

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN



TESIS

**“CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CIUDADANOS Y SU RELACIÓN
CON LA EVASIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO ROBERTO SEGURA - JAÉN, 2019”**

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

Bachiller:

RAMÍREZ JIMÉNEZ, LIDIA MARLENI

Asesor:

Mag. CPC JULIO CÉSAR SÁNCHEZ VASQUEZ

Pimentel. Chiclayo,

Perú, 2020

JURADO CALIFICADOR

- **Dr.** Sebastián Ramón Llontop Presidente
- **Mg.** Gladys Elizabeth Diaz Ramos Secretaria
- **Mg.** Juan Pablo Granados Inoñán Vocal

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a DIOS, por la vida y la fortaleza dada en cada minuto para no desmayar y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis **PADRES**, por representar uno de los pilares más importantes en el trayecto de mi formación estudiantil e inculcarme siempre buenos valores y principios para ser insistente en todos mis propósitos.

A **JOSÉ MIGUEL Y GEYLID BASHIRA**, por ser el motor y motivo de superación en todos los aspectos de mi vida. Los adoro infinitamente amados hijos.

A mi **TÍA IRMA** porque siempre fuiste un impulso para dar un paso más en mi vida. A toda mi familia en general porque de una u otra manera apoyaron para el cumplimiento de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a mi tía Irma porque siempre fuiste un impulso para dar un paso más en mi vida personal y profesional

A toda mi familia en general porque de una u otra manera apoyaron para el cumplimiento de este proyecto.

A los Docentes de la **UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO** porque sin su apoyo y conocimientos brindados, no hubiera podido concretar este proyecto.

A Mi Asesor el **Mag. CPC JULIO CESAR SANCHEZ VASQUEZ**, quien me guio y apoyo para finalizar exitosamente mi Informe Final de tesis

RESUMEN

La investigación denominada “Cultura Tributaria de los Ciudadanos y su relación con la Evasión Tributaria de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura – Jaén” su Objetivo general Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria de los ciudadanos y la evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019. El tipo de Investigación, de enfoque cuantitativa, es descriptiva, No Experimental, Correlacional, cuya Hipótesis asumió que: Existe una relación significativa entre la cultura tributaria de los ciudadanos y la evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019. Los Métodos y Procedimientos de Recolección de Datos, que se utilizó para este fin, fueron dos encuestas por cuestionario, Para el procesamiento de datos utilizamos el programa Microsoft Word 2013, Microsoft Excel 2013 y el software SPSS de los resultados recopilados. Dentro de los principales Resultados se concluye; que los ciudadanos consumidores no obligan a los comerciantes la entrega de comprobantes de pago, así mismo los comerciantes en mayoría no los emiten con el fin de obtener más utilidades

Palabras claves: Cultura y Evasión Tributaria.

ABSTRAC

The research called "Tax Culture of Citizens and its relationship with the Tax Evasion of Market Traders Roberto Segura - Jaén" its General Objective To determine the relationship that exists between the tax culture of citizens and the tax evasion of Market traders Roberto Segura de Jaén, 2019. The type of Research, with a quantitative approach, is descriptive, Non-Experimental, Correlative, whose Hypothesis assumed that: There is a significant relationship between the tax culture of citizens and the tax evasion of the merchants of the Roberto Market Segura de Jaén, 2019. The Data Collection Methods and Procedures, which were used for this purpose, were two questionnaire surveys, for data processing we used the Microsoft Word 2013 program, Microsoft Excel 2013 and the SPSS software of the results collected. Among the main Results it is concluded; that consumer citizens do not oblige merchants to deliver payment vouchers, likewise the majority merchants do not issue them in order to obtain more profits.

Keywords: Culture and Tax Evasion.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula.....	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstrac	vi
Índice de contenido	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. DESARROLLO	4
III. METODOLOGÍA.....	19
3.1. Tipo de Investigación	19
3.2. Diseño de Investigación	19
3.3. Variables y operacionalizacion.....	20
3.4. Poblacion , Muestra y Muestreo	21
3.5. Tecnicas e instrumento de recoleccion de datos	24
3.6. Procedimiento de recoleccion de datos.....	25
3.7. Tecnicas de procesamiento y recoleccion de datos	26
IV. ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS	28
4.1. Análisis e Interpretación de Tablas y Figuras.....	28
4.2. Análisis y Discusión de Resultados.....	54
V. CONCLUSIONES	60
VI. RECOMENDACIONES	60
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	62
 Anexo 1 Operacionalización de Variables.....	 22
Anexo 2 Matriz de Consistencia	67
Anexo 3 : Declaración de Autenticidad del Autor	69
Anexo 4 Declaración De Autenticidad Del Asesor.....	70
Anexo 5: Encuesta	71
Anexo 6: Validación de Instrumentos	75

Índice de tablas

Tabla 1 Ítem 1: ¿Cree usted que el estado tiene una política tributaria pensando en el ciudadano?	28
Tabla 2 Ítem 2: ¿Para usted es importante que es solicitar boleta de venta o factura al momento de realizar sus compras?	29
Tabla 3 Ítem 3: ¿Usted siempre compra a los comerciantes que emiten documento de compra?	30
Tabla 4 Ítem 4: ¿Cuándo realiza sus compras siempre exige la emisión del comprobante de compra?	31
Tabla 5 Ítem 5: ¿Ha participado usted alguna vez de orientación tributaria para fortalecer sus conocimientos?	32
Tabla 6 Ítem 6: ¿Cree que es importante la orientación que se le brinde al ciudadano para evitar que el contribuyente cometa evasión de sus impuestos? ..	33
Tabla 7 Ítem 7: ¿Usted cree que la forma de difundir la política tributaria que utiliza el Estado es la adecuada?	34
Tabla 8 Ítem 8: ¿En todos los puestos del mercado donde compra le emiten siempre comprobante de compra?	35
Tabla 9 Ítem 9: ¿Para usted es importante que todos los ciudadanos contribuyamos a mejorar la recaudación tributaria?	36
Tabla 10 Ítem 10: ¿Es importante que en los colegios se forme al ciudadano con valores y responsabilidad de tributar a favor del estado y la sociedad?	37
Tabla 11 Ítem 11: ¿Para usted es responsabilidad de cada ciudadano estar siempre vigilante a la emisión de documentos de compra por parte de los comerciantes del mercado Roberto Segura?	38
Tabla 12 Ítem 12: ¿Como ciudadano, cree que es un deber cívico de todos cumplir con el estado con el aporte de sus tributos?	39
Tabla 13 Ítem 13: ¿Sabe usted que el pago de sus impuestos es retribuido a la sociedad en la cobertura de servicios como salud, educación, y otros?	40
Tabla 14 Ítem 14: ¿Usted al momento de pagar sus tributos piensa en el beneficio social que genera al desarrollo del país?	41
Tabla 15 Ítem 15: ¿Para usted el pago de sus tributos es utilizado para generar desarrollo económico del país?	42

Tabla 16 Ítem 16: ¿Usted cumple con el pago de sus tributos pensando siempre en el beneficio común de la ciudadanía?	43
Tabla 17 Ítem 17: ¿Para usted en el país se han establecido tasas elevadas de impuestos?	44
Tabla 18 Ítem 18: ¿Para usted la SUNAT es muy rigurosa al momento de verificar sus aportes tributarios?	45
Tabla 19 Ítem 19: ¿Ha sido fiscalizado por SUNAT?	46
Tabla 20 Ítem 20: ¿Los responsables de la fiscalización le han detectado evasión tributaria?	47
Tabla 21 Ítem 21: ¿La fiscalización realizada por SUNAT ha generado en usted reacciones positivas en sus aportes tributarios?	48
Tabla 22 Ítem 22: ¿Cree usted que es importante tributar al estado todos los tributos recaudados en el desarrollo de sus operaciones?	49
Tabla 23 Ítem 23: ¿Usted solicita comprobantes de pago en todas sus compras?	50
Tabla 24 Ítem 24: ¿Usted emite comprobantes de pago en todas sus ventas?... 51	
Tabla 25 Ítem 25: ¿Emite comprobante de pago en todas sus operaciones de ventas?.....	52
Tabla 26 Ítem 26: ¿Declarar todas sus ventas le ha traído beneficios en la operatividad de su negocio?.....	53
Tabla 27 Variable Independiente: Cultura Tributaria.....	54
Tabla 28 Variable Dependiente: Evasión Tributaria.....	54
Tabla 29 Estadísticos para hallar el Nivel de Cultura Tributaria.....	55
Tabla 30 Nivel de Cultura Tributaria de los Ciudadanos consumidores finales del mercado Roberto Segura de Jaén 2019	55
Tabla 31 Estadísticos para hallar el Nivel de Evasión Tributaria	56
Tabla 32 Nivel de Evasión Tributaria de los Ciudadanos consumidores finales del mercado Roberto Segura de Jaén 2019	57
Tabla 33 Relación entre las Dimensiones de la Cultura Tributaria con las Dimensiones de Evasión Tributaria.....	58

Índice de figuras

Figura 1	Gráfico estadístico del Ítem 1	28
Figura 2	Gráfico Estadístico del Ítem 2.....	29
Figura 3	Gráfico Estadístico del Ítem 3.....	30
Figura 4	Gráfico Estadístico del Ítem 4.....	31
Figura 5	Gráfico Estadístico del Ítem 5.....	32
Figura 6	Gráfico Estadístico del Ítem 6.....	33
Figura 7	Gráfico Estadístico del Ítem 7.....	34
Figura 8	Gráfico Estadístico del Ítem 8.....	35
Figura 9	Gráfico Estadístico del Ítem 9.....	36
Figura 10	Gráfico Estadístico del Ítem 10.....	37
Figura 11	Gráfico Estadístico del Ítem 11.....	38
Figura 12	Gráfico Estadístico del Ítem 12.....	39
Figura 13	Gráfico Estadístico del Ítem 13.....	40
Figura 14	Gráfico Estadístico del Ítem 14.....	41
Figura 15	Gráfico Estadístico del Ítem 15.....	42
Figura 16	Gráfico Estadístico del Ítem 16.....	43
Figura 17	Gráfico Estadístico del Ítem 17.....	44
Figura 18	Gráfico Estadístico del Ítem 18.....	45
Figura 19	Gráfico Estadístico del Ítem 19.....	46
Figura 20	Gráfico Estadístico del Ítem 20.....	47
Figura 21	Gráfico Estadístico del Ítem 21.....	48
Figura 22	Gráfico Estadístico del Ítem 22.....	49
Figura 23	Gráfico Estadístico del Ítem 23.....	50
Figura 24	Gráfico Estadístico del Ítem 24.....	51
Figura 25	Gráfico Estadístico del Ítem 25.....	52
Figura 26	Gráfico Estadístico del Ítem 26.....	53

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, uno de los problemas que ha limitado las posibilidades de desarrollo de nuestra economía es que somos un país que financia el gasto público en mayor porcentaje con los ingresos provenientes de la recaudación tributaria, pero no ha podido avanzar de acuerdo a lo planificado, porque los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias, por tanto incurren en evasión de tributos, lo cual se convierte en un gran problema que ocasiona la disminución de la recaudación de los ingresos fiscales. A raíz de tales hechos punibles, los que resultan perjudicados en última instancia es la misma sociedad, porque el estado al no disponer de los recursos suficientes para la satisfacción de las diversas necesidades públicas del país, muchas de las inversiones o la ejecución de obras son postergadas. Por ello es necesario fomentar una cultura tributaria en los contribuyentes que promueva una mayor recaudación tributaria, En tal sentido, la evasión tributaria es un fenómeno complejo que tiene que ver con un tema cultural que está ligado con el sentido de relación que tiene el comerciante con el estado, ya que un elemento clave para una mayor recaudación es el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de estos. Para ello es necesario que las personas asuman la tributación como un compromiso que forma parte de sus deberes y derechos como miembros integrantes de una comunidad, como agentes activos del proceso y no en forma pasiva **Realidad problemática:** En la ciudad de Jaén el problema de no cumplir con la contribución tributaria es grande y esto se debe muchas veces al desconocimiento que tienen los ciudadanos y los contribuyentes de la política tributaria implementada por el gobierno de turno, estudios previos como el de la Bachiller Peña (2016), donde concluye que existe bajo nivel de conocimientos de los contribuyentes respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias, generando con esto mayor evasión tributaria en el contribuyente, por lo que esta vez mediante la presente investigación analizaremos la relación de la cultura tributaria de los ciudadanos con el nivel de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén. Esto conlleva a que se generen problemas para poder mejorar la recaudación tributaria, por lo que se requiere desde la formación universitaria en áreas relacionadas como la contable se realicen propuestas que permitan mejorar la recaudación tributaria evitando la

evasión, para ellos las diferentes universidades como la Universidad Particular de Chiclayo deben realizar propuestas a favor de la sociedad, para que esta mejore sus indicadores de cumplimiento de sus obligaciones tributarias, Ante la problemática que se presenta anteriormente es que se plantea el **problema de investigación**: ¿Qué relación existe entre la cultura tributaria de los ciudadanos y la evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019? **problemas específicos** de la investigación son: a) ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria de los ciudadanos que son consumidores finales en el Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019?; b) ¿Cuál es el nivel de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019?; c) ¿Qué relación hay entre las dimensiones de cultura tributaria de los ciudadanos con las dimensiones de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019? La investigación teórica **se justifica** porque mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos realizados previamente por otros autores se busca analizar si esto se cumple en la práctica al verificar al medir las dos variables cultura y evasión tributarias y relacionarlas entre sí. La justificación metodológica va a permitir lograr lo establecido en los objetivos de estudio, por lo que se acudirá al empleo de técnicas de investigación como la encuesta, para evaluar la relación entre las dos variables en estudio. La justificación práctica permitirá contribuir a determinar las condiciones adecuadas para mejorar la cultura tributaria de los ciudadanos y la relación que esta tiene con la evasión tributaria de los comerciantes del mercado Roberto Segura, lo que permitirá a la administración tributaria tener las herramientas necesarias para mejorar la recaudación, permitiendo a la vez que quede como un aporte a la comunidad científica. Por lo que se contempla como **Objetivo General** de la investigación: Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria de los ciudadanos y la evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019. Los **Objetivos Específicos** de la investigación propuestos son: a) Conocer el nivel de cultura tributaria de los ciudadanos que son consumidores finales en el Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019; b) Identificar el nivel de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019; y, c) Establecer la relación entre las dimensiones de cultura tributaria de los ciudadanos con las dimensiones de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019. Como **Hipótesis**

General se estableció: Existe una relación significativa entre la cultura tributaria de los ciudadanos y la evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019. Siendo las **Hipótesis Específicas**: a) El nivel de cultura tributaria de los ciudadanos que son consumidores finales en el Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es media; b) El nivel de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es media; y, c) La relación entre las dimensiones de cultura tributaria de los ciudadanos con las dimensiones de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es significativa.

II. DESARROLLO

MARCO TEORICO

ANTECEDENTES INTERNACIONALES:

Camacho & Patarroyo (2017). En su tesis que tuvo como objetivo general: “Analizar el perfil del contribuyente frente a la cultura tributaria en Colombia”. Utilizando el tipo de investigación exploratoria – enfoque. Llegando a la conclusión que; la cultura tributaria en Colombia es una herramienta fundamental que le permite al Estado generar un desarrollo económico, social, cultural y político, por lo que el perfil del contribuyente frente a la tributación es una de los componentes indispensables que permiten tener un desarrollo de la cultura tributaria. En otra conclusión, el contribuyente puede afianzar sus conocimientos y tener un mayor crecimiento en relación con la cultura tributaria en Colombia, participando de manera activa en los diversos programas que implementa el gobierno en pro del desarrollo de la misma, del mismo modo el contribuyente debe estar en constante actualización de la información que tiene relación con la cultura tributaria, para que sus actuaciones frente a la misma sean de acuerdo a la normatividad y procedimientos que se encuentren vigentes. Recomendando; que el contribuyente esté en constante aprendizaje e información de los diferentes cambios que implementa el Estado, por esto es conveniente que el gobierno informe de manera pedagógica y clara las diferentes alternativas y estrategias que implementa donde informan de manera entendible para el contribuyente los cambios que realizan para que estos puedan cumplir a cabalidad con sus obligaciones tributarias .

Tixi (2016), En su tesis que tiene como objetivo general: “Determinar cómo incide la evasión tributaria en la recaudación del impuesto a la renta de las personas naturales en el cantón Riobamba durante el período 2014”. Utilizando el tipo de investigación básica- descriptiva y el diseño de investigación es no experimental. En dicha investigación llego a la siguiente conclusión: Las causas de la evasión son varias, pero mediante la encuesta se determinó que la principal causa es la imagen y el nivel confianza que proyecta el gobierno a través de su gestión, complementando con la deficiencia en el control y fiscalización por parte del Servicio de Rentas Internas. Además, la falta de difusión y comunicación de la constante actualización tributaria es lo que ha provocado que hasta profesionales

se vean inmiscuidos en errores por desconocimiento e inadecuada aplicación de las leyes tributarias. Recomendando; Concientizar al gobierno a direccionar su gestión para satisfacer las necesidades de la sociedad con obras de calidad; de la misma manera evitar el gasto incensario y el de proporcionar una rendición de cuentas real a los ciudadanos de la gestión realizada y el uso del dinero dentro de determinado período.

Antecedentes Nacionales

Gonzales (2016) En su tesis cuyo objetivo general fue: Determinar el nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, Año 2016. Utilizando el tipo de investigación es descriptiva y el diseño de investigación es no experimental de corte transversal; donde se llegó a la conclusión; Las causas que motivan la falta de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco son un bajo conocimiento tributario, desmotivación para pagar sus impuestos, debido a que el 37% opinan que sus gobernantes son corruptos y consideran que los impuestos son excesivos y que no les va a generar ningún beneficio recomendando; Asesorar a los comerciantes del mercado de Huanchaco a través de un profesional especializado en materia tributaria, enviado por SUNAT, para que puedan elevar el nivel de cultura tributaria y comprendan realmente cuales son los beneficios de cumplir con sus obligaciones tributarias y acogerse al régimen tributario que mejor les convenga.

Julcamoro & Machuca, (2017), en su Tesis cuyo objetivo general fue: “Determinar la Influencia de la Cultura Tributaria en la evasión de impuestos en los comerciantes de las Galerías Arcángel Cajamarca 2017”. El tipo de investigación fue descriptiva con diseño no experimental; transaccionales- explicativos, donde concluye que; el 64.9% de los comerciantes de los comerciantes de las Galerías Arcángel, no tienen cultura tributaria lo que influye preponderadamente en la evasión de impuestos, éstos cumplen con sus obligaciones por presión, pero no por voluntad propia o por qué consideren la importancia que tienen el pago de impuestos en la recaudación fiscal y los beneficios sociales. Asimismo; la evasión de impuestos se da debido a muchas causas, sin embargo, una de las más resaltantes es la falta de cultura y conciencia tributaria, que permita considerar que tributar es obligación de todos, una obligación, pero que está asociada al desarrollo de la sociedad misma, de la sociedad de los hombres y mujeres, de un pueblo que requiere ciertos elementos

de convivencia, seguridad, defensa, salud y educación. Recomendando que; los representantes de la SUNAT sean quienes vayan hacia los contribuyentes o los convoquen, para informarles y orientarles debidamente con relación a sus deberes y derechos que le imponen y otorgan las leyes tributarias, con el fin de lograr el cumplimiento voluntario mediante la educación tributaria, para que el contribuyente declare y pague de manera correcta sus obligaciones tributarias.

Antecedentes locales

Peña (2016), en su investigación cuyo objetivo general fue: Determinar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2016. El tipo de Investigación es descriptiva explicativa, donde concluye que: que el nivel de conocimientos que tienen los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén sobre Cultura tributaria es Bajo, pues hasta la fecha de aplicación de la encuesta el 83% en promedio, manifestó no tener conocimientos de Cultura tributaria (Categorías Nunca 51,0% y Algunas Veces 32,0% en promedio). Recomendando, a las instituciones públicas involucradas en la formalización empresarial promover mayor conocimiento en temas de cultura tributaria y formalización con el fin de fortalecer las iniciativas de formalización que tiene los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2016, para mejorar el ornato de la ciudad, creciendo de forma ordenada y segura.

