



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Cultura tributaria y su relación en la informalidad de los comerciantes
de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén-Cajamarca

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORAS:

Leyva Diaz, Lady Lisset (orcid.org/0000-0003-3255-246X)

Lozano Vasquez, Maricarmen Abigail (orcid.org/0000-0002-7421-7849)

ASESORA:

Dra. García Clavo, Nila (orcid.org/0000-0002-9043-3883)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Desarrollo Económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2023

Dedicatoria

A mi madre que es una mujer luchadora y perseverante, con mucho amor le dedico esta tesis de investigación que he venido realizando con mucho esfuerzo y empeño para optar el grado de licenciatura.

Así mismo, dedico a mi hijo Abdiel que es mi mayor motivo para seguir desarrollándome como profesional. A mi pareja por apoyarme con mucho amor para poder impulsarme a obtener el título.

Dedico también mi tesis a mi mamita Flor que está en el cielo por haber existido en mi vida como un ángel que me ha cuidado mucho.

Lady Lisset Leyva Diaz

La tesis la dedico con todo mi amor a mi amado hijo Fabrizio por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depara un mejor futuro.

A mi pareja por apoyarme e impulsarme para salir adelante siempre brindándome su comprensión, cariño y amor.

A mi madre que ha sabido formarme con buenos principios y valores, siempre alentándome para no dejarme caer y ser perseverante.

Maricarmen Abigail Lozano Vasquez

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios por la vida y por haberme guiado desde el principio hasta el final de mi carrera, a mi madre por formarme con principios y valores apoyándome siempre para cumplir con mi meta más grande de ser profesional. A mis tías por sus consejos que me ayudan a ser cada día una mejor persona. A mi pareja que ha estado conmigo orientándome y dándome ánimos para no rendirme.

Así mismo, agradezco a mi asesora de tesis por su tiempo, enseñanzas y orientación que me ha brindado en el transcurso de la tesis.

Lady Lisset Leyva Diaz

Mi agradecimiento con Dios, quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante y poder cumplir las metas que me he propuesto.

A mi familia y mejor amigo por acompañarme en este proceso quien sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías conmigo por ayudarme a que este sueño se haga realidad.

Maricarmen Abigail Lozano Vasquez

Índice de Contenidos

| | |
|--|-----|
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento..... | iii |
| Índice de Contenidos | iv |
| Índice Tablas | v |
| Resumen | vi |
| Abstract | vii |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 5 |
| III. METODOLOGÍA..... | 14 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación..... | 14 |
| 3.2. Variables y operacionalización | 14 |
| 3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis | 15 |
| 3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos | 16 |
| 3.5. Procedimientos..... | 17 |
| 3.6. Método de análisis de datos..... | 17 |
| 3.7. Aspectos éticos | 17 |
| IV. RESULTADOS..... | 18 |
| V. DISCUSIÓN | 21 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 26 |
| VII. RECOMENDACIONES | 27 |
| REFERENCIAS | 28 |
| ANEXOS | |

Índice Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Prueba de normalidad de las variables..... | 18 |
| Tabla 2 Correlación entre el conocimiento tributario y la informalidad..... | 18 |
| Tabla 3 Correlación entre la conciencia tributaria y la informalidad..... | 19 |
| Tabla 4 Correlación entre los canales de comunicación y la informalidad..... | 20 |
| Tabla 5 Correlación entre la cultura tributaria y la informalidad..... | 21 |

Resumen

En el estudio se tuvo como objetivo general determinar la relación entre la cultura tributaria y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, en el que se utilizó como metodología de investigación: estudio de tipo básica, de nivel correlacional, con diseño no experimental, enfoque cuantitativo, la población determinada fue 180 comerciantes, muestra de 50 negocios, determinados de forma probabilística, donde el instrumento que se utilizó para poder recopilar los datos fue el cuestionario, con escala tipo Likert, el mismo que fueron validados por expertos en la temática, con resultado de aplicable y con la confiabilidad de 0.921 según el Alfa de Cronbach. El resultado del estudio muestra que la correlación según Pearson fue 0.346, significativa entre la cultura tributaria y la informalidad, como también la hipótesis general se determinó una significancia de 0.014, la investigación concluyó en que la cultura tributaria tiene una relación significativa sobre la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, por lo que es importante que la administración tributaria busque estrategias para mejorar la cultura tributaria en los comerciantes.

Palabras clave: Cultura tributaria, Informalidad, Conciencia tributaria, Fiscalización.

Abstract

The general objective of the study was to determine the effect between the tax culture and informality of grocery traders in the Roberto Segura Market, Jaén, Cajamarca, 2022, in which research methodology was used: basic type study, correlational level, with non-experimental design, quantitative approach, the population determined was 180 merchants, sample of 50 businesses, determined probabilistically, where the instrument used to be able to collect data was the questionnaire, with Likert type scale, the same that were validated by experts in the subject, with result of applicable and with the reliability of 0.921 according to Cronbach's Alpha. The result of the study shows that the correlation according to Pearson was 0.346, significant between tax culture and informality, as also the general hypothesis was determined a significance of 0.014, the research concluded that the tax culture has a significant effect on the informality of grocery traders in the Roberto Segura Market, Jaen, Cajamarca, 2022, so it is important that the tax administration seeks strategies to improve the tax culture in traders.

Keywords: tax culture, informality, tax awareness, auditing.

I. INTRODUCCIÓN

La informalidad es uno de los problemas más significativos que todos los países del mundo enfrentan. Este problema hace que no se pueda recaudar los recursos necesarios para desarrollar una mejor infraestructura dentro de una sociedad. Una de las razones principales que se considera que exista un alto índice de informalidad es la cultura tributaria.

Según Fernández et al. (2018), en su estudio realizado en Colombia, consideran que un sector de mayor índice de informalidad es el sector comercial. Asimismo, considera necesario un control permanente y una mayor información sobre temas tributarios y las consecuencias y repercusiones que este traería si no se cumple con lo que las normas tributarias exigen.

Es importante recalcar que de acuerdo con Patiño et al. (2019), en su artículo científico sobre evasión tributaria, caso Guayaquil, Ecuador, mencionan que los medios más efectivos para combatir la evasión de los impuestos, son la auditoría tributaria y el empleo de la tecnología de la información, así como la eficiencia en la redistribución del dinero. Otro punto muy importante es la influencia que tiene la edición universitaria para poder formar profesionales contables con un nivel alto de valores en cultura tributaria (Pirela, 2022).

Además, Kamal (2019), menciona que en el país de Pakistán la evasión fiscal presenta índices muy altos lo que está generando un bajo crecimiento de la situación económica y la ausencia de prestación de servicios públicos. Asimismo, señala que la evasión fiscal ha ido incrementándose con el paso del tiempo, deteriorando de esta manera que se cumplan con las normas de tributación en el país. También el problema es un poco cultura tributaria, es que existe un mal servicio de la administración tributaria, que hace que se desconfíe del mismo (Clemenza y Araujo 2010)

También según Ayt Khozhina (2018), estudio realizado en Rusia, muestra la gran importancia que tiene el estado que establezca estrategias para poder mejorar la cultura tributaria, sede de tener un mayor acercamiento hacia la sociedad, teniendo en cuenta también la formalización de los negocios, es decir que no solo

se debe de enfocar en estrategias de cobro, sino de generar valores, moral, cultura tributaria en la sociedad. Se muestra también que muchas personas no tienen costumbre de pedir comprobante de pago, lo que acrecienta la evasión tributaria (Pinheiro & Samagaio, 2021).

Por otra parte, un estudio nacional, según Terrones y Limas (2021) sobre la problemática de la informalidad dentro de las MYPES y la disminución de la Recaudación Tributaria, señala que cuanto más exista la informalidad, se verá reducido cada vez mayor la recaudación de los tributos, por ello, el estado debe fomentar una mayor cultura tributaria. Otro aspecto que incrementa la informalidad es la falta de trabajo, puesto que la contratación de personal de manera formal incrementa los gastos en la empresa por lo que muchos negocios buscan a la informalidad laboral (Vílchez et al., 2019).

De acuerdo con Lahura y Castillo (2019), en su estudio a nivel nacional, considera que una de las formas de poder mejorar el índice de formalización es por medio de la incorporación en la base tributaria, pues los negocios que no tienen muchas ventas son los que mayor número de negocios informales significan.

Además, estudios muestran que, como en otros casos, una manera o mecanismo para poder disminuir la informalidad, la evasión tributaria, sin ninguna duda es la generación de cultura tributaria en una sociedad, para esto se pueden generar estrategias para que se pueda aumentar el conocimiento tributario, la moral tributaria, todo esto se puede lograr por una comunicación, capacitaciones, acercamiento a los negocios o también desde los centros educativos (Valdez y Martínez, 2018).

Según Romero y Colmenares (2021) en su artículo científico, sobre análisis de la evasión tributaria peruana y la informalidad con la cultura del no pago de los contribuyentes, señala que la evasión sobre los impuestos se encuentra a todo nivel en nuestro país, existe una imagen generalizada sobre la corrupción, teniendo en cuenta que la percepción de los contribuyentes es que se hace un mal uso de los recursos recaudado.

De acuerdo con Pérez (2018), informó que los comerciantes del mercado 28 de julio de Jaén- Cajamarca poseen un nivel medio sobre el conocimiento de la

cultura tributaria, donde la dimensión de mayor influencia es el conocimiento tributario con el 57%.

También Ortega (2019), informó que las MYPES de la Provincia de San Pablo en Cajamarca, presentan nivel bajo de cultura tributaria por el elevado índice de informalidad; esto es porque no existe orientación de parte de las instituciones como: Defensoría del Pueblo, MINEDU y SUNAT.

Además, Banda y Rabanal (2018), precisan que la evasión de impuestos es uno de los aspectos más significativos que se presenta en el mercado Santa Rosa de Cajamarca, y que es necesario establecer una cultura tributaria y concientizar en el largo plazo.

De acuerdo a la unidad de análisis elegida en la presente investigación se precisa la informalidad de los comerciantes que se dedican al negocio de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, los cuales no tienen por costumbre cancelar sus impuestos, consideran que la SUNAT, solo les resta dinero que según ellos no tienen, por lo que es un perjuicio económico. Asimismo, los pocos comerciantes que de alguna manera tienen RUC y están en el nuevo RUS, no entregan comprobantes de pago, pues solo lo proporcionan si es que realmente lo exige el comprador, por ello, se considera necesario hacer el estudio sobre cultura tributaria e informalidad.

De acuerdo a lo descrito en la realidad problemática, se planteó dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación de la cultura tributaria en la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022?

