo más perjudicados aquellos países que se encuentran en desarrollo, pues presentan un sistema tributario muy débil. Lo anterior puede darse a distintos factores, en su gran mayoría se evidencia una impresión que tienen los contribuyentes de los encargados de la recaudación y del mal manejo que se le da. (Garrido, 2020) sostiene que, si bien es cierto desde hace muchos años en nuestro país han existido conductas sociales adversas al pago de impuestos, presentado así, actitudes de rechazo, de incumplimiento. Lo que conlleva a que exista deficiencias en la recaudación de tributos.

Sin duda, los factores socioeconómicos resultan importante en el desarrollo de actividades de las personas, es por eso que se pretende conocer que factores influyen en el comportamiento de los comerciantes de abarrotes, dado que existe un problema de descontento en la población hacia la administración tributaria. Evidentemente existe un enfoque alarmante, porque estas acciones conducen a una menor financiación para el desarrollo de obras o la prestación de servicios en beneficio de las personas (Verdeguer y Montenegro, 2020). Por tal motivo el presente trabajo de investigación es importante porque permite encontrar estrategias para reducir estos factores.

A nivel internacional se presenta un enfoque alarmante en cuanto al comportamiento tributario de los contribuyentes, puesto que se ven condicionado a distintos factores, tanto sociales, culturales como también económicos. Mencionando a (Aguayo, 2014) nos dicen que en el Perú hay un nivel muy bajo de aceptación hacia el sistema tributario, se fundamentan en que no sienten un apoyo o devolución por parte del gobierno, dado que no responden frente a las necesidades de la población.

La investigación se fundamenta en relación de la trascendencia que tiene el tema de los factores socioeconómicos y su influencia en el comportamiento tributario de los comerciantes de Lambayeque. Por tanto, es fundamental que los vendedores de abarrotes del mercado de Lambayeque fortalezcan los temas tributarios. Chiclayo, no es ajeno a estos comportamientos que presentan los contribuyentes con respecto al pago de los tributos. En nuestra ciudad se ve reflejado un alto incumplimiento en el pago de los impuestos, sostiene que el principal factor que motiva esta falta de pago es el factor cultural. Es preciso señalar que este problema se ha generado porque existe insuficiente conocimiento de educación en los comerciantes en temas tributarios, es por ello que se ha planteado la siguiente pregunta ¿Los factores socioeconómicos influyen en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado de Lambayeque - 2022?

Para esto, se ha considerado como variables de la investigación, factores socioeconómicos donde (Amasifuén,2015) sostiene que, ya sean culturales, sociales o económicos, estos estudios brindan confianza en la confiabilidad de los perfiles de personas involucradas en diversas actividades formales e informales. Por otro lado, comportamiento tributario es la forma en que se cumplan con las obligaciones tributarias, como son: las declaraciones, pagos, facturaciones, de la misma manera, la entrega oportuna de la información, declaraciones, reportes financieros y los anexos que vienen de parte de contribuyentes. Obregón y Tamez (2020).

Tomando como base investigaciones relacionadas al tema de investigación, Montero y Verdeguer (2020) señalan que los comerciantes ven condicionado su comportamiento tributario por distintos factores como son, la desconfianza en las entidades encargadas de la recaudación y administración, la ciudadanía cree que el dinero que es recaudado no es bien utilizado. Así mismo, Banfi (2016) afirma que los comerciantes manifiestan falta de intereses al momento de tributar,

por su limitada conciencia tributaria. Además de ello, al realizar alguna compra, no solicitan ningún comprobante de pago, lo que va a generar que no se paguen impuestos, por tanto, el estado no obtiene una buena recaudación para que así pueda lograr cubrir las necesidades que hay en la población.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes del problema

Obregón y Tamez (2020) tienen como objetivo analizar los factores determinantes del comportamiento tributario de los microempresarios, utilizando como metodología explicativa y descriptiva, no experimental. Se obtuvo de la investigación, que los factores que condicionan la conducta de microempresarios a pagar los tributos son la complejidad, la falta de claridad, la impunidad, corrupción y la inestabilidad de las normas tributarias. Así mismo, señalan que los contribuyentes no tienen credibilidad en sus autoridades, lo que provoca la falta de pago. Los autores sostienen que, en su gran mayoría, los microempresarios no son conscientes de la relevancia que presentan los tributos, pues desconocen que estos son trasladados al gobierno, y luego son retribuidos en forma de trabajo y servicio comunitario.

Gonzales (2020) ha expuesto como objetivo señalar los factores socioeconómicos que condicionan el cumplimiento tributario de los restaurantes en los distritos de Santa Anita y Miraflores. Siguiendo con el autor, sostiene que los factores que afectan en gran medida en las zonas de Miraflores y Santa Anita en cuanto al cumplimiento de las obligaciones tributarias es el nivel de educación que muestran, o el grado de instrucción que han alcanzado los empresarios, además de la impresión que tienen acerca de la función que cumplen las entidades supervisoras y crediticias, puesto que los ciudadanos manifiestan que el gobierno no administra de manera

correcta los impuestos. Así mismo, esto se ve incitado por los mismos contribuyentes, ya que al no solicitar de manera obligatoria el comprobante de pago al momento de realizar alguna compra, genera que no se paguen impuestos, por tanto, el estado no obtiene una buena recaudación para que así pueda lograr cubrir las necesidades que hay en la población.

Montero y Verdeguer (2020) tienen como objetivo determinar los factores que influyen en la recaudación del Impuesto Predial en el año 2018 en la Municipalidad Distrital de la Unión- de la Ciudad de Piura. Aplicando el enfoque cualitativo, de nivel descriptivo, y aplicando la técnica de entrevista. Los autores concluyen el factor socioeconómico, institucional, y factor cultural son los que influyen en la recaudación del impuesto predial de la municipalidad en estudio. Además de ello, los autores señalan que se ha evidenciado una total desconfianza que presentan los contribuyentes hacia sus gobernantes, sobre todo con el manejo que le dan a los recursos que son de la población, en su mayoría sostienen que hay servidores del estado que actúan con el fin de satisfacer sus necesidades económicas propias, mas no, actuando en pro de la población.

Carrera (2019) plantearon en su tesis como objetivo “Determinación del impacto de la cultura tributaria y los factores socioeconómicos en el cumplimiento de las obligaciones del impuesto predial de los contribuyentes del distrito de Contumazá en 2019”. Para ello, el actual trabajo de investigación fue con una metodología de tipo deductivo. El autor ha llegado a concluir que el factor socioeconómico influye en el cumplimiento tributario, pero de manera débil, a causa de que hay un factor más determinante que es la cultura tributaria. Además de ello, sostiene que el contribuyente no está totalmente consciente de la elevada importancia que trae el pagar los impuestos, lo que finalmente perjudicará de gran manera los ingresos fiscales del país. En

definitiva, la falta de cultura tributaria resulta un problema que aqueja la mayoría de los países, pero que se presentan con más énfasis en los países menos desarrollados, esto conlleva a que personas en pobreza extrema se perjudiquen, puesto que con los impuestos que se recaudan se ejecutan más obras.

Cueva y Moreno (2022) en su tesis han planteado objetivo “Determinar la relación entre los factores socioeconómicos y los ingresos tributarios en la provincia de Chanchamayo en el período 2015-2018.”. Utilizando la metodología descriptiva. El autor mencionado sostiene que se evidencia una relación significativa de los factores socioeconómicos y la recaudación tributaria de dicha municipalidad. Además, sostiene que entre los factores más destacados, es la falta de cultura tributaria, esto se debe a los pocos conocimientos tributarios, y se fundamenta en la poca información que brinda la Sunat y el órgano de control tributario de la MPC.

Calcina y Colque (2021) en su investigación establecieron el objetivo general “Conocer como los factores socioeconómicos afectan la recaudación de tributos en la feria de compraventa de autos de la ciudad de Juliaca 2020”. El método que utilizaron fue un estudio transversal no experimental que ofreció métodos cuantitativos, descriptivos e interpretativos, ya que se propuso una relación causal entre los factores socioeconómicos y la tributación. En esta investigación, los autores sostienen que el factor que mayor incidencia muestra es el factor cultural, es así como el feriante no se identifica con sus obligaciones de pagos de tributos como un deber cívico.

Por otro lado, se encontró que los factores sociales no estaban relacionados con los impuestos. De igual forma, los dueños de las estaciones tienen la oportunidad de cumplir con sus

obligaciones tributarias, pero no existe la obligación y responsabilidad de reconocer voluntariamente el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y así obstaculizar el crecimiento económico del país.

Flores (2021) en el desarrollo de su tesis han planteado como objetivo “Identificar los factores que afectan la falta de pago del impuesto predial del distrito de Chiclayo”. Aplicaron un estudio de nivel explicativo, con un enfoque cuantitativo y de tipo aplicada. La autora en mención sostiene que los factores culturales marcaron con demasiada influencia el incumplimiento del pago de impuesto predial. Añade también que mientras siga debilitada el nivel cultural que presenta la población, existirá el incumplimiento del pago de las obligaciones tributarias.

(Llerena, 2018) enuncia como objetivo conocer los factores que inciden en la obligación tributaria del Impuesto Vehicular en la ciudad de Lima, durante los años 2014 a 2016. Este trabajo de investigación fue cualitativo. La técnica que se aplicó fue una entrevista a 34 ciudadanos del distrito. Se concluyó que los factores que influyen en el cumplimiento del pago es que existe una debilitada percepción con respecto al manejo de las funciones en la institución, pues los ciudadanos creen que el Servicio de Administración Tributaria, requiere de mejoras impostergables.

Arias y Torres (2015) plantearon el objetivo de analizar el comportamiento tributario de los contribuyentes en el Mercado de Artículos Varios de la parroquia Bolívar, Guayaquil. Esta investigación fue descriptiva, aplicando métodos cuantitativos y cualitativos. A su vez, se aplicó una encuesta y entrevista a los comerciantes de dicho mercado. Los autores han concluido en que la mayoría de los vendedores reflejan muchos vacíos en relación con los trámites legales que tienen

que realizar para poder iniciar un negocio propio (68). Así mismo, la mayoría de los contribuyentes si emiten facturas (73%) y solo un 27% no lo hacen a pedido de los mismos clientes.

Chocano y Falero (2023) sostienen como objetivo determinar cómo inciden los factores socioeconómicos en la obligación tributaria de los comerciantes del centro comercial La Bahía de Aguas verdes en el año 2021. Utilizaron un diseño de investigación no experimental, aplicando el nivel correlacional, de enfoque cuantitativo. Para recopilar los datos, encuestaron a 111 micro y pequeños comerciantes minoristas en el centro comercial La Bahía. Como resultado de su investigación, sostienen que el grado de influencia entre los factores socioeconómicos y el cumplimiento tributario es del 87%, lo que indica que el nivel de cumplimiento tributario depende de los factores socioeconómicos del contribuyente. Así mismo, los contribuyentes en ocasiones no cumplen con sus obligaciones porque no pueden incrementar sus oportunidades financieras debido a la actividad económica, lo que demuestra que el impuesto general a las ventas y el impuesto a la renta limitan sus oportunidades financieras.

En la misma línea, Chocano y Falero (2023) señalan que los contribuyentes no confían en las actividades tributarias desarrolladas y gestionadas por las entidades administradas y sus reclamos y/o denuncias tributarias no siempre son tomados en cuenta. En definitiva, Los contribuyentes indicaron que la Sunat a veces facilita el conocimiento y la comprensión de los impuestos (como el impuesto general sobre las ventas y el impuesto sobre la renta) y sus derechos y responsabilidades tributarias, pero no se sienten obligados a aprovechar los beneficios fiscales corporativos de la Sunat.

Banfi (2016) planteo como objetivo general analizar la cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Se utilizo un estudio no experimental descriptivo, de diseño mixto. Aplicando la técnica de la entrevista a 5 expertos en temas tributarios. El autor concluye que los contribuyentes presentan conocimiento debilitado en temas de cultura tributaria, lo cual se manifiesta con el incumplimiento de sus obligaciones tributarias. Además de ello, manifiestan falta de intereses al momento de tributar, por su limitada conciencia tributaria. Agregado a ello manifiestan un nivel alto de desconfianza las autoridades lo que conlleva a que exista la falta de pago.