Capuñay (2019) Cultura Tributaria Y Su Incidencia En La Evasión De Impuestos En Los Comerciantes De Abarrotes Del Mercado Moshoqueque – Lambayeque 2017. Universidad Señor De Sipán. Su objetivo general fue: Determinar que la cultura tributaria incide en la evasión de impuestos de los comerciantes del mercado Moshoqueque, en el periodo 2017. Llegando a las siguientes conclusiones: Falta cultura tributaria en los comerciantes de abarrotes del mercado Moshoqueque, no asisten a charlas tributarias y por lo consiguiente desconocen de sus obligaciones tributarias. Los contribuyentes formales, presentan considerables índices de evasión de impuestos, entre las razones es porque no emiten comprobante de pago. El nivel de cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado Moshoqueque antes del plan de mejora de cultura tributaria presentó un escaso nivel de cultura tributaria alcanzando 4.40 en promedio, después de la aplicación

del plan de mejora los comerciantes registraron un promedio de 12.25 registrando así un buen nivel de cultura tributaria

BASE TEORICA

Cultura Tributaria

Según Huere y Muña, (2016), nos dice; que cultura es el conjunto de símbolos tales como: valores, normas, actitudes, creencias, idiomas, costumbres, ritos, hábitos, capacidades, educación, moral, arte, etc.; y objetos dentro de los que encontramos: vestimenta, vivienda, productos, obras de arte, herramientas, etc.; que son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra por los miembros de una sociedad, por tanto, es un factor que determina, regula y moldea la conducta humana (p. 33).

Para, Borja y Ortega, (2013); definen a la cultura tributaria como el conjunto de costumbres, hábitos individuales y colectivos que permiten el cumplimiento de los deberes y la defensa de los derechos relacionados con los tributos pagados al estado. En este sentido no sólo el ciudadano está llamado a tener conciencia de sus obligaciones como contribuyente, sino también el estado, cumpliendo con las obras y servicios financiados con el dinero recaudado.

Según Bromberg (2009), citado por Bonilla, (2014); la cultura tributaria se define como un “conjunto de acciones con pretensión de sistematicidad que se financian mediante presupuesto de inversión y se diseñan con objetivos directos e impactos indirectos con el fin de mejorar la disposición de un sistema político a aceptar voluntariamente la carga y los procedimientos de tributos, tasas y contribuciones que se destinan a la provisión de bienes y servicios comunes o de bienes y servicios meritorios para el mismo sistema político que decide imponérselas (p. 23).

Para obtener una cultura tributaria que logre cambios en el comportamiento de los contribuyentes, se necesita tiempo; es por ello, que no se puede hablar de rapidez o de éxitos en el corto plazo, ya que la adquisición de un determinado comportamiento cultural en aspectos económicos, sociales y políticos es lenta, por lo tanto, si la cultura no se cultiva durante años, no se puede improvisar ni suponer (Huere & Muña 2016, p. 37).

Según Burga, (2014), Nos dice que la cultura tributaria es importante ya que participa en el comportamiento de los contribuyentes respecto al cumplimiento de

sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria. La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria (p. 35).

Tanto a la persona natural, como a la persona jurídica que desarrollan actividades generadoras de rentas de tercera categoría les interesa conocer y difundir la cultura tributaria que es una estrategia importante para posibilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y contribuir a la disminución de la evasión fiscal (Ramos & Remigio, 2015, p. 6).

Por ese motivo es importante que el contribuyente cuente con una buena cultura tributaria ya que su conducta repercutirá frente a la administración tributaria, además, de la forma como enfrentan los contribuyentes sus deberes y derechos frente a la administración tributaria.

Ramos & Remigio (2015). Es un cambio de actitudes encaminadas al logro de una sociedad democrática más justa y solidaria, donde los ciudadanos se comprometen a actuar con responsabilidad y transparencia (p.28).

La conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También se la define como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo (Tarazona & Veliz de Villa, 2016, p. 27).

La Conciencia Tributaria se genera en un proceso en el cual concurren varios eventos que le otorgan causa, justificación y diferenciación social al comportamiento del ciudadano respecto de la tributación el resultado de este proceso de generación de Conciencia Tributaria es binario; es decir una persona puede adoptar la posición de tolerar o no la evasión, dando lugar a personas con Conciencia Tributaria Positiva y personas con Conciencia Tributaria Negativa (Mogollón, 2014, p. 20). Según, Mogollón, (2014) , Señala las siguientes medidas para incrementar la cultura tributaria:

La Obligación Tributaria - Inversión Futura. – “Si bien es cierto que pagar los impuestos es una obligación ciudadana, no es menos cierto que la mejor manera de lograr la comprensión del público, es a través de una transparente rendición de cuentas, y esto se logra a través de la obra pública, la eficiencia de los servicios y la importancia de la tarea social”. “Para lograr un mejor futuro, se requiere la

participación de la sociedad civil, la cual debe acompañar en rol estelar, ese proceso de transformación, bajo el signo de la eficiencia, la equidad y la participación” (p. 34).

Facilitación del cumplimiento de la obligación tributaria. – “El ordenamiento jurídico debe ser simple para que llegue a muchas más personas y la Administración Tributaria debe ser cada vez más, una organización de contacto directo con los ciudadanos, orientada al servicio del contribuyente, mejorando y facilitando el cumplimiento de las normas y el pago de los tributos” (p. 35).

Actividades de Educación Tributaria.- Es indispensable la inducción de la cultura tributaria en la Educación peruana, sobre la base de la premisa de que al inculcársele formación en esta área, desde los primeros niveles educativos, bien sea en instituciones públicas o privadas, se estaría contribuyendo a la formación de un nuevo peruano, porque el pagar impuestos es para muchos peruanos algo ajeno a su personalidad y esto ha conformado un círculo vicioso, donde la carga del financiamiento de los servicios públicos recae básicamente sobre la sociedad, en consecuencia, ésta no se siente con el derecho de exigir un buen funcionamiento de los servicios, ni el Estado en la obligación de prestarlos. Los derechos y deberes aprendidos en el hogar se refuerzan y amplían con lo aprendido en la escuela, y estos a su vez con lo que se aprende en la comunidad (p. 36).

Las dimensiones en Cultura Tributaria son las siguientes:

Como proceso: referido a la formación de la conciencia tributaria en el individuo; es decir, aquello que se le denomina formación de la conciencia tributaria, la que se da en varios eventos que fortalecen el comportamiento del ciudadano respecto a la aplicación de la tributación aprobada en el país (Bravo, 2012, p. 175).

Como contenido: se trata del desarrollo de los sistemas de información, códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores del comportamiento del ciudadano aprobados en el país respecto al cumplimiento de la tributación. Rige con fuerza normativa al inicio hasta que se constituye como parte de la vida diaria de los contribuyentes, por lo que a esta actividad se le conoce como cultura tributaria (Bravo, 2012, p. 175).

Educación Tributaria: tiene como objetivo primordial transmitir valores, aptitudes e ideas favorables al cumplimiento de la responsabilidad fiscal y contra a la conducta defraudadora; por ello, su finalidad no es tanto transmitir contenidos académicos

como así contenidos cívicos, el tema debe tratarse de responsabilidad ciudadana, que se traduce en asumir las obligaciones tributarias, primero porque lo manda la ley y segundo porque es un deber cívico, orientando de relieve qué efectos tiene el incumplimiento de la obligación para el individuo y para la sociedad (Chávez, 2017, p. 4).

Evasión tributaria

Lapinell (2011), citado por Quintanilla, (2014), señala que la evasión tributaria se puede definir como la disminución de un monto de tributo producido dentro de un país por parte de quienes estando obligados a abonarlo no lo hacen, y en cambio si obtienen beneficios mediante comportamientos fraudulentos. También se puede definir como el incumplimiento total o parcial por parte de los contribuyentes, en la declaración y pago de sus obligaciones tributarias. Hay quienes la definen como el acto de no declarar y pagar un impuesto en contradicción con la ley, mediante la reducción ilegal de los gravámenes por medio de maniobras engañosas (p. 43).

Según Villegas (2006) citado por Aguirre & Silva (2013); señala que se entiende por evasión tributaria a todos aquellos actos que impliquen el no pago del tributo en forma total o parcial que le hubiere correspondido abonar a un determinado contribuyente. En toda sociedad moderna, los ciudadanos entregan recursos al estado para que este los asigne eficientemente de acuerdo con las necesidades de la comunidad. A través de tributos, recursos de la comunidad regresan a ella bajo la forma de servicios y obras públicas (p. 45).

La evasión es la omisión parcial o total del impuesto de forma voluntaria o involuntaria y trae como consecuencia una disminución ilegítima de los ingresos tributarios, el otorgamiento indebido de exenciones y un perjuicio a la Administración Tributaria sustraerse del pago de un tributo que legalmente se adeuda. Toda acción u omisión dolosa, violadora de las disposiciones tributarias, destinadas a reducir total o parcialmente la carga tributaria en provecho propio o de terceros (Ávila, 2016, p. 18).

Está relacionada con la comisión de un delito pues él no cumplir con el pago de los tributos va más allá de la no intención de realizar fraude o engañar al estado con una menor contribución a lo que corresponde realmente aportar a los contribuyentes, con la finalidad de evadir sus impuestos muchas veces el contribuyente de forma deliberada no entrega comprobantes de pago por las ventas

o compras realizadas cometiendo un delito con conocimiento de causa solo por no aportar el impuesto correspondiente al estado afectando el financiamiento del presupuesto del gobierno y las actividades programas a realizarse en favor de la sociedad (Yáñez, 2016, p. 174).

La evasión tributaria puede darse por las siguientes Causas: Deseo de obtener beneficios particulares apropiándose del dinero público. Percepción de bajo riesgo de ser detectado. Desconocimiento de las normas tributarias. Procedimientos tributarios complejos. Predominancia de valores personales conservadores y desinterés por adecuarse a la formalización y la legalidad. Percepción de estar pagando demasiados impuestos. Percepción de no estar recibiendo servicios públicos por los impuestos que se pagan (Bravo, 2012, p. 167).

Según Aguirre & Silva (2013); señalan los siguientes elementos en la Evasión Tributaria: Sujeto Pasivo: Es el sujeto pasivo de la relación tributaria, exhibe una característica muy connotativa, pues, evidentemente, actúa sobre el patrimonio propio al defraudar eludiendo el pago de tributos. Asimismo, el deudor tributario es aquel que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria. En tanto, el responsable es aquel que, sin tener la condición de contribuyente, debe cumplir la obligación atribuida a éste. Sujeto Activo: Es el Estado, al cual le pertenece la potestad tributaria. El artículo 74 de la Constitución destaca el uso del JUS IMPERIUM y que el vínculo tributario se determina solo por Ley. Sin embargo, no debe olvidarse que el tributo se encuentra en función de fines, de procesos de distribución y redistribución, por lo que la colectividad también resulta afectada. El agraviado es el órgano administrador del tributo, que es la persona jurídica en la cual recae la acción que efectuó al fraude (47). La Evasión Tributaria se da de distintas formas y en todos los tributos, así tenemos: Renta de 1era. Categoría: La mayoría que alquila inmueble no paga mensualmente el Impuesto a la Renta y los que alquilan bienes muebles tampoco pagan, ejemplo los que alquilan diario los autos para los taxis (Ávila, 2016, p. 19).

Por lo tanto, La renta de primera es el producto en efectivo o en especie del arrendamiento o subarrendamiento de predios, incluidos sus accesorios, así como el importe pactado por los servicios suministrados por el locador y el monto de los tributos que tome a su cargo el arrendatario y que legalmente corresponda al locador (Roman, 2010, p. 15).

Según Quintanilla (2014) la Evasión tributaria tiene tres dimensiones: (p. 24)

Recaudación Tributaria tiene como finalidad la recaudación Tributaria para el desarrollo del país para que luego el estado distribuya los recursos recaudados equitativamente. Fiscalización Tributaria Nos dice que la administración tributaria es rigurosa en la recaudación; debe implementarse fiscalizaciones tributarias a los contribuyentes por ser importante en la disminución de la evasión tributaria generando beneficios en la fiscalización tributaria. Cumplimiento Tributario está referido a revisar si el contribuyente cumple con sus obligaciones tributarias y con qué frecuencia se emite el comprobante de pago que justifica el pago del tributo.

BASE CONCEPTUAL

Definición de términos:

Código Tributario: Es el conjunto de normas que establecen el ordenamiento jurídico

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

Cultura tributaria. "Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación".

Evasión Tributaria: Evasión fiscal o tributaria es toda eliminación o disminución de un monto tributario producida dentro del ámbito de un país por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y que logra tal resultado mediante conductas fraudulentas u omisivas violatorias de disposiciones legales

Fiscalización: Es la revisión, control y verificación que realiza la administración tributaria respecto de los tributos que administra, sin la necesidad de que el contribuyente lo solicite, verificando de esta forma, el correcto cumplimiento de sus obligaciones.

Impuesto: Tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado.

Incentivos Tributarios: Rebajas, exoneraciones y facilidades de carácter tributario que el Estado otorga para promover una actividad económica en particular, una región o un tipo de empresa

Obligación Tributaria: Es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por Ley y de derecho público. Tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria y es exigible coactivamente. Base Legal: Art. 1 del Código Tributario. D.Leg. 773 del 31.12.93

Sensibilización Tributaria: Es la facultad en el cual el contribuyente se acoge a las normas y principios de la administración para el cumplimiento de la declaración y pago de los tributos.

Tributación: Tributación significa tanto el tributar, o pagar Impuestos, como el sistema o régimen tributario existente en una nación. La tributación tiene por objeto recaudar los fondos que el Estado necesita para su funcionamiento pero, según la orientación ideológica que se siga, puede dirigirse también hacia otros objetivos: desarrollar ciertas ramas productivas, redistribuir la Riqueza, etc.

DATOS Y HALLAZGOS MÁS IMPORTANTES

Cultura Tributaria En El Perú

La cultura tributaria en nuestro país es importante porque los ciudadanos deben tomar conciencia de la vinculación existente entre el ingreso fiscal y el gasto público, de la forma y hacia donde el Estado orienta ese gasto, de la labor de la Administración Tributaria para la obtención de los recursos, así como de los efectos nocivos de la evasión y la elusión tributaria. En esa línea, desde hace varios años, nuestra institución está desarrollando programas educativos para los estudiantes de los colegios y universidades en el ámbito nacional para comprometerlos con el desarrollo del país. De esta manera, se busca que se identifiquen con la SUNAT y el Estado para mejorar la recaudación. Por ejemplo, si ellos piden e incentivan a sus familiares a pedir boleta cada vez que adquieren un producto, por cada S/. 20 soles están asegurando el desayuno para un niño de una zona vulnerable con el IGV recaudado por dicha compra. Con este tipo de mensajes potentes, la SUNAT está concientizando sobre la importancia de los impuestos. ¿Cómo aporta el fortalecimiento de la cultura tributaria a la recaudación? Una cultura tributaria fuerte es la base para un real compromiso por parte de la población con el cumplimiento oportuno y correcto de sus obligaciones tributarias. Esta es una tarea cuyos resultados en términos recaudación se verán en el mediano y largo plazo. Si nuestras actividades para fortalecer la cultura tributaria resultan exitosas,

tendremos mejores niveles de recaudación en el futuro porque la población habrá asimilado que el pago de sus impuestos permite el desarrollo económico y social del país. Si bien la cultura tributaria también comprende otros temas, es indudable el énfasis en los ingresos fiscales porque, en gran medida, son los que permiten el cumplimiento de los fines del Estado respecto de la generación de bienestar.

¿Cuáles son las principales dificultades para desarrollar el trabajo de cultura tributaria en la SUNAT? Veo dos grandes dificultades. La primera está relacionada con la percepción negativa que tiene la población de la Administración Tributaria porque es la responsable de recaudar los ingresos fiscales que el país necesita. Esta dificultad es un reto para la SUNAT. Por ello, debemos lograr un verdadero cambio de opinión mediante la difusión de las acciones adoptadas para el cumplimiento voluntario y los productos creados en el marco de la transformación digital para facilitar la vida de los contribuyentes, entre otros. La segunda dificultad está en la forma en que el Estado gasta los recursos públicos. Esto se debe a que frecuentemente se conocen casos de gastos ineficientes o actos de corrupción en las obras realizadas. ¿Cuál fue su motivación para formar parte del Programa Voluntariado SUNAT de la Gerencia de Cultura Tributaria y Aduanera? La razón más importante para formar parte del Programa de Voluntariado es que me permite llegar a los niños y jóvenes de nuestro país. Puedo conversar directamente con ellos sobre lo que es y lo que hace la SUNAT, la importancia de pedir boleta de venta, el rechazo al contrabando y que la gran responsabilidad del desarrollo del país está en sus manos. Les transmito que, con el aporte de cada uno de ellos, se puede lograr un Perú mejor, más justo, solidario y con mejores condiciones de vida para sus ciudadanos. Un aspecto muy gratificante es poder escuchar a los niños y jóvenes, sus inquietudes, sus dudas, sus reclamos y preguntas, así como absolverlas con precisiones y ejemplos. Por ello, la decisión de fortalecer la cultura tributaria a partir de una relación directa con los estudiantes en los colegios y universidades es un acierto. De esta manera, desde temprana edad, los futuros contribuyentes interiorizarán la importancia de aportar a su país con su trabajo, con sus emprendimientos y con el pago de sus impuestos; es decir, con una ciudadanía responsable. ¿Qué mensaje le gustaría transmitir a nuestros lectores?

Fuente. SUNAT. Cultura- Tributaria y aduanera. Entrevista a Luis E. Vera, Superintendente Nacional (08-12-2020).