Esta investigación presenta relevancia social pues facilita el conocimiento sobre la importancia que tiene la cultura tributaria en una sociedad, también entre los negocios y comerciantes, pues tributar es contribuir con el desarrollo del país, la informalidad es negativo para los negocios, pues no les permite tener un crecimiento económico. Se justifica por su relevancia práctica, ya que se dio a conocer las dificultades que tienen los negocios y emprendedores por la falta de conocimiento de los tributos y como estos hace que los negocios no puedan crecer y tener una mayor estabilidad empresarial. Se justifica por su valor teórico, puesto que el estudio se desarrolló tomando en cuenta las bases teóricas que sostienen la

temática de la investigación, sobre sus variables y dimensiones, como también el estudio y estudios previos. El estudio se justifica metodológicamente puesto que se desarrolló en el marco del método científico, siguiendo cada uno de los pasos y consideraciones, como también el uso de instrumento reconocido por la comunidad científica, lo que ayudará también a investigaciones futuras.

Por lo tanto, de acuerdo a los problemas planteados, se planteó como objetivo general: OG: Determinar la relación entre la cultura tributaria y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022. Además, se consideró como objetivos específicos para el estudio: OE1: Identificar la relación entre el conocimiento tributario y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022. OE2: Establecer la relación entre la conciencia tributaria y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022. OE3: Determinar la relación entre los canales de comunicación y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022.

Conforme a los objetivos planteados por los investigadores, se consideró como Hipótesis: La cultura tributaria tiene una relación significativa sobre la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

De los antecedentes que tienen relación con la investigación, se puede mencionar del ámbito internacional, En Colombia, Almeida y Rojas (2018), en su artículo científico sobre análisis de la reforma tributaria en Colombia, su objetivo fue identificar la reforma tributaria y su impacto en el impuesto de renta de las personas jurídicas, se utilizó metodología descriptiva, diseño no experimental, se realizó la revisión de documentos científicos, para la búsqueda bibliográfica de las bases teóricas relacionadas al tema de investigación sobre reforma tributaria, para lo cual se elaboró el instrumento de ficha de recolección de datos, donde se muestran como resultado más importante que las tarifas de la sobretasas en renta presentan una tendencia de aumento para todos los contribuyentes en su conjunto, como sucede con las personas jurídicas de Colombia y del extranjero, así como las sociedades y entidades nacionales y extranjeras, se concluye que es fundamental buscar los mecanismos para poder reducir la evasión de los impuestos por medio de la promoción de cultura financiera y el uso de la tecnología.

Por otra parte, en Colombia, Fernández et al (2018), en su artículo científico sobre causas de los contribuyentes para no presentar y pagar los impuestos industriales y comerciales, Cali, su objetivo fue estudiar la cultura que se tiene sobre el cumplimiento y determinación de los tributos, para poder generar estrategias que permitan disminuir la evasión de los tributos, se consideró metodología descriptiva y explicativa, diseño no experimental, se consideró la revisión de documentación científica en fuentes de la Cámara de Comercio de Cali, específicamente del grupo de Fiscalización y Determinación de la Alcaldía de Cali, para lo cual se elaboró el instrumento de ficha de recolección de datos, la población lo compusieron personas naturales y jurídicas, que equivale a 1,822,871 contribuyentes, sin embargo, de acuerdo a criterios de exclusión e inclusión la muestra lo conformaron 3.496 comerciantes y contribuyentes de la ciudad de Santiago de Calí, como resultado principal se determinó que tener mayor control sobre los contribuyentes, con una adecuada información y un seguimiento significativo en la presentación y cancelación del tributo, entonces se obtendrá un bajo nivel de evasión, como conclusión se precisa que es necesario que los contribuyentes conozcan las normas que rigen en sus municipios, para tener en consideración que la evasión

del pago de sus Impuesto de Industria y Comercio les traerá como consecuencia sanciones y acciones administrativas en su contra.

Patiño et al (2019), en su artículo científico sobre evasión tributaria en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, tuvo como objetivo analizar el comportamiento social y los valores tributarios para explicar la corrupción y la evasión en los centros financieros, la metodología que consideró fue de tipo descriptiva, diseño no experimental, se consideró la revisión de 179 revistas y 67 artículos científicos para la búsqueda bibliográfica de las bases teóricas relacionadas al tema de investigación sobre la evasión tributaria, para lo cual se elaboró el instrumento de ficha de recolección de datos, el resultado más importante fue que desde el ámbito social el evasor de impuestos presenta como características el riesgo a desarrollar actividades independientes, elevado nivel de renta y la inequidad fiscal como factores principales que contribuyen al aumento de la evasión fiscal, como conclusión se precisa que los medios más efectivos para hacer frente a la evasión tributaria son la auditoría tributaria y el empleo de la tecnología de la información, así como la eficiencia en la redistribución del dinero, de esta manera, fomentar un comportamiento social responsable y con valores tributarios para concretar sus responsabilidades tributarias.

Por otra parte, de los estudios nacionales, de acuerdo con Torres y Ferrel (2020), en su artículo científico sobre la importancia de la tributación en la economía peruana, estudio considerado muy relevante, ya que ayuda a poder generar conciencia sobre el cumplimiento de los tributos, que es uno de los problemas más comunes dentro de los países de la región, tuvo como objetivo analizar la importancia de la tributación en la economía del Perú, la metodología que empleo fue analítica, diseño no experimental, se consideró la revisión de documentación científica con el análisis de documentos y revisión de bibliografía relacionados al tema sobre lo importante que es la tributación para la economía del país, para lo cual se elaboró el instrumento de ficha de recolección de datos, el resultado más importante demuestra que existe un elevado índice de informalidad, de un 70% en el país, como también se tiene que la percepción de los contribuyentes ante la administración tributaria es de una institución opresora y que solo busca el aumentar el recaudo de los impuestos, como también el de que se debe de generar

nuevas estrategias mejorar la recaudación de impuestos, se concluye que se observa un índice de informalidad elevado, que la administración tributaria debe de mejorar su imagen y mejorar las estrategias de recaudación y hacer que los contribuyentes sean parte de la solución mejorando la conciencia y cultura tributaria.

Según Romero y Colmenares (2021) en su artículo científico, sobre análisis de la evasión tributaria peruana y la informalidad con la cultura del no pago de los contribuyentes, su objetivo fue analizar la evasión tributaria que existe en el Perú, además de la informalidad y la cultura de evasión de impuestos de parte de los contribuyentes, con la finalidad de crear concientización en la sociedad peruana, teniendo en cuenta a las personas naturales y jurídicas, la metodología que empleo fue de tipo descriptiva, diseño no experimental, de revisión de literatura, principalmente de artículos donde hacen referencia a la evasión tributaria peruana e internacional, de los cuales el 35% de las revisiones fueron de nivel internacional, el 65% de corte interno nacional, el 100% de las revisiones corresponden a evasión tributaria, para lo cual se elaboró el instrumento de ficha de recolección de datos, el resultado más importante muestra que la falta de cultura tributaria es un factor que incide en la evasión tributaria del Perú, evasión de impuestos en todos los ámbitos, la corrupción y la deficiencia en las administraciones públicas, se concluye que existe un alto índice de cultura tributaria en nuestro país, que la evasión sobre los impuestos se encuentra a todo nivel, existe una imagen generalizada sobre la corrupción, teniendo en cuenta que la percepción de los contribuyentes es que se hace un mal uso de los recursos recaudado, existe un alto índice de incompetencia sobre las administraciones tanto privadas como públicas, por último el estado de mostrar que se está trabajando en el bien de todos.

De otra manera, Condori, Mamani y Bernedo (2020) en su artículo científico sobre eficacia del programa para escuelas, ¡Qué importante es tributar!, donde se promueve la cultura tributaria con actividades atractivas en estudiantes de educación secundaria, Juliaca, tuvo por objetivo explicar cuál es la eficacia que presenta el programa educativo ¡Qué importante es tributar! dirigido a crear conocimientos y actitudes razonables acerca de la cultura tributaria en jóvenes de educación secundaria de Juliaca, la metodología que empleo fue de tipo analítica,

diseño cuasi-experimental, pues se evaluó antes y después de la intervención, se distribuyeron en grupo de experimento (GE=30) y grupo de control (GC=30), donde el GE es el que tuvo 10 talleres didácticos los que se distribuyeron en 3 módulos: actitud, percepción y conocimiento, la población estuvo conformada por 30 participantes del quinto año de secundaria en la ciudad de Juliaca, la muestra estuvo conformada por 30 estudiantes de ambos sexos y del mismo nivel de estudios y de diferentes secciones de estudiantes, para lo cual se elaboró el instrumento del cuestionario elaborado para medir el nivel de cultura tributaria, se tuvo como resultados importantes, que el 20% del GE mostraron un nivel bajo cultura tributaria, 63% de ellos un nivel moderado y 17% mostraron un alto nivel; para el contraste se tomó el instrumento al término del programa, donde no había ninguno con bajo nivel, 63% nivel moderado y 37% con un nivel alto respecto a la cultura tributaria, además la t de student muestra diferencias importantes antes y después de la aplicación del programa ($t = -7.509$, $p < .05$), por lo que se llegó a concluir que el programa contribuye de manera positiva para fomentar la educación de la cultura tributaria en Juliaca.

En el ámbito local, se menciona a Pérez (2018), en su investigación de tesis acerca de la cultura tributaria y su incidencia en la formalización, caso los comerciantes del Mercado 28 de Julio en la ciudad de Jaén, Cajamarca, tuvo por objetivo determinar cómo cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado 28 de Julio, la metodología que utilizó fue de tipo descriptivo, diseño no experimental, se consideró como población 70 colaboradores del Mercado 28 de Julio, sin embargo de acuerdo a criterios de exclusión e inclusión la muestra lo conformaron 40 comerciantes del Mercado 28 de Julio, para lo cual se elaboró el instrumento de cuestionario, el resultado más importante fue que los comerciantes del lugar de estudio presentan un nivel medio de conocimiento acerca de la cultura tributaria, y está influenciado por el grado de conocimiento tributario, lo que ha facilitado potenciar los conocimientos en cultura tributaria de todos los vendedores del mercado, como conclusión se precisa que el nivel de conocimientos que tienen los comerciantes del mercado 28 de julio de Jaén sobre Cultura tributaria es de Nivel Medio, donde la dimensión de mayor influencia es la conocimiento tributario con el 57%.