2.2. Bases teórico-científicas

2.2.1. Factores socioeconómicos

Los factores socioeconómicos, ya sean culturales, sociales o económicos, son análisis que ayudan a confirmar la confiabilidad de los análisis de perfiles de personas que se involucran en diversas formas y actividades informales. La finalidad de la investigación socioeconómica es revelar las características de los individuos y determinar su nivel clasificado de conocimientos en su entorno familiar, económico y social. (Amasifuén, 2015)

2.2.1.1. Factor Cultural

El factor cultural resulta uno de los factores que generan que los contribuyentes no paguen sus impuestos, es el que más influye sin duda, puesto que en la ciudadanía se ve reflejado un alto grado de la cultura de no pago y que a pesar de que muchos contribuyentes presenten capacidad económica, no lo realizan.

En este sentido, la cultura tributaria es el conjunto de actitudes, valores y conocimientos sobre tributación de un grupo de personas. Asimismo, el desarrollo de la cultura tributaria permitirá a los contribuyentes cumplir con sus obligaciones formales, por tanto, resulta fundamental su desarrollo y formación en el país, ahora bien, resultara una causa de gran importancia a fin de que se puedan lograr voluntariamente el aporte que realizan los ciudadanos (Montero y Verdeguer, 2020).

a. Origen

El termino origen, hace referencia a la tierra natal de una persona o a la de su familia. De la misma manera sirve para garantizar la procedencia. Pérez (2021).

b. Creencias

Las creencias son conceptos que hacen referencia a las características, actitudes y conocimientos que operan a nivel individual o grupal que hacen que una persona piense, sienta y se comporte de determinada manera frente a eventos o personas. Silva, Corona y Herrera (2017).

c. Costumbres

(Vara, 2001, como se citó en Estrada, 2017) Se consideran hábitos las normas de conducta que surgen espontáneamente en un colectivo o grupo social y que son voluntariamente aceptadas por los individuos que integran un colectivo o grupo social como sujetos de la gestión de determinadas relaciones.

2.2.1.2. Factor Social

El nivel de aceptación del sistema tributario está condicionado por la calidad de servicios que aporta el Gobierno, y como estos satisfacen las necesidades de la ciudadanía. Además, sostiene que en cuanto la administración tributaria guíe sus actuaciones, es ahí donde el contribuyente

relaciona con el pago de impuestos que realiza, además de ello una atención cordial, rápida y eficiente, originara un mayor cumplimiento. (Alva, 2015)

a. Grado de instrucción

Según Sánchez et. al (2017) el Nivel de Instrucción de una persona es el grado más alto de estudios, sin importar si sea completado o estén incompletos. Así mismo, sostiene que se dividen en siguientes niveles, el primario, secundarios, universitarios, técnicos, profesionales.

2.2.1.3. Factor Económico

Un ciudadano que no cumple con el pago de sus impuestos tiene la facultad de poder seguir gozando de los servicios que ofrece el gobierno, lo cual trae problemas para una cultura de aceptación de los impuestos. Sin embargo, si la persona logra ser descubierta, la situación económica que presenta se verá forzado, pues tendrá que efectuar una regularización tributaria, en adición a ello, una probable sanción que se le aplicará.

En esa misma línea, la decisión de que se cumplan con las obligaciones tributarias va a estar relacionada directamente con el riesgo de que puedan ser descubiertos. Por tanto, las actuaciones que realiza la Administración tributaria no deben focalizarse las acciones de la Administración Tributaria no deben enfocarse simplemente en ofrecer información, atención, sino por el contrario, se debería centrar en acciones de fiscalización y control (Alva, 2015).

a. Ingresos

Según Guajardo (2005) los ingresos se refieren a los recursos que recibe una empresa por la realización de una venta de un servicio o producto, en forma de efectivo o a crédito. Los ingresos se consideran de tal manera, cuando se prestan servicios o se venden productos, no cuando se recibe dinero.

2.2.2. Comportamiento Tributario

Comportamiento tributario es la forma en que se cumplan con las obligaciones tributarias, como son: las declaraciones, pagos, facturaciones, de la misma manera, la entrega oportuna de la información, declaraciones, reportes financieros y los anexos que vienen de parte de contribuyentes. Obregón y Tamez (2020).

Así mismo, señala que el comportamiento tributario esta dado por la credibilidad que presentan las personas, puesto que algunos contribuyentes conseguirán un beneficio por el hecho de cumplir con el pago de los impuestos, y otros contribuyentes que dejan de cancelar o cancelan menos impuestos, dado que interviene la conciencia tributaria que presenta cada persona.

2.2.3. Conciencia Tributaria

Alva (2015) afirma que la conciencia tributaria es el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias previstas en la ley y entiende que su enfoque significa beneficio para la sociedad.

Citó a Bonell (2015) señala que la conciencia tributaria significa que los ciudadanos interioricen sus deberes y responsabilidades y participen en el fortalecimiento del gasto público a través de las contribuciones tributarias.

2.2.4. Obligación Tributaria

“La obligación tributaria es una relación que existe conforme a derecho entre deudores y acreedores para obtener el cumplimiento de la desgravación tributaria”. (Artículo 1° del Código Tributario).

Según Ruiz (2013) sostiene que la obligación tributaria está conformada por dos elementos, por un lado, acreedores; se relaciona con el estado y los deudores; son las entidades que deben

cumplir para financiar el funcionamiento del estado. Aquí se encuentran principalmente personas físicas y jurídicas. Esto incluye, sin duda, la transferencia de riqueza económica por parte de los actores económicos en beneficio del Estado.

2.2.5. Conocimiento Tributario

Salazar (citado en Valles, 2017) define al conocimiento tributario como “comprender la naturaleza de los impuestos desde el punto de vista de política fiscal y la responsabilidad del desarrollo nacional”.

Además, Cango y Valera (2019), afirman que el conocimiento tributario es un “conjunto de información que se va almacenando al aprender la naturaleza de los tributos”.

Por otro lado, Taminchi (2018) planteó que el conocimiento tributario se refiere a todo lo relacionado con el comportamiento, información, valores y/o actitudes de los contribuyentes frente al pago de impuestos.

2.2.6. Regímenes Tributarios

Según la plataforma digital única del estado (2019) menciona que son categorías bajo las cuales una persona Natural o Jurídica que tiene o que quiere empezar un negocio tiene que registrarse en la SUNAT.

2.2.7. Impuestos

Son los tributos que impone el Estado a los contribuyentes en forma regular, general y obligatoria y se pagan cuando se posee bienes, se realizan actividades para generar ingresos o utilidades, o cuando se enajenan y circulan bienes o servicios personales. Paz y Cepeda (2015)

III. Materiales y Métodos

3.1. Tipo y nivel de investigación

Enfoque: El enfoque de la investigación fue cuantitativo, dado que se va a estudiar los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario de los comerciantes. Es así, que Mata (2019) señala que el enfoque es “la naturaleza del estudio, donde se van a agrupar como cualitativa, cuantitativa o mixta, así mismo va a incluir el proceso de investigación”.

Tipo: El estudio se definió como una investigación de tipo aplicada, puesto que dependió de aportes teóricos para generar beneficios y bienestar en los vendedores de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque – 2022.

Niveles: Del mismo modo, la investigación fue de nivel descriptivo - correlacional puesto que se relacionó las variables de estudio.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación fue no experimental, lo que se hizo es levantar información a través de una encuesta a los vendedores de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque - 2022. Así mismo, fue de corte transversal, porque se estudiará un solo periodo. Según Díaz (2016) mediante este diseño la problemática será abordada en la situación en la cual se realizaron, y no se manipularán las variables de la investigación.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: La población estuvo constituida por 85 comerciantes actuales de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque – 2022. Tomando como referencia a Arias (2010) sostiene que la palabra población es “un conjunto limitado o infinito de elementos los cuales tienes

características similares, lo cual servirá para sacar conclusiones en una investigación, además va a quedar delimitada por el objetivo y el problema del estudio”.

Muestra: Señalando al autor Camargo (2012) manifiesta que la muestra es como “un subconjunto característico y limitado que es sustraído de la población alcanzable”.

$$\text{Muestra} = \frac{(N * Z^2 * p * q)}{(d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q)}$$

$$N = 85 \text{ comerciantes}$$

$$Z = 1.96$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 50\%$$

$$e = 5\%$$

De la tal manera que, la presente investigación se realizó mediante una muestra representativa de 70 comerciantes, puesto que las características que presentan son similares, lo cual ayudara a que se generalice los resultados.

Muestreo: El procedimiento se llevó a cabo mediante un muestreo probabilístico. Siguiendo con el autor Arias (2006) precisa que muestreo es “un proceso donde se conoce la probabilidad que tendrá cada elemento de que pueda integrarse en la muestra”.

3.4. Criterios de selección

La razón por la que se decidió realizar esta investigación en el mercado modelo de la ciudad de Lambayeque, es por que presentan una problemática de desconocimiento en los factores socioeconómicos frente al comportamiento tributario que manifiestan.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR
Variable independiente: Factores socioeconómicos	Los factores socioeconómicos, ya sean culturales, sociales o económicos, son estudios que ayudan a confirmar la confiabilidad de los perfiles de personas involucradas en diversas actividades formales e informales. La investigación socioeconómica tiene como finalidad revelar las características de los individuos y determinar el nivel de sus categorías de conocimiento en el entorno familiar, económico y social. (Amasifuen, 2015)	Los factores socioeconómicos son las experiencias sociales y económicas y las realidades que te ayudan a moldear la personalidad, las actitudes y la forma de vida (Chase, 2021)	Factor cultural	Origen, creencias, costumbres, comportamientos.
			Factor social	Grado de instrucción
			Factor económico	Nivel de ingresos
Variable dependiente: Comportamiento tributario	“Comportamiento tributario es la forma en que se cumplan con las obligaciones tributarias, como son: las declaraciones, pagos, facturaciones, de la misma manera, la entrega oportuna de la información, declaraciones, reportes financieros y los anexos que vienen de parte de contribuyentes” Obregón y Tamez (2020).	Este dado por la credibilidad que presentan las personas, dado que algunos contribuyentes conseguirán un beneficio por el hecho de cumplir con el pago de los impuestos, así como el caso de ciertos contribuyentes que optan por no pagar o buscan pagar menos impuestos, dado que interviene la conciencia tributaria que presenta cada persona. (Solorzano, 2016)	Conocimiento tributario	Conocimientos de intereses por atrasos, Régimen tributario acogido
			Cumplimiento de la obligación tributaria	Historial de pagos de tributos, declaraciones, facturaciones.
			Conciencia tributaria	Obligaciones tributarias Declaraciones, facturaciones y Pagos
Variable interviniente: Comerciantes de abarrotos	Son comerciantes las personas naturales o personas jurídicas que se dedican de forma usual y a la vez profesional a la realización de actividades que la ley considera como mercantiles. (Pérez, 2013)	Un comerciante se dedica sobre todo a comprar y a vender productos en el mercado con la intención de conseguir ganancias por esta intermediación. (Roldan, 2017)	Tipos de comerciantes	Registro único de contribuyente

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación la técnica de recolección de datos será la encuesta mediante el instrumento del cuestionario. Tomando como referencia al autor Gutiérrez (2002) está definida como "la habilidad que se necesita para aplicar procedimientos y recursos".

3.7. Procedimientos

Para identificar cuáles son las características específicas de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo, identificar las causas culturales y económicas que conlleva al incumplimiento del pago de impuestos, informar la influencia de los factores socioeconómicos en el comportamiento tributario y describir la relación entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario en el incumplimiento del pago de impuestos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque se elaborará una encuesta con el instrumento de ficha de encuesta.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Se realizará el plan de procesamiento y análisis de datos a base de una ficha de encuesta que será dirigida a los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque.