<https://cultura.sunat.gob.pe/noticias/cultura-tributaria-para-un-peru-mas-justo-y-solidario>

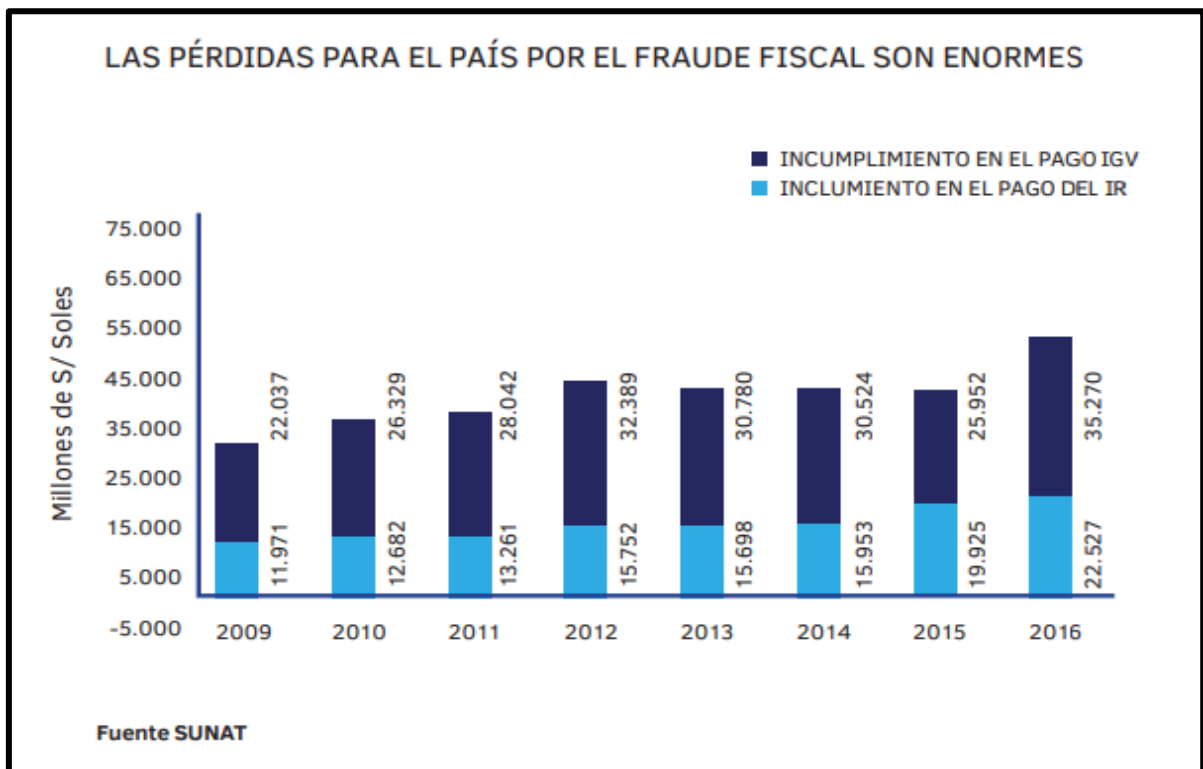
La Evasión Tributaria En El Perú

“Lo que se les paga a los profesores de colegios públicos en este país es una miseria”, “es una vergüenza el abandono del sector cultura por parte del Estado”, “no hay apoyo para deportistas”, “la infraestructura pública es un desastre”, y siguen firmas. Casi no hay sector de la sociedad o persona que no tenga una demanda por mayor presupuesto del Estado. Algunas demandas incluso son justificadas. ¿Por qué el Estado no puede hacer justicia con los pedidos legítimos? Las explicaciones principales son de tres tipos: por corrupción, por ineficiencia y por falta de presupuesto. Entre estas razones –todas importantes sin duda– quizá la más profunda sea la última: la escasa recaudación tributaria del país. Los ingresos fiscales del Perú como porcentaje de su PBI son de aproximadamente 19%, por debajo del promedio de la región de 22% y muy por debajo del promedio de los países de la OCDE de 34%. Porque hay que decirlo claro: casi nadie paga impuestos directos en el Perú. El Impuesto a la Renta (IR) se colecta principalmente de empresas (formales) en función a sus utilidades y de trabajadores (formales) en función de sus salarios. Respecto de las primeras, de los 8,7 millones de unidades productivas que había en el Perú en el 2015, solo 2 millones eran formales. Más aun, de esos 2 millones, solo 300 empresas aportan más del 40% del IR empresarial. Y el número ha mejorado. En el 2010, el 0,02% de unidades productivas contribuía con el 63% de este tributo.

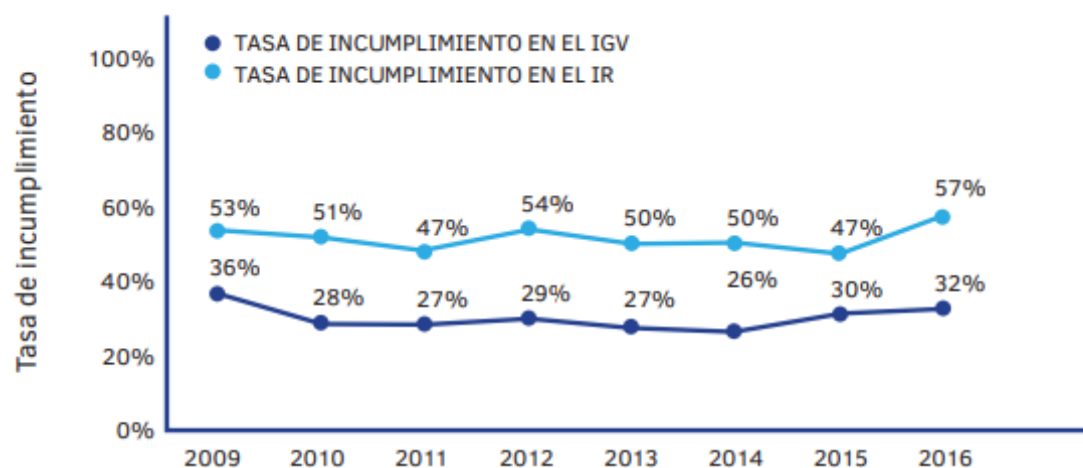
Respecto del pago de IR de los trabajadores, los números también resultan impactantes. Según cifras de la Enaho, entre aquellos que trabajan más de 20 horas, solo uno de cada tres trabajadores es formal y, de estos formales, solo uno de cada cuatro se encuentra afecto al pago de IR (los demás ganan menos de las 7 UIT exoneradas). En consecuencia, solo uno de cada 12 trabajadores aportaría al fisco directamente de su salario. Alguien podrá objetar que el IGV sí lo pagamos todos. Eso es parcialmente cierto. Según la SUNAT, la evasión de este impuesto llega casi al 30%. Y en el caso del IR, dicho sea de paso, llegaría al 50%. La misma fuente indica que al año se evaden cerca de S/60 mil millones, un monto nada despreciable considerando que el total de ingresos tributarios asciende a poco más S/100 mil millones anuales. Así las cosas, ¿es de extrañar que no haya dinero

suficiente para pagarles un buen salario a los profesores, equipar postas médicas, reconstruir carreteras o invertir en ciencia y tecnología? Hay tres culpables de esta situación. Los primeros responsables son los evasores –aquellos que pudiendo y debiendo pagar se burlan del Estado y de nosotros–. El segundo responsable es un sistema de recaudación que por décadas ha preferido exprimir a los pocos que pagan en vez de ampliar la base tributaria y hacer menos costoso, complicado y hasta riesgoso el proceso de pago de impuestos. Y el tercer causante, el más importante, es la baja productividad de la gran mayoría de empresas que no les alcanza para pagar los costos de la formalidad y de la gran mayoría de personas cuyo salario no llega al umbral mínimo de ingresos para empezar a aportar.

Las consecuencias van más allá de una billetera estatal flaca. Decíamos al inicio que la corrupción y la ineficiencia pública también son causas de la falta de respuesta del Estado a demandas ciudadanas válidas. ¿Pero a qué ciudadano le interesa fiscalizar y pedir rendición de cuentas cuando no es su dinero el que está siendo robado o malgastado? ¿Cuántos se sienten con el derecho legítimo a exigir cuando no han contribuido para aportar? No estaría de más tener en cuenta todo esto antes de regresar a la indignación por la dejadez, el olvido y la indiferencia que el Estado ha mantenido con su sector favorito.

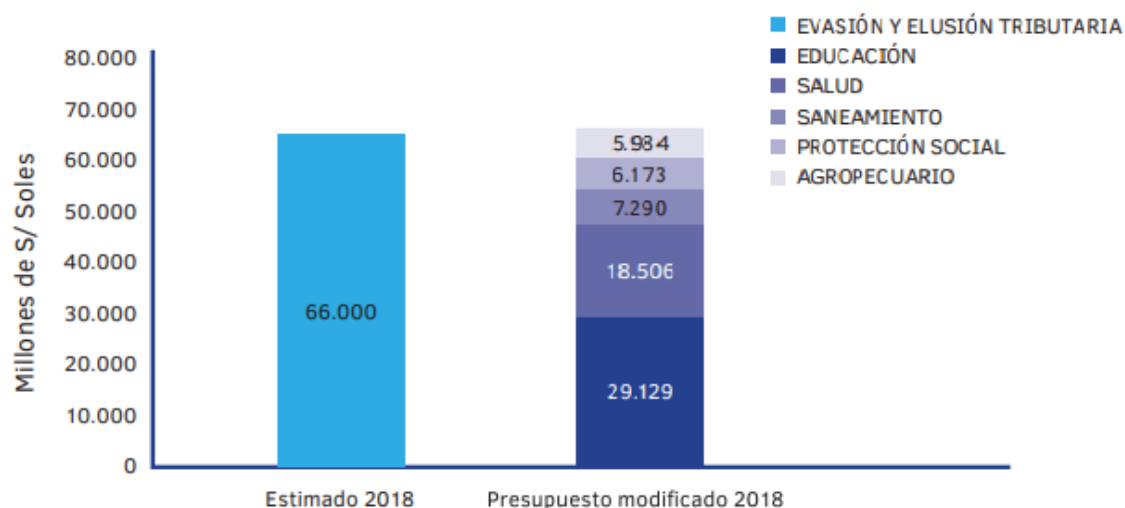


EL FRAUDE FISCAL ALCANZA NIVELES INSOSTENIBLES

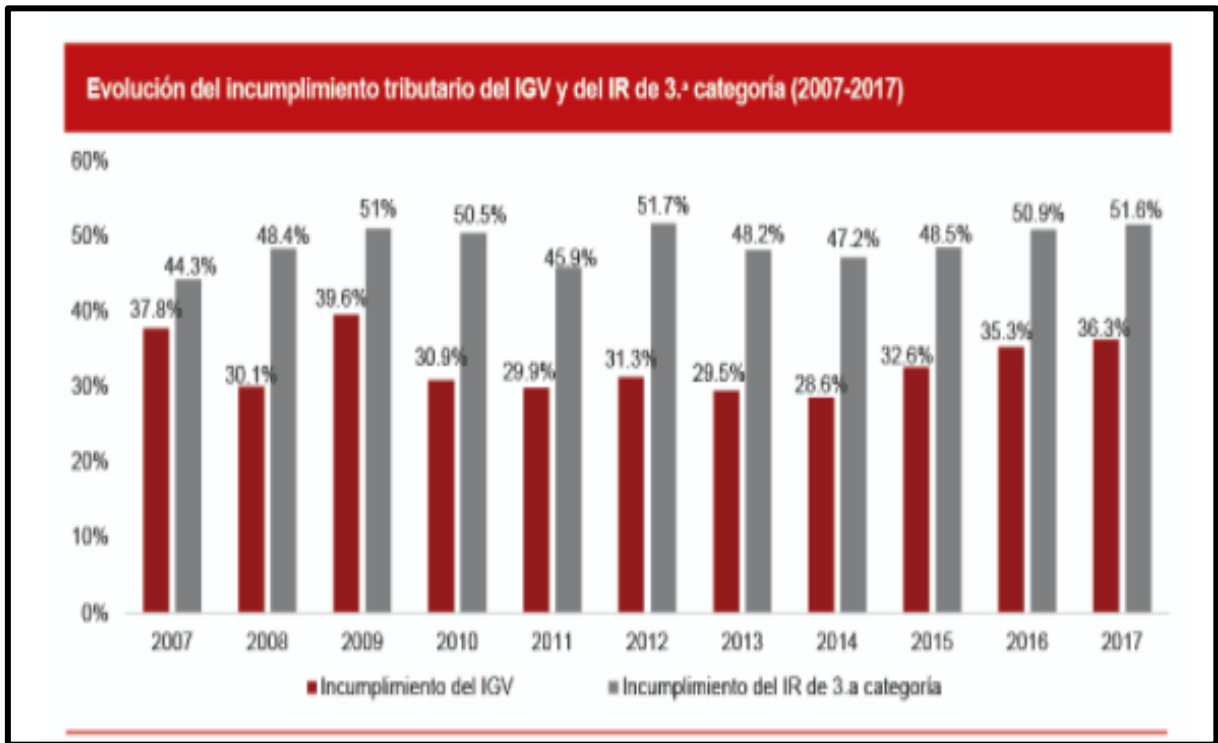


Fuente SUNAT

LO QUE NOS CUESTA EL FRAUDE FISCAL



Fuente MEF



Fuente: COMEX PERU



III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

De acuerdo con el enfoque, el tipo de estudio de la presente investigación es Cuantitativa, porque “se tienen que realizar mediciones a cada variable de la investigación, para posteriormente analizar la relación entre las variables y sus dimensiones” (Hernández, et al, 2014, pp. 5-6).

De acuerdo con el nivel de investigación, esta es descriptiva, porque solo se van a describir e interpretar los resultados que se recojan de los ciudadanos (cultura tributaria) y los contribuyentes (evasión tributaria) en el Mercado Roberto Segura de Jaén, el mismo que nos dará a conocer la relación que existe entre ambas variables con muestras independientes.

Hernández, et al, (2014), indican “que los estudios descriptivos, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (p. 92).

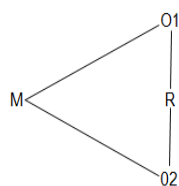
3.2. Diseño de Investigación

No Experimental, porque la investigación se efectúa sin manipular deliberadamente variables; es decir, en el presente estudio no se va a variar en forma intencional de las respuestas de los individuos que componen las dos muestras de las variables para posteriormente ver si son relacionadas o no.

Estudio correlacional, pues tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre las dos variables en investigación en un contexto en particular que son sus muestras: para cultura tributaria son los ciudadanos y para evasión tributaria los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén.

“Los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas y, después, cuantifican y analizan la vinculación” (Hernández, et al, 2010, p. 81).

Esquema:



Dónde:

M: Muestras de la investigación seleccionadas

O1: Cultura tributaria

O2: Evasión tributaria

R: Relación entre el Cultura tributaria y la Evasión tributaria.

3.3. Variables y Operacionalización

Variable Independiente: CULTURA TRIBUTARIA

Definición Conceptual: Es el conjunto de costumbres, hábitos individuales y colectivos que permiten el cumplimiento de los deberes y la defensa de los derechos relacionados con los tributos pagados al estado. En este sentido no sólo el ciudadano está llamado a tener conciencia de sus obligaciones como contribuyente, sino también el estado, cumpliendo con las obras y servicios financiados con el dinero recaudado (Borja, A., y Ortega, E. 2013).

Definición Operacional: Viene a ser el nivel de conocimiento que tienen las personas sobre sus obligaciones tributarias y el pago voluntario y puntual que hacen de sus impuestos. Conformada por las dimensiones:

Proceso, Contenido y educación tributaria.

Con los siguientes Indicadores:

Formación de la Conciencia; Comportamiento del ciudadano respecto de la tributación; Sistemas de orientación del comportamiento ciudadano; Difusión y orientación; Actitudes y valores y Responsabilidad ciudadana.

Variable Dependiente: EVASIÓN TRIBUTARIA

Definición Conceptual: Es considerada evasión tributaria: “cualquier hecho que lleve a cometer u omitir su obligación de declarar totalmente su ingreso,

patrimonio, ganancia, venta, con la finalidad de que no sea considerada como parte de la base sobre la que se calcula el impuesto" (Bravo, 2012, p. 167).

Definición Operacional: Son aquellas personas que tiene negocios y buscan la manera de no cumplir sus impuestos y buscan la manera de no declarar sus bienes. Conformada por las dimensiones:

Recaudación Tributaria; Fiscalización Tributaria y Cumplimiento Tributario

Con los siguientes indicadores:

Recaudación tributaria para el desarrollo del país; Recursos recaudados son distribuidos equitativamente; Administración tributaria es rigurosa; fiscalización tributaria para los contribuyentes; Beneficios la fiscalización tributaria; Contribuyente cumple con sus obligaciones tributarias; y, Con qué frecuencia se emite el comprobante de pago.

Cuadro de Operacionalización de las Variables (Anexo 1)

Anexo 1 Operacionalización de Variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTOS
VARIABLE INDEPENDIENTE: CULTURA TRIBUTARIA	Es el conjunto de costumbres, hábitos individuales y colectivos que permiten el cumplimiento de los deberes y la defensa de los derechos relacionados con los tributos pagados al estado. En este sentido no sólo el ciudadano está llamado a tener conciencia de sus obligaciones como contribuyente, sino también el estado, cumpliendo con las obras y servicios financiados con el dinero recaudado (Borja, A., y Ortega, E. 2013).	Viene a ser el nivel de conocimiento que tienen las personas sobre sus obligaciones tributarias y el pago voluntario y puntual que hacen de sus impuestos.	Proceso Contenido Educación tributaria	-Formación de la Conciencia. -Comportamiento del ciudadano respecto de la tributación. -Sistemas de orientación del comportamiento ciudadano. -Difusión y orientación. -Actitudes y valores -Responsabilidad ciudadana.	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10 11-12	ENCUESTA
VARIABLE DEPENDIENTE:	Es considerada evasión tributaria: "cualquier hecho que lleve a cometer u omitir su obligación de declarar		Recaudación Tributaria.	-Recaudación tributaria para el desarrollo del país; -Recursos recaudados son distribuidos	13-14 15-16	

EVASION TRIBUTARIA	totalmente su ingreso, patrimonio, ganancia, venta, con la finalidad de que no sea considerada como parte de la base sobre la que se calcula el impuesto” (Bravo, 2012, p. 167).	Son aquellas personas que tiene negocios y buscan la manera de no cumplir sus impuestos y buscan la manera de no declarar sus bienes.	Fiscalización Tributaria	equitativamente;		ENCUESTA
				-Administración tributaria es rigurosa	17-18	
				-Fiscalización tributaria para los contribuyentes	19-20	
				- Beneficios de la fiscalización tributaria.	21-22	
			Cumplimiento Tributario	-Contribuyente cumple con sus obligaciones Tributarias.	23-24	
				-Con qué frecuencia se emite el comprobante de pago.	25-26	

3.4. Población y Muestra y Muestreo

Población

La población 01 la constituyen el número total de los Ciudadanos que van a hacer sus compras en el Mercado Roberto Segura de Jaén.

La población 02 la constituyen el número total de los Comerciantes Asociados del Mercado Roberto Segura de Jaén, cuyo número de acuerdo con lo empadronado en la asociación son 120.

Descripción	Cantidad
Comerciantes	120
TOTAL	120

Muestra

Cuando es una población amplia se debe considerar esta fórmula para obtener una muestra.

$n = \frac{z^2 p q N}{z^2 p q + e^2 (N-1)}$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N =Tamaño de la población= 120 Comerciantes

Z = Nivel de confianza al 95% establecido por el investigador = 1.96

p = 0.5 Proporción de individuos de la población que tiene las características que se desean estudiar.

q = 0.5 Proporción de individuos de la población que no tienen las características de interés.

e = Margen de error permisible establecido por el investigador = 5%

Reemplazando:

$n =$	$(1.96)^2 (0.5) (0.5) (120)$
	$(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.10)^2 (120-1)$

n = 53 Comerciantes.

Entonces podemos notar que para la muestra de la variable evasión tributaria sería de 53 comerciantes, con los que se realizará las encuestas respectivas. Por lo que también corresponderá para la primera muestra un número igual de 53 ciudadanos al ser la investigación de tipo correlacional.

Criterios de Inclusión: Se consideran los siguientes

- Los ciudadanos que deseen voluntariamente realizar el cuestionario
- Comerciantes que deseen voluntariamente realizar el cuestionario
- Comerciantes que realicen sus actividades en el mercado Roberto Segura
- Ciudadanos que estén realizando sus compras en los puestos del mercado Roberto Segura

Criterios de Exclusión

- Los ciudadanos que no deseen participar de la investigación
- Comerciantes que no deseen voluntariamente realizar el cuestionario
- Comerciantes que no realicen sus actividades en el mercado Roberto Segura
- Ciudadanos que no estén realizando sus compras en los puestos del mercado Roberto Segura

3.5. Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos

“Son el conjunto de reglas y operaciones concretas para el manejo de los instrumentos, se sitúan a nivel de los hechos o de las etapas prácticas que permite la aplicación del método” (López, 2014, p. 8).

Las técnicas para emplear en el presente trabajo son: la encuesta, el trabajo de campo y la fotografía

Este **instrumento** va a estar constituido por 02 cuestionarios que contienen preguntas cerradas, para medir cada variable de la investigación.

Validación y Confiabilidad de los Instrumentos

La validación del instrumento lo voy a llevar a cabo mediante dos procedimientos complementarios: una evaluación cualitativa, y la determinación de la consistencia interna.

La consistencia interna se determinó de acuerdo con la bibliografía referenciada en el marco teórico.

3.6. Procedimientos de recolección de datos.

Los procedimientos que se utilizarán para la recolección de datos será elaborar una encuesta por cada variable conteniendo preguntas cerradas y será aplicada a la muestra establecida objeto de estudio. Para esto haremos uso de programas computarizados tales como el Excel, Word y luego presentados en base a cuadros y gráficos para ser analizados e interpretados de acuerdo con el problema y objetivos planteados en nuestro estudio.

3.7. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Método de Investigación

Método deductivo, Es el método en el cual los investigadores parten de proposiciones generales o más universales para llegar a una afirmación particular.