También, Ortega (2019), en su investigación de tesis sobre la cultura tributaria y su influencia en la formalización de las MYPES, caso Provincia de San Pablo, Cajamarca, tuvo por objetivo explicar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de las MYPES en la Provincia de San Pablo, la metodología que empleó fue de tipo analítico y descriptivo, diseño no experimental, se consideró como población 100 comerciantes informales, sin embargo de acuerdo a criterios de exclusión e inclusión la muestra lo conformaron 60 comerciantes informales de la Provincia de San Pablo, para lo cual se elaboró el instrumento de cuestionario, el resultado más importante fue que los comerciantes no presentan conocimiento acerca de la cultura tributaria para poder formalizarse. Asimismo, se identificó que existe un alto nivel de desconocimiento de los beneficios que podrían alcanzar si hacen posible la formalización de sus establecimientos, como conclusión se precisa que actualmente las MYPES presentan una cultura tributaria muy baja en la Provincia de San Pablo, debido a la presencia elevada de informalidad; por falta de orientación de las instituciones tributarias.

Por otra parte, Banda y Rabanal (2018), en su artículo científico sobre la cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos, caso comerciante del Mercado Santa Rosa en la ciudad de Cajamarca, tuvo por objetivo determinar la influencia de la cultura en la evasión de impuestos del mercado Santa Rosa en la ciudad de Cajamarca, la metodología que aplicó fue de tipo analítico y descriptivo, diseño no experimental, se consideró como población 80 comerciantes informales, sin embargo de acuerdo a criterios de exclusión e inclusión la muestra lo conformaron 50 comerciantes informales del mercado Santa Rosa, para lo cual se elaboró el instrumento de cuestionario, el resultado más importante fue que existe un grado de influencia significativo de la cultura tributaria con la evasión de los impuestos en los comerciantes del Mercado Santa Rosa, como conclusión se precisa que la evasión de impuestos es uno de los aspectos más significativos que influye en la evasión de impuestos de los comerciantes, y que de acuerdo a las investigaciones estudiadas el establecer una cultura tributaria y concientizar en el largo plazo, será posible desarrollar resultados favorables de reducción en la evasión tributaria en un escenario futuro de largo plazo.

Las bases teóricas en relación a las variables son las siguientes:

Para la variable de cultura tributaria, el autor Ortega (2019) la define como la conducta que manifiestan las personas que son contribuyentes para cumplir con sus deberes tributarios y haciendo uso de su confianza y valores éticos personales, respetando la ley y asumiendo su responsabilidad como ciudadanos. Además, se considera que la cultura o morar tributaria es permite predecir la evasión tributaria en una sociedad, por ello su importancia para poder mejorar el nivel (Herbas-Torrico & Gonzales-Rocha, 2020). Una falta de cultura ocasiona menos desarrollo y lo que conlleva menos beneficio en los negocios (Quispe-Fernández et al., 2021).

De otra parte, Beltrán (2018), considera que la cultura tributaria es considerada un patrimonio importante para los países, puesto que es el que hace frente a la informalidad, ya que cuanta más información se tiene sobre la tributación y cómo es que se utiliza y la importancia que tiene para una sociedad, es cuanto más los contribuyentes son conscientes para estar al día con sus obligaciones de pagar impuestos. Una forma de poder mejorar la cultura tributaria es por medio de materiales físicos o virtuales que permitan orientar y facilitar la comprensión sobre los tributos (Noda, et al., 2021).

Por otro lado, Vilca (2021) considera a la cultura tributaria como el factor importante para poder hacer frente a la informalidad, es la base para que una sociedad tenga educación tributaria y conciencia o moral tributaria, con el que los contribuyentes o la población en general tiene la posibilidad de poder cumplir con sus obligaciones tributaria sin ninguna presión, sino de manera voluntaria. Una normativa eficiente es lo que permite que se pueda mejorar la recaudación y también contribuir en la cultura tributaria a través de una buena comunicación (Moosa, 2018).

Respecto a la base teórica de la variable informalidad, Boitano y Abanto (2019) mencionan que el vocablo informal es usado para referirse a actividades pequeñas o artesanales que generalmente se realizan en países en desarrollo. En ese sentido, la informalidad está vinculada a actividades ilícitas de evasión fiscal, es una economía no oficial que no se encuentra registrada en el PIB. Por este motivo, la recaudación tributaria se ve afectada de forma negativa.

Por otro lado, Gómez (2018), se considera informalidad al incumplimiento por parte del contribuyente de acuerdo a las normas comerciales y fiscales, por lo que son acreedores de multas y sanciones. Es un problema que presentan la mayoría de países, por lo que, en muchos casos no tienen crecimiento en infraestructura y desarrollo social, una parte importante señalan que son informales por que aducen que el estado y sus instituciones son corruptas.

Además, para Pilco y Sifuentes (2018) considera que la informalidad se puede ver desde tres enfoques, puesto que considera que el sector empresarial es incapaz de poder mantener una formalidad sostenible y fuerte, pues busca como aumentar sus ingresos a costa de tener informalidad laboral, por ejemplo, buscan mano de obra barata. Asimismo, considera que la informalidad se da por la incapacidad que tiene el estado de poder buscar mecanismos para orientar a los negocios y contribuyentes a ser formales y responsables con sus obligaciones tributarias.

Respecto a la dimensión de conocimiento tributario, Pérez (2019) la define como la transmisión de principios y valores que son beneficiosos a la responsabilidad fiscal, por ello, es necesario tener compromiso y responsabilidad ciudadana para cumplir con sus obligaciones tributarias, conforme lo establece la ley y como parte de nuestro deber cívico.

Sobre la dimensión de la informalidad, Pérez (2019) la define como la no consideración de la ley, son actividades que se realizan de manera clandestina, no legales, por lo cual su actividad es considerada como informal, acarreando consecuencias que influyen en los resultados de sus negocios que emprenden.

Por otro lado, respecto a la dimensión de la conciencia tributaria, Pérez (2019) la define como el conjunto de actitudes y creencias de los individuos que los alientan a contribuir con el estado. Asimismo, señala que la conciencia tributaria se genera en un proceso donde suceden eventos que le producen los efectos, justificación y diferenciación social en la actitud del individuo sobre su obligación tributaria, como resultado final de este proceso se genera conciencia tributaria; pudiendo un individuo asumir la posibilidad de validar o no la evasión, dando espacio a individuos con conciencia tributaria.

De otra parte, acerca de la dimensión de canales de comunicación, Pérez (2019), lo define como los medios y recursos que se emplean para el intercambio de mensajes e información entre las personas, lo cual involucra el trabajo en conjunto de la sociedad y los individuos con la finalidad de crear valor público, para lo cual vincula las Tecnologías de información y comunicación para los aspectos de gestión, planificación y administración.

Las teorías y enfoques en los que se sustenta mi investigación son:

La variable de cultura tributaria, es reforzada por la teoría de cultura tributaria como conducta ciudadana, cuyo autor es Ruíz (2020), quien refiere que la cultura tributaria es la conducta que los ciudadanos reciben como un deber, donde intervienen elementos como la razonabilidad monetaria de las personas, las cuales adquieren la mayor ventaja con el menor gasto posible, así como elementos no relacionados con el nivel financiero, como adquirir información sobre los estándares y estrategias.

Otra de las teorías que refuerzas la investigación en la variable de cultura tributaria es la importancia de adquirir cultura tributaria, cuyo autor es Pérez (2019), quien señala la importancia de la cultura tributaria en el comportamiento de las personas que contribuyen para facilitar que estos cumplan sus obligaciones y derechos que tienen como ciudadanos en el aspecto tributario, lo cual es fundamental para que el estado mediante el gobierno de turno pueda obtener la recaudación tributaria que establece la ley, tanto a la persona natural, como la persona jurídica que poseen actividades que generan rentas, lo que se presenta como una estrategia relevante para entender el motivo que permite cumplir con las obligaciones tributarias y facilitar de esta manera con la disminución de la evasión tributaria.

Por otro lado, la variable de cultura tributaria, es reforzada también por la teoría de la conciencia tributaria, cuyo autor es Pérez (2019), quien sostiene que la conciencia tributaria está vinculada al cambio de actitudes donde las personas están comprometidas ser responsables y transparentes, trae consigo la generación de conciencia tributaria; permitiendo a la persona optar por la decisión de cumplir con sus pagos tributarios, generando positivismo en las conductas de pagos tributarios de las personas. Una forma de poder disminuir la informalidad es

buscando la igualdad y tener una cultura democrática y de justicia, en el que todos puedan tener la oportunidad de crecer (Pereyra, 2017)

La variable de informalidad, está reforzada por la teoría de los negocios informales, para lo cual el autor Pérez (2019), refiere que los negocios informales son aquellos establecimientos que realizan actividades de forma aislada respecto de las empresas formales, compran las materias primas de empresas formales de forma directa o a través de empresas intermediarias que son informales. Esta compra de mercancías o servicios se realizan a través de transacciones individuales, pero también se llevan a cabo a través de una red sub sectorial de interacciones comerciales. De otro lado la informalidad genera menos desarrollo en la sociedad, por lo que es importante establecer mecanismos para poder luchar contra ella (Estrades & Terra, 2017).

Por otro lado, la variable de informalidad, es reforzada también por la teoría de los impuestos, cuyo autor es Vega (2020), quien sostiene que el impuesto sirve para favorecer la recaudación, por lo que se requiere reciprocidad entre los actores involucrados que son el estado y el ciudadano. En ese sentido, el contribuyente tiene que ser responsable con las contribuciones que exige la ley; por su parte, el estado debe crear la seguridad social y jurídica que se requieren para el cumplimiento de las normas jurídicas impuestas a los contribuyentes.

La informalidad es uno de los principales problemas que aqueja una sociedad, por lo que es necesario tomar acciones significativas para poder aplicarlas, poder disminuir, este tema no tiene que ver con algún tipo de división social o de género, pues en todo nivel existe la informalidad y las cuales son las mismas, que en muchos casos es el desconocimiento sobre el pago de tributos y por otro lado es la falta de conocimiento sobre los beneficios que la formalización trae para los negocios (Calderón et al., 2020). También, se puede ver que la informalidad es una forma de emprendimiento por parte de las personas, que se puede entender que por la escases de financiamiento se hacen informales (Véliz & Díaz, 2014).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Esta investigación fue de tipo básica, según Carrasco (2019), considera que en la investigación básica se realiza la búsqueda de nuevos conocimientos a partir de experiencias, por medio de la información que se recoge de una determinada muestra.

Diseño de investigación

Esta investigación fue de diseño no experimental, para lo cual Ñaupas et ál. (2018), manifiestan que este tipo de diseño no considera el trabajar con la variable de manera en que se tenga que intervenir o manipularla, realizarle algún cambio, por lo que se trabaja con la información que se recoge en un determinado momento con el instrumento definido por el investigador. El nivel es descriptivo-correlacional.

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Cultura tributaria

Definición conceptual: se tiene que la cultura tributaria es considerada como el conocimiento de manera reflexiva con el que la persona se considera que tiene voluntad de pago sobre sus impuestos y tributos administrados por una entidad que forma parte del estado peruano, lo que lleva a la persona poder cumplir con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria (Sarduy, 2016).