Así mismo, se realizará un estudio mediante una tabulación de resultados, donde se va a recoger la información de la muestra de la investigación, que se va a resumir en una tabla, donde se van a asociar y los datos obtenidos se van a procesar en el programa estadístico SPSS.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 2

Matriz de Consistencia

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPÓTESIS	VARIABLES		
¿De qué forma los factores socioeconómicos influyen en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado de Lambayeque - 2022?	Determinar de qué forma los factores socioeconómicos influyen en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque del año 2022.	Los factores socioeconómicos influyen en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque, 2022.	Variable independiente: Factores socioeconómicos		
	OBJETIVOS ESPECIFICOS		Variable dependiente: Comportamiento tributario		
			Variable interviniente: Comerciantes de abarrotes		
	<ul style="list-style-type: none"> · Describir las características socioeconómicas de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque, 2022. · Identificar las causas culturales y económicas en relación con el pago de impuestos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque. · Evaluar la relación entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario en el cumplimiento del pago de impuestos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque. 		<ul style="list-style-type: none"> · Describir las características socioeconómicas de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque, 2022. · Identificar las causas culturales y económicas en relación con el pago de impuestos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque. · Evaluar la relación entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario en el cumplimiento del pago de impuestos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque. 	DIMENSIONES	INDICADORES
				Factor cultural	Origen, creencias, costumbres, comportamientos
				Factor social	Grado de instrucción
				Factor económico	Nivel de ingresos
				Conocimiento tributario	Conocimientos de intereses por atrasos, Régimen tributario acogido
				Cumplimiento de la obligación tributaria	Historial de pagos de tributos, declaraciones, facturaciones.
Conciencia tributaria		Obligaciones tributarias Declaraciones, facturaciones y Pagos			
Tipos de comerciantes	Registro único de contribuyente				
DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	Procedimiento y procesamiento de datos			
<p>Tipo y nivel de investigación:</p> <p>Enfoque: Cuantitativa Tipo: Aplicada Nivel: Correlacional, descriptiva</p> <p>Diseño de investigación: No experimental</p>	<p>Población: Comerciantes del mercado modelo de Lambayeque.</p> <p>Muestra: Los 70 comerciantes del mercado modelo de la ciudad de Lambayeque.</p> <p>Muestreo: Probabilístico.</p>	<p>§ Para identificar cuáles son las características específicas de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo, identificar las causas culturales y económicas que conlleva al incumplimiento del pago de impuestos, informar la influencia de los factores socioeconómicos en el comportamiento tributario y describir la relación entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario en el incumplimiento del pago de impuestos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque se elaborará una encuesta con el instrumento de ficha de encuesta. Tabulación y método estadístico.</p>			

3.10. Consideraciones éticas

La presente investigación, respecto a los aspectos éticos, protege la propiedad intelectual de los autores que se han mencionado en las teorías y conocimientos aplicados, citándolos adecuadamente y referenciándolos, con la finalidad de poder garantizar los conceptos y expresiones señaladas en el informe de investigación, y no ser consideradas como propias. Por tanto, solo podrá ser manipulado, previo contacto con la tesista. Así mismo se concretaron con los parámetros indicados por la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

IV. Resultados y discusión

4.1. Resultados

Para el desarrollo de los resultados se aplicó un cuestionario a 70 comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque. Los datos que se obtuvieron fueron ingresados y procesados en el programa SPSS, permitiendo así que se distribuyan en tablas y figuras, las cuales se muestran a continuación:

4.1.1. Descripción de las características socioeconómicas de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque.

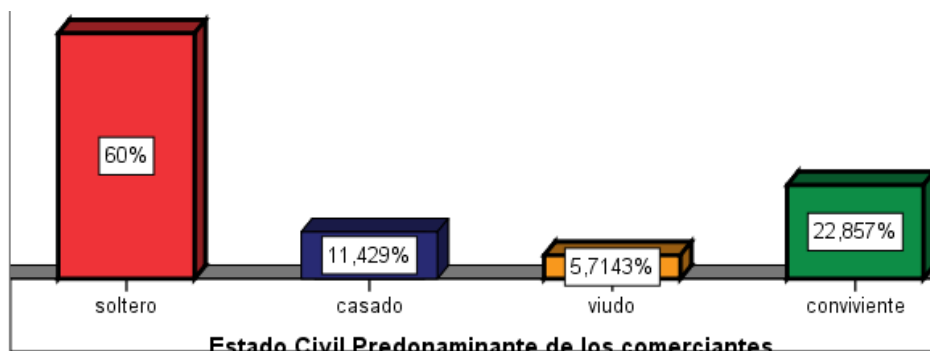
Para realizar el primer objetivo específico, se revisaron los resultados obtenidos tras haber ejecutado el cuestionario de factores socioeconómicos y comportamiento tributario. A continuación, se presentan las tablas y figuras que corresponden a la descripción de las características sociales, culturales y económicas de los comerciantes de abarrotes.

Tabla 3

Estado civil predominante de los comerciantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
soltero	42	60,0	60,0	60,0
casado	8	11,4	11,4	71,4
viudo	4	5,7	5,7	77,1
conviviente	16	22,9	22,9	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla representa el estado civil de los comerciantes

Figura 1*Distribución del estado civil de los comerciantes*

Nota: Los resultados de la figura muestran que el 60% de los contribuyentes son solteros, siendo el mayor porcentaje del total de los encuestados, el 22% son convivientes y el 11% son casados. Lo cual puede indicarnos que la mayoría de encuestados son personas relativamente jóvenes y que no tienen carga familiar. Y que siendo así no tienen interés por comprometerse o tener nuevas obligaciones familiares.

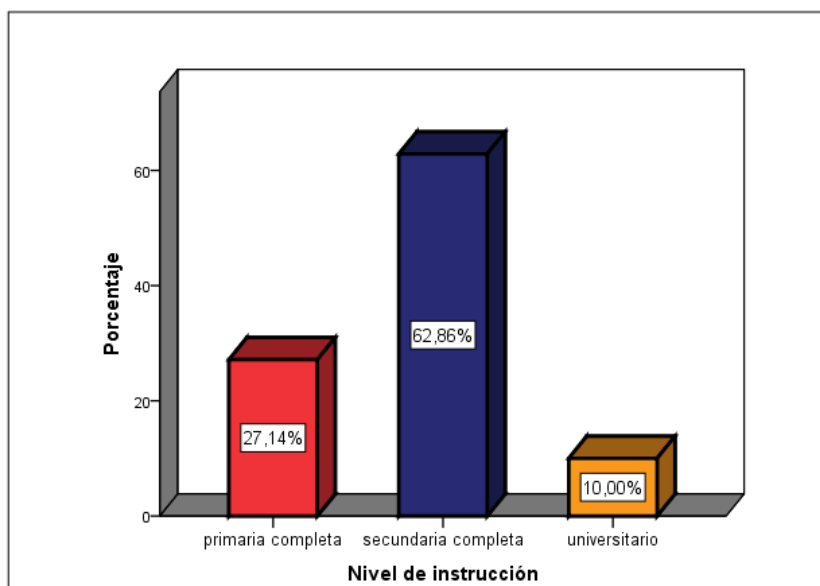
Tabla 4*Nivel de instrucción de los comerciantes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	primaria completa	19	27,1	27,1
	secundaria completa	44	62,9	90,0
	universitario	7	10,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0

Nota: Esta tabla representa el nivel de instrucción de los comerciantes

Figura 2

Distribución del nivel de instrucción de los comerciantes



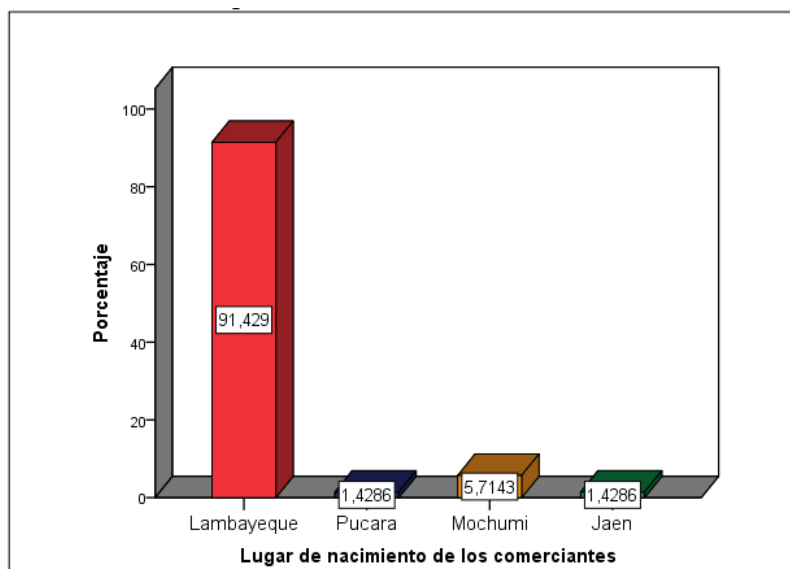
Nota: Los resultados de la figura muestran que el 63% de los contribuyentes han estudiado hasta secundaria, y un 23% solo primaria. Lo que significa que no tuvieron las posibilidades económicas para continuar con sus estudios superiores o simplemente porque no quisieron seguir estudiando. Por lo que al querer una vida económica estable optaron por tener un negocio de abarrotes, en busca de oportunidades.

Tabla 5

Lugar de nacimiento de los comerciantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Lambayeque	64	91,4	91,4	91,4
Pucara	1	1,4	1,4	92,9
Mochumi	4	5,7	5,7	98,6
Jaén	1	1,4	1,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra el lugar de nacimiento de los comerciantes

Figura 3*Distribución del lugar de nacimiento de los comerciantes*

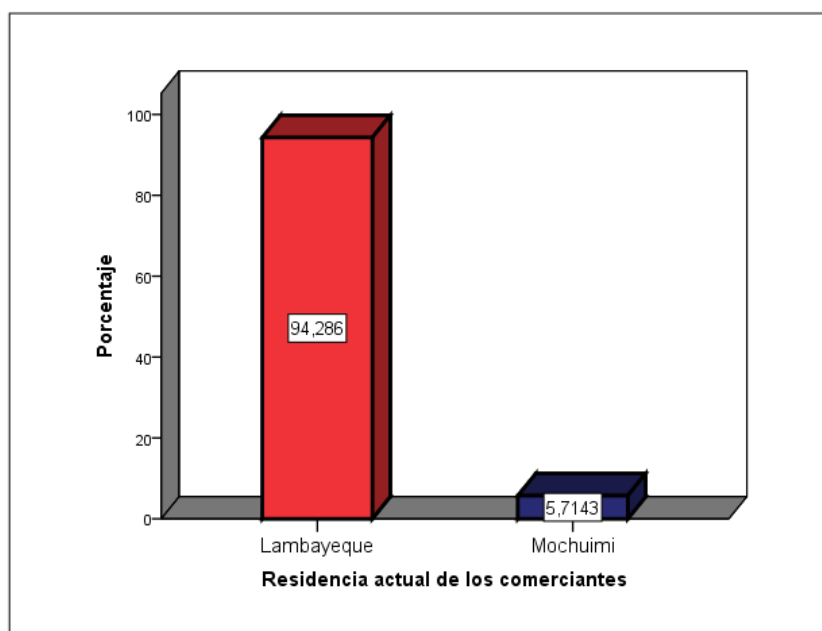
Nota: Los resultados de la figura muestran que el 91% de los contribuyentes son de la misma Ciudad donde se encuentra ubicado el mercado modelo, por lo que se les ha hecho más fácil tener un puesto de abarrotes, así mismo porque han venido obteniendo el puesto de abarrotes que se los deja sus padres o algún familiar y el 6% son del Distrito de Mochumi, zona aledaña y más cerca de la Ciudad de Lambayeque.

Tabla 6*Residencia actual de los comerciantes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Lambayeque	66	94,3	94,3	94,3
Válidos Mochumi	4	5,7	5,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla representa la residencia de los comerciantes

Figura 4
Distribución de la residencia actual de los comerciantes



Nota: Los resultados permiten afirmar que el 94% de los comerciantes, viven actualmente en la ciudad de Lambayeque, lo que de alguna manera les facilita atender a ellos mismos en sus negocios. Por otro lado, el 6% vive en Mochumi, que es el Distrito más próximo al mercado modelo de Lambayeque.