Análisis estadísticos y representación de los resultados

Para el procesamiento de datos utilizamos el programa Microsoft Word 2013, Microsoft Excel 2013 y el software SPSS de los resultados recopilados. Como instrumento de investigación utilizaremos el cuestionario Las técnicas que utilizaremos para el procesamiento de datos son:

Trabajo de campo.

Ordenamiento de datos.

Tabulación.

Gráficos.

Análisis e interpretación.

Conclusiones.

El coeficiente de correlación de Pearson

El coeficiente de correlación de Pearson toma valores entre -1 y 1: un valor de 1 indica relación lineal perfecta positiva; un valor de -1 indica relación lineal perfecta negativa (en ambos casos los puntos se encuentran dispuestos en una

línea recta); un valor de 0 indica relación lineal nula. El coeficiente r es una medida simétrica: la correlación entre X_i e Y_i es la misma que entre Y_i y X_i .

Significado del coeficiente de correlación de Pearson

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Es importante señalar que un coeficiente de correlación alto no implica causalidad. Dos variables pueden estar linealmente relacionadas (incluso muy relacionadas) sin que una sea causa de la otra (Sánchez, 2007).

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e Interpretación de Tablas y Figuras

Tabla 1

Ítem 1: ¿Cree usted que el estado tiene una política tributaria pensando en el ciudadano?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	10%
A Veces	27	50%
Casi Siempre	21	40%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

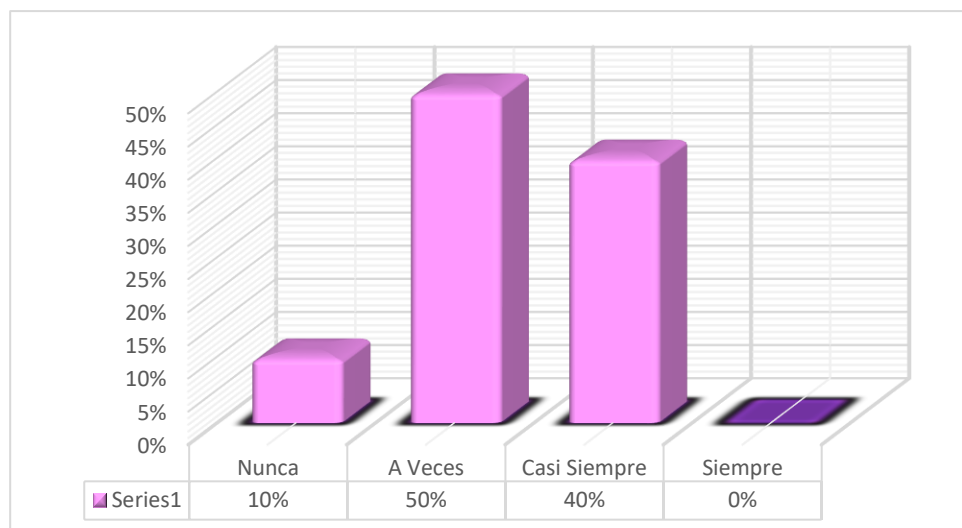


Figura 1

Gráfico estadístico del Ítem 1

Interpretación : Según la Tabla 1 y figura 1 nos muestra que del 100% de los encuestados el 10% cree que el Estado nunca ha tenido una política tributaria pensando en el ciudadano, el 50% opina que a veces el estado ha aplicado su política tributaria pensando en el ciudadano, el 40% dice que casi siempre el Estado ha pensado en el ciudadano al ejercer su política tributaria, de ello decimos que los encuestados en su mayor porcentaje creen que el estado solo a veces ha pensado en ellos al implantar su política tributaria, así mismo piensan que las políticas tributarias favorecen al Estado y no a ellos.

Tabla 2

Ítem 2: ¿Para usted es importante que es solicitar boleto de venta o factura al momento de realizar sus compras?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	10%
A Veces	32	60%
Casi Siempre	16	30%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

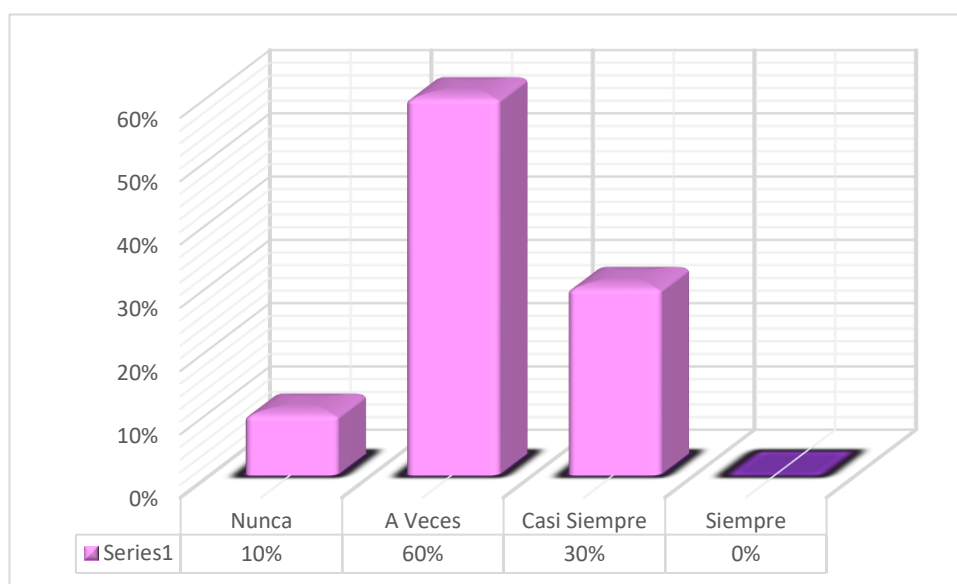


Figura 2

Gráfico Estadístico del Ítem 2

Interpretación : Según la Tabla 2 y figura 2 nos muestra que para el Ítem 2 del 100% de los encuestados el 10% cree que para ellos nunca es importante solicitar boleto de venta o factura al momento de realizar sus compras, el 60% opina que a veces es importante solicitarlas y el 30% nos dice que casi siempre es importante el solicitar boletas y facturas al realizar una, esto nos muestra que en sumatoria, la mayoría de encuestados opina que no es importante el solicitar los comprobantes de pago al momento de realizar sus compras ayudando al informalismo y evasión de impuestos.

Tabla 3

Ítem 3: ¿Usted siempre compra a los comerciantes que emiten documento de compra?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	27	50%
A Veces	19	35%
Casi Siempre	8	15%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

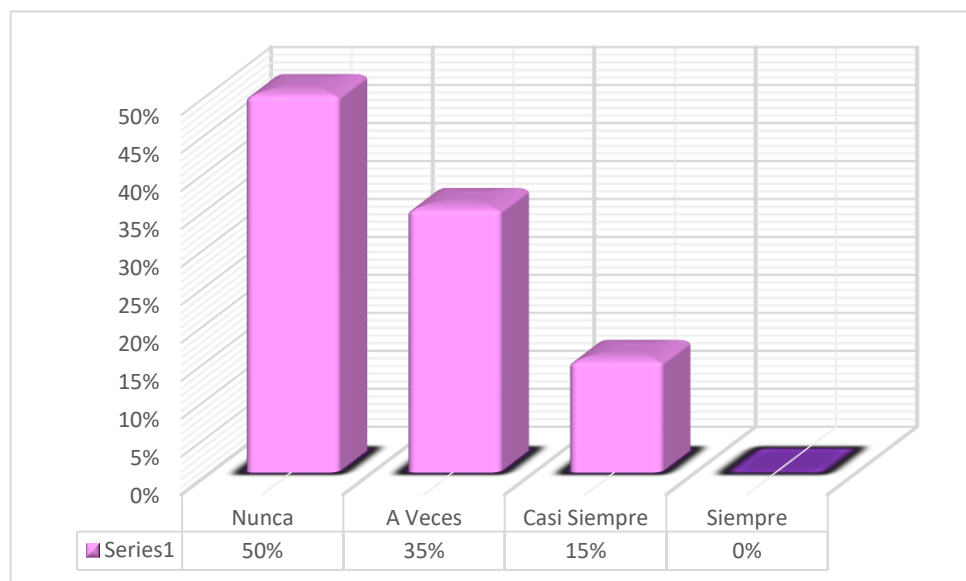
**Figura 3**

Gráfico Estadístico del Ítem 3

Interpretación : Según la Tabla 3 y figura 3 nos muestra que para el Ítem 3 del 100% de los encuestados el 50% nos dice que nunca realiza compras a los comerciantes que emiten documento de compra, el 35% dice que a veces le compra a esos comerciantes y el 15% nos dice que casi siempre realiza las compras donde les den comprobante de pago, como se puede observar, la mayoría de los encuestados compran sus productos donde no les expiden comprobantes de pago y tampoco los exigen, esto hace que exista una evasión tributaria por parte de los vendedores.

Tabla 4

Ítem 4: ¿Cuándo realiza sus compras siempre exige la emisión del comprobante de compra?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	32	60%
A Veces	13	25%
Casi Siempre	8	15%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

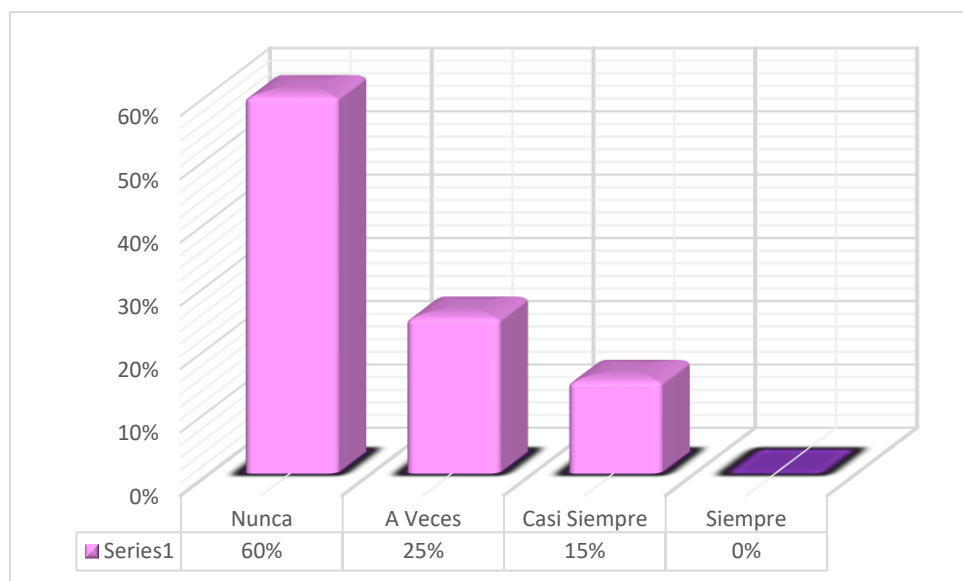


Figura 4

Gráfico Estadístico del Ítem 4

Interpretación: Según la Tabla 4 y figura 4 nos muestra que para el Ítem 4 del 100% de los encuestados el 60% nos dice que nunca exige la emisión del comprobante de compra cuándo realiza sus compras, el 25% dice que a veces exige su comprobante y el 15% nos dice que casi siempre exige su comprobante. Demostrándose que de esta manera en su mayoría los contribuyentes encuestados no solicitan sus comprobantes al realizar sus compras.

Tabla 5

Ítem 5: ¿Ha participado usted alguna vez de orientación tributaria para fortalecer sus conocimientos?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	29	55%
A Veces	21	40%
Casi Siempre	3	5%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

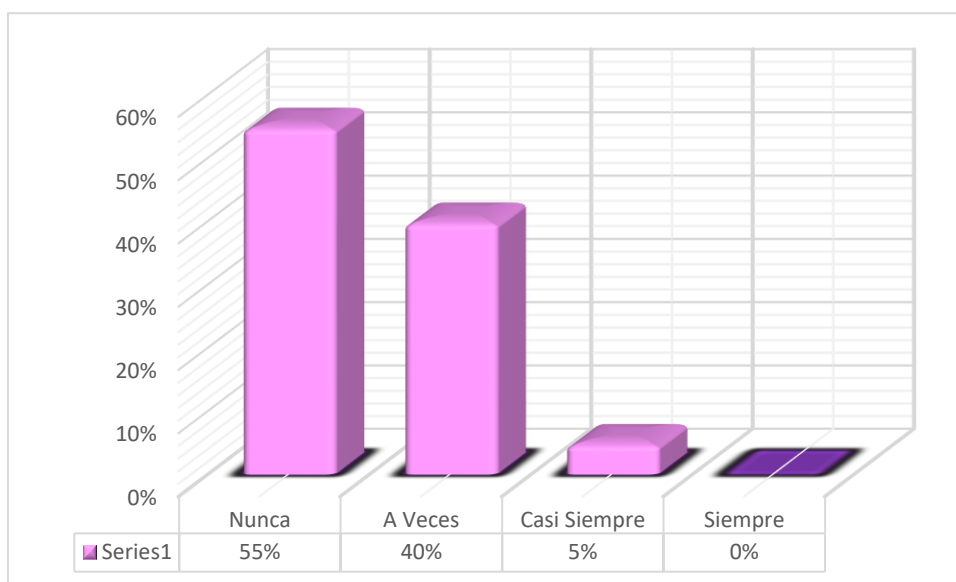


Figura 5

Gráfico Estadístico del Ítem 5

Interpretación: Según la Tabla 5 y figura 5 nos muestra que para el Ítem 5 del 100% de los encuestados el 60% nos dice que nunca exige la emisión del comprobante de compra cuándo realiza sus compras, el 25% dice que a veces exige su comprobante y el 15% nos dice que casi siempre exige su comprobante. Demostrándose que de esta manera en su mayoría los contribuyentes encuestados no solicitan sus comprobantes al realizar sus compras

Tabla 6

Ítem 6 ¿Cree que es importante la orientación que se le brinde al ciudadano para evitar que el contribuyente cometa evasión de sus impuestos?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	19	35%
Casi Siempre	32	60%
Siempre	3	5%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

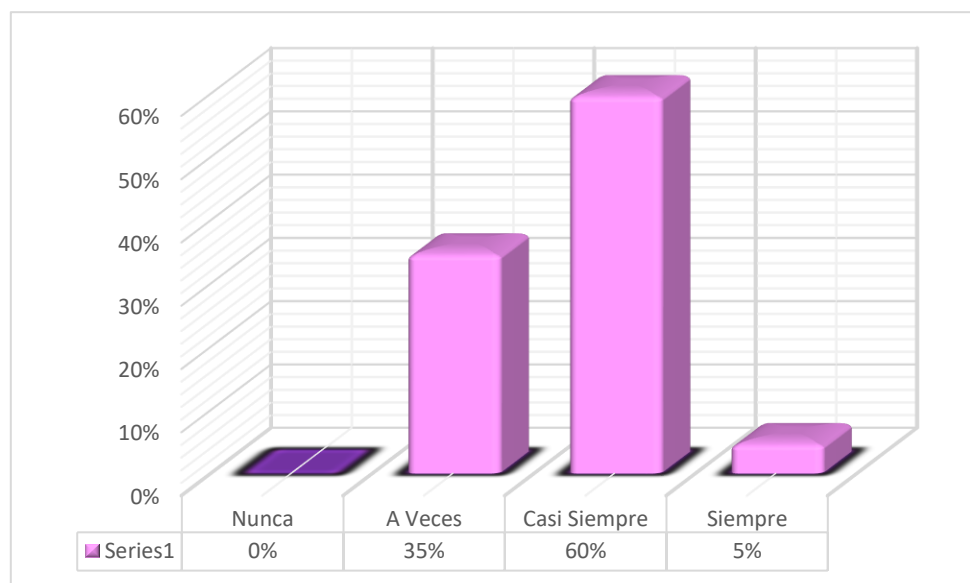
**Figura 6**

Gráfico Estadístico del Ítem 6

Interpretación: Según la Tabla 6 y figura 6 nos muestra que para el Ítem 6 del 100% de los encuestados el 35% nos dice que cree que la orientación que se le brinde al ciudadano a veces es importante para evitar que el contribuyente cometa evasión de sus impuestos, el 60% dice que casi siempre la orientación que se le brinde al ciudadano para evitar que el contribuyente cometa evasión de sus impuestos es importante y el 5% nos dice que siempre es importante la orientación que se le brinde al ciudadano para evitar que el contribuyente cometa evasión de sus impuestos.

Tabla 7

Ítem 7 ¿Usted cree que la forma de difundir la política tributaria que utiliza el Estado es la adecuada?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	15%
A Veces	42	80%
Casi Siempre	3	5%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

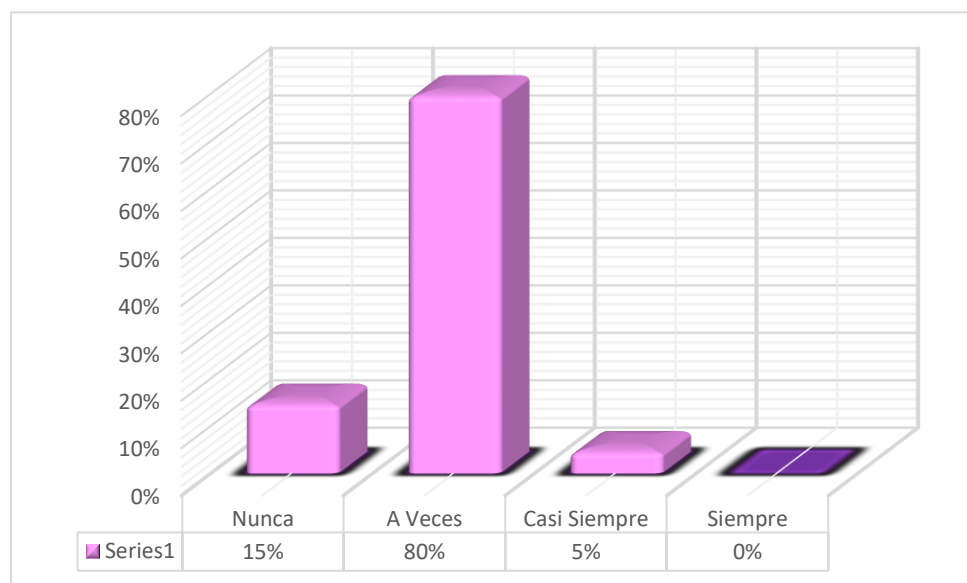
**Figura 7**

Gráfico Estadístico del Ítem 7

Interpretación: Según la Tabla 7 y figura 7 nos muestra que para el Ítem 7 del 100% de los encuestados el 15% nos dice que la forma que tiene el Estado de difundir la política tributaria nunca es la adecuada, el 80% dice que a veces es la adecuada y el 5% nos dice que siempre adecuada la forma en la que el Estado difunde su política tributaria, demostrándose que los contribuyentes no están satisfechos en como el Estado pueda llegar a difundir su política Tributaria, lo que conlleva a que no cuenten con una buena orientación de educación tributaria.