Definición operacional: La variable cultura tributaria se analizó de acuerdo con sus dimensiones utilizando como instrumento el cuestionario, con una escala de Likert, el mismo que se aplicó a la muestra que determinó el investigador, que son los comerciantes del mercado en estudio.

Indicadores: Normas tributarias, Regímenes tributarios, Infracciones y sanciones, Comprobantes de pago, Responsabilidad y educación tributaria, Valores y actitudes para tributar, Televisión y/o radio, Redes sociales, Página web, Información tributaria.

Escala de medición: Nominal

Variable: Informalidad

Definición conceptual: Según Gómez (2018), se considera a la informalidad al incumplimiento por parte del contribuyente de acuerdo a las normas comerciales y fiscales, por lo que son acreedores de multas y sanciones, este problema se encuentra en varios países del mundo, por lo que en muchos casos no tienen crecimiento en infraestructura y desarrollo social, una parte importante por la que muchos son informales es por que aducen que la el estado y sus instituciones son corruptas y están a cargo de personas que usan de manera indebida los recursos que son del estado.

Definición operacional: La variable informalidad se analizó de acuerdo con sus dimensiones utilizando como instrumento el cuestionario, con una escala de Likert, el mismo que se aplicó a la muestra determinada por el investigador, que son los comerciantes del mercado en estudio.

Indicadores: Costos de formalización, tiempo de demora de los trámites, cantidad de trámites, falta de tecnología, mano de obra no calificada, Infraestructura y equipos, difusión y capacitación, sanciones mal diseñadas, normas y políticas tributarias, proceso de trámite, costos de trámite.

Escala de medición: Nominal

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Población: La población en un estudio es de acuerdo con Serrano (2017), se le considera a un conjunto o grupo, donde se toma en cuenta el tiempo y espacio, los mismos que pueden ser sujetos u objetos de estudio, de los cuales se determina la muestra para la investigación, para el caso de la investigación se consideró a los 180 comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca

Criterios de inclusión: Se consideró a los comerciantes que tienen más de un año de permanencia en el mercado y son comerciantes del sector abarrotes.

Criterios de exclusión: No se consideró a los comerciantes que tienen menos de un año de permanencia en el mercado y son otros comerciantes que no pertenecen al sector abarrotes

Muestra: Para Herbas y Rocha (2018), toman en cuenta para poder definir a la muestra como parte del total del universo, el mismo que formará parte del estudio, es decir se cundiera como la unidad de análisis para la investigación, para

el caso de estudio se tomó en cuenta a 50 comerciantes que son parte de la población del mercado Roberto Segura.

Muestreo: Para esta investigación se realizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, según Ochoa et al. (2020), considera este tipo de muestreo, cuando el investigador considera que por muchas razones no se puede aplicar un muestreo probabilístico aleatorio, puesto que el acceso a la información es una gran dificultad, así como el aspecto económico para poder realizar a un número considerable que el muestreo probabilístico lo requieres.

Unidad de análisis: En la investigación se toma en cuenta como unidad de análisis a los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca.

3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnica: Para la investigación se consideró como técnica para recolectar los datos del estudio:

Encuesta: De acuerdo con Príncipe (2019), la encuesta es una técnica muy usada para poder hacer inferencias, para poder describir situaciones que se quiere resolver de la población en estudio, esta técnica consiste en realizar una determinada cantidad de preguntas que se realizan a los que son parte del estudio, en este caso se pudo recolectar la información de los comerciantes sobre cultura tributaria e informalidad, la misma que se analizó y se pudo llegar a conclusiones en el estudio.

Instrumentos: En este caso para el estudio en particular le corresponde el siguiente instrumento.

Cuestionario: Este instrumento consiste en un grupo de preguntas que son elaboradas de acuerdo con a las variables, dimensiones e indicadores, pues son las que permitirán resolver el problema de investigación, para el caso de estudio se consideró dos cuestionarios, uno para la variable cultura tributaria y el otro para la variable informalidad

3.5. Procedimientos

La investigación se realizó considerando en primer lugar el análisis de la problemática, posteriormente se buscó la información relacionada a las variables en estudio, como son la cultura tributaria y la informalidad, con el propósito de establecer los problemas que se plantearon en la investigación, luego del cual se muestra la metodología aplicada en el estudio para el desarrollo de la investigación, tipo, diseño, población, muestra, entre otros, posterior a ello, se desarrolló los instrumentos tomando en cuentas los indicadores de las variables en estudio, los mismos que se validaron por los respectivos especialistas sobre el tema y se analizó también la confiabilidad del instrumento, luego de la aplicación se analizó los resultados, lo que permitió llegar a desarrollar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

3.6. Método de análisis de datos

Posterior a la elaboración de los instrumentos según las consideraciones para su aplicación, se aplicó el mismo a la muestra determinada por el investigador, esto se realizó por medio virtual, a través de un formulario y por medio físico, los mismos que se procesaron por medio del software estadístico SPSS v27, lo que permitió analizar los resultados a través de tablas y figuras con las variables en estudio de cultura tributaria e informalidad.

3.7. Aspectos éticos

En el desarrollo del estudio, se consideró los principios éticos de la profesión contable, como también la normatividad sobre investigación y ética de la universidad, por otra parte, se tomó en cuenta los principios de buena conducta del investigador, como son la responsabilidad, honestidad, disciplina, entre otros con el propósito de poder lograr transparencia en todas las etapas del desarrollo de la investigación. Asimismo, se consideró el respeto al derecho de autor, la propiedad intelectual, por lo que se consideró las citas y las referencias como corresponde a cada autor, tomando en cuenta el formato APA séptima edición. También se tomó en cuenta el consentimiento informado por parte de los colaboradores y la confidencialidad de la información.

IV. RESULTADOS

Objetivo específico uno: Determinar la relación entre el conocimiento tributario y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022.

Prueba de normalidad

Tabla 1

Prueba de normalidad de las variables

| | Shapiro-Wilk | | |
|--------------------|--------------|----|-------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| Cultura tributaria | 0.982 | 50 | 0.656 |
| Informalidad | 0.932 | 50 | 0.070 |

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: como se muestra en la Tabla 1, se considera el análisis de Shapiro por ser una muestra menor igual a 50 elementos, por lo tanto, según se muestra en la significancia de ambas variables son mayores a 0.05, por lo que se entiende que la muestra tiene una distribución normal, por lo tanto, se aplicara el estadístico según Pearson para la prueba de hipótesis.

Tabla 2

Correlación entre el conocimiento tributario y la informalidad

| | | Conocimiento tributaria | Informalidad |
|-------------------------|------------------------|-------------------------|--------------|
| Conocimiento tributario | Correlación de Pearson | 1 | ,297* |
| | Sig. (bilateral) | | 0.036 |
| | N | 50 | 50 |
| Informalidad | Correlación de Pearson | ,297* | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0.036 | |
| | N | 50 | 50 |

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

De la Tabla 2, se puede apreciar que el p valor es de 0.036, valor menor al 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de la investigación y la nula es rechazada, por tanto, el conocimiento tributario tiene una relación significativa sobre la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, además se muestra que el nivel de correlación según Pearson es de 0.297, considerada una correlación positiva baja.

Conforme a lo que muestra la Tabla, de acuerdo con Quintela (2019), considera teóricamente que r de Pearson puede encontrarse entre los valores de -1 hasta 1, que está considerado como los límites de la correlación, es decir positiva, es también llamada directa y negativa es también llamada indirecta, si está cerca del cero o es cero, pues no hay correlación. Una interpretación que se puede dar respecto al valor de la correlación, de -0.5 a +0,5 una correlación menos notable y -1 a -0.5 o +0.5 a +1, una correlación notable. Si es 0 no existe correlación.

Objetivo específico dos: Establecer la relación entre la conciencia tributaria y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022.

Tabla 3

Correlación entre la conciencia tributaria y la informalidad

| | | Conciencia tributaria | Informalidad |
|-----------------------|------------------------|-----------------------|--------------|
| Conciencia tributaria | Correlación de Pearson | 1 | ,316* |
| | Sig. (bilateral) | | 0.025 |
| | N | 50 | 50 |
| Informalidad | Correlación de Pearson | ,316* | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0.025 | |
| | N | 50 | 50 |

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

Según la Tabla 3, muestra que el p valor es de 0.025, valor menor al 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de la investigación y la nula es rechazada, por tanto, la

conciencia tributaria tiene una relación significativa sobre la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, además se muestra que el nivel de correlación según Pearson es de 0.297, considerada una correlación positiva baja.

Objetivo específico tres: Determinar la relación entre los canales de comunicación y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022.

Tabla 4

Correlación entre los canales de comunicación y la informalidad

| | | Canales de comunicación | Informalidad |
|-------------------------|------------------------|-------------------------|--------------|
| Canales de comunicación | Correlación de Pearson | 1 | ,323* |
| | Sig. (bilateral) | | 0.022 |
| | N | 50 | 50 |
| Informalidad | Correlación de Pearson | ,323* | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0.022 | |
| | N | 50 | 50 |

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

De acuerdo con la Tabla 4, muestra un p valor de 0.022, valor menor al 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de la investigación y la nula es rechazada, por tanto, los canales de comunicación tienen una relación significativa sobre la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, además se muestra que el nivel de correlación según Pearson es de 0.323, considerada una correlación positiva baja.

Objetivo general: Determinar la relación entre la cultura tributaria y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022.

Tabla 5*Correlación entre la cultura tributaria y la informalidad*

| | | Cultura tributaria | Informalidad |
|--------------------|------------------------|--------------------|--------------|
| Cultura tributaria | Correlación de Pearson | 1 | ,346* |
| | Sig. (bilateral) | | 0.014 |
| | N | 50 | 50 |
| Informalidad | Correlación de Pearson | ,346* | 1 |
| | Sig. (bilateral) | 0.014 | |
| | N | 50 | 50 |

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

Como se muestra en la Tabla 5, el p valor es de 0.014, valor menor al 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de la investigación y la nula es rechazada, por tanto, la cultura tributaria tiene una relación significativa sobre la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, además se muestra que el nivel de correlación según Pearson es de 0.346, considerada una correlación positiva baja.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para el estudio se consideró como objetivo específico uno, determinar la relación entre el conocimiento tributario y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, se determinó el valor es de 0.036, valor menor al 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de la investigación, sobre conocimiento de las normas tributarias que rigen en el país (Anexo 5), 13 de los encuestados consideran que casi nunca tienen conocimiento de las normas; sobre la importancia de los pagos del impuesto, los resultados son importantes puesto que 17 de los encuestados considera que a veces le da importancia al pago de los tributos mientras que 13 de ellos considera que nunca toma importancia; por otra parte en la revisión periódica del conocimiento tributario a veces fue la frecuencia con mayor respuesta por parte de los encuestados, resultado que corrobora la teoría sobre conocimiento tributario según Pérez (2019),

quien indica que es la transmisión de principios y valores que son beneficiosos a la responsabilidad fiscal, por ello, es necesario tener compromiso y responsabilidad ciudadana para cumplir con sus obligaciones tributarias, conforme lo establece la ley y como parte de nuestro deber cívico, pues al tener mayor conocimiento sobre lo que nos corresponde como ciudadanos hay mayor formalización, además, el resultado que coincide con el estudio de Pérez (2018), donde sus resultados muestran que los comerciantes del lugar de estudio presentan un nivel medio de conocimiento tributaria, pues la dimensión de mayor influencia es la conocimiento tributario con el 57%, por lo que concluye que el nivel de conocimientos que tienen los comerciantes del mercado 28 de julio de Jaén es medio, por otra parte, también se asemeja al estudio de Condori et al. (2020), en su artículo experimental, tuvo como resultados, que el 20% del GE mostraron un nivel bajo cultura tributaria, 63% de ellos un nivel moderado, para el contraste se tomó el instrumento al termino del programa, donde no había ninguno con bajo nivel, 63% nivel moderado, por lo que se llegó a concluir que el programa contribuye de manera positiva para fomentar la educación de la cultura tributaria y por lo tanto mejorar la formalización.