Tabla 7

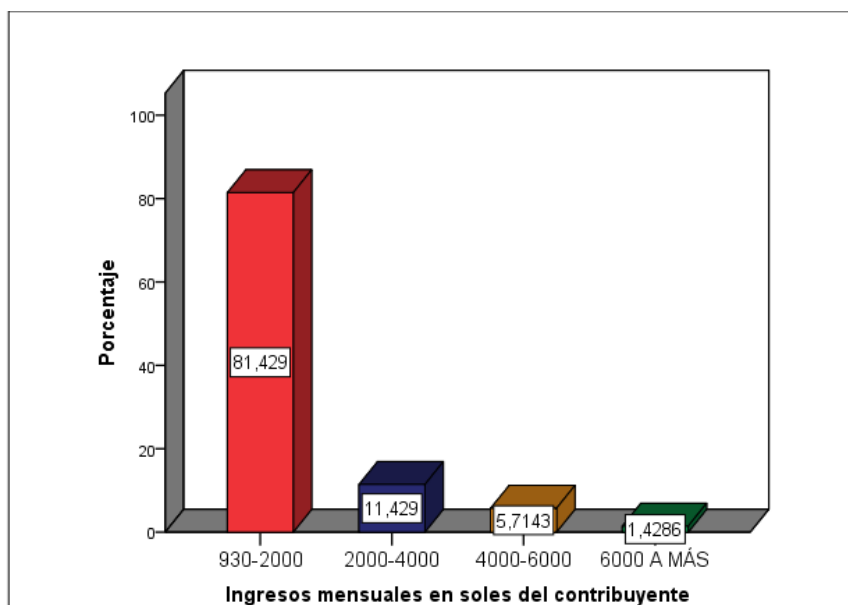
Ingresos mensuales de los comerciantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
930-2000	57	81,4	81,4	81,4
2000-4000	8	11,4	11,4	92,9
Válidos 4000-6000	4	5,7	5,7	98,6
6000 a más	1	1,4	1,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla representa el ingreso que perciben los comerciantes mensualmente

Figura 5

Distribución de los ingresos mensuales de los comerciantes



Nota: Los resultados de la encuesta, nos permiten señalar que el 81%, o sea la gran mayoría obtiene ingresos menores a 2000 soles, lo que significa que tienen el sustento mínimo para satisfacer sus necesidades. Además de ello, la mayoría son solteros y no son jefes de hogar. Por otro lado, el 11% de los encuestados, obtienen ingresos en la escala de 2000 a 4000 soles. Además, hay un 6% de comerciantes que obtienen ingresos entre 4000 a 6000, que son pocos, pero que sostiene que su negocio ha ido creciendo con el tiempo y son los más antiguos en el mercado modelo de Lambayeque.

Tabla 8

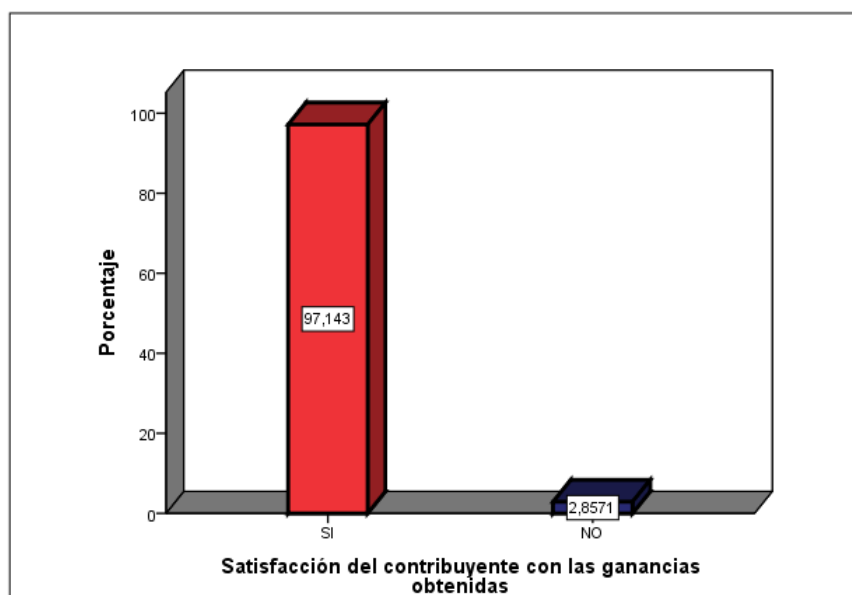
Satisfacción del contribuyente con las ganancias obtenidas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	68	97,1	97,1	97,1
NO	2	2,9	2,9	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla representa la satisfacción que presentan los comerciantes en base a las ganancias que obtienen

Figura 6

Distribución si los ingresos le permiten cumplir con sus obligaciones tributarias



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 97% de los contribuyentes en base a sus ingresos, si pueden cumplir con sus obligaciones tributarias, lo que significa que no evaden. Así mismo, existe un 3% que no cumple con sus obligaciones de forma regular, puesto que sus ingresos son menores a 2000 soles y existen ocasiones donde se atrasan.

Tabla 9

Salario y necesidades primarias de los comerciantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	70	100,0	100,0	100,0

Nota: Esta tabla representa la cantidad de comerciantes que satisfacen sus necesidades primarias en base a los ingresos que perciben

Figura 7

Distribución de satisfacción de necesidades primarias en base a los ingresos



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 100% de los contribuyentes si satisfacen sus necesidades en base a su sueldo, esto podría entenderse porque son personas jóvenes, solteras, no presentan carga familiar, por tanto, no son jefes de hogar. Además de ello porque sostienen que en base a su trabajo se acomodan para vivir de manera tranquila y sin excentricidades.

4.1.2. Causas culturales y económicas en relación con el cumplimiento del pago de impuestos.

De los resultados obtenidos podemos señalar que dentro las causas culturales que se relacionan con el cumplimiento del pago de impuestos es el conocimiento tributario, dado que el 100% de los encuestados considera que conocer acerca de las obligaciones tributarias, les permite tener una noción básica de la obligación que existe al pagar sus respectivos tributos a la Sunat. Además, otra causa cultural considerada por los encuestados, está representado por el 97% de abarroteros, que manifiestan tener una impresión de que el estado no les da un buen manejo a los recursos recaudados, piensan que, con el dinero obtenido por los impuestos, son usados para fines personales, y no para fines en favor de la población, algunos señalaron que existe demasiada corrupción en las entidades.

Por otro lado, el factor económico que se relaciona con el pago de impuestos, son de acuerdo con los niveles de ingresos que obtienen los comerciantes, y si son estos ingresos lo que le permiten cumplir con su respectivo pago, por tanto, del total de los encuestados el 97% sostiene que son sus ingresos de sus negocios lo que les permite cumplir con sus obligaciones tributarias y el 3% no cumple con el pago de tributos.

Tabla 10

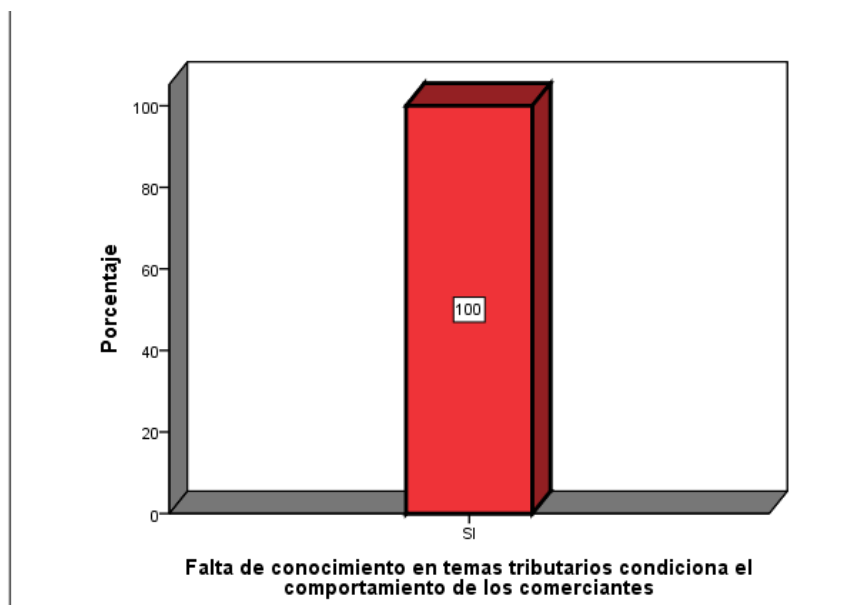
Conocimiento tributario es causante del cumplimiento del pago de tributos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	70	100,0	100,0	100,0

Nota: Esta tabla representa la cantidad de comerciantes que consideran que el conocimiento tributario causa el cumplimiento del pago de impuestos

Figura 8

Distribución del conocimiento tributario es causante del cumplimiento del pago de tributos



Nota: Los resultados de la figura muestran que, del total de encuestados, el 100% considera que no tener conocimientos acerca de la normativa tributaria, puede originar que no se paguen los impuestos, dado que no tienen la mínima idea de las obligaciones que se tiene con la Sunat. Así mismo el 11% sostuvo que no tener conocimiento tributario no generaría el cumplimiento en el pago de impuestos, pues señalan que eso depende de la responsabilidad que tiene cada ciudadano y algunos optan por no hacerlo por las pocas cosas que se hace con el dinero recaudado.

Tabla 11

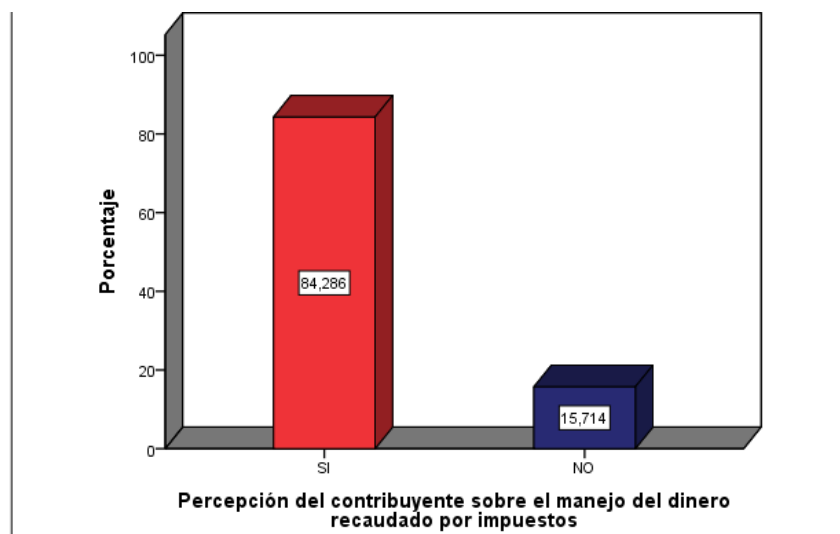
Percepción del contribuyente sobre el manejo del dinero recaudado por impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	59	84,3	84,3
	NO	11	15,7	100,0
	Total	70	100,0	

Nota: Esta tabla representa la cantidad de comerciantes que consideran que se le da un mal manejo a los recursos recaudados

Figura 9

Distribución de Percepción del contribuyente sobre el manejo del dinero recaudado por impuestos



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 97% de los encuestados, señalan que el motivo del porque no se cumplen con el pago de impuestos es porque no se maneja de manera adecuada los recursos que se obtienen, algunos señalaron que existe demasiada corrupción. Por otro lado, el 3% sostienen que no necesariamente es por el mal manejo, simplemente que no lo hacen por problemas económicos que pueden presentar.