Tabla 8

Ítem 8: ¿En todos los puestos del mercado donde compra le emiten siempre comprobante de compra?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	10%
A Veces	37	70%
Casi Siempre	8	15%
Siempre	3	5%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

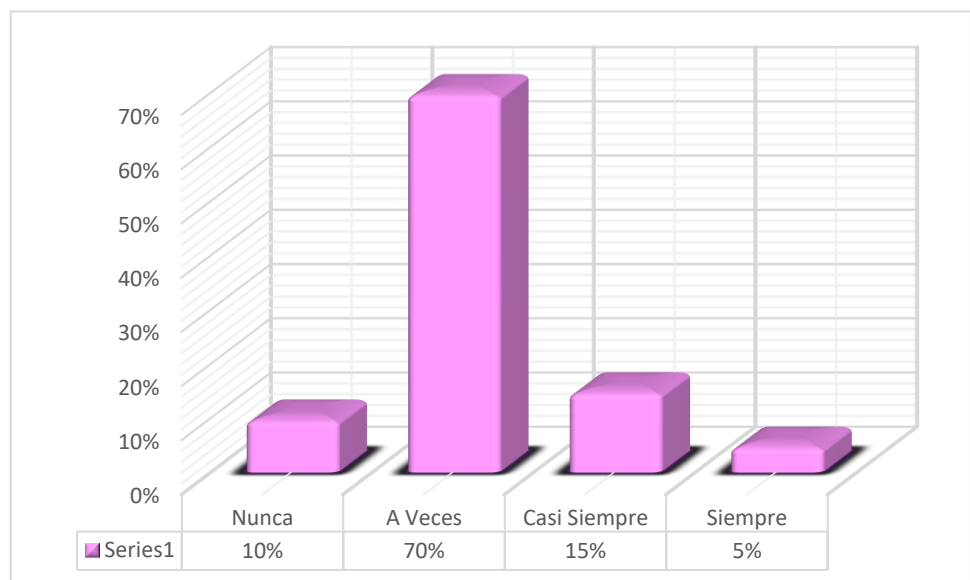


Figura 8

Gráfico Estadístico del Ítem 8

Interpretación: Según la Tabla 8 y figura 8 nos muestra que para el Ítem 8 del 100% de los encuestados el 10% nos dice que nunca le emiten comprobantes de compra en los puestos de mercado donde compra, el 70% dice que a veces le emiten comprobantes de compra en los puestos de mercado, el 15% nos dice que casi siempre le emiten comprobante cuando realiza sus compras en los puestos de mercado y el 5% dice que siempre le emiten comprobantes de pago al momento de realizar su compra, demostrándose así que la gran mayoría de los puestos de mercado no emiten sus comprobantes de compras como manda la norma interpuesta por la Administración Tributaria.

Tabla 9

Ítem 9: ¿Para usted es importante que todos los ciudadanos contribuyamos a mejorar la recaudación tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	16	30%
Casi Siempre	29	55%
Siempre	8	15%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

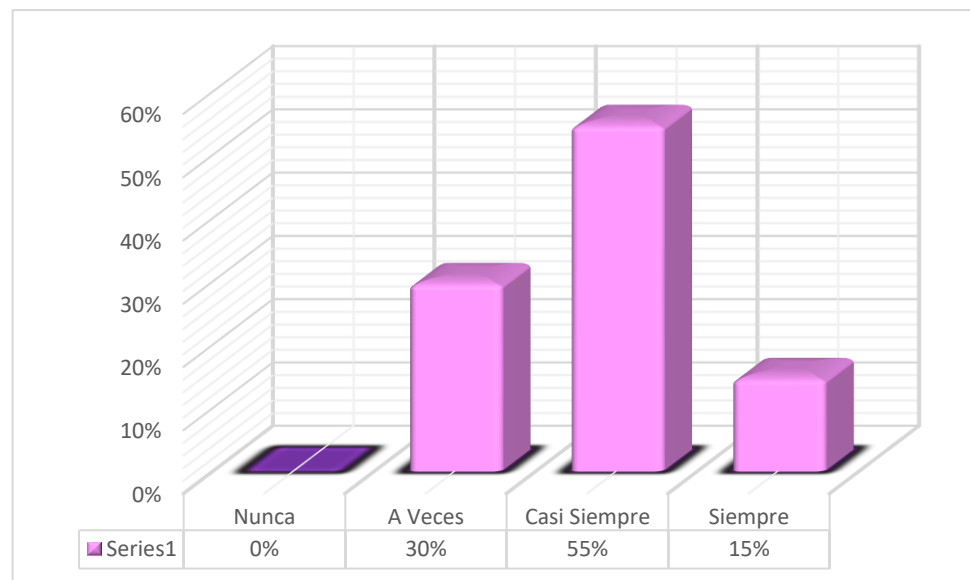
**Figura 9**

Gráfico Estadístico del Ítem 9

Interpretación: Según la Tabla 9 y figura 9 nos muestra que para el Ítem 9 del 100% de los encuestados el 30% nos dice que a veces es importante que todos los ciudadanos contribuyamos a mejorar la recaudación tributaria, el 55% dice que casi siempre es importante que todos los ciudadanos contribuyamos a mejorar la recaudación tributaria y el 15% nos dice que siempre es importante que todos los ciudadanos contribuyamos a mejorar la recaudación tributaria, se demuestra que si bien es cierto en su mayoría creen que es importante que tributemos, en la práctica no se ve reflejado.

Tabla 10

Ítem 10: ¿Es importante que en los colegios se forme al ciudadano con valores y responsabilidad de tributar a favor del estado y la sociedad?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	5	10%
Casi Siempre	32	60%
Siempre	16	30%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

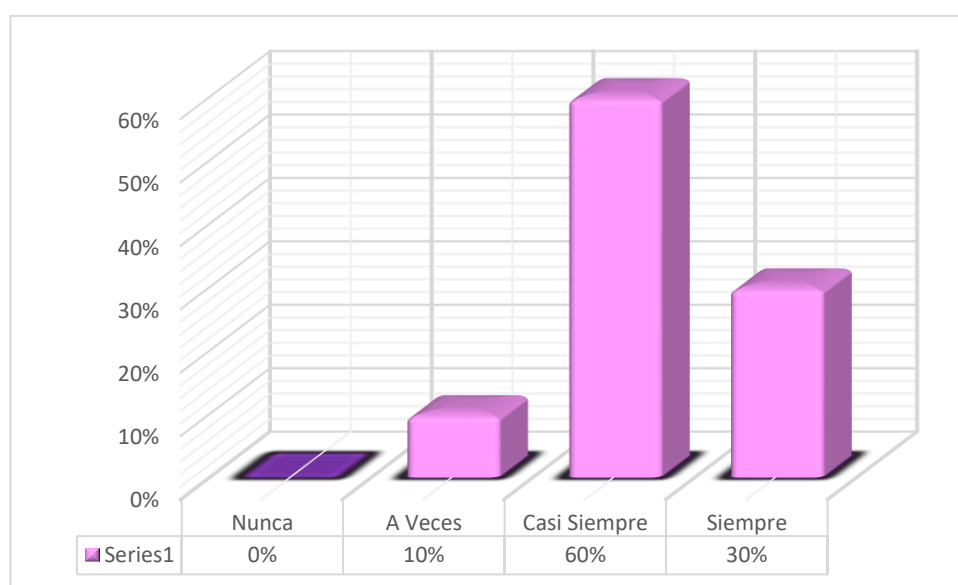
**Figura 10**

Gráfico Estadístico del Ítem 10

Interpretación: Según la Tabla 10 y figura 10 nos muestra que para el Ítem 10 del 100% de los encuestados el 10% nos dice que a veces es importante que en los colegios se forme al ciudadano con valores y responsabilidad de tributar a favor del estado y la sociedad, el 60% dice que casi siempre es importante que en los colegios se forme al ciudadano con valores y responsabilidad de tributar a favor del estado y la sociedad y el 30% nos dice que siempre es importante que en los colegios se forme al ciudadano con valores y responsabilidad de tributar a favor del estado y la sociedad, demostrándose que hay un buen interés por parte de los encuestados de aprender y sentirse orientados.

Tabla 11

Ítem 11: ¿Para usted es responsabilidad de cada ciudadano estar siempre vigilante a la emisión de documentos de compra por parte de los comerciantes del mercado Roberto Segura?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	5%
A Veces	16	30%
Casi Siempre	24	45%
Siempre	11	20%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

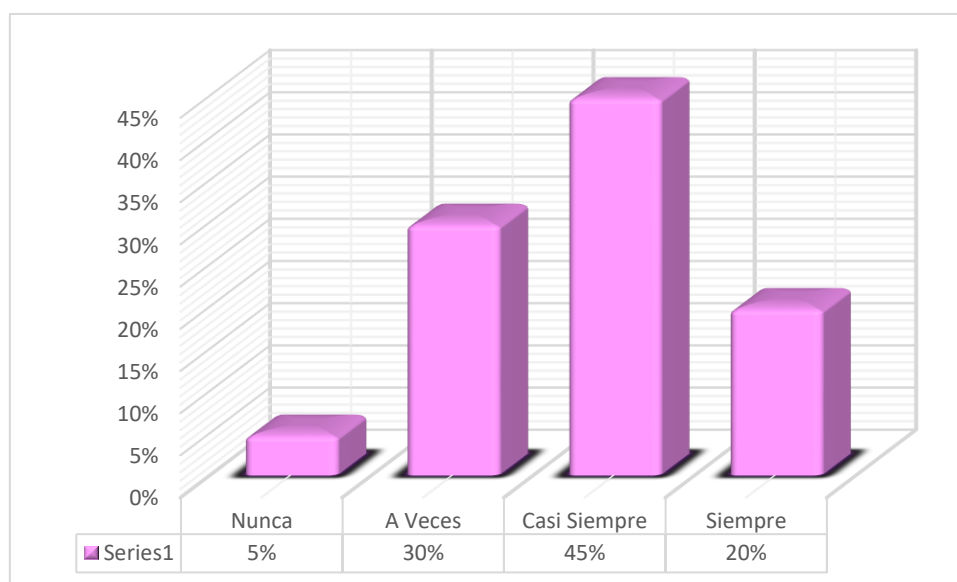


Figura 11

Gráfico Estadístico del Ítem 11

Interpretación: Según la Tabla 11 y figura 11 nos muestra que para el Ítem 11 del 100% de los encuestados el 5% nos dice que nunca cree que es responsabilidad de cada ciudadano el estar siempre vigilante a la emisión de documentos de compra por parte de los comerciantes, el 30% dice que a veces es responsabilidad por parte del ciudadano el estar vigilantes a la emisión de los comprobantes de pago, el 45% opina que a veces es necesario por parte de los ciudadanos el estar vigilante y el 20% opina que siempre se debe tener la responsabilidad de estar vigilante ante la emisión de comprobantes de pago por parte de los comerciantes del mercado Roberto Segura.

Tabla 12

Ítem 12: ¿Como ciudadano, cree que es un deber cívico de todos cumplir con el estado con el aporte de sus tributos?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	11	20%
Casi Siempre	29	55%
Siempre	13	25%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

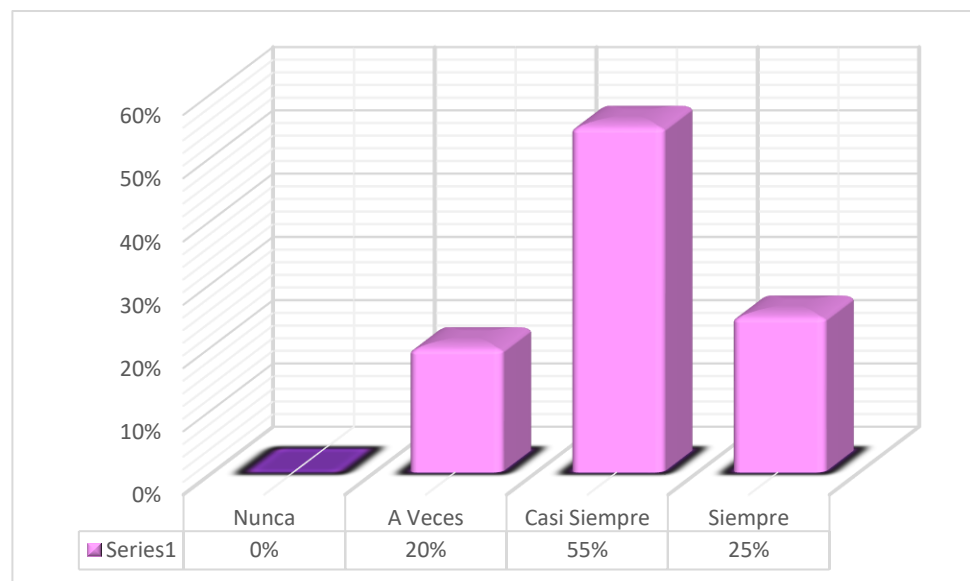
**Figura 12**

Gráfico Estadístico del Ítem 12

Interpretación: Según la Tabla 12 y figura 12 nos muestra que para el Ítem 12 del 100% de los encuestados el 20% dice que a veces como ciudadano es un deber cívico cumplir con el estado en el aporte de sus tributos, el 55% opina que a veces como ciudadano es un deber cívico cumplir con el estado al aportar los tributos y el 25% opina que siempre es un deber cívico como ciudadano el cumplir con el estado en el aporte de sus tributos. Demostrándose que en su mayoría están de acuerdo con que es necesario cumplir la norma, pero en la práctica muchas de estas normas no son aplicadas, ayudando a la evasión tributaria.

Variable Independiente: Evasión Tributaria

Tabla 13

Ítem 13: ¿Sabe usted que el pago de sus impuestos es retribuido a la sociedad en la cobertura de servicios como salud, educación, y otros?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	27	50%
Casi Siempre	27	50%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

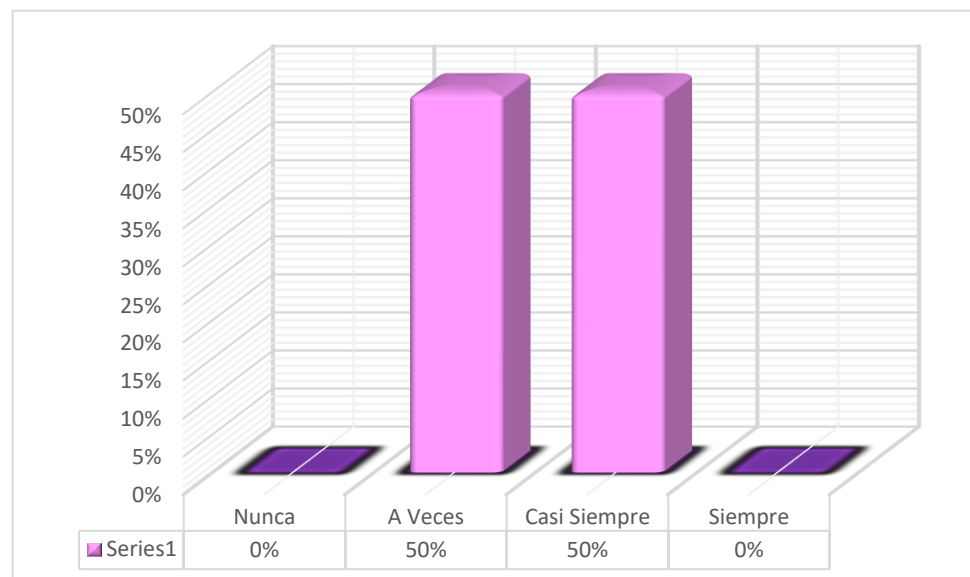


Figura 13

Gráfico Estadístico del Ítem 13

Interpretación: Según la Tabla 13 y figura 13 nos muestra que para el Ítem 13 del 100% de los encuestados el 50% dice que nunca a veces el pago de sus impuestos es retribuido a la sociedad en la cobertura de servicios como salud, educación, el 50% opina que casi siempre el pago de los impuestos es retribuido a la sociedad en la cobertura de servicios como salud, educación. Demostrándose que la mitad de los encuestados no están lo suficientemente de acuerdo en que estos tributos sean destinados a la cobertura de servicios como salud, educación.

Tabla 14

Ítem 14: ¿Usted al momento de pagar sus tributos piensa en el beneficio social que genera al desarrollo del país?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	24	45%
A Veces	19	35%
Casi Siempre	11	20%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

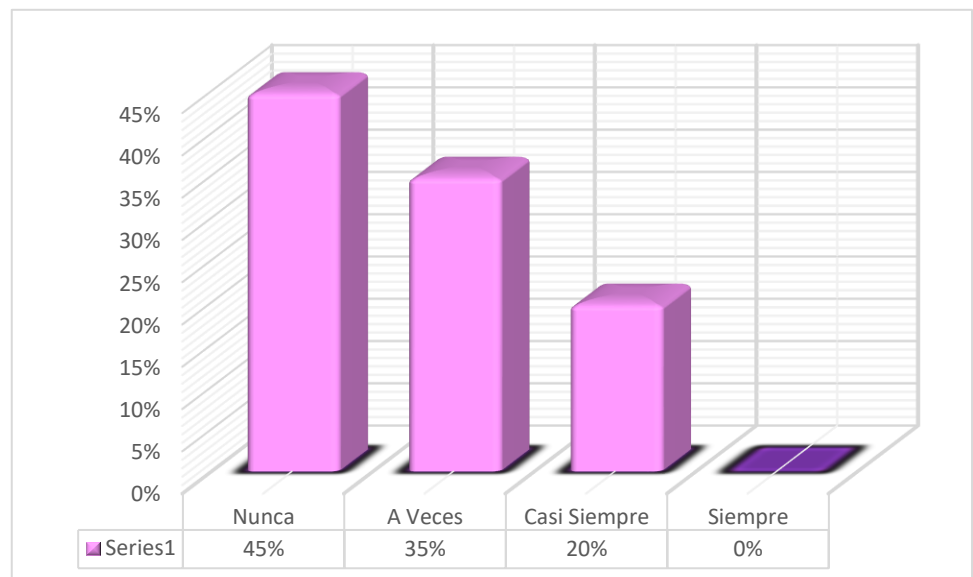
**Figura 14**

Gráfico Estadístico del Ítem 14

Interpretación: Según la Tabla 14 y figura 14 nos muestra que para el Ítem 14 del 100% de los encuestados el 45% dice que nunca piensa en el beneficio social que genera al desarrollo del país al momento de pagar sus tributos, el 35% a veces piensa en el beneficio social que genera al desarrollo del país al momento de pagar sus tributos, el 20% casi siempre piensa en el beneficio social que genera al desarrollo del país al momento de pagar sus tributos, con esto se demuestra que los contribuyentes piensan más en su beneficio que en el de la ciudadanía.

Tabla 15

Item 15: ¿Para usted el pago de sus tributos es utilizado para generar desarrollo económico del país?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	25%
A Veces	32	60%
Casi Siempre	8	15%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

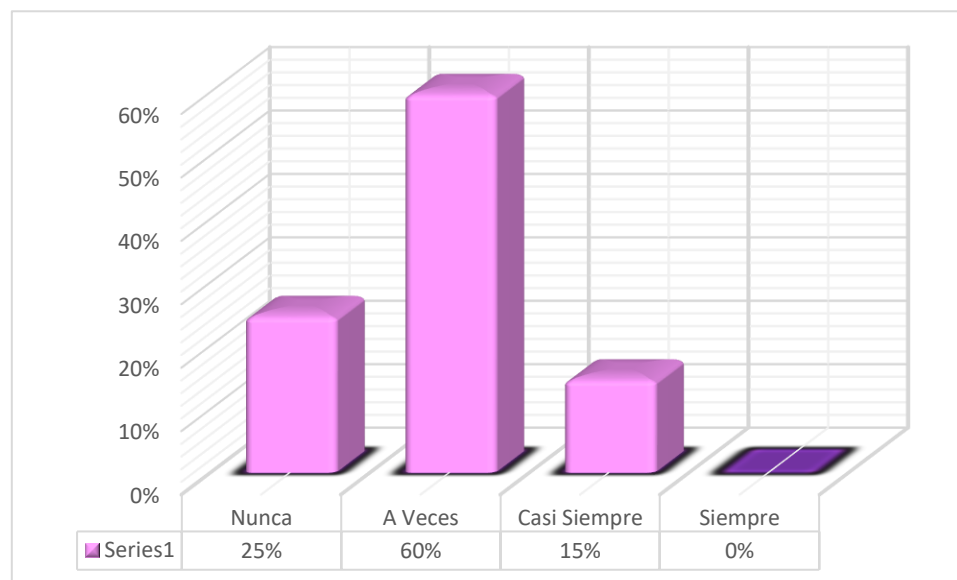
**Figura 15**

Gráfico Estadístico del Ítem 15

Interpretación: Según la Tabla 15 y figura 15 nos muestra que para el Ítem 15 del 100% de los encuestados el 25% dice que el pago de sus tributos nunca es utilizado para generar desarrollo económico del país, el 60% a veces piensa que el pago de sus tributos es utilizado para generar desarrollo económico del país, el 15% casi siempre piensa en que el pago de estos es utilizado en beneficio del país, con esto se demuestra que los contribuyentes en su mayoría piensan que el destino de los tributos no es utilizado para beneficio del país, sino para beneficio de los gobernantes.