El objetivo específico dos para el estudio se consideró, determinar la relación entre la conciencia tributaria y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, se determinó que el p valor fue de 0.025, valor menor al 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de la investigación, sobre si se emite frecuentemente algún comprobante de pago por las ventas o prestaciones de servicio que realiza (Anexo 5), 23 de los encuestados considera que solo lo hace a veces; referente a si se realiza compras para el abastecimiento de su negocio, se le entrega el comprobante de pago de manera voluntariamente, 16 de los encuestados considera que solo a veces; si se considera importante y necesario contribuir con el Estado mediante el pago de sus impuestos, 13 de los que participaron de la encuesta consideran que casi nunca, es importante resaltar el resultado, puesto que corrobora la teoría sobre conciencia tributaria según Pérez (2019), pues lo define como el conjunto de actitudes y creencias de los individuos que los alientan a contribuir con el estado. Asimismo, señala que la conciencia tributaria se genera en un proceso donde suceden eventos que le producen los efectos, justificación y diferenciación social en la actitud del individuo

sobre su obligación tributaria, como resultado final de este proceso se genera conciencia tributaria; pudiendo un individuo asumir la posibilidad de validar o no la evasión, dando espacio a individuos con conciencia tributaria, por otra parte también se compara por lo mencionado por Pérez (2019), quien sostiene que la conciencia tributaria está vinculada al cambio de actitudes donde las personas están comprometidas ser responsables y transparentes, trae consigo la generación de conciencia tributaria; permitiendo a la persona optar por la decisión de cumplir con sus pagos tributarios, generando positivismo en las conductas de pagos tributarios de las personas, por lo tanto, al tener estas actitudes y valores es que se mejora la formalización y se contribuye al estado, además los resultados se contrastan con la investigación realizada por Torres y Ferrel (2020), en su artículo donde los resultados muestran que existe un elevado índice de informalidad, de un 70% en el país, como también se tiene que la percepción de los contribuyentes ante la administración tributaria que no contribuye a las empresas, concluye que se observa un índice de informalidad elevado, que la administración tributaria debe de mejorar su imagen y mejorar las estrategias de recaudación y mejoran la conciencia y cultura tributaria, también se compara la teoría según Vilca (2021), quien considera a la cultura tributaria como el factor importante para poder hacer frente a la informalidad, es la base para que una sociedad tenga educación tributaria y conciencia o moral tributaria, con el que los contribuyentes o la población en general tiene la posibilidad de poder cumplir con sus obligaciones tributaria sin ninguna presión, sino de manera voluntaria, teoría que corrobora los resultados del estudio, también de acuerdo con Beltrán (2018), quien considera que la cultura tributaria es considerada un patrimonio importante para los países, puesto que es el que hace frente a la informalidad, ya que cuanta más información se tiene sobre la tributación y cómo es que se utiliza y la importancia que tiene para una sociedad, es cuanto más los contribuyentes son conscientes para estar al día con sus obligaciones de pagar impuestos, de allí la importancia de la conciencia tributaria en la formalización, finalmente, Patiño et al (2019), en su artículo sobre análisis del comportamiento social y los valores tributarios para explicar la corrupción y la evasión en los centros financieros, conclusión se precisa que los medios más efectivos para hacer frente a la evasión tributaria entre otros es fomentar un

comportamiento social responsable y con valores tributarios para concretar sus responsabilidades tributarias.

Para el estudio se consideró como objetivo específico tres, determinar la relación entre los canales de comunicación y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, se determinó que el p valor fue 0.022, valor menor al 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de la investigación, respecto si ha recibido información tributaria en su formación académica (Anexo 7), 19 de los encuestados contestó que casi nunca y 16 de los negocios que participaron en la encuesta concuerda que nunca ha recibido información tributaria relevante o de cultura; sobre si ha recibido toda la información tributaria cuando ha sido visitado la SUNAT, 48 de los participantes considera que a veces y el 18 considera que nunca o casi nunca, resultado que es corroborado por lo mencionado por Pérez (2019), quien define a los canales de comunicación como los medios y recursos que se emplean para el intercambio de mensajes e información entre las personas, lo cual involucra el trabajo en conjunto de la sociedad y los individuos con la finalidad de crear valor público, para lo cual vincula las Tecnologías de información y comunicación para los aspectos de gestión, planificación y administración, por ello la necesidad de que este sistema sea el más eficientes, además, se compran con el estudio realizado por Fernández et al (2018), en su artículo científico sobre causas de los contribuyentes para no presentar y pagar los impuestos industriales y comerciales, cuyos resultados muestran que se debe tener mayor control sobre los contribuyentes, con una adecuada información y un seguimiento significativo en la presentación y cancelación del tributo, entonces se obtendrá un bajo nivel de evasión, por lo que es necesario que los contribuyentes conozcan las normas que rigen en sus municipios, para tener en consideración que la evasión del pago de sus Impuesto les traerá como consecuencia sanciones y acciones administrativas en su contra, por lo que es importante los canales de comunicación, también se compara el resultado del estudio de Almeida y Rojas (2018), en su artículo científico sobre análisis de la reforma tributaria en Colombia, donde concluye que es fundamental buscar los mecanismos para poder reducir la evasión de los impuestos por medio de la promoción de cultura financiera y el uso de la tecnología, resultado que resalta la importancia de los canales de

comunicación para mejorar la formalización y reducir la evasión tributaria, además, según Banda y Rabanal (2018), en su artículo científico sobre la cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos, donde concluye que la evasión de impuestos es uno de los aspectos más significativos que influye en la evasión de impuestos de los comerciantes, y que de acuerdo a las investigaciones estudiadas el establecer una cultura tributaria y concientizar en el largo plazo, será posible desarrollar resultados favorables de reducción en la evasión tributaria en un escenario futuro de largo plazo.

Finalmente se consideró en el estudio como objetivo general, determinar el relación entre la cultura tributaria y la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, se determinó el p valor de 0.014, valor menor al 0.05, por lo que se acepta la hipótesis de la investigación, además, el promedio sobre cultura tributaria (Anexo 5), 15 participantes en promedio considera que a veces se tiene cultura tributaria, 13 y 9 encuestados entre los comerciantes en promedio consideran que casi nunca y nunca respectivamente se tiene una buena cultura tributaria, además, para la comprobación de la hipótesis general, como se muestra en la tabla 6, el p valor es de 0.014, por lo tanto la cultura tributaria tiene un relación significativo sobre la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, además se muestra que el nivel de correlación según Pearson es de 0.346, considerada una correlación positiva baja, resultado que se corrobora con la teoría de Ruíz (2020), quien refiere que la cultura tributaria es la conducta que los ciudadanos reciben como un deber, donde intervienen elementos como la razonabilidad monetaria de las personas, las cuales adquieren la mayor ventaja con el menor gasto posible, así como elementos no relacionados con el nivel financiero, como adquirir información sobre los estándares y estrategias, además, de acuerdo con Pérez (2019), quien señala la importancia de la cultura tributaria en el comportamiento de las personas que contribuyen para facilitar que estos cumplan sus obligaciones y derechos que tienen como ciudadanos en el aspecto tributario, lo cual es fundamental para que el estado mediante el gobierno de turno pueda obtener la recaudación tributaria que establece la ley, tanto a la persona natural, como la persona jurídica que poseen actividades que generan rentas, lo que se presenta como una estrategia relevante

para entender el motivo que permite cumplir con las obligaciones tributarias y facilitar de esta manera con la disminución de la evasión tributaria, de otro lado se asemeja con el resultado de Romero y Colmenares (2021) donde muestra que la falta de cultura tributaria es un factor que incide en la evasión tributaria del Perú, evasión de impuestos en todos los ámbitos, la corrupción y la deficiencia en las administraciones públicas, por lo que concluye que existe un alto índice de cultura tributaria en nuestro país, que la evasión sobre los impuestos se encuentra a todo nivel, existe una imagen generalizada sobre la corrupción, teniendo en cuenta que la percepción de los contribuyentes es que se hace un mal uso de los recursos recaudado, finalmente, según Ortega (2019), los comerciantes no presentan conocimiento acerca de la cultura tributaria para poder formalizarse, además se identificó que existe un alto nivel de desconocimiento de los beneficios que podrían alcanzar si hacen posible la formalización de sus establecimientos, por lo que se precisa que actualmente las MYPES presentan una cultura tributaria muy baja en la Provincia de San Pablo, debido a la presencia elevada de informalidad; por falta de orientación de las instituciones tributarias.

VI. CONCLUSIONES

Se presentan las conclusiones del estudio teniendo en cuenta los objetivos de la investigación.

1. Sobre el objetivo general, se concluye que la cultura tributaria tiene una relación significativa sobre la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, 2022, puesto que el p valor fue de 0.014 y el nivel de correlación según Pearson de 0.346, considerada una correlación positiva baja.
2. Respecto al objetivo específico uno, se pudo demostrar para identificar el conocimiento tributario, que el 31% de los comerciantes, que a veces se tiene conoce sobre los tributos y el 38% considera que nunca y casi nunca tiene conocimiento tributario, resultados que demuestran que el conocimiento

tributario tiene relación con la informalidad entre los comerciantes de abarrotes del Mercado Segura, Jaén.