Tabla 12

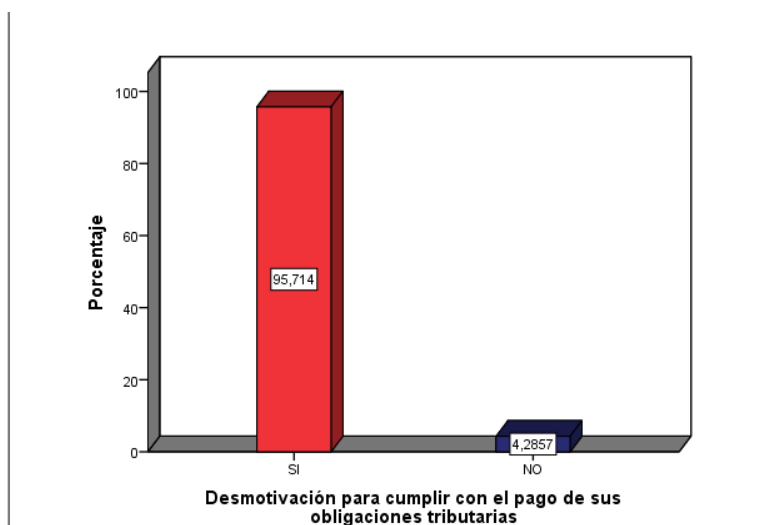
Los comerciantes han sentido desmotivación para cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	67	95,7	95,7	95,7
Válidos NO	3	4,3	4,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla representa la cantidad de comerciantes que en algún momento se han sentido desmotivados para poder pagar sus impuestos

Figura 10

Distribución si los comerciantes han sentido desmotivación para cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 84% en algún momento ha presentado desgano en pagar sus impuestos, porque no ven que realicen obras en su población, visualizan que existe un alto porcentaje de corrupción, además porque hay demasiada informalidad. Así mismo

el otro 16% señala que tiene que cumplir de manera obligatoria con el pago de los impuestos, por no tener inconvenientes con la Sunat, como la aplicación de multas.

4.1.3. Relación entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario en el cumplimiento del pago de impuestos.

Tabla 13

Resultados de la correlación de Pearson

Correlaciones			
		VI	VD
VI	Correlación de Pearson	1	,308 [*]
	Sig. (bilateral)		,043
	N	70	70
VD	Correlación de Pearson	,308 [*]	1
	Sig. (bilateral)	,043	
	N	70	70

Nota: Para el presente estudio de correlación entre las variables de investigación se usó el coeficiente de correlación de Pearson; considerándolo oportuno, dado que este es el coeficiente más utilizado cuando las variables de estudio tienen comportamiento cuantitativo, que satisface las condiciones de la prueba de correlación de Pearson.

De acuerdo con la tabla 11, se evidencia el análisis de correlación de Pearson entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario se comprueba que existe una correlación moderada, porque el valor de sig. Bilateral es de 0,043, que se encuentra ligeramente por debajo del 0.05 requerido. Se puede concluir y dar respuesta a la hipótesis planteada que: Los Factores socioeconómicos influyen no de forma contundente en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque 2022.

Esto se puede entender por cada factor, dentro del factor cultural se determinó que el conocimiento tributario tiene relación con el comportamiento tributario, dado que el simple hecho de tener nociones básicas acerca de las obligaciones tributarias que existen en nuestro país, existiría conocimientos limitados de la importancia que existe el tener que pagar los impuestos, y la obligación que existe pagar a la Sunat. Además, los abarroteros han perdido la confianza en el sistema tributario, dado que al no sentir que las autoridades los traten de manera justa e igualitaria, no sienten la obligación de pagar los impuestos.

Así mismo, en el factor social, es el nivel de instrucción de los abarroteros lo que se relaciona con el comportamiento tributario, debido a que sostienen que fue y sigue siendo limitada la educación respecto al cumplir las obligaciones tributarias, es por ello, que no reconocen como suya la obligación de pagar impuestos.

Por otro lado, el factor económico, es el nivel de ingresos el que guarda relación con el comportamiento tributario, esto se explica porque los comerciantes han manifestado que de sus ingresos que obtienen pueden cancelar sus obligaciones tributarias.

4.2. Discusión

De los siguientes resultados encontrados, se discutieron partiendo de los objetivos específicos hasta llegar al objetivo general:

Con referencia al objetivo específico: Identificar las causas culturales y económicas en relación con el pago de impuestos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque, 2022; los resultados evidenciaron que las causas culturales que se relacionan con el pago de impuestos es el conocimiento tributario, dado que el 100% de los encuestados considera que si no se conocen acerca de las obligaciones tributarias no tendrían la mínima idea de la obligación que existe pagar a la Sunat. Así mismo, otra causa cultural considerada por los encuestados, el 97% tienen una impresión de que el estado no les da un buen manejo a los recursos recaudados, consideran creen que, con el dinero obtenido por los impuestos, son usados para satisfacer sus propias necesidades, para que puedan obtener beneficios de manera personal.

Por otro lado, la causa económica que guarda relación con el pago de impuestos, son los niveles de ingresos que obtienen los comerciantes, y si son estos ingresos lo que le permiten cumplir con su respectivo pago, por tanto, del total de los encuestados el 97% sostiene que son los ingresos que perciben de sus negocios, lo que les ayuda a cumplir con sus obligaciones tributarias y el 3% no cumple con el pago de tributos.

Los resultados se asemejan a los encontrados por Calcina y Colque (2021) quienes realizaron su estudio en la feria de la ciudad de Juliaca y concluyeron en que el factor que mayor influencia muestra es el factor cultural, es así como el feriante no se identifica con sus obligaciones de pagos de tributos como un deber cívico. Así mismo, Flores (2021) afirma que los factores culturales marcaron con demasiada influencia el incumplimiento del pago de impuesto predial.

Añade también que mientras siga debilitada el nivel cultural que presenta la población, existirá la falta de pago de las obligaciones tributarias.

Por lo tanto, los resultados son evidentes y esto principalmente sucede por la poca atención que se da al tema tributario, por parte del gobierno y esto genera que en la población también exista desconocimiento, es por esto, que algunos contribuyentes pagan al fisco, simplemente por una obligación impuesta por el estado, mas no como un deber cívico que deberían tener los comerciantes. Por otro lado, es evidente la percepción que han evidenciado los comerciantes del mercado modelo de Lambayeque, frente a sus gobernantes, muestran una total desconfianza que presentan los contribuyentes hacia sus autoridades, sobre todo con el manejo que les dan a los recursos que son de la población, en su mayoría sostienen que hay servidores del estado que actúan con el fin de satisfacer sus necesidades económicas propias, mas no, actuando en pro de la población.

En función al tercer objetivo específico: Evaluar la relación entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario en el cumplimiento del pago de impuestos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque. Se obtuvo que existe una relación de Pearson de 0,043, lo que refiere que los factores socioeconómicos influyen de manera moderada en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes de Lambayeque, lo que refiere que, a mayor conocimiento de los factores socioeconómicos, es mejor el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque. Los hallazgos se asemejan a los encontrados por Carrera (2019), quien concluyo que el factor socioeconómico influye en el comportamiento tributario, pero de manera débil, debido a que hay un factor más determinante que es la cultura tributaria. Además de ello, sostiene que el contribuyente no está totalmente consciente

de la elevada importancia que trae el pagar los impuestos, lo que finalmente perjudicara de gran manera los ingresos fiscales del país.

Finalmente, en función al objetivo general: Determinar si los factores socioeconómicos influyen en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque, 2022. Para su determinación se empleó la tabulación de datos, mediante el programa SPSS, donde se pudo evidenciar que el valor de sig. Bilateral es de 0,043, por tanto, el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes tiende a influenciarse de manera moderada con los factores socioeconómicos, es decir mientras mayor conocimiento tengan del factor cultural, económico y social, mejor será el comportamiento tributario. En referencia a lo antes mencionado, se acepta la hipótesis, la cual fue: Los factores socioeconómicos influyen en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque, 2022. Estos resultados, pueden sostenerse en la investigación de Cueva y Moreno (2022) donde afirman que hay una relación significativa entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario de los contribuyentes de las pequeñas y microempresas del mercado de Chupaca. Además, sostiene que entre los factores más destacados es la escasa cultura tributaria, como consecuencia de los pocos conocimientos tributarios, y se fundamenta en la limitada información que brinda la Sunat y el órgano de control tributario de la Municipalidad de Chupaca.

V. Conclusiones

Se concluye que los abarroteros del mercado modelo de Lambayeque son personas sencillas, relativamente jóvenes, que buscaron una nueva oportunidad para poder salir adelante, pues la gran mayoría son personas que no tienen secundaria completa, y aprovecharon tener un puesto de abarrotes, para poder satisfacer sus necesidades primarias. Ahora bien, la gran mayoría son personas solteras, sin hijos, por lo cual, podemos entender que no tienen carga familiar, y varios de ellos se sienten poco identificados y/o respaldados por el Estado. Además, los abarroteros no muestran conocimiento exacto acerca del nivel de ingresos que perciben, pues no llevan un control adecuado para que conozcan con precisión la magnitud de sus gastos y ventas que realizan.

Así mismo, se puede concluir que los abarroteros presentan poco interés con su obligación de pago de tributos, por sentir que el dinero el cual pagan a la Sunat, no es bien utilizado, señalan de manera rotunda que ellos únicamente cumplen con pagar, por temor a que se les aplica multas, o puedan tener problemas futuros con la entidad recaudadora. De igual manera, no tienen un conocimiento tan amplio acerca del sistema tributario, presentan nociones básicas acerca de los tributos a pagar. Ello puede entenderse porque la mayoría de los comerciantes no han terminado su secundaria y no han recibido una formación completa sobre los tributos a pagar.

En esa misma línea, se concluye que los factores socioeconómicos estudiados influyen de manera no tan contundente en el comportamiento tributario de los abarroteros del mercado modelo de Lambayeque, lo que significa que existe un factor que influye de manera más determinante que otra. Ahora bien, los abarroteros en su gran mayoría carecen de amplios conocimientos sobre el sistema tributario y sus funciones correspondientes, aun así, ellos muestran una actitud de cumplimiento de pago, por temor a que posteriormente se le llegue aplicar una multa o puedan cerrarles el puesto.

De los hallazgos se encontró que los factores socioeconómicos influyen de manera moderada en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque, con un valor sig de 0,043. Lo cual demuestra que el comportamiento tributario depende de los factores socioeconómicos de los comerciantes de abarrotes. Así mismo, se determinó que existe una elevada desconfianza hacia sus autoridades, pues sostienen que no se le dan un buen manejo a los recursos que obtienen de la población, sino por el contrario cada uno actúa bajo sus fines personales.

VI. Recomendaciones

Se recomienda que los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque, sean capacitados y/o orientados acerca del sistema tributario peruano, para que posteriormente desarrollen sus obligaciones de manera correcta. Es decir, se deben desarrollar principios y valores que promuevan una adecuada conducta tributaria con base en los conocimientos, actitudes, creencias y necesidades de los ciudadanos pertenecientes a los grupos sociales. El Estado, a través de las instituciones competentes, debe realizar campañas de información sobre las obligaciones tributarias de los contribuyentes para que comprendan los beneficios de pagar impuestos y las consecuencias de no pagar impuestos.

Además, se recomienda que los abarroteros lleven un registro de sus ingresos y egresos, para que puedan conocer cuanto venden diariamente, eso les permitiría tener un mejor control de su negocio, así mismo, les facilitaría saber el margen de sus ganancias mensuales. Lo cual les serviría para que puedan proyectar su negocio y evitar contingencias o pérdidas el futuro.

Así mismo, para que el comerciante abarrotero comprenda y acepte su compromiso con el Estado, se recomienda que implementen mecanismos (campañas de sensibilización) a fin de que se logre llegar al comerciante en forma estable y oportuna, para que no se encierren en el

individualismo y puedan tomar como un deber cívico el hecho de pagar los impuestos al Gobierno. En esa misma línea, se debería difundir las normas tributarias con un lenguaje más claro y sencillo, donde pueda ser de fácil comprensión para los comerciantes.

Por tanto, resulta de vital importancia que se promueva una eficiente educación tributaria tanto a nivel escolar como en la sociedad en general. Realizando así campañas de concientización, capacitación y divulgación de información sobre los impuestos y sus beneficios, esto sin duda podrían ayudar a mejorar el conocimiento tributario de los contribuyentes y, potencialmente, aumentar que se cumplan de manera voluntaria el pago de impuestos.