Tabla 16

Ítem 16: ¿Usted cumple con el pago de sus tributos pensando siempre en el beneficio común de la ciudadanía?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	20%
A Veces	24	45%
Casi Siempre	19	35%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

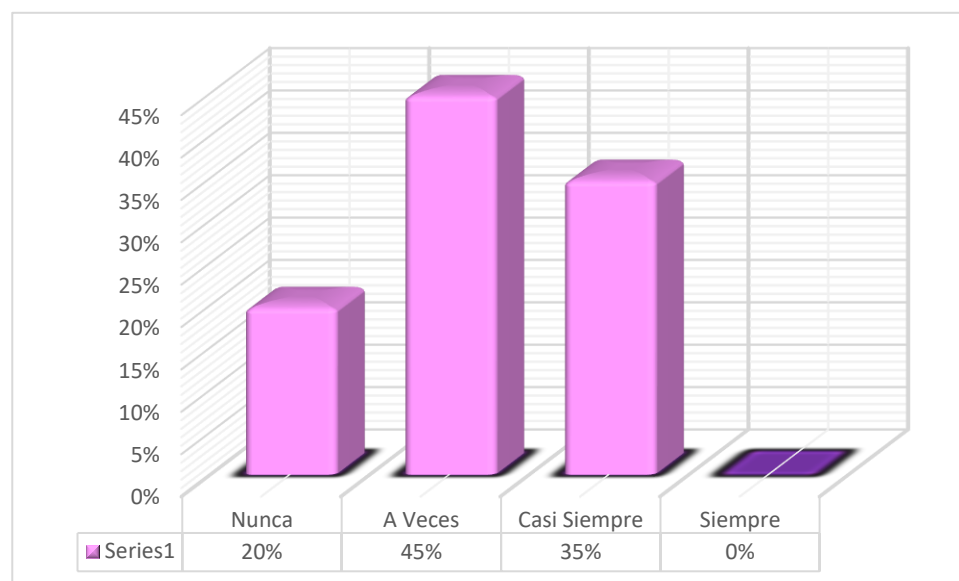
**Figura 16**

Gráfico Estadístico del Ítem 16

Interpretación: Según la Tabla 16 y figura 16 nos muestra que para el Ítem 16 del 100% de los encuestados el 20% dice nunca cumple con el pago de sus tributos pensando en el beneficio común de la ciudadanía, el 49% a veces cumple con el pago de sus tributos pensando en el beneficio común de la ciudadanía, el 35% casi siempre cumple con el pago de sus tributos pensando en el beneficio común de la ciudadanía, con esto se demuestra que los contribuyentes en su mayoría piensan solo realizan los pagos de sus tributos pensando en su bienestar mas no en el bienestar común de la ciudadanía.

Tabla 17

Item17: ¿Para usted en el país se han establecido tasas elevadas de impuestos?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	16	30%
Casi Siempre	32	60%
Siempre	5	10%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

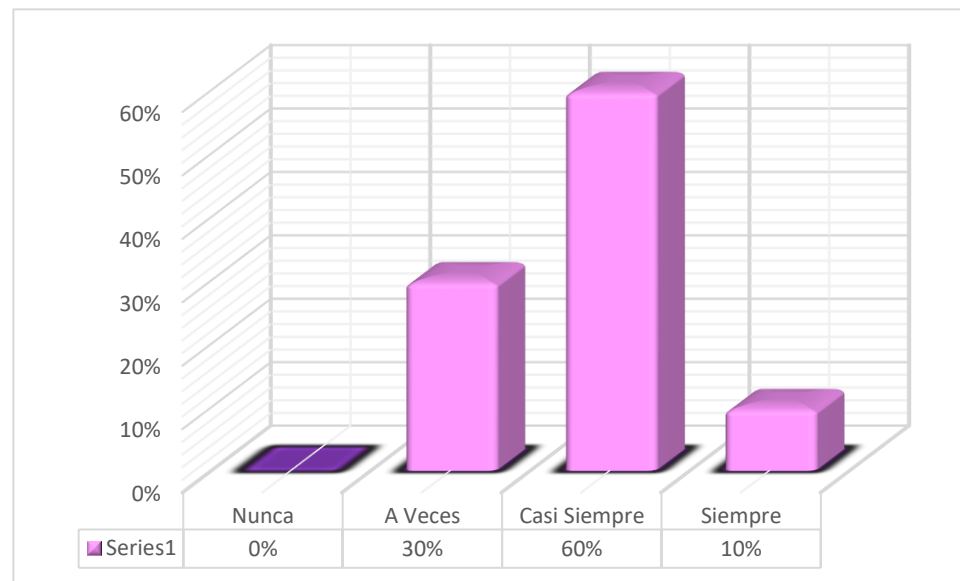


Figura 17

Gráfico Estadístico del Ítem 17

Interpretación: Según la Tabla 17 y figura 17 nos muestra que para el Ítem 17 del 100% de los encuestados el 30% dice en el país a veces se han establecido tasas elevadas de impuestos, el 60% dice que casi siempre en el país se han establecido tasas elevadas de impuestos, el 10% dice que casi siempre se han establecido tasas elevadas de impuestos, con esto se demuestra que los contribuyentes en su mayoría piensan que las tasas de impuestos establecidas, son demasiado elevadas para los ingresos que tienen.

Tabla 18

Ítem 18: ¿Para usted la SUNAT es muy rigurosa al momento de verificar sus aportes tributarios?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	16	30%
Casi Siempre	27	50%
Siempre	11	20%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

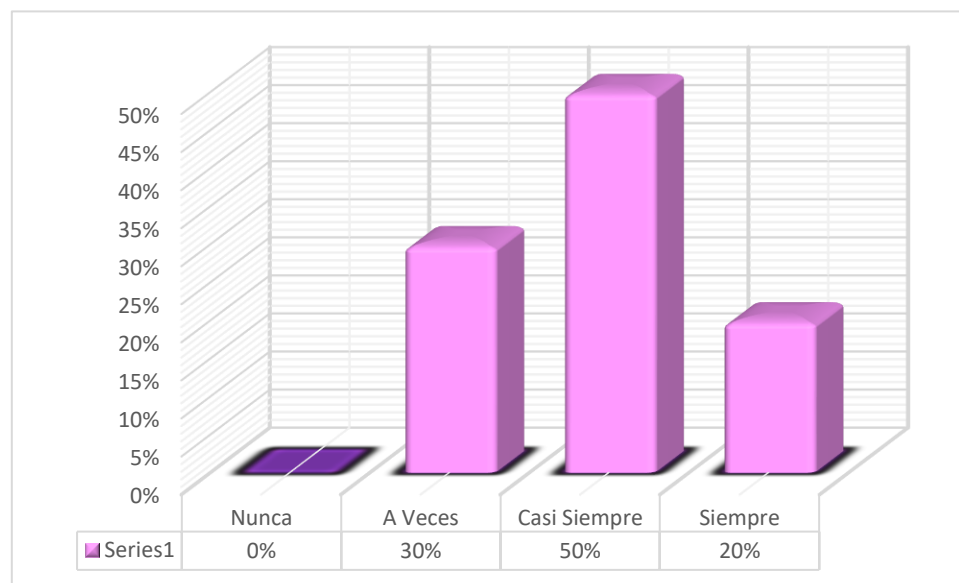
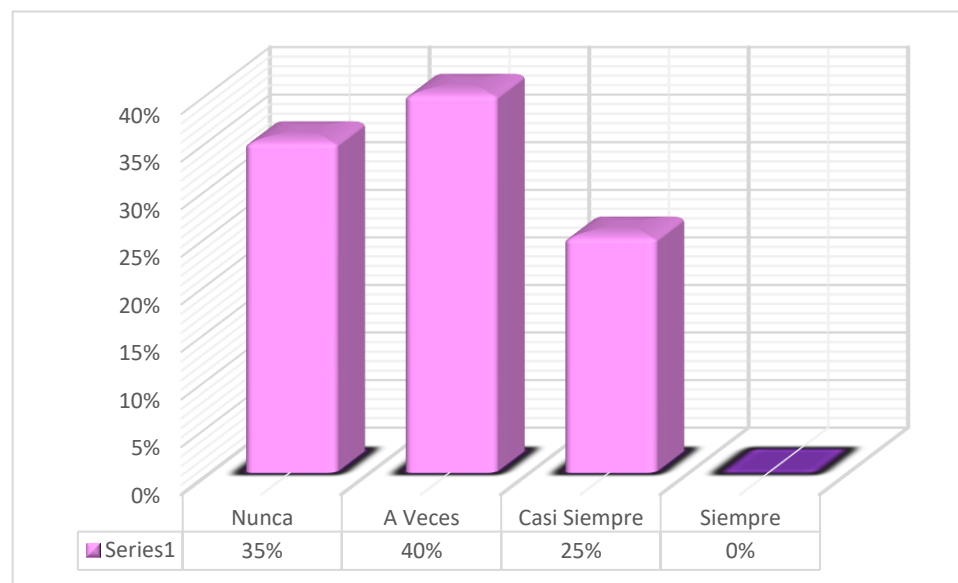
**Figura 18**

Gráfico Estadístico del Ítem 18

Interpretación: Según la Tabla 18 y figura 18 nos muestra que para el Ítem 18 del 100% de los encuestados el 30% dice que la SUNAT a veces es muy rigurosa al momento de verificar sus aportes tributarios, el 50% dice que casi siempre SUNAT es muy rigurosa al momento de verificar sus aportes tributarios, el 20% dice que siempre SUNAT es muy rigurosa al momento de verificar sus aportes tributarios. No siendo beneficioso para ellos, ya que muchos de ellos cometen evasión tributaria.

Tabla 19*Ítem 19: ¿Ha sido fiscalizado por SUNAT?*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	19	35%
A Veces	21	40%
Casi Siempre	13	25%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas**Figura 19***Gráfico Estadístico del Ítem 19*

Interpretación: Según la Tabla 19 y figura 19 nos muestra que para el Ítem 19 del 100% de los encuestados el 35% dice que nunca ha sido fiscalizada por la SUNAT, el 40% dice que a veces ha sido fiscalizada por la SUNAT, el 25% dice que casi siempre ha sido fiscalizado por la SUNAT. Si bien es cierto la SUNAT ha llevado a cabo fiscalizaciones en el Mercado Roberto Segura, estas no han sido muy constantes, ya que muchos de ellos dicen que a veces y otros nunca les hicieron una fiscalización, motivo por el cual siguen beneficiándose con la evasión de impuestos.

Tabla 20

Ítem 20: ¿Los responsables de la fiscalización le han detectado evasión tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	20%
A Veces	19	35%
Casi Siempre	24	45%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

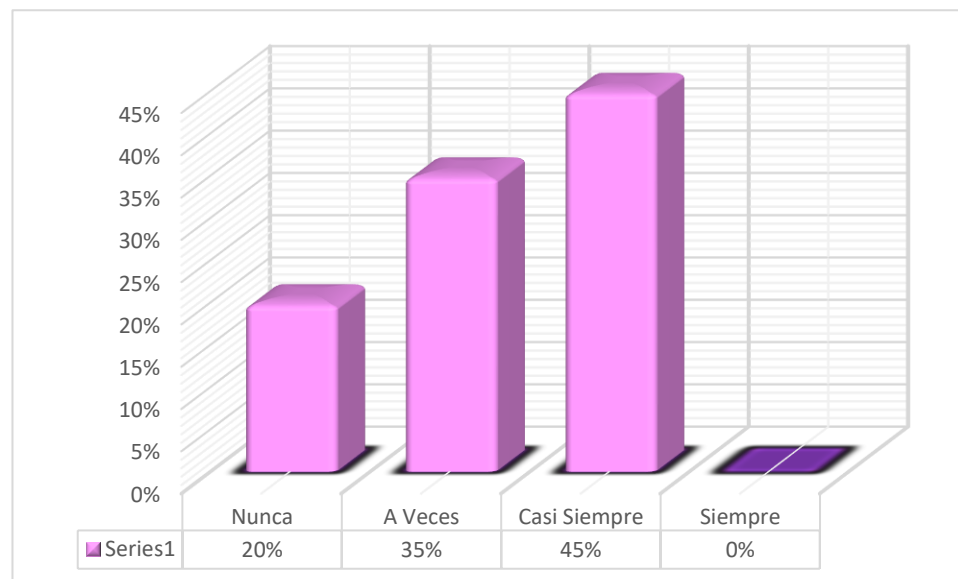
**Figura 20**

Gráfico Estadístico del Ítem 20

Interpretación: Según la Tabla 20y figura 20 nos muestra que para el Ítem 20 del 100% de los encuestados el 20% dice que nunca le han detectado evasión tributaria al realizarle una fiscalización, el 35% dice que a veces le han detectado evasión tributaria al realizarle una fiscalización, el 45% dice que casi siempre le han detectado evasión tributaria al realizarle una fiscalización. Demostrándose que en su mayoría los encuestados han incurrido en una evasión tributaria al realizarles una fiscalización.

Tabla 21

Ítem 21: ¿La fiscalización realizada por SUNAT ha generado en usted reacciones positivas en sus aportes tributarios?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	29	55%
Casi Siempre	21	40%
Siempre	3	5%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

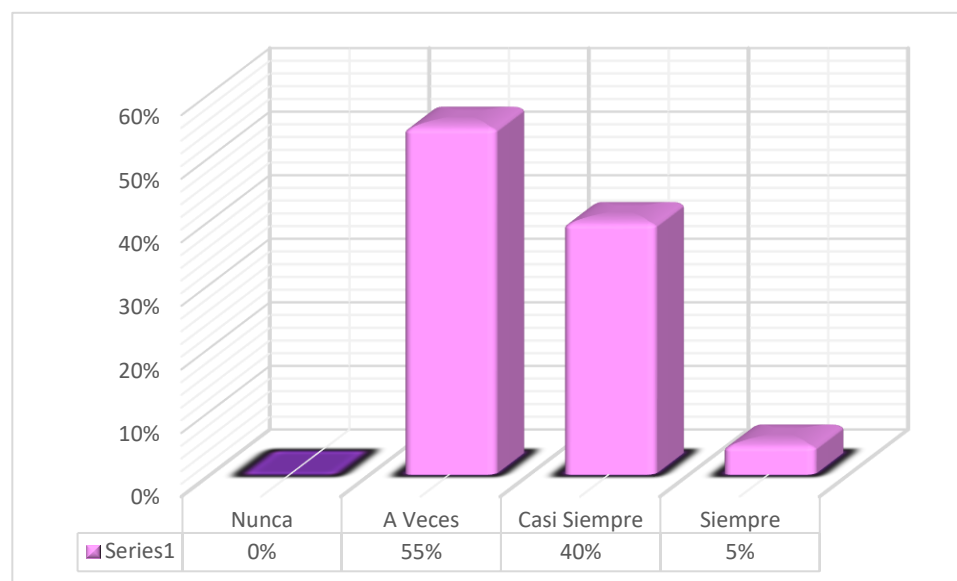
**Figura 21**

Gráfico Estadístico del Ítem 21

Interpretación: Según la Tabla 21 y figura 21 nos muestra que para el Ítem 21 del 100% de los encuestados el 55% dice que la fiscalización realizada por SUNAT a veces le ha generado reacciones positivas en sus aportes tributarios, el 40% dice que casi siempre veces le ha generado reacciones positivas en sus aportes tributarios, el 5% dice que siempre la fiscalización realizada por la SUNAT le ha generado reacciones positivas en sus aportes tributarios Demostrándose que para la mayoría d los encuestados las fiscalizaciones echas por SUNAT no les ha traído efectos positivos en cuanto al aporte de sus tributos.

Tabla 22

Ítem 22: ¿Cree usted que es importante tributar al estado todos los tributos recaudados en el desarrollo de sus operaciones?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	10%
A Veces	21	40%
Casi Siempre	24	45%
Siempre	3	5%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

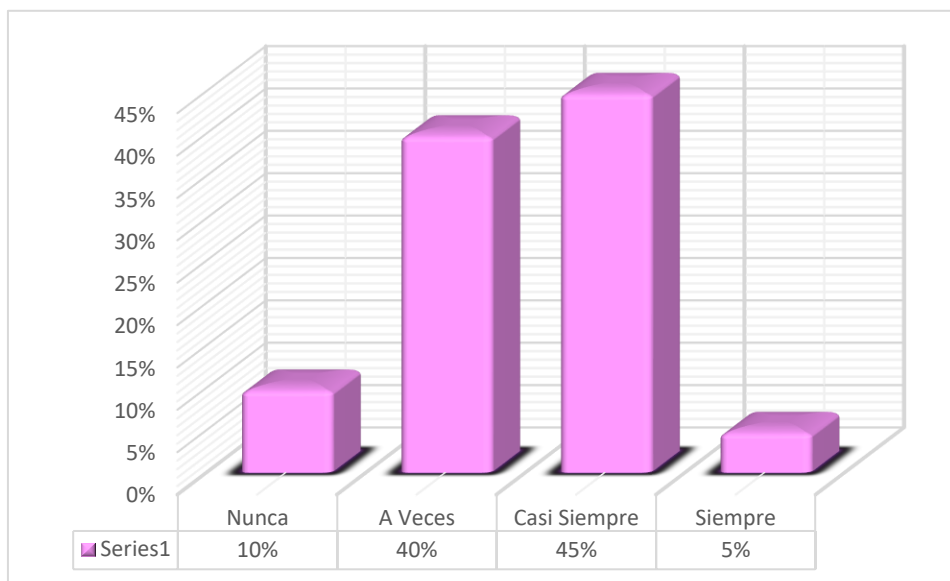
**Figura 22**

Gráfico Estadístico del Ítem 22

Interpretación: Según la Tabla 22 y figura 22 nos muestra que para el Ítem 22 del 100% de los encuestados el 10% dice que nunca fue importante tributar al estado todos los tributos recaudados en el desarrollo de sus operaciones, el 40% dice que a veces es importante tributar al estado todos los tributos recaudados en el desarrollo de sus operaciones, el 45% dice que casi siempre es importante tributar al estado todos los tributos recaudados en el desarrollo de sus operaciones y el 5% opina que siempre es importante tributar al estado todos los, si bien es cierto gran parte de los encuestados opina que es necesario el tributar al Estado, muchos de ellos aún no consideran esto necesario.

Tabla 23

Ítem 23: ¿Usted solicita comprobantes de pago en todas sus compras?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	34	65%
Casi Siempre	19	35%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

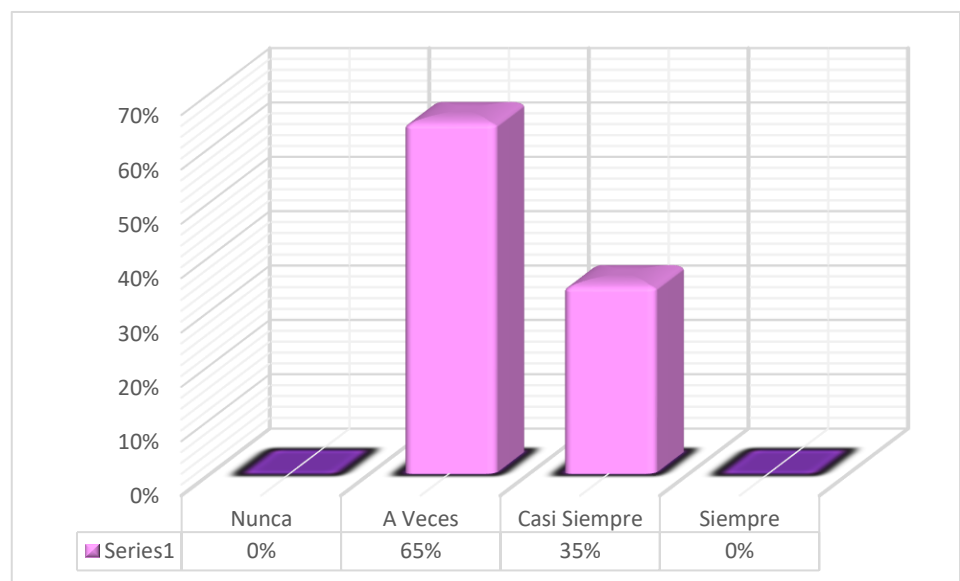


Figura 23

Gráfico Estadístico del Ítem 23

Interpretación: Según la Tabla 23 y figura 23 nos muestra que para el Ítem 23 del 100% de los encuestados el 65% dice que nunca solicita comprobantes de pago en sus compras, el 35% dice que casi siempre solicita comprobantes de pago en todas sus compras, con esto se demuestra la falta del cumplimiento tributario hacia la norma que tienen los comerciantes al no exigir su comprobante de pago.