3. Respecto al objetivo específico dos del estudio, se demuestra para identificar la dimensión conciencia tributaria, que el 35% de los comerciantes considera que a veces se tiene conciencia tributaria y el 36% responde que nunca y casi nunca tiene conciencia tributaria, dichos resultados clarifican que la conciencia tributaria guarda relación con la informalidad entre los comerciantes de abarrotes del Mercado Segura, Jaén.
4. Respecto al objetivo específico tres, se pudo demostrar en la identificación de los canales de comunicación, que el 33% de los encuestados considera que nunca son buenos los canales de comunicación y el 31% considera que casi nunca se tiene buenos canales de comunicación, resultados que demuestran que los canales de comunicación tienen relación con la informalidad entre los comerciantes de abarrotes del Mercado Segura, Jaén.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la Administración Tributaria de la región, mejorar las estrategias para poder incrementar la cultura tributaria entre los comerciantes del Mercado Roberto Segura de Jaén, Cajamarca, con programas de capacitación entre los comerciantes, sobre temas de formalización, regímenes tributarios, las infracciones que pueden tener si no cumplen con la norma y cumplimiento de sus obligaciones tributarias y sobre los comprobantes de pago. Además de mostrar que el ser formal genera mayores posibilidades de venta y oportunidades de financiamiento.
2. Se recomienda a los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, buscar información para poder tener mayor conocimiento tributario y poder ser formal o mejorar las estrategias de crecimiento, considerando las fuentes de financiamiento y la oportunidad de poder generar

mayores ventas a empresas o negocios que siempre piden comprobantes de pago para poder comprar.

3. Se recomienda a los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, interiorizar la conciencia tributaria, por medio de la educación tributaria, mostrando ética y valores personales, sabiendo que su contribución al país es cumpliendo con las obligaciones tributarias, mostrando una actitud para tributar
4. Se recomienda a la Administración Tributaria de la región, mejorar la forma de poder comunicar a la población y contribuyentes sobre los tributos, importancia, cumplimiento, entre otros, por medio de canales de comunicación efectiva, como son las redes sociales, aplicativos, entre otros, con el objetivo de mejorar la cultura tributaria.
5. Se recomienda a la Universidad César Vallejo seguir con los avances en investigación sobre temas que ayuden a tener una sociedad más justa y con valores, como en este caso la cultura tributaria.

REFERENCIAS

- Almeida, A., y Rojas, G. (2018). *Reforma tributaria y el impacto sobre la renta de las personas jurídicas en Colombia*. Revista GEON, 5 (2), 68-81. <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/5>
- Armas, M., y Colmenares, M. (2018). Las nuevas tecnologías en las administraciones tributarias. TELEMATIQUE, 6 (3), 84-98. <http://ojs.urbe.edu/index.php/telematique/article/view/1924>
- Aytkhozhina, Gulnar, & Miller, Alexander. (2018). State tax control strategies: Theoretical aspects. *Contaduría y administración*, 63(2)<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1672>
- Banda, E., y Rabanal, R. (2018). *La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes del Mercado Santo Rosa, Cajamarca 2018*. Repositorio Institucional UPN, 1 (1), 1-9. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21327>
- Beltrán, A. (2018). *Implementación de facturación electrónica en Colombia*. [Tesis de maestría, Universidad Católica de Colombia]. Repositorio Académico de la Universidad Católica de Colombia. <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/22477>
- Boitano, G., y Abanto, D. (2019). *The informal economy and its impact on tax revenues and economic growth. The case of Peru, Latin America and OECD countries*. REVISTA DE CIENCIAS DE LA GESTION, 1 (4), 128-157. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/view/21120>
- Calderon Diaz, Mayda Alejandra, Manrique Chaparro, Olga Lucia, & Chloe Jade Day, Samantha. (2020). Informality and tax evasion. an experimental test among female entrepreneurs in Bogota. *Semestre Económico*, 23(55), 239-257. Epub October 08, 2021.<https://doi.org/10.22395/seec.v23n55a11>

- Clemenza, Caterina, Gotera, Ana, & Araujo, Rubén. (2010). Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15(49), 103-124. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000100007&lng=pt&tlng=.](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000100007&lng=pt&tlng=)
- Condori, S., Mamani, O., y Bernedo, D. (2020). *Eficacia del programa ¡Que importante es tributar! En el desarrollo de cultura tributaria en adolescentes*. APUNTES UNIVERSITARIOS, 10 (1), 66-77. <https://apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe/index.php/revapuntes/article/view/418>
- Estrades, Carmen, & Terra, María Inés. (2017). Fighting informality in segmented labor markets: A general equilibrium analysis applied to Uruguay. *Latin american journal of economics*, 48(1), 1-37. <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-04332011000100001>
- Fernández, S., Herrera, E., Tamayo, L., Rojas, A., y Martínez, L. (2018). *La evasión de impuestos como variable económica negativa para Colombia*. ESPACIOS, 39 (50), 1-12. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p02>.
- Gonzáles, V. (2019). *Cultura tributaria y evasión de impuestos del sector mayorista de abarrotes del Mercado Moshoqueque, José Leonardo Ortiz*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20500.12692/45196>
- Gómez, E. (2018). *La informalidad de las Pymes y su influencia en el empleo del Perú*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Federico Villareal]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Federico Villareal. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20500.13084/2081>
- Herbas-Torrco, Boris Christian, & Gonzales-Rocha, Erick Ariel. (2020). Análisis de las causas del cumplimiento y evasión tributaria: Evidencia de Bolivia. *Revista Perspectivas*, (46), 119-184.

[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332020000200006&lng=es&tlng=.](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332020000200006&lng=es&tlng=)

- Kamal, A. (2019). *Evasión fiscal en Pakistán e intervenciones políticas necesarias*. ACTAS, 8 (1), 185-199. https://european-science.com/eojnss_proc/article/view/5689
- Lahura, E., y Castillo, G. (2019). *El relación de cambios tributarios sobre la actividad económica en Perú: Una aplicación del enfoque narrativo*. ESTUDIOS ECONÓMICOS, 36 (1), 31-53. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/36/ree-36-castillo-lahura.pdf>
- Moosa, Fareed. (2018). Tax Administration Act: Fulfilling human rights through efficient and effective tax administration. *De Jure Law Journal*, 51(1), 1-16. <https://dx.doi.org/10.17159/2225-7160/2018/v51n1a1>
- Noda Rodríguez, A.; Hidalgo Castro, Y.; Gómez Quintana, I.; Pozo Contrera, A. J. (2021). Implementation of a study material to develop the tax culture in the cooperative sector p. 403-430 <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/394>
- Ortega, I. (2019). *La cultura tributaria y su incidencia en la formalización de las Mypes de la Provincia de San Pablo- Región Cajamarca. Año 2018*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Académico de la Universidad Nacional de Cajamarca. <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20500.14074/3268>
- Patiño, R., Mendoza, S., Quintanilla, D., y Díaz, J. (2019). *Evasión tributaria, una revisión*. ACTIVOS, 17 (1), 1-15. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/292/2921234007/html/>
- Pérez, J. (2019). El perfil del trabajador venezolano informal en Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú, 1(1), 1-23. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentro-de-Economistas/2019/ee-2019-perez.pdf>

- Pérez, D. (2018). *Influencia de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes del Mercado 28 de Julio- Jaén 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Académico de la Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6052>
- Pereira, Gustavo. (2017). Cultura democrática: la proyección de la igualdad. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(41), 35-54. <https://doi.org/10.26489/rvs.v30i41.2>
- Pilco, L., y Sifuentes, G. (2018). *La informalidad de los comerciantes en la evasión tributaria en el mercado mayorista de Challhua- Huaraz, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/4570?show=full>
- Pinheiro, J. M., Diogo, T. R., & Samagaio, A. (2021). Tax compliance: Factors that influence taxpayer invoice requests in Portugal. *Review of Business Management*, 23(4), 619–634. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v23i4.4133>
- Pirela Espina, William Alberto. (2022). Influence of university education on the formation of the tax culture of the public accountant. *Visión de futuro*, 26(1), 22-37. <https://dx.doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.26.01.001.en>
- Pomasunco, M. (2019). *Tecnologías de información y comunicación del impuesto predial del servicio de Administración Tributaria, Huancayo*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Centro del Perú]. Repositorio Institucional de la Universidad del Centro del Perú. <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/5787>
- Quintela del Río, A. (2019). Sweetened Basic Statistics [Estadística Básica Edulcorada]. <https://bookdown.org/aquintela/EBE/la-teoria-de-test-dehipotesis-de-neyman-pearson.html#>
- Quispe-Fernández, Gabith Miriam, & Ayaviri-Nina, Dante. (2021). Carga y presión tributaria. Un estudio del efecto en la liquidez, rentabilidad e inversión de los contribuyentes en Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la*

Administración y Economía, 11(22), 251-270.
<https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.04>

Romero, R., y Colmenares, Y. (2021). Análisis de la evasión tributaria en Perú. *REVISTA CONTACTO*, 1 (2), 1-13.
<https://revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/article/view/2402>

Ruíz, H. (2020). *Cultura tributaria y la evasión de impuestos de los comerciantes del mercado tres de Tarapoto*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20500.12692/48379>

Terrones, M., Limas, K. (2021). *Informalidad de las micro y pequeñas empresas comerciales y la disminución de la recaudación tributaria*. Repositorio Universidad de Ciencias y Humanidades, 1 (1), 1-13.
<https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/663/Terrones-MG-Limas-KL-articulo-contabilidad-finanzas-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres, A., y Ferrel, N. (2020). *Covid-19 ¿Por qué no empezamos a tributar?* *JOURNAL OF MANAGEMENT & BUSINESS STUDIES*, 1 (2), 1-14.
<https://revistas.uautonoma.cl/index.php/jmabs/article/view/52>

Valdez Arrúa, Nathalia María, & Martínez Díaz, Pablo. (2018). La cultura tributaria como mecanismo facilitador de la formalización de los puestos de ventas en el mercado municipal de San Lorenzo. *Población y Desarrollo*, 24(46), 93-98. [https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2018.024\(46\).093-098](https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2018.024(46).093-098)

Vílchez Román, C., Rojas Mendoza, A., & Huapaya Huapaya, A. (2019). Capacitación, remuneración promedio e impuestos como factores que explican la actitud hacia la regulación laboral en contextos de informalidad. *Contaduría y administración*, 65(1), 152.
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1790>

Vega, Z. (2020). *Cultura tributaria y su relación con la informalidad en los hospedajes ubicados en el distrito de Tarapoto*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional de la

Universidad Nacional de San Martín.
<https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3978/CONTABILIDAD%20-%20Zenilma%20Vega%20D%C3%ADaz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Véliz Torresano, José, & Díaz Christiansen, Suleen. (2014). El fenómeno de la informalidad y su contribución al crecimiento económico: el caso de la ciudad de Guayaquil. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 19(37), 90-97. <https://dx.doi.org/10.1016/j.jefas.2014.09.001>