VII. Lista de Referencias

- Aguayo, J. (2014). La obligación tributaria y el pago: Antes del inicio de la cobranza Coactiva – en la Legislación Peruana. *Derecho & Sociedad*. 43(1), 239-254.
- Aliaga, E. & Chancasanampa, C. (2018). Cultura tributaria y evasión tributaria en las micro y pequeñas empresas del mercado modelo de Chupaca. [Tesis de pregrado - Universidad Nacional del Centro del Perú. Repositorio institucional, Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Alva, M. (2015). La definición de conciencia tributaria y los mecanismos para crearla. *Análisis Tributario*. 8(90), 37-59.
- Amasifuén, M. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Accounting*, 18.
- Arias, M., & Torres, M. (2015). *Análisis del comportamiento tributario de los contribuyentes del mercado de articulo varios ubicado en la parroquia Bolívar de la Ciudad de Guayaquil en el periodo 2013 – 2014*. [Tesis de pregrado - Universidad Politécnica Salesiana. Repositorio Institucional, Universidad Politécnica Salesiana.
- Arias, R. (2010). *Ensayos Sobre la Teoría de la Evasión y Elusión de Impuestos Indirectos*. Argentina: Universidad Nacional de la Plata.
- Banfi, D. (2023). La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria. *Comercium et Tributum*. 11, 21-38.
- Bonell, R. (2015). Concienciación cívico – tributaria en el S. XXI. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*. 21(1), 181-202.

- Bonilla, E. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: la experiencia de Bogotá. *Revista Ciudades, estados y política*, p.25.
- Calcina, J., & Colque, W. (2021). *Factores socioeconómicos que inciden en la recaudación de tributos en la feria de compraventa de vehículos de la ciudad de Juliaca, 2020*. [Tesis de pregrado- Universidad Peruana Unión]. Repositorio institucional, Universidad Peruana Unión.
- Camargo, D. (2012). Evasión Fiscal: un problema a resolver. Obtenido de <http://www.eumed.net>
- Carrera, E. (2019). *Incidencia de la cultura tributaria y factores socioeconómicos en el cumplimiento tributario del impuesto predial en el distrito de Contumazá año 2019*. [Tesis de posgrado- Universidad Nacional De Cajamarca]. Repositorio institucional, Universidad Nacional De Cajamarca
- Caza, M. S. (2020). Cultura tributaria en el Ecuador y sostenibilidad fiscal. *Eruditus*, 14.
- Chocano, C., & Falero, A. (2023). *Factores socioeconómicos que influyen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial La Bahía del distrito de Aguas verdes, año 2021*. [Tesis de Pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio Institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego. <https://hdl.handle.net/20.500.12759/10522>
- Código Tributario. (22 de junio de 2013). Decreto Supremo N.º 133-2013-EF . <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/textoCompleto-TUO-CT.pdf>
- Coello, W. M. (2021). Evasión tributaria y su incidencia sobre el IVA. *Digital Publisher*, 14.
- Díaz, B. G. (2016). Cultura tributaria. *Revista Publicando*, 10.
- Estrada, H. (2017). *Derecho Civil Mexicano*. Editorial Porrúa.

- Flores, Y. (2021). *Factores que influyen en el incumplimiento de pago del impuesto predial de la Municipalidad de Chiclayo del Distrito de Chiclayo, Periodo 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio institucional, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Garrido, J. (2020). *Factores determinantes que condicionan el comportamiento Ético frente a la evasión de impuestos*. [Tesis de maestría, Universidad de Talca]. Repositorio Institucional de la Universidad de Talca.
- Gonzales, M. (2020). *Cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria de las mypes*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles]. Repositorio institucional, Universidad Católica los Ángeles.
- Hinojosa, C. (2018). *Cultura tributaria para el incremento de los ingresos a los comerciantes del mercado modelo, Chachapoyas, 2018*. *Revista Científica UNTRM*, 5.
- Leiva, N. & Marín, Y. (2019). *La cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria en Latinoamérica y el Perú, años 2012 al 2018*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte. Lima.
- Lino, E. T. (2018). *La cultura tributaria en Mexico como instrumento de identidad nacional*. *Xihmai*, 22.
- Llerena, P. (2018). *Influencia de los mecanismos ejecutados por el SAT para fomentar el pago oportuno del Impuesto Vehicular en la ciudad de Lima*. (Tesis de Maestría - Pontificia Universidad Católica del Perú). Repositorio Institucional, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Moreno, D., & Cueva, E. (2022). *Factores Socioeconómicos y Recaudación Tributaria en la*

- Municipalidad de Chanchamayo 2015 - 2018*. [Tesis de pre grado- Universidad Peruana Los Andes]. Repositorio institucional, Universidad Peruana Los Andes
- Obregón, M., & Tamez, S. (2020). Factores del comportamiento tributario. *Vincula Tégica*. 286-297. <http://eprints.uanl.mx/id/eprint/21969>
- Pacheco, J. (2017). Impacto de la falta de cultura tributaria de contribuyentes. (Tesis de maestría). Universidad de Guayaquil. Ecuador.
- Pérez Porto, J. (2021, mayo 31). El *Origen de las especies, la obra más famosa de Darwin*. <https://www.bbvaopenmind.com/ciencia/biociencias/el-origen-de-las-especies-las-rectificaciones-de-darwin/>
- Plataforma digital del estado Peruano. (03 de mayo del 2022). *Regímenes Tributarios*. <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
- Quispe, O. A. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador. *Espacios*, 19.
- Ríos, G. (2016). *Comportamiento tributario y la evasión de impuestos en MYPES del régimen especial de renta del distrito de Breña*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Callao]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional del Callao. http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/3963/Rios%20Rios_titulo%20maestria%20contabilidad_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, J. (2020). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación tributaria (Tesis doctoral). Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador.
- Ruiz, F. (2013). La obligación tributaria y los deberes Administrativos. *Derecho y Sociedad*. 1. 307-308.

- Sanchez, C., Marina, N., Marina, V., & Torres, A. (2017). Relacion entre nivel de instrucción y exceso de peso en pacientes, estudio transversal. *Medicina*. 77(4). 291-296.
- Sarduy, I. G. (2016). La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver. *Scielo*, 16.
- Sebá, E. C. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: la. *Revista Ciudades, estados y política*, 15.
- Silva, J., Corona, R., & Herrera, N. (2017). Creencias hacia el origen de la vida y naturaleza humana: Una comparacion entre academicos de universidades publicas y privadas. *Revista científica y profesional de la Asociación Latinoamericana para la Formación y la Enseñanza de la Psicología*. 5(13), 107-120.
- Verdeguer, T., & Montero, A. (2020). *Factores que influyen en la recaudación del impuesto predial del año 2018 en la municipalidad distrital de la unión, piura-perú, 2020*. [Tesis de pre grado- Universidad Nacional de Piura]. Repositorio institucional, Universidad Nacional de Piura.

VIII. Anexos

Anexo 1.

Instrumento I (Cuestionario)

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



ENCUESTA: CUESTIONARIO N° 1

Objetivo: Estimado señor(a), reciba mi más grato y cordial saludo, la presente encuesta tiene la finalidad de recolectar información sobre si los factores socioeconómicos influyen en el comportamiento tributario de los comerciantes de abarrotes del mercado de Lambayeque – 2022. 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 GENERALES:

Nombre del propietario:

Tiempo del negocio:

- a) 1- 5 años
- b) 6-10 años
- c) 10-15 años
- d) 16- 20 años
- e) +20 años

Edad:

- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60

Sexo:

- Masculino
- Femenino

Objetivo 1:**Describir las caracterizas socioeconómicas de los comerciantes de abarrotes del mercadomodelo de Lambayeque.**

o ¿Cuál es su estado civil?

- Soltero/a
- Casado/a
- Divorciado
- Viudo
- Conviviente

o ¿Cuál es su nivel de instrucción?

- Primaria completa
- Secundaria completa
- Universitario completa

o ¿Cuál es su lugar de nacimiento?

o ¿Dónde reside actualmente?

o ¿De cuánto son sus ingresos mensuales en soles del contribuyente?

- a) 930-2000
- b) 2000-4000
- c) 4000-6000

d) 6000 a mas

o¿Considera que la actividad económica que realiza le produce ganancias suficientes?

a) Si

b) No

o¿El salario que usted obtiene le permite satisfacer sus necesidades primarias?

a) Si

b) No

Objetivo 2

Identificar las causas culturales y económicas en relación con el cumplimiento del pago de impuestos en los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque.

o¿Usted cree que, la falta de conocimiento en temas tributarios condiciona el comportamiento de los contribuyentes?

a) Si

b) No

o¿Considera que la falta de conocimiento de la normativa tributaria es causante del cumplimiento de pago de tributos?

a) Si

b) No

o¿Usted conoce cuáles son las obligaciones tributarias que tienen los negocios?

a) Si

b) No

o¿Los ingresos que obtiene son un factor que le permite cumplir con sus obligaciones tributarias?

a) Si

b) No

o¿Usted cree que la principal motivación para que el comerciante pague sus impuestos es por temor a que se le apliquen multas?

a) Si

b) No

- ¿Conoce que la Sunat es la entidad encargada de recaudar los impuestos?
 - a) Si
 - b) No
- ¿En ocasiones usted se ha sentido desmotivado para cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias?
 - a) Si
 - b) No
- ¿Como comerciante de los ingresos que obtiene ha cumplido puntualmente con el pago de sus impuestos?
 - a) Si
 - b) No

Objetivo 3

Describir la relación entre los factores socioeconómicos y el comportamiento tributario en el cumplimiento del pago de impuestos de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Lambayeque.

- ¿Considera que La adecuada inversión del estado en Hospitales y Centros Educativos, es un factor que permite el cumplimiento de las obligaciones?
 - a) Si
 - b) No
- ¿Las utilidades de su negocio, son un factor que le permite el cumplimiento de las obligaciones tributarias?
 - a) Si
 - b) No
- ¿La formación educativa que ha recibido es un factor que le ha permitido conocer de las obligaciones tributarias?
 - a) Si
 - b) No
- ¿Su negocio está inscrito como contribuyente en la Sunat?
 - a) Si
 - b) No

○¿Considera usted que una de las causas del cumplimiento del pago de impuestos es porque el estado no le da un uso eficiente al dinero?

a) Si

b) No

○¿Usted considera necesario que las empresas retribuyan al gobierno mediante el pago de impuestos?

a) Si

b) No

○¿Cree que el uso que se otorga a los recursos recaudados condiciona el comportamiento tributario de los contribuyentes?

a) Si

b) No

○¿Considera usted que las charlas que brinda la Sunat, es un factor que ayudaría a mejorar el comportamiento tributario de los contribuyentes?

a) Si

b) No

Anexo 2.

Tablas y Figuras

Tabla 14

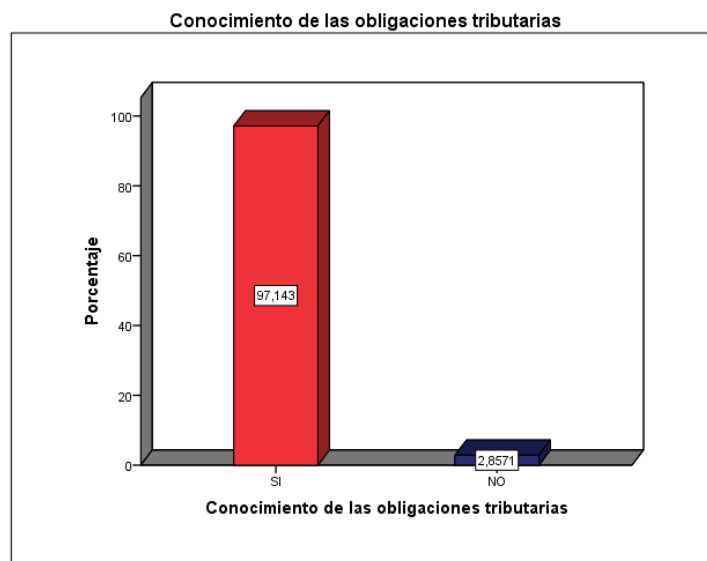
Conocimiento de obligaciones tributarias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	68	97,1	97,1	97,1
NO	2	2,9	2,9	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla representa la cantidad de comerciantes que conocen las obligaciones tributarias

Figura 11

Conocimiento de las obligaciones tributarias



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 97% de los comerciantes tienen conocimiento sobre las obligaciones que tienen que pagar, mientras el otro 3%, señalan no conocer sus obligaciones tributarias. Esto indicaría que la gran mayoría tiene nociones básicas sobre el tema tributario.