Tabla 24

Ítem 24: ¿Usted emite comprobantes de pago en todas sus ventas?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	20%
A Veces	24	45%
Casi Siempre	19	35%
Siempre	0	0%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

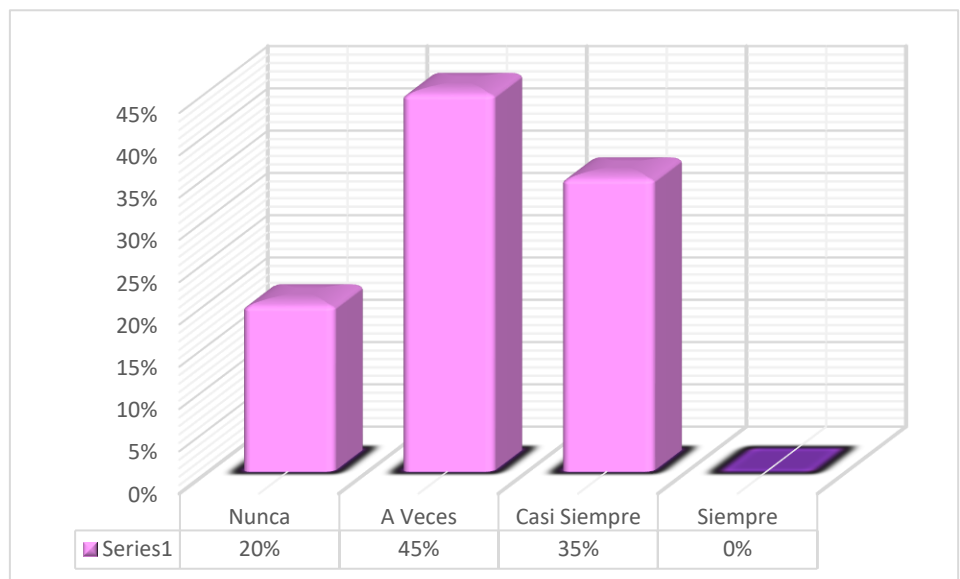
**Figura 24**

Gráfico Estadístico del Ítem 24

Interpretación: Según la Tabla 24 y figura 24 nos muestra que para el Ítem 24 del 100% de los encuestados el 20% dice que nunca emite comprobantes de pago en todas sus ventas, el 45% dice que a veces emite comprobantes de pago en todas sus ventas, el 35% dice que casi siempre emite sus comprobantes de pago en todas las ventas, con esto se demuestra la falta del cumplimiento tributario hacia la norma que tienen los comerciantes al no emitir sus comprobante de pago a los compradores, evadiendo impuestos.

Tabla 25

Ítem 25: ¿Emite comprobante de pago en todas sus operaciones de ventas?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	20%
A Veces	24	45%
Casi Siempre	16	30%
Siempre	3	5%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

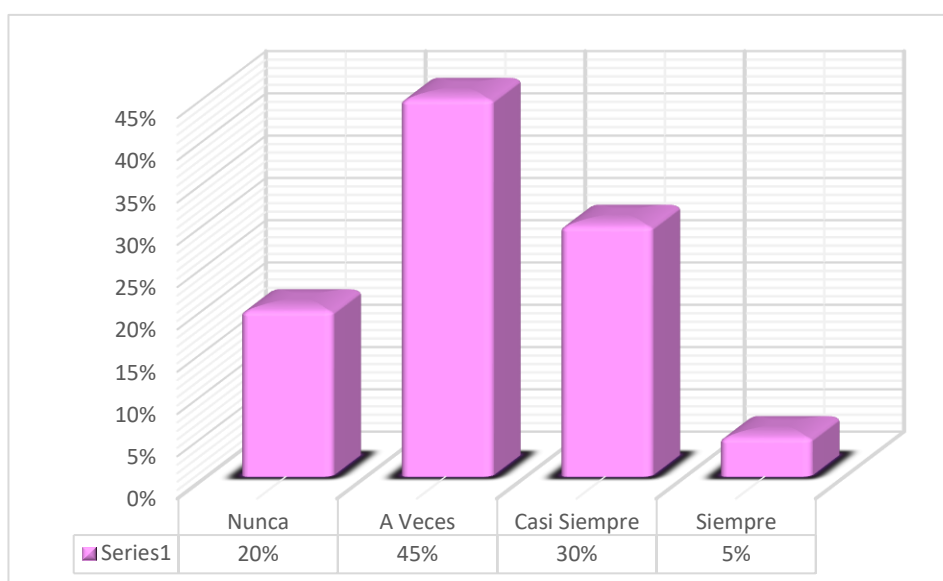
**Figura 25**

Gráfico Estadístico del Ítem 25

Interpretación: Según la Tabla 25 y figura 25 nos muestra que para el Ítem 25 del 100% de los encuestados el 20% dice que nunca emite comprobantes de pago en todas sus operaciones de ventas, el 45% dice que a veces emite comprobantes de pago en todas sus operaciones de ventas, el 30% dice que casi siempre emite sus comprobantes de pago en todas las operaciones de ventas y el 5% dice que siempre emite sus comprobantes de pago en todas las operaciones de ventas, si bien es cierto algunos comerciantes si emiten sus comprobantes de pago en su venta, muchos de los otros encuestados aun no lo hacen, demostrando la falta del cumplimiento tributario hacia la norma.

Tabla 26

Ítem 26: ¿Declarar todas sus ventas le ha traído beneficios en la operatividad de su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	10%
A Veces	24	45%
Casi Siempre	16	30%
Siempre	8	15%
Total	53	100%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas

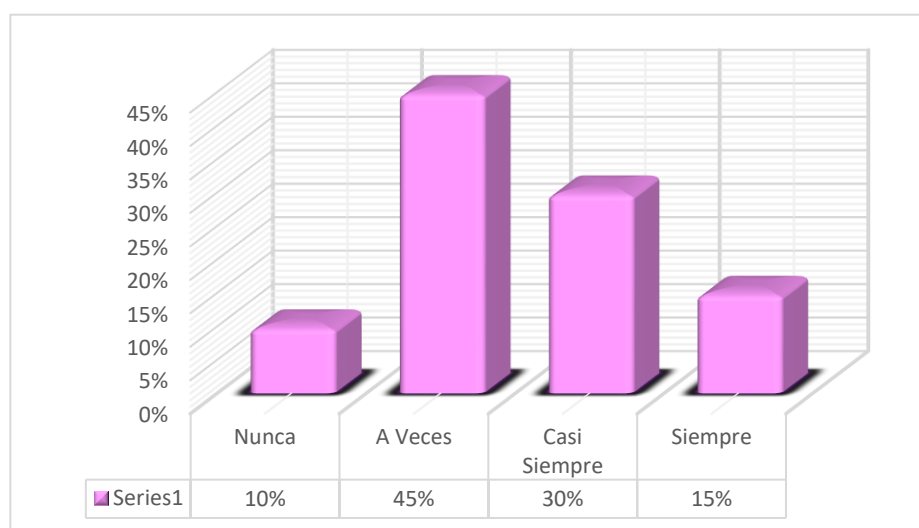


Figura 26

Gráfico Estadístico del Ítem 26

Interpretación: Según la Tabla 26 y figura 26 nos muestra que para el Ítem 26 del 100% de los encuestados el 10% dice que nunca el declarar todas sus ventas le ha traído beneficios en la operatividad de su negocio, el 45% dice que a veces el declarar todas sus ventas le ha traído beneficios en la operatividad de su negocio, el 30% dice que casi siempre el declarar todas sus ventas le ha traído beneficios en la operatividad de su negocio y el 15% dice que siempre el declarar todas sus ventas le ha traído beneficios en la operatividad de su negocio, si bien podemos observar que una parte de los comerciantes dicen que el declarar sus ventas les ha traído beneficios, a la parte que suman casi la mayoría no les ha beneficiado como esperaban, es por eso que para ellos el infringir el cumplimiento de la norma tributaria les trae más beneficios en cuanto a utilidad que al cumplir con esta.

4.2. Análisis y Discusión de Resultados

Fiabilidad del Instrumento

Tabla 27

Variable Independiente: Cultura Tributaria

Alfa de Cronbach	Nº de Elementos
0.848	12

Fuente: Base de datos IBM SPSS

Según el coeficiente del Alfa de Cronbach para la variable Cultura Tributaria según el programa SPSS IBM Static arrojó un rango de 0.848 en sus 12 ítem esto nos indica una magnitud de valoración alta y muy confiable para el instrumento empleado

Tabla 28

Variable Dependiente: Evasión Tributaria

Alfa de Cronbach	Nº de Elementos
0.802	14

Según el coeficiente del Alfa de Cronbach para la variable Evasión Tributaria según el programa SPSS IBM Static arrojó un rango de 0.802 en sus 14 ítem, esto nos indica una magnitud de valoración alta y muy confiable para el instrumento empleado.

Contrastación con la Hipótesis

Para el Objetivo Específico 1: Conocer el nivel de cultura tributaria de los ciudadanos que son consumidores finales en el Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019

Tabla 29

Estadísticos para hallar el Nivel de Cultura Tributaria.

SUMATOTAL		
N	Válido	53
	Perdidos	0
Mínimo		19.00
Máximo		36.00
Percentiles	30	13.0000
	70	16.0000

Fuente: Base de Datos IBM SPSS

Tabla 30

Nivel de Cultura Tributaria de los Ciudadanos consumidores finales del mercado

Roberto Segura de Jaén 2019

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel Alto	16	30.00	30.00	30.00
	Nivel medio	21	40.00	40.00	70.00
	Nivel Bajo	16	30.00	3.45	100.00
	Total	53	100,0	100,0	

Según el análisis de los resultados en la Tabla 30 ,nos muestra que el Nivel de Cultura Tributaria de los ciudadanos que son consumidores finales en el Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es significativamente media, ya que del 100% de los encuestados, el porcentaje más alto (40%), se encuentran en el Nivel medio de Cultura Tributaria, opinando en su mayoría que la difusión de la Políticas tributarias que imparte el Estado no es tan adecuada (tabla 7), así como falta de cultura tributaria que tienen al no exigir sus comprobantes de pago al realizar sus compras, no comprarle a los comerciantes que dan comprobantes (Tablas 2;3;4;8), así como también el de no participar de una orientación Tributaria por `parte de la SUNAT, ya que muchos de ellos piensan que a veces y casi siempre es importante recibir esta orientación tanto para ellos como para que sea impartida en los colegios (ver tablas 5;6;9;10), así mismo tampoco están muy comprometidos en vigilar por la emisión de los comprobantes de compras por parte de los

comerciantes y de igual manera en cumplir con el Estado en cuanto a aporte de sus tributos, (11;12) es así que vemos que en su mayoría desean que el Estado sea más consiente en cuanto a la difusión de su política tributaria así como de la orientación tributaria que les puede brindar, ya que si no cuentan con esto y la cultura tributaria de la que aún tienen en mente, no les ayudara a ser mejores contribuyentes y con esto bajar el índice de evasión tributaria. Por todo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna: concluyendo que la cultura Tributaria de los ciudadanos que son consumidores finales en el Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es significativamente media, ya que la mayoría de ellos respondió en la escala de A veces, seguida del casi siempre.

Este análisis se relaciona con lo que dijo Gonzales (2016) En su tesis cuyo objetivo general fue: Determinar el nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, Año 2016. Donde se llegó a la conclusión; Las causas que motivan la falta de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco son un bajo conocimiento tributario, desmotivación para pagar sus impuestos, debido a que el 37% opinan que sus gobernantes son corruptos y consideran que los impuestos son excesivos y que no les va a generar ningún beneficio.

Para el Objetivo Específico 2: Identificar el nivel de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019.

Tabla 31

Estadísticos para hallar el Nivel de Evasión Tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel Alto	19	36.00	36.00	36.00
	Nivel medio	24	45.00	45.00	81.00
	Nivel Bajo	10	19.00	3.45	100.00
	Total	53	100,0	100,0	

Tabla 32

Nivel de Evasión Tributaria de los Comerciantes del mercado Roberto Segura de Jaén 2019

Según el análisis de los resultados en la Tabla 32 ,nos muestra que el Nivel de Evasión Tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es significativamente media, ya que del 100% de los encuestados, el porcentaje más alto (45%), se encuentran en el Nivel medio de Evasión Tributaria, opinando en su mayor porcentaje en la escala del a veces, seguido del casi siempre, en cuanto al solicitar el comprobante de compras a sus proveedores por las comprar efectuadas, no emitir comprobantes de ventas en todas sus operaciones a todos sus clientes, así como que al preguntarle si al declarar sus ventas les trajo beneficios en su operatividad, ellos opinaron en mayor porcentaje que a veces, seguido del casi siempre (ver tablas 23;24;25;26), y que muchas veces hacen esto debido a que las tasas de los impuestos son muy elevadas. Así mismo la confianza existe una confianza en la gestión que tiene el gobierno en la administración de sus tributos. Podemos decir que en parte ellos saben que tienen que cumplir con lo que manda norma en el cumplimiento tributario, pero en la práctica esto no se ve reflejado, ya que mayormente piensan en tener más utilidades. Entonces podemos decir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: la Evasión Tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es significativamente media. Esta investigación se relaciona con lo que investigó Tixi (2016), En dicha investigación llego a la siguiente conclusión: Las causas de la evasión son varias, pero mediante la encuesta se determinó que la principal causa es la imagen y el nivel confianza que proyecta el gobierno a través de su gestión, complementando con la deficiencia en el control y fiscalización por parte del Servicio de Rentas Internas. Además, la falta de difusión y comunicación de la constante actualización tributaria es lo que ha provocado que hasta profesionales se vean inmiscuidos en errores por desconocimiento e inadecuada aplicación de las leyes tributarias.

Para el Objetivo Específico 3: Establecer la relación entre las dimensiones de cultura tributaria de los ciudadanos con las dimensiones de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019

Tabla 33

Relación entre las Dimensiones de la Cultura Tributaria con las Dimensiones de Evasión Tributaria

			Cultura Tributaria	Evasión Tributaria
Rho de Spearman	Cultura Tributaria	Coeficiente de correlación	1,000 **	,721
		Sig. (bilateral)		,010
		N		53
	Evasión Tributaria	Coeficiente de correlación	,721**	1,000
		Sig. (bilateral)	,010	.
		N	53	53

** La Correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral)

Según el análisis de los resultados en la Tabla 33, se determinó la relación de las dimensiones de las variables Cultura Tributaria con las dimensiones de la variable Evasión Tributaria con el coeficiente del Rho de Spearman para corroborar la relación entre ambas variables, según nuestro análisis elaborado por el Programa SPSS IBM Static, el coeficiente arrojado para esta relación es de $r = 0,721^{**}$, considerándose esta una escala positiva moderada, así como un “sig = 0,010” < “0.05”, considerándose significativa, determinándose que existe una correlación positiva significativa moderada entre las dimensiones de ambas variables. Asimismo podemos decir que al relacionar ambas dimensiones nos damos cuenta de que tanto los comerciantes como los ciudadanos carecen del conocimiento de la norma tributaria así como del cumplimiento de la misma ya que muchos de los comerciantes cumplen ciertas obligaciones por obligación a la norma y el temor de ser multados o sancionados, reflejando una falta de orientación y cultura tributaria, lo que a su vez trae como consecuencia de la misma la evasión de impuestos. En cuanto a la contrastación de las Hipótesis, se determinó rechazar la hipótesis nula y

aceptar la hipótesis alterna: La relación entre las dimensiones de cultura tributaria de los ciudadanos con las dimensiones de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es significativa.

Esto hace contrastación con lo estudiado Julcamoro & Machuca, (2017), donde concluye que los comerciantes no tienen cultura tributaria lo que influye preponderadamente en la evasión de impuestos, éstos cumplen con sus obligaciones por presión, pero no por voluntad propia o por qué consideren la importancia que tienen el pago de impuestos en la recaudación fiscal y los beneficios sociales. Asimismo; la evasión de impuestos se da debido a muchas causas, sin embargo, una de las más resaltantes es la falta de cultura y conciencia tributaria, que permita considerar que tributar es obligación de todos, una obligación, pero que está asociada al desarrollo de la sociedad misma, de la sociedad de los hombres y mujeres, de un pueblo que requiere ciertos elementos de convivencia, seguridad, defensa, salud y educación.

V. CONCLUSIONES

1. Los resultados de los ciudadanos encuestados, su nivel de cultura tributaria es: el 30% nivel alto, el 40% nivel medio y el 30% nivel bajo. Por lo que se CONCLUYE: Que los ciudadanos del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019 tienen un Nivel de Cultura medio, el 70% de ciudadanos no cumplen ante el Estado como consumidor, al no exigir comprobantes de pago cuando realizan sus compras, ni suelen comprar a los comerciantes formales, así mismo tampoco participan en charlas de orientación tributaria por parte de la SUNAT, no sintiendo el compromiso de obligar a los comerciantes a la emisión de comprobantes de pago, favoreciéndolos a que sigan evadiendo Impuestos.
2. Los resultados de los comerciantes encuestados su nivel de evasión tributaria es nivel alto el 36%, nivel medio 45% y Nivel bajo 19%, CONCLUYENDO que se encontró un porcentaje en el nivel medio del 45% siendo este mayor de los tres niveles, en cuanto a evasión tributaria, no solicitan comprobantes de compras, no emiten comprobantes de ventas en la mayoría de sus operaciones a sus clientes. Si bien es cierto ellos tienen conocimiento de la obligación de solicitar y emitir comprobantes de pagos, en la práctica no lo hacen porque la idea, de que la tasa de los impuestos es elevada, y así obtienen mayores beneficios para su negocio y su familia.
3. Al relacionar las dimensiones de ambas variables, el coeficiente del rango de relación fue de $r = 0,721^{**}$, lo cual es considerada una escala positiva moderada, así como un “sig = 0,010” < “0.05” la que se considerándose significativa, CONCLUYENDO que al relacionar las dimensiones de ambas variables la relación resultante es media significativa, así mismo podemos decir que la relación entre ambas variables se debe a que los ciudadanos consumidores carecen del conocimiento de sus obligaciones de exigir comprobantes de pago y los comerciantes en la emisión de las mismas para obtener mayores ingresos.

VI. RECOMENDACIONES

Uno de los caminos con mayor aceptabilidad para combatir la “Evasión Tributaria es la cultura tributaria; para ello se tiene que considerar como aliados principales a “Los Docentes”, mediante los cuales se distribuirá información y valores a la población de estudiantes de los tres niveles de educación como son: Inicial, Primaria y Secundaria; para que así de esta manera en un futuro estas generaciones sean los ciudadanos y autoridades que conduzcan el futuro del país; Además de campañas, charlas de información y orientación a la ciudadanía en general, concientizando a su vez a los ciudadanos la obligación de exigir comprobantes de pago por las compras que realicen. Colaborando de esta manera a los comerciantes pagar los impuestos correspondientes por las ventas obtenidas y así reducir la evasión tributaria en el Mercado Roberto Segura de la Jaén.

La SUNAT está obligada a capacitar de forma permanente y continua sobre el correcto conocimiento y cumplimiento de la Obligaciones Tributarias, entre ellas la emisión de comprobantes de pagos, así mismo las consecuencias que puedan tener al infringirlas y perjudicarse con las sanciones y/o delitos correspondientes, de esta manera estén concientizados y puedan trabajar de la manera formal.