Tabla 15

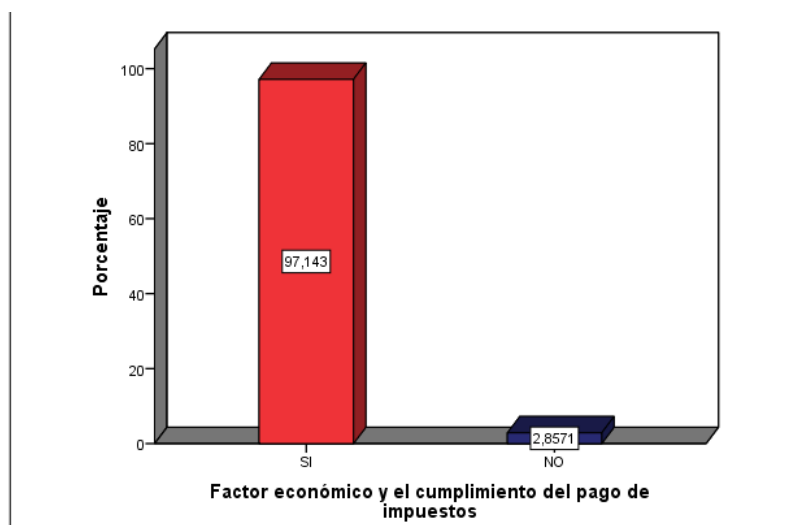
Los ingresos que obtienen los comerciantes son un factor que le permite cumplir con sus obligaciones tributarias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	68	97,1	97,1
	NO	2	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0

Nota: Esta tabla representa la cantidad de comerciantes que gracias a sus ingresos pueden cumplir con sus obligaciones tributarias

Figura 12

Los ingresos que obtienen los comerciantes son un factor que le permite cumplir con sus obligaciones tributarias



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 97% de abarroteros del mercado modelo de Lambayeque gracias a los ingresos que obtienen si logran cumplir con sus obligaciones tributarias, mientras tanto, el otro 3% no pueden pagar sus impuestos, dado que lo que obtienen no les es suficiente.

Tabla 16

Motivación de los comerciantes a pagar los impuestos es porque temen que se les aplique multas

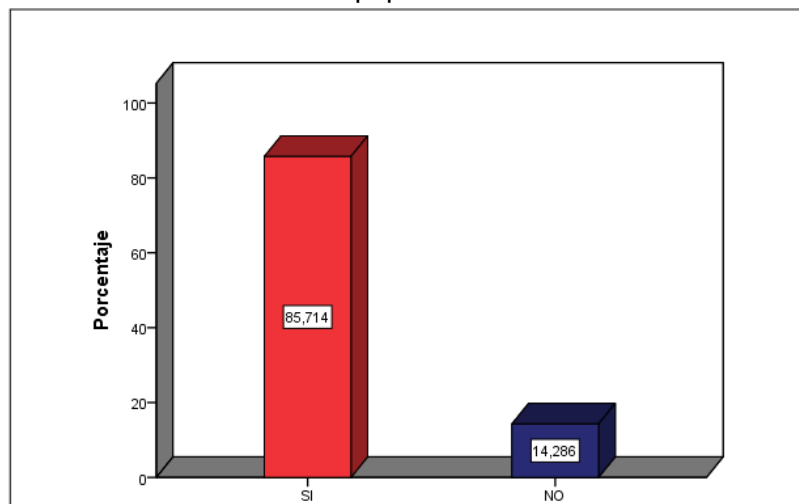
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	60	85,7	85,7	85,7
NO	10	14,3	14,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de comerciantes que tienen temor a que se le pongan multas

Figura 13

Conocimiento del contribuyente acerca del ente recaudador de impuestos

Motivación para que el comerciante pague sus impuestos es por temor a que se le apliquen multas



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 85% de los abarroteros cumplen con el pago de los impuestos únicamente porque tienen temor a que más adelante se les pueda aplicar alguna multa, o porque quieren evitar tener problemas con la Sunat. Además de ello, el otro 15% manifiesta que no lo hace por el simple hecho de que creen que se le da un mal manejo al dinero recaudado.

Tabla 17

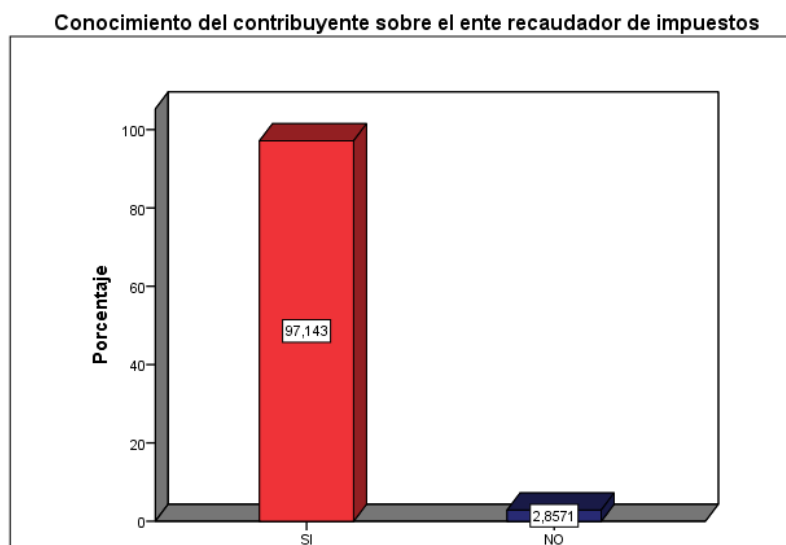
Comerciante conoce sobre el ente que recauda impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	68	97,1	97,1	97,1
NO	2	2,9	2,9	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: En esta tabla se presenta la cantidad de comerciantes que muestran conocimiento sobre el ente recaudador de tributos.

Figura 14

Comerciante conoce sobre el ente que recauda impuestos



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 97% de los encuestados, tiene conocimiento acerca de la entidad que se encarga de recaudar impuestos, mientras que el otro 3%, afirma haber escuchado unas cuantas veces, pero no tienen mayor alcance del ente recaudador de tributos.

Tabla 18

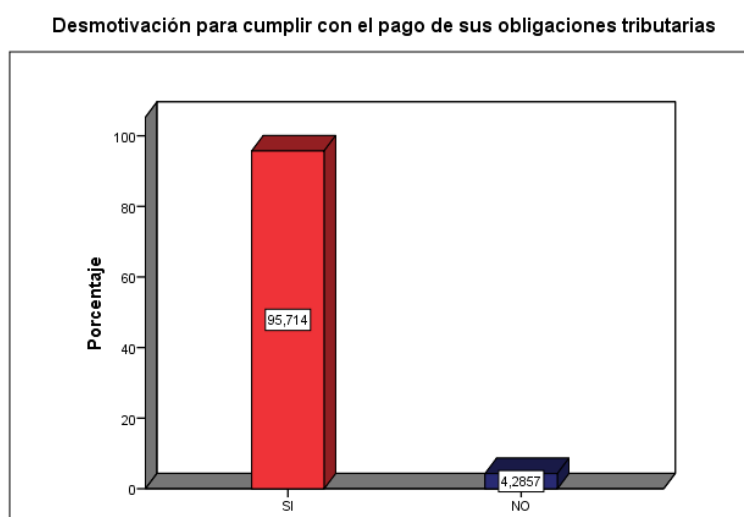
Ocasiones donde se ha desmotivado para cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	67	95,7	95,7	95,7
NO	3	4,3	4,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de comerciantes que en algún momento no quisieron pagar sus impuestos

Figura 15

Comerciantes que muestran desmotivación para pagar impuestos



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 96% de los abarroteros han sentido en alguna ocasión el desgano de no pagar sus impuestos, afirmando que no ven que se hace algo en beneficio de la población con todo el dinero que se recauda, mientras que el otro 4% no se han negado al pagar sus impuestos.

Tabla 19

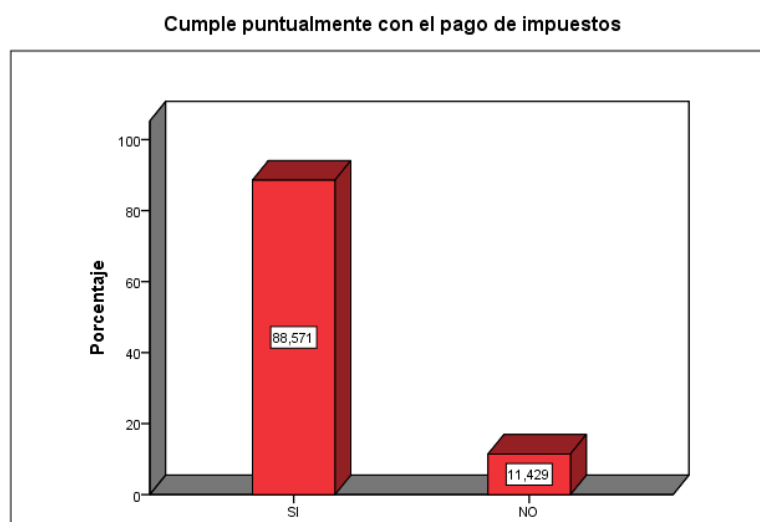
Ha cumplido puntualmente con el pago de sus impuestos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	62	88,6	88,6	88,6
	NO	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de comerciantes que han cumplido pagando sus impuestos

Figura 16

Comerciantes que pagan de forma puntual los tributos



Nota: La figura muestra que el 88% de los comerciantes si pagan de manera puntual sus impuestos, mientras que el 12% de comerciantes no, sostienen que, al no llevar un control adecuado, no tienen el dato exacto del día de pagos.

Tabla 20

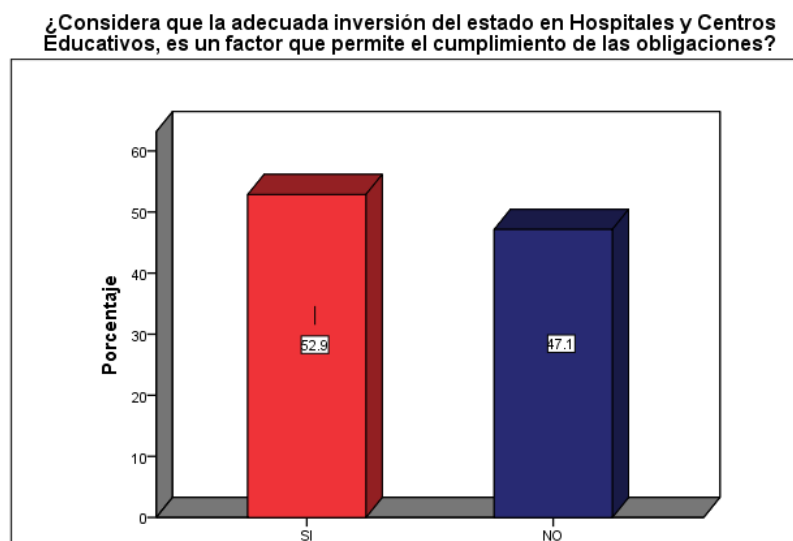
La adecuada inversión del estado en Hospitales y Centros Educativos es un factor que permite el cumplimiento de las obligaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	37	52,9	52,9	52,9
NO	33	47,1	47,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de comerciantes que consideran que la inversión en hospitales es un factor de cumplimiento de pago de tributos

Figura 17

Inversión en Hospitales, factor de cumplimiento de pago de impuestos



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 53% de los comerciantes consideran que la inversión en implementación de Hospitales y Colegios, son un factor que les motiva a pagar con sus impuestos, mientras que el otro 47% no lo cree así, pues sostienen que esos recursos que logran recaudarse no son bien utilizados, pues afirman que el nivel de corrupción es elevado, además, señalan que actúan en beneficio de ellos mismos, y no en pro de la población.

Tabla 21

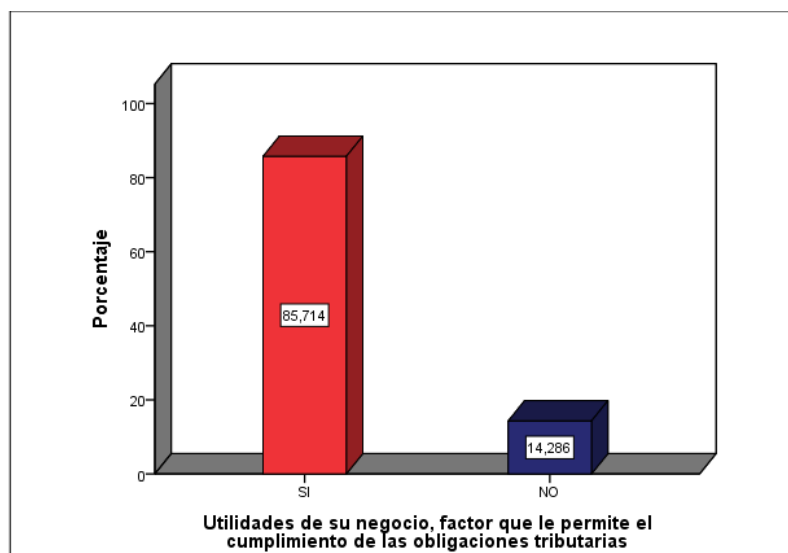
Las utilidades de su negocio son un factor que le permite el cumplimiento de las obligaciones tributarias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	60	85,7	85,7	85,7
NO	10	14,3	14,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de comerciantes que, gracias a las utilidades obtenidas, pueden pagar sus impuestos

Figura 18

Utilidad, factor de cumplimiento de pago de impuestos



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 86% de comerciantes pueden cumplir con sus obligaciones tributarias, gracias a las utilidades que obtienen sus negocios, por otro lado, el 14% sostienen que no les es fácil cumplir con el pago de impuestos, dado que hay ocasiones donde no logran un elevado porcentaje de ganancias.

Tabla 22

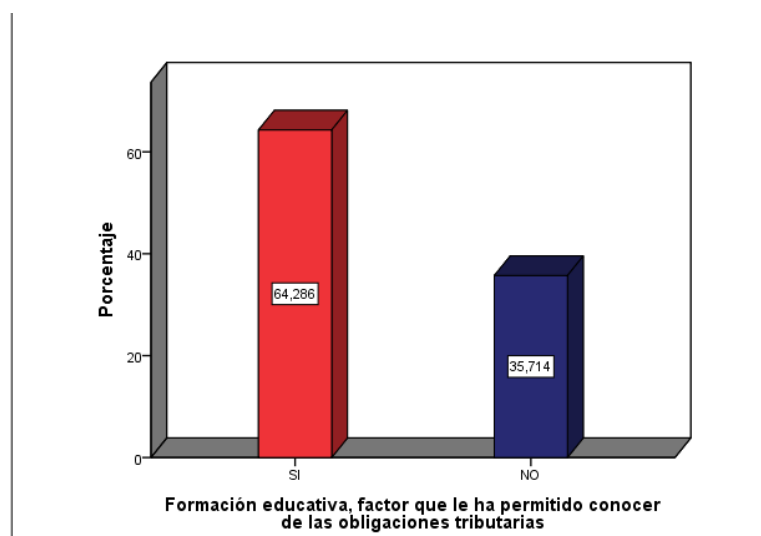
La formación educativa, es un factor que le ha permitido conocer de las obligaciones tributarias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	45	64,3	64,3
	NO	25	35,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de comerciantes que considera la formación educativa como un factor de cumplimiento tributario

Figura 19

Factor educativo, permite conocer las obligaciones tributarias

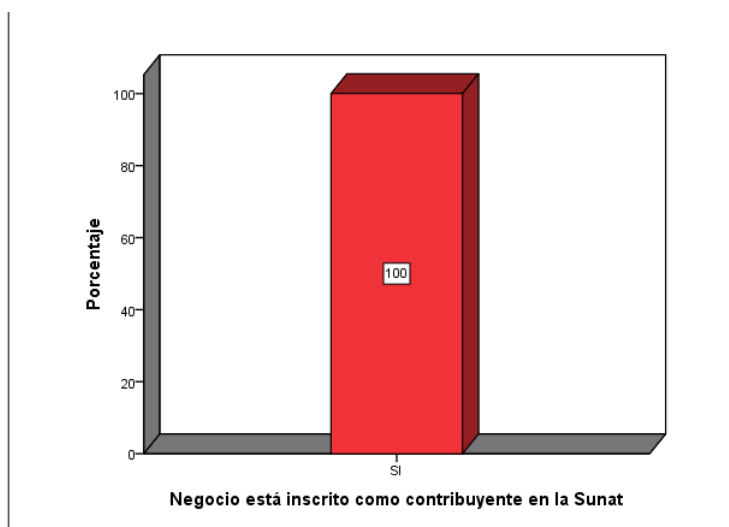


Nota: Los resultados de la figura muestran que el 64% de abarroteros consideran que el factor educativo es un factor que les permite conocer acerca de las obligaciones tributarias que existen, mientras que el otro 36% no comparten la misma posición, pues sostienen que a la fecha no hay esa formación académica en temas tributarios.

Tabla 23*Negocio inscrito como contribuyente en la Sunat*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	70	100,0	100,0	100,0

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de comerciantes que afirman que su negocio está registrado en Sunat

Figura 20*Negocio inscrito en Sunat*

Nota: Los resultados de la figura muestran que el 100% de los negocios están inscritos como contribuyentes en Sunat. Esto puede sostenerse en que la mayoría de los negocios son pequeños, y están inscritos en el Nrus, lo cual indicaría que no tienen mayor problema en pagar sus impuestos.

Tabla 24

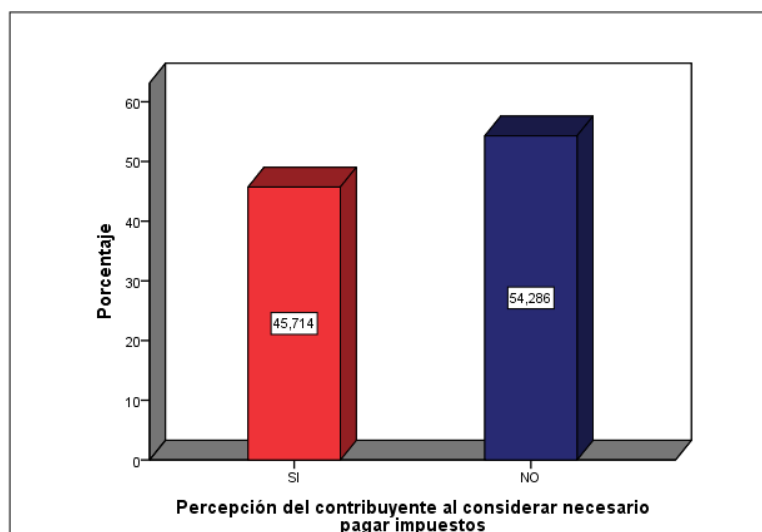
Percepción del contribuyente al considerar necesario que las empresas retribuyan al gobierno mediante el pago de impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	32	45,7	45,7	45,7
Válidos NO	38	54,3	54,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra la percepción del contribuyente ante la obligación de pagar impuestos

Figura 21

Necesario pagar impuestos



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 45% de los comerciantes sostienen que es importante que se paguen los impuestos, porque de esa manera se estaría retribuyendo al gobierno, por otro lado, el 55% no lo considera necesario, dado que no hay una confianza con la entidad recaudadora, pues afirman que no se hace nada con el dinero que se recibe de los contribuyentes.

Tabla 25

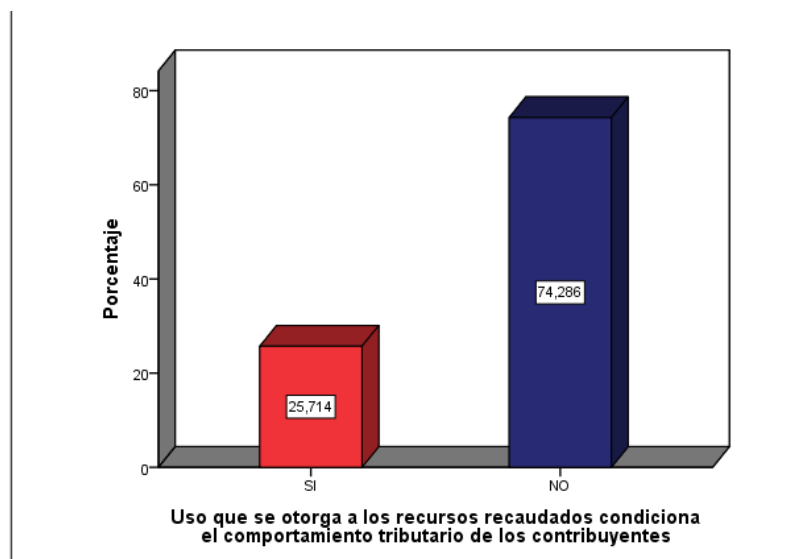
Uso que se otorga a los recursos recaudados condiciona el comportamiento tributario de los contribuyentes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	18	25,7	25,7	25,7
NO	52	74,3	74,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de contribuyentes que se ven condicionados por el manejo que se les da a los fondos que se recaudan

Figura 22

Motivos que condicionan el comportamiento de comerciantes



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 26% de los comerciantes en algún momento se han sentido desmotivados en pagar sus impuestos, esto se explica porque creen que no se le da un buen manejo al dinero que se recauda, mientras que el otro 74% ya no se sorprenden en el uso que se les da a los fondos obtenidos por impuestos, es por eso que cumplen con su obligación de pago de tributos.

Tabla 26

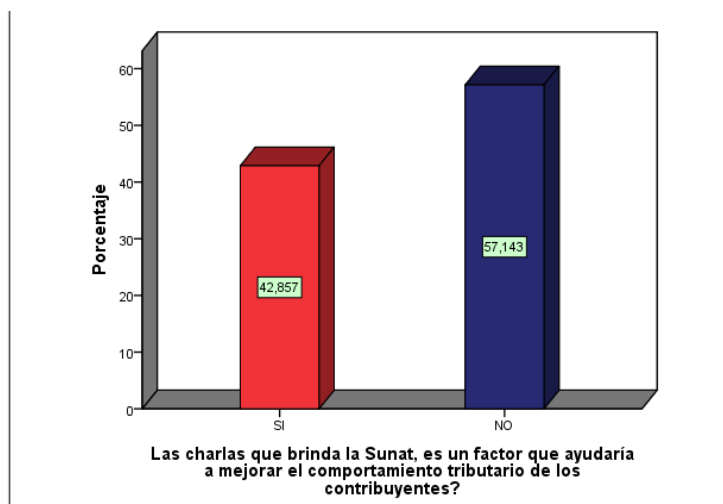
Las charlas que brinda la Sunat, es un factor que ayudaría a mejorar el comportamiento tributario de los contribuyentes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	30	42,9	42,9	42,9
NO	40	57,1	57,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de contribuyentes que consideran importantes las charlas que brindan la Sunat

Figura 23

Charlas, ayudan a mejorar el comportamiento tributario



Nota: Los resultados de la figura muestran que el 43% de abarroteros consideran que las charlas que ofrecen la Sunat, resultan un factor que les ayudaría a tener mas claro sus obligaciones tributarias, por tanto, podrían mejorar su comportamiento tributario. Por otro lado, el 57% no cree en que sea importante que se les capacite, porque sostienen que ni aun así la Sunat y el Estado mejorarían su trabajo.

Anexo 3.**Validación del experto****INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO****I. DATOS GENERALES**

Nombre y apellido del profesional experto: LEONCIO OLIVA

PASAPERA Cargo o institución donde labora: PROFESOR - USAT.

Investigador (a): AUDITORIA, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO CON RESPONSABILIDAD SOCIAL

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE						REGULAR			BUENO				EXCELENTE				
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
CLARIDAD	Los item estan redactados demanera clara.												X						
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.												X						
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.													X					
ORGANIZACION	Los item tieneuna 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)

IV. MEJORAR SEGÚN RECOMENDACIONES EXPLICADAS AL ESTUDIANTE DE TESIS

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

REALIZAR PRUEBAS PILOTO DE INSTRUMENTOS, ANTES DE APLICACIÓN DEFINITIVA.

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: _____15_____

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO



I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Luzbel Vega LedoCargo o institucion donde labora: Docente en la oficina y finanzas

Investigador (a): _____

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)

IV. 17. (Que mejoran los preguntas < como personas con las reglas de los negocios

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: _____

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 17.