La administración tributaria, deberían de tomar un mayor interés sobre los temas de cultura y evasión tributaria. Implementando el área de atención y orientación al contribuyente a difundir información en los diferentes medios de información las obligaciones tributarias que tienen el público consumidor y los comerciantes del Mercado Roberto Segura de la Jaén, de esta manera reducir la evasión de impuestos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguirre, A., & Silva, O. (2013). *Evasión Tributaria en los Comerciantes de Abarrotes ubicados en los Alrededores del Mercado Mayorista del Distrito de Trujillo - Año 2013*. Tesis de Pregrado , Universidad Privada Antenor Orrego, Facultad de Ciencias Economicas, Trujillo- Perú.
- Ávila, E. (2016). *Evasión Tributaria de Renta de Primera Categoría en los Locales Comerciales la Ciudad de Huánuco 2015*. Tesis Pregrado, Universidad de Huánuco, Escuela Académico Profesional de Contabilidad y Finanzas, Huánuco.
- Bonilla, E. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: la experiencia Bogota. *Revista Ciudades, estados y política*, 21-35.
- Borja, A., & Ortega, E. (2013). *Cultura tributaria en las Personas no obligadas a llevar contabilidad: Su efecto en la Recaudación de los impuestos en la Provincia del Guayas en el Cantón Guayaquil*. Tesis de Postgrado, Escuela Superior Politecnica del Litoral , Escuela de Postgrado en Administracion de Empresas , Guayaquil- Ecuador .
- Bowles, E. (29 de Julio de 2014). *Cultura Tributaria*. Obtenido de opinionideas.org: http://www.opinioneideas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1990:cultura-tributaria&catid=46:economia&Itemid=61
- Bravo, F. (2012). *Cultura tributaria. Libro de consulta* (Segunda ed., Vol. I). (Instituto de Administración Tributaria y Aduanera, Ed.) Lima, Perú.
- Burga, M. (2014). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio de gamarra, 2014*. Tesis Titulo Profesional, Universidad San Martin de Porras, LIma.

- Camacho, A., & Patarroyo, Y. (2017). *Cultura Tributaria en Colombia*. Tesis de Postgrado, Universidad Minuto de Dios, Facultad de Ciencias Empresariales, Colombia. Obtenido de <http://benem-mt.iii.com/iii/cpro/DigitalItemPdfViewerPage.external?id=8622942876039391&itemId=1001576&lang=spi&file=%2Fiii%2Fcpro%2Fapp%3Fid%3D8622942876039391%26itemId%3D1001576%26lang%3Dspi%26nopassword%3Dtrue%26service%3Dblob%26suite%3Ddef#locale=spi&g>
- Carrera, W., Gaibor, A., & Piedrahita, D. (2010). *Perfil Socioeconómico del Contribuyente de Guayaquil sujeto al control del servicio de Rentas Internas en sus Obligaciones Tributarias*. Tesis Pregrado, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Facultad de Economía y Negocios, Guayaquil. Recuperado el 03 de 20 de 2017, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10753/2/TESIS.doc>
- Chavez, C. (2017). *Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado Señor de la Soledad de Huaraz, 2015*. Tesis de pregrado , Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote , Facultad de Ciencias Contables y Financieras , Huaraz- Peru.
- Garcia, J. (13 de Junio de 2017). *Elevemos la cultura tributaria en el Perú*. Obtenido de uch.edu.pe/uch-noticias: <http://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>
- Gonzales, K. (2016). *Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016*. Tesis de Posgrado , Universidad cesar Vallejo , Facultad de Ciencias Empresariales , Trujillo.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta edicion). Mexico, Mexico D.F., Mexico: Mc Graw Hill.
- Huere, X., & Muña, A. (2016). *Cultura Tributaria para la Formalización de las de los Mercados de la Provincia de Huancayo*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Centro del Peru , Facultad de Contabilidad , Huancayo- Peru .

- Julcamoro, A., & Machuca, M. (2017). *Influencia de la Cultura Tributaria en la evasión de Impuestos en los Comerciantes de las Galerías Arcángel-Cajamarca 2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Privada del Norte , Facultad de Negocios, Cajamarca- Perú.
- Marquina, C. (2014). *Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales Sunat-Intendencia Lima en el periodo 2013*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Economicas , Trujillo.
- Mogollon, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los Comerciantes de la Ciudad de Chiclayo en el Periodo 2012 para mejorar la recaudacion pasiva de la Region- Chiclayo, Peru* . Tesis de Pregrado, Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo , Escuela de Contabilidad , Chiclayo .
- Morales, M. (30 de Octubre de 2016). *La millonaria suma de dinero que se deja de recaudar por la evasión del IVA*. (Portafolio, Editor) Obtenido de <http://www.portafolio.co>: <http://www.portafolio.co/economia/como-es-la-evasion-del-iva-en-colombia-501319>
- Peña, M. (2016). *Influencia de la Cultura Tributaria en la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado Roberto Segura de Jaen, 2016*. Tesis de Pregrado, Universidad Alas Peruanas, Escuela de Ciencias Contables y Financieras, Jaen.
- Quintanilla, E. (2014). *La Evasión Tributaria y su Incidencia en la Recaudación Fiscal en el Perú y Latinoamérica*. Tesis Posgrado, Universidad De San Martin De Porres, Facultad de Contables, Economicas y Financieras , Lima-Perù.
- Ramos, A., & Remigio, Y. (2015). *La cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasion fiscal de las empresas comerciales de la provincia de Huarua*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion , Facultad de Ciencias Contables, Economicas y Fiancieras, Huacho- Peru.

- Roman, P. (Setiembre de 2010). Rentas de Primera Categoría. *Actualidad Empresarial*, N° 215 - Segunda Quincena de Setiembre 2010, 15-18.
- Samayoa, A. (Octubre de 2017). *Cultura Tributaria en Guatemala. La importancia de la planificación fiscal*. Obtenido de <http://alegalis.com>: <http://alegalis.com/1495-2/>
- Tarazona, I., & Veliz de Villa, S. (2016). *Cultura tributaria en la formalización de las mypes, provincia de pomabamba - ancash año 2013 (Caso: Micro empresa T&L sac)*. Tesis de Pregrado, Universidad de Ciencias y humanidades, Facultad de Ciencias Contables, Lima.
- Tixi, Y. (2016). *La Evasión Tributaria y su Incidencia en la Recaudación del Impuesto a la Renta de Personas Naturales en el Cantón Riobamba Período 2014*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas , Riobamba- Ecuador.
- Yangali, N. (2015). *Código tributario: Aplicación Practica* (Primera ed.). Lima, Perú: Gaceta Juridica S.A.
- Yañez, J. (Octubre de 2016). Evasión Tributaria: Atentado a la Equidad. *CET- Centro de Estudios Tributarios*, 171 - 206.
- Yman, L., & Ynfante, S. (2016). *Programa de Difusión Tributaria y su Incidencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Tumbes, Facultad de Ciencias Economicas , Tumbes.

Anexo 2 Matriz de Consistencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	METODOLOGÍA
¿Qué relación existe entre la cultura tributaria de los ciudadanos y la evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019?	Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria de los ciudadanos y la evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019	Existe una relación significativa entre la cultura tributaria de los ciudadanos y la evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019	VARIABLE INDEPENDIENTE Cultura Tributaria INDICADORES -Formación de la Conciencia. -Comportamiento del ciudadano respecto de la tributación. -Sistemas de orientación del comportamiento ciudadano. -Difusión y orientación. -Actitudes y valores -Responsabilidad ciudadana.	El tipo de estudio de la presente investigación es Cuantitativa. El nivel de investigación, esta es descriptiva, porque solo se van a describir e interpretar los resultados que se recojan de los ciudadanos	No Experimental, porque la investigación se efectúa sin manipular deliberadamente variables Estudio correlacional, pues tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre las dos variables en investigación	La población 01 la constituyen el número total de los Ciudadanos que van a hacer sus compras en el Mercado Roberto Segura de Jaén. La población 02 la constituyen el número total de los Comerciantes Asociados del Mercado Roberto Segura de Jaén, cuyo número de acuerdo con lo empadronado en la asociación son 120.
a) ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria de los ciudadanos que son consumidores finales en el Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019?	a) Conocer el nivel de cultura tributaria de los ciudadanos que son consumidores finales en el Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019	a) El nivel de cultura tributaria de los ciudadanos que son consumidores finales en el Mercado	VARIABLE DEPENDIENTE Evasión Tributaria INDICADORES -Recaudación tributaria para el			

b) ¿Cuál es el nivel de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019?; c) ¿Qué relación hay entre las dimensiones de cultura tributaria de los ciudadanos con las dimensiones de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019?	b) Identificar el nivel de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019 c) Establecer la relación entre las dimensiones de cultura tributaria de los ciudadanos con las dimensiones de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019	Roberto Segura de Jaén, 2019, es media. b) El nivel de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es media. c) La relación entre las dimensiones de cultura tributaria de los ciudadanos con las dimensiones de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, 2019, es significativa	desarrollo del país; -Recursos recaudados son distribuidos equitativamente. -Administración tributaria es rigurosa -Fiscalización tributaria para los contribuyentes - Beneficios de la fiscalización tributaria. -Contribuyente cumple con sus obligaciones Tributarias. -Con qué frecuencia se emite el comprobante de pago.			
INSTRUMENTOS		ANÁLISIS DE DATOS				
Está constituido por contienen preguntas	02 cuestionarios que cerradas	Para el utilizamos el, Microsoft Excel de los resultados	Procesamiento de Microsoft 2013 y el recopilados	datos se utiliza Software SPSS		

Anexo 3 : Declaración de Autenticidad del Autor

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Lidia Marleni Ramírez Jiménez. Adscrito a la escuela profesional de **CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN**, de la Universidad Particular de Chiclayo, identificado con DNI N° 45372607, Con la tesis **“CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CIUDADANOS Y SU RELACION CON LA EVACION TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA – JAEN”**

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Particular de Chiclayo.

Jaén, 28 Junio del 2021



.....
LIDIA MARLENI RAMIREZ JIMENEZ
DNI: 45372607

Anexo 4 Declaración De Autenticidad Del Asesor

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Yo, **JULIO CESAR SANCHEZ VASQUEZ**, identificado con DNI N° 16403040, Docente de la **FACEN**, Facultad de Comunicación, Empresa y Negocios, Escuela Profesional de **CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN** de la **UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO**.

DECLARO BAJO JURAMENTO que soy Asesor de la Tesis titulada: **“CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CIUDADANOS Y SU RELACIÓN CON LA EVASIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO ROBERTO SEGURA - JAÉN, 2019”** presentado por la Bach. **RAMÍREZ JIMÉNEZ, LIDIA MARLENI**, identificada con de DNI 45372607, para optar el Título Profesional de **CONTADOR PUBLICO**, es auténtica, original, inédita y no vulnera los derechos intelectuales de terceros, por lo que asumo la responsabilidad si no se ajusta a la verdad, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Particular de Chiclayo.

Chiclayo, 16 de Agosto del 2021



Mag. CPC JULIO C. SÁNCHEZ VÁSQUEZ
Docente FACEN
DNI: 163403040

Anexo 5: Encuesta



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS



ESCUELA DE CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN

ENCUESTA DE INVESTIGACION DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS QUE ACUDEN AL MERCADO ROBERTO SEGURA DE JAEN, 2019

I. Objetivo: Recoger información sobre conocimientos de **CULTURA TRIBUTARIA** de los ciudadanos que asisten al Mercado Roberto Segura de Jaén a realizar sus compras.

II. Instrucciones: Según lo que se le indique conteste objetivamente cada una de las preguntas en el siguiente orden de respuesta:

1: Nunca

2: A veces

3: Casi Siempre

4: Siempre

DIMENSIÓN PROCESOS		1	2	3	4
1	¿Cree usted que el estado tiene una política tributaria pensando en el ciudadano?				
2	¿Para usted es importante que es solicitar boleta de venta o factura al momento de realizar sus compras?				
3	¿Usted siempre compra a los comerciantes que emiten documento de compra?				
4	¿Cuándo realiza sus compras siempre exige la emisión del comprobante de compra?				
DIMENSIÓN CONTENIDO					
5	¿Ha participado usted alguna vez de orientación tributaria para fortalecer sus conocimientos?				
6	¿Cree que es importante la orientación que se le brinde al ciudadano para evitar que el contribuyente cometa evasión de sus impuestos?				

7	¿Usted cree que la forma de difundir la política tributaria que utiliza el Estado es la adecuada?				
8	¿En todos los puestos del mercado donde compra le emiten siempre comprobante de compra?				
DIMENSIÓN EDUCACIÓN TRIBUTARÍA					
9	¿Para usted es importante que todos los ciudadanos contribuyamos a mejorar la recaudación tributaria?				
10	¿Es importante que en los colegios se forme al ciudadano con valores y responsabilidad de tributar a favor del estado y la sociedad?				
11	¿Para usted es responsabilidad de cada ciudadano estar siempre vigilante a la emisión de documentos de compra por parte de los comerciantes del mercado Roberto Segura?				
12	¿Como ciudadano, cree que es un deber cívico de todos cumplir con el estado con el aporte de sus tributos?				

Fuente: LA AUTORA

GRACIAS



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS



ESCUELA DE CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN

ENCUESTA DE INVESTIGACION DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO

ROBERTO SEGURA DE JAEN, 2019

I. Objetivo: Recoger información respecto a la **EVASIÓN TRIBUTARIA** de los Comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén.

II. Instrucciones: Según lo que se le indique conteste objetivamente cada una de las preguntas en el siguiente orden de respuesta:

1: Nunca	2: A veces	3: Casi Siempre	4: Siempre
-----------------	-------------------	------------------------	-------------------

DIMENSIÓN RECAUDACION TRIBUTARIA		1	2	3	4
13	¿Sabe usted que el pago de sus impuestos es retribuido a la sociedad en la cobertura de servicios como salud, educación, y otros?				
14	¿Usted al momento de pagar sus tributos piensa en el beneficio social que genera al desarrollo del país?				
15	¿Para usted el pago de sus tributos es utilizado para generar desarrollo económico del país?				
16	¿Usted cumple con el pago de sus tributos pensando siempre en el beneficio común de la ciudadanía?				
DIMENSIÓN FISCALIZACION TRIBUTARIA		1	2	3	4
17	¿Para usted en el país se han establecido tasas elevadas de impuestos?				

18	¿Para usted la SUNAT es muy rigurosa al momento de verificar sus aportes tributarios?				
19	¿Ha sido fiscalizado por SUNAT?				
20	¿Los responsables de la fiscalización le han detectado evasión tributaria?				
21	¿La fiscalización realizada por SUNAT ha generado en usted reacciones positivas en sus aportes tributarios?				
22	¿Cree usted que es importante tributar al estado todos los tributos recaudados en el desarrollo de sus operaciones?				
DIMENSIÓN CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO		1	2	3	4
23	¿Usted solicita comprobantes de pago en todas sus compras?				
24	¿Usted emite comprobantes de pago en todas sus ventas?				
25	¿Emite comprobante de pago en todas sus operaciones de ventas?				
26	¿Declarar todas sus ventas le ha traído beneficios en la operatividad de su negocio?				

Fuente: LA AUTORA

GRACIAS.

Anexo 6: Validación de Instrumentos



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y
NEGOCIOS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y TRIBUTACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres *Saldoña Tenorio Junior A.*
..... DNI N° *70512992*

1.2. Institución donde labora: *SERPACONT SAC*
.....

1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación:

..... *ENCUESTA.*

1.4. Autor del instrumento:

Bach. LIDIA MARLENI RAMÍREZ JIMÉNEZ

1.5. Título de la investigación:

CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CIUDADANOS Y SU RELACIÓN
CON LA EVASIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO ROBERTO SEGURA - JAÉN, 2019.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 – 40: DEFICIENTE; 41 – 90: REGULAR y 91 – 100: EXCELENTE.

ÍTEMS	INDICADORES	DEFICIENTE (01-40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			91
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			99
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables			96
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento			97
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			93
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			97
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			95
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			97
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			96

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: La encuesta fue formulada
correctamente.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 861


SOCIEDAD DE BENEFICENCIA DE
JAUÉN
CPC. Sinitia Paola Vega Togas
M.A.T. D217672
SURGERENTE DE PLANIFICACIÓN Y PRESUPUESTO



**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE
CHICLAYO**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y
NEGOCIOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y TRIBUTACIÓN**

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE
INVESTIGACIÓN**

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres Vega Toga Sintia Paola
.....DNI N° 46960508

1.2. Institución donde labora: Sociedad de Beneficencia
de Jaén

1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación:

Encuesta

1.4. Autor del instrumento:

Bach. LIDIA MARLENI RAMÍREZ JIMÉNEZ

1.5. Título de la investigación:

CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CIUDADANOS Y SU RELACIÓN
CON LA EVASIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO ROBERTO SEGURA - JAÉN, 2019.

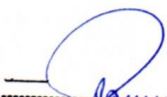
II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 – 40: DEFICIENTE; 41 – 90: REGULAR y 91 – 100: EXCELENTE.

ÍTEMS	INDICADORES	DEFICIENTE (01-40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			97
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			96
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables		86	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento			97
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			96
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			95
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			94
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			98
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			99

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO SE HA
ELABORADO CON BUENA CLARIDAD Y BUENAS
FORMAS DE LENGUAJE PRECISO PARA ENTENDER.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 858


CPC. José B. Ramírez Vilchez
N.º 02-009691
SUB GERENCIA DE CONTABILIDAD



**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE
CHICLAYO**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y
NEGOCIOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y TRIBUTACIÓN**

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE
INVESTIGACIÓN**

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres José Benicio Ramírez Vilchez
.....DNI N° 77727804

1.2. Institución donde labora: Sociedad de
Beneficencia Jaén

1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación:

ENCUESTA

1.4. Autor del instrumento:

Bach. LIDIA MARLENI RAMÍREZ JIMÉNEZ

1.5. Título de la investigación:

CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CIUDADANOS Y SU RELACIÓN
CON LA EVASIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO ROBERTO SEGURA - JAÉN, 2019.

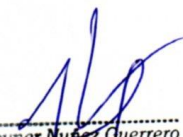
II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 – 40: DEFICIENTE; 41 – 90: REGULAR y 91 – 100: EXCELENTE.

ÍTEMS	INDICADORES	DEFICIENTE (01-40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			95
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			91
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables			95
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento			94
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			93
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			95
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			96
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			95
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			96

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: UNA ENCUESTA MUY BIEN PLANTEADA Y UN BUEN LENGUAJE PRACTICO Y CLARO.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 850


Heyner Nurez Guerrero
CPCC. MAT. 04-2359
COLEGIO CONTADORES PUBLICOS LAMBAYEQUE



**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE
CHICLAYO**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y
NEGOCIOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y TRIBUTACIÓN**

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE
INVESTIGACIÓN**

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres NUÑEZ GUERRERO, HEYNER
..... DNI N° 27718475

1.2. Institución donde labora:
..... SEMPCONT SAC

1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación:
ENCUESTA

1.4. Autor del instrumento:

Bach. LIDIA MARLENI RAMÍREZ JIMÉNEZ

1.5. Título de la investigación:

CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CIUDADANOS Y SU RELACIÓN
CON LA EVASIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO ROBERTO SEGURA - JAÉN, 2019.

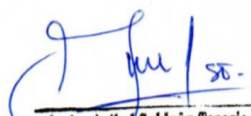
II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 – 40: DEFICIENTE; 41 – 90: REGULAR y 91 – 100: EXCELENTE.

ÍTEMS	INDICADORES	DEFICIENTE (01-40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			98
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			92
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables			91
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento		90	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			93
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación		90	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			95
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			96
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			91

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: EL INSTRUMENTO ESTA BIEN ELABORADO CORRECTAMENTE, CON UN POCO DE SIMILITUD EN ALGUNOS ÍTEMS; PERO BIEN EXPLICADOS.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 83.6


Junior Anibal Saldana Tenorio
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MAT. 04 - 4008