Vilca, E. (2021). *Cultura tributaria y evasión tributaria en las microempresas del mercado central de Puno- Periodo 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada San Carlos]. Repositorio Académico de la Universidad Privada San Carlos. <http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC%20S.A.C./104>

ANEXOS

Anexo1: Matriz de operacionalización de variables

| Variables | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala |
|--------------------|--|---|-------------------------------------|---|---------|
| Cultura tributaria | <p>Considera que la cultura tributaria es considera como un patrimonio importante para los países, puesto que es el que hace frente a la informalidad, puesto que cuanto más información se tiene sobre la tributación y cómo es que se utiliza y la importancia que tiene para una sociedad, es cuanto más los contribuyentes con consientes para poder cumplir con sus obligaciones tributarias (Beltrán, 2018).</p> | <p>La cultura tributaria como elemento importante para reducir la informalidad, será medido por medio de un cuestionario, el mismo que será aplicado a la muestra determinada en el estudio, entre los comerciantes del mercado Roberto Segura, para poder resolver el problema planteado.</p> | Conocimiento tributario | <p>Normas tributarias Regímenes tributarios Infracciones y sanciones Comprobantes de pago</p> | Ordinal |
| | | | Conciencia tributaria | <p>Emisión de comprobantes de pago Responsabilidad y educación tributaria Valores y actitudes para tributar</p> | |
| | | | Canales de Comunicación | <p>Televisión y/o radio Redes sociales Página web Información tributaria</p> | |
| Informalidad | <p>Se considera a la informalidad al incumplimiento por parte del contribuyente de acuerdo a las normas comerciales y fiscales, por lo que son acreedores de multas y sanciones, es un problema que la mayoría de los países tiene y por lo que en muchos casos no tienen crecimiento en infraestructura y desarrollo social, una parte importante por la que muchos son informales es por que aducen que la el estado y sus instituciones son corruptas o tienen a funcionarios que hacen uso indebido de los recursos del estado (Gómez, 2018)</p> | <p>La informalidad como problema principal en el desarrollo de la sociedad, será medido por medio de un cuestionario, el mismo que será aplicado a la muestra determinada por los investigadores, entre los comerciantes del mercado Roberto Segura, para poder resolver el problema planteado.</p> | Complejidad de Procedimientos | <p>Costos de formalización Tiempo de demora de los trámites Cantidad de trámites</p> | Ordinal |
| | | | Estructura tecnológica y productiva | <p>Falta de tecnología Mano de obra no calificada Infraestructura y equipos</p> | |
| | | | Control y fiscalización | <p>Difusión y capacitación Sanciones mal diseñadas</p> | |
| | | | Conocimiento de información | <p>De normas y políticas tributarias Del proceso de trámite De costos de trámite</p> | |

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO

VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

Estimado participante, el presente cuestionario tiene por finalidad conocer el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, como también la relación que tiene la cultura tributaria y la informalidad de los mismos, para lo cual pedimos pueda responder el cuestionario con la mayor veracidad y honestidad. También consideramos que una vez iniciada el desarrollo del instrumento, consideramos su aceptación a participar del estudio de manera voluntaria.

Instrucciones: Marque con una (X) según su percepción.

| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| CULTURA TRIBUTARIA | | ESCALA | | | | |
|--------------------|---|--------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| No | Dimensión 1: Conocimiento de Tributario | | | | | |
| 1 | ¿Tiene usted conocimiento sobre las normas tributarias que rigen en el país? | | | | | |
| 2 | ¿Conoce la importancia del pago del impuesto? | | | | | |
| 3 | ¿Considera que el régimen tributario en el que se encuentra es el más adecuado? | | | | | |
| 4 | ¿Conoce sobre los comprobantes que debe emitir a la hora de prestar algún servicio o por la venta de un bien? | | | | | |
| 5 | ¿Conoce sobre las infracciones y sanciones que aplica la SUNAT a los contribuyentes que incumplen con sus obligaciones tributarias? | | | | | |
| 6 | ¿Sabe para que se utiliza el impuesto recaudado por el estado? | | | | | |
| 7 | ¿Ha recibido algún tipo de orientación o asesoramiento de la SUNAT o de algún otro profesional del área contable sobre sus obligaciones tributarias que tiene como comerciante? | | | | | |
| 8 | ¿Considera que es necesario emitir algún comprobante de pago por las actividades comerciales de venta o prestación de servicios? | | | | | |
| | Dimensión 2: Conciencia tributaria | | | | | |
| 9 | ¿Emite frecuentemente algún comprobante de pago por las actividades comerciales de venta o prestación de servicio que realiza? | | | | | |
| 10 | ¿Cuándo usted realiza compras para el abastecimiento de su negocio, el vendedor le entrega boleta de venta o factura voluntariamente? | | | | | |
| 11 | ¿Considera importante y necesario contribuir con el Estado mediante el pago de sus impuestos por medio del pago de impuestos? | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 12 | ¿Participa en charlas y orientaciones que ofrece la SUNAT a los pequeños negocios y comercios? | | | | | |
| 13 | ¿Considera importante y necesario contribuir con el Estado mediante el pago de sus impuestos por rentas de tercera categoría? | | | | | |
| Dimensión 3: Canales de Comunicación | | | | | | |
| 14 | ¿Se ha informado sobre la importancia de pagar impuestos por televisión o radio? | | | | | |
| 15 | ¿Ha recibido información tributaria en su formación académica? | | | | | |
| 16 | ¿Usted ha recibido toda la información tributaria cuando ha visitado la SUNAT? | | | | | |
| 17 | ¿Se ha informado sobre los impuestos y comprobantes de pago por medio de la página web de la SUNAT? | | | | | |
| 18 | ¿Fue informado alguna vez por alguna entidad sobre impuestos y tributos? | | | | | |

CUESTIONARIO

VARIABLE INFORMALIDAD

Estimado participante, el presente cuestionario tiene por finalidad conocer el nivel de informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén, Cajamarca, como también la relación que tiene la cultura tributaria y la informalidad de los mismos, para lo cual pedimos pueda responder el cuestionario con la mayor veracidad y honestidad. También consideramos que una vez iniciada el desarrollo del instrumento, consideramos su aceptación a participar del estudio de manera voluntaria.

Instrucciones: Marque con una (X) según su percepción.

| | | | | |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| N° | Item | Escala de medición | | | | |
|--|--|--------------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Complejidad de procedimientos | | | | | | |
| 1 | Los costos para la formalización son bajos para poder pagarlo | | | | | |
| 2 | El tiempo que demora el proceso de tramitación es poco, lo justo. | | | | | |
| 3 | El proceso de formalización exige mínima cantidad de tramites | | | | | |
| 4 | Los documentos que se pide para la formalización, son fáciles de conseguir. | | | | | |
| Estructura tecnológica y productiva | | | | | | |
| 5 | Dispone de algún equipo tecnológico que le permita registrar y controlar sus ventas y emitir comprobantes electrónicos | | | | | |
| 6 | Se tiene conocimiento de cómo emitir comprobantes electrónicos por medio del aplicativo de SUNAT | | | | | |
| 7 | Cuenta con personal preparado y capacitado en ventas | | | | | |
| 8 | Cuenta con un espacio o local propio para la venta de sus productos | | | | | |
| 9 | Cuenta con los muebles y equipos de producción o venta necesarios para operar sin problemas. | | | | | |
| Control y fiscalización | | | | | | |
| 10 | Existe la suficiente difusión sobre formalización por parte de la SUNAT que le permita saber los beneficios de ser formal. | | | | | |
| 11 | Ha recibido capacitación o taller por parte de la SUNAT sobre el proceso de formalización | | | | | |
| 12 | Las sanciones impuestas por la entidad fiscalizadora son claras, coherentes y justas. | | | | | |
| 13 | Las multas que se imponen por sanciones son accesibles de poder pagarlas. | | | | | |

| Conocimiento de información | | | | | | |
|------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 14 | Se tiene conocimiento de las normas y políticas tributarias | | | | | |
| 15 | Se actualiza permanentemente sobre las nuevas normativas de carácter tributario | | | | | |
| 16 | Se conoce todo el proceso de trámite que debe seguir para formalizarse | | | | | |
| 17 | Se tiene conocimiento sobre los requisitos en cada etapa del proceso de formalización | | | | | |
| 18 | Conoce los costos de trámite que debe asumir para lograr la formalización | | | | | |
| 19 | Se sabe que los costos de trámite de la formalización se recuperan con los beneficios de ser formal. | | | | | |

Anexo 2: Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CULTURA TRIBUTARIA

DATOS GENERALES

| | | |
|--|---|------------------------|
| Título de la investigación | Apellidos y nombres del autor | Nombre del instrumento |
| Cultura tributaria y su efecto en la informalidad de los comerciantes de abarotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén-Cajamarca | Leyva Díaz, Lady Lisset Lozano Vásquez, Maricarmen Abigail | Cuestionario |

ASPECTOS DE EVALUACIÓN

| N° | Dimensiones / ítems | Criterios de evaluación | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|-------------------------|----|-------------|----|------------|----|--------------|----|-------------|----|-----------------|----|--------------|----|------------|----|-------------|----|
| | | Claridad | | Objetividad | | Actualidad | | Organización | | Suficiencia | | Intencionalidad | | Consistencia | | Coherencia | | Metodología | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| Dimensión 1: Conocimiento de Tributario | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | ¿Tiene usted conocimiento sobre las normas tributarias que rigen en el país? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 2 | ¿Conoce la importancia del pago del impuesto? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 3 | ¿Considera que el régimen tributario en el que se encuentra es el más adecuado? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 4 | ¿Conoce sobre los comprobantes que debe emitir a la hora de prestar algún servicio o por la venta de un bien? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 5 | ¿Conoce sobre las infracciones y sanciones que aplica la SUNAT a los contribuyentes que incumplien con sus obligaciones tributarias? | | X | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 6 | ¿Sabe para que se utiliza el impuesto recaudado por el estado? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 7 | ¿Ha recibido algún tipo de orientación o asesoramiento de la SUNAT o de algún otro profesional del área contable sobre sus obligaciones tributarias que tiene como comerciante? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 8 | ¿Considera que es necesario emitir algún comprobante de pago por las actividades comerciales de venta o prestación de servicios? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Dimensión 2: Conciencia tributaria | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | ¿Emite frecuentemente algún comprobante de pago por las actividades comerciales de venta o prestación de servicio que realiza? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 10 | ¿Cuándo usted realiza compras para el abastecimiento de su negocio, el vendedor le entrega boleta de venta o factura voluntariamente? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 11 | ¿Considera importante y necesario contribuir con el Estado mediante el pago de sus impuestos por medio del pago de impuestos? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 12 | ¿Participa en charlas y orientaciones que ofrece la SUNAT a los pequeños negocios y comercios? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 13 | ¿Considera importante y necesario contribuir con el Estado mediante el pago de sus impuestos por rentas de tercera categoría? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Dimensión 3: Canales de Comunicación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | ¿Se ha informado sobre la importancia de pagar impuestos por televisión o radio? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 15 | ¿Ha recibido información tributaria en su formación académica? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 16 | ¿Usted ha recibido toda la información tributaria cuando ha visitado la SUNAT? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 17 | ¿Se ha informado sobre los impuestos y comprobantes de pago por medio de la página web de la SUNAT? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 18 | ¿Fue informado alguna vez por alguna entidad sobre impuestos y tributos? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |

Opciones de respuesta de los ítems:

1: Nunca, 2: Casi nunca, 3: A veces, 4: Casi siempre, 5: Siempre

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

| | | | | |
|----------------------------|--|---|-------------------|---|
| Lima, 18 noviembre de 2022 | Dr. Horna Rubio, Abraham Josué | Finanzas, Metodología de la investigación | 06117267 |  |
| Lugar y fecha | Apellidos y nombres del juez evaluador | Especialidad del evaluador | DNI del evaluador | Sello y firma |

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CULTURA TRIBUTARIA

DATOS GENERALES

| | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|-------------------------------|--|--|--|------------------------|--|--|--|
| Titulo de la investigacion | | | | Apellidos y nombres del autor | | | | Nombre del instrumento | | | |
| Cultura tributaria y su efecto en la informalidad de las comerciantes de abarrotes en el Mercado | | | | Leyva Diaz, Lady Lisset | | | | Cuestionario | | | |
| Roberto Jaraen-ca-amarca | | | | Lozano va uez, Maricarmen Abi | | | | | | | |

ASPECTOS DE EVALUACION

| N° | Dimensiones / items | Criterios de evaluación | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|-------------------------|----|-------------|----|------------|----|--------------|----|-------------|----|-----------------|----|--------------|----|------------|----|-------------|----|
| | | Claridad | | Objetividad | | Actualidad | | Organización | | Suficiencia | | Intencionalidad | | Consistencia | | Diferencia | | Metodología | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| Dimensión 1: Conocimiento de Tributario | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | ¿Tiene usted conocimiento sobre las normas tributarias que no en el país? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 2 | ¿Considera que la importancia del pago del impuesto? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 3 | ¿Considera que el régimen tributario en el que se encuentra es el más adecuado? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 4 | ¿Conoce sobre los comprobantes que debe emitir a la hora de prestar algún servicio o por la venta de un bien? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 5 | ¿Conoce sobre las infracciones y sanciones que aplica la SUNAT a los contribuyentes que incumplen con sus obligaciones tributarias? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 6 | ¿Sabe para que se utiliza el impuesto recaudado por el estado? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 7 | ¿Ha recibido algún tipo de orientación o asesoramiento de la SUNAT o de algún otro profesional del área contable sobre sus obligaciones tributarias que tiene como comerciante? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 8 | ¿Considera que es necesario emitir algún comprobante de pago por las actividades comerciales de venta o prestación de servicios? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Dimensión 2: Conciencia tributaria | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | ¿Emite frecuentemente algún comprobante de pago por las actividades comerciales de venta o prestación de servicio que realiza? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 10 | ¿Cuándo usted realiza compras para el abastecimiento de su negocio, el vendedor le entrega boleta de venta o factura voluntariamente? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 11 | ¿Considera importante y necesario contribuir con el Estado mediante el pago de sus impuestos por medio del pago de impuestos? | | X | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 12 | ¿Participa en charlas y orientaciones que ofrece la SUNAT a los pequeños negocios y comercios? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 13 | ¿Considera importante y necesario contribuir con el Estado mediante el pago de sus impuestos por rentas de tercera categoría? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Dimensión 3: Canales de Comunicación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | ¿Se ha informado sobre la importancia de pagar impuestos por televisión o radio? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 15 | ¿Ha recibido información tributaria en su formación académica? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|
| 16 | ¿Listado ha recibido toda la información tributaria cuando ha visitado la SUNAT? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 17 | ¿Se ha informado sobre los impuestos y comprobantes de pago por medio de la página web de la SUNAT? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 18 | ¿Fue informado alguna vez por alguna entidad sobre impuestos y tributos? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |

Opciones de respuesta de los ítems.
 1: Nunca, 2: Casi nunca, 3: A veces, 4: Casi siempre, 5: Siempre

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____
 Opinión de aplicabilidad. Aplicable [X] | Aplicable después de corregir [] | No aplicable []

| | | | | |
|----------------------------|--|--------------------------------------|--------------------------|--|
| Lima, 18 noviembre de 2022 | Mtro. Amasifuen Reategui Manuel | Contabilidad y Tributes | 45295390 |  Mtro. CPCC, Manuel Amasifuen Reategui MAT. 19 - 811 Sello y firma |
| <u>Lugar y fecha</u> | <u>Apellidos</u> nombres del evaluador | <u>Es</u> especialidad del evaluador | <u>DNI</u> del evaluador | |

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CULTURA TRIBUTARIA

DATOS GENERALES

| | | |
|---|---|-------------------------------|
| Título de la investigación | Apellidos y nombres del autor | Nombre del instrumento |
| Cultura tributaria y su efecto en la informalidad de los comerciantes de abarrotos en el Mercado Roberto Segura, Jaén-Cajamarca | Leyva Díaz, Lady Lisset Lozano Vásquez, Maricarmen Abigail | Cuestionario |

ASPECTOS DE EVALUACIÓN


| N° | Dimensiones / ítems | Criterios de evaluación | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|-------------------------|----|-------------|----|------------|----|--------------|----|-------------|----|-----------------|----|--------------|----|------------|----|-------------|----|
| | | Claridad | | Objetividad | | Actualidad | | Organización | | Suficiencia | | Intencionalidad | | Consistencia | | Coherencia | | Metodología | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO |
| Dimensión 1: Conocimiento de Tributario | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | ¿Tiene usted conocimiento sobre las normas tributarias que rigen en el país? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 2 | ¿Conoce la importancia del pago del impuesto? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 3 | ¿Considera que el régimen tributario en el que se encuentra es el más adecuado? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 4 | ¿Conoce sobre los comprobantes que debe emitir a la hora de prestar algún servicio o por la venta de un bien? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 5 | ¿Conoce sobre las infracciones y sanciones que aplica la SUNAT a los contribuyentes que incumplen con sus obligaciones tributarias? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 6 | ¿Sabe para que se utiliza el impuesto recaudado por el estado? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 7 | ¿Ha recibido algún tipo de orientación o asesoramiento de la SUNAT o de algún otro profesional del área contable sobre sus obligaciones tributarias que tiene como comerciante? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 8 | ¿Considera que es necesario emitir algún comprobante de pago por las actividades comerciales de venta o prestación de servicios? | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X |
| Dimensión 2: Conciencia tributaria | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | ¿Emite frecuentemente algún comprobante de pago por las actividades comerciales de venta o prestación de servicio que realiza? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 10 | ¿Cuándo usted realiza compras para el abastecimiento de su negocio, el vendedor le entrega boleta de venta o factura voluntariamente? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 11 | ¿Considera importante y necesario contribuir con el Estado mediante el pago de sus impuestos por medio del pago de impuestos? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 12 | ¿Participa en charlas y orientaciones que ofrece la SUNAT a los pequeños negocios y comercios? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 13 | ¿Considera importante y necesario contribuir con el Estado mediante el pago de sus impuestos por rentas de tercera categoría? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| Dimensión 3: Canales de Comunicación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | ¿Se ha informado sobre la importancia de pagar impuestos por televisión o radio? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 15 | ¿Ha recibido información tributaria en su formación académica? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 16 | ¿Usted ha recibido toda la información tributaria cuando ha visitado la SUNAT? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 17 | ¿Se ha informado sobre los impuestos y comprobantes de pago por medio de la página web de la SUNAT? | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | |
| 18 | ¿Fue informado alguna vez por alguna entidad sobre impuestos y tributos? | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X | | X |

Opciones de respuesta de los ítems:

1: Nunca, 2: Casi nunca, 3: A veces, 4: Casi siempre, 5: Siempre

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

| | | | | |
|----------------------------|--|-------------------------------------|-------------------|---|
| Lima, 18 noviembre de 2022 | Dr. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz | Contabilidad, finanzas, metodología | 25729654 |  |
| Lugar y fecha | Apellidos y nombres del juez evaluador | Especialidad del evaluador | DNI del evaluador | Sello y firma |

Coeficiente de Alfa Cronbach

| Estadística de confiabilidad | |
|-------------------------------------|-----------------|
| Alfa Cronbach | Nº de elementos |
| 0,984 | 21 |

Nota: Tomada de SPSS 28

El instrumento es confiable (No hay error en el Instrumento)

Anexo 3: Autorización de aplicación del instrumento firmado por los comerciantes del Mercado Roberto Segura, Jaén.

| CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN | | | | | | | |
|---|--------------------------------------|---|-------------------------------------|-------------------------------------|----|-------|--------|
| 18 años a más | | | | | | | |
| Título del estudio : | | Cultura Tributaria y Su Efecto en la Informalidad | | | | | |
| Investigador (a) : | | Lozano Vasquez Maricarmen A. Leyva Diaz Lady L. | | | | | |
| Institución : | | Universidad César Vallejo | | | | | |
| CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN | APELLIDOS Y NOMBRES DEL PARTICIPANTE | SEXO | | PARTICIPO EN FORMA VOLUNTARIA | | FIRMA | HUELLA |
| | | F | M | SI | NO | | |
| 44157499 | Luis Villalobos Vargas | F | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | |
| 75906466 | Wilson Samanie Espinosa | F | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | |
| 71217760 | Shirley Eliseth Cordova Huoman | <input checked="" type="checkbox"/> | M | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | |
| 76046997 | Marcel Junior Herrera Villalobos | F | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | |
| 44435879 | Poolo Silva Vigo | <input checked="" type="checkbox"/> | M | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | |
| 27668485 | Eugenio Constantino Guevara | F | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | |
| 70044983 | Maxwell Joel Carranza Pinedo | F | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | |
| 277717528 | deiman Heredia | F | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | |
| 41516734 | Juzmeri Barralza Diaz | <input checked="" type="checkbox"/> | M | SI | NO | | |
| 47436833 | VILLON KONTOP LUIS MARCOS | F | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | |
| 46108175 | Modest Regalado Peraita | <input checked="" type="checkbox"/> | M | SI | NO | | |

Anexo 4: Prueba de normalidad

Prueba de normalidad de las variables

| | Shapiro-Wilk | | Sig. |
|--------------------|--------------|----|-------|
| | Estadístico | gl | |
| Cultura tributaria | 0.982 | 50 | 0.656 |
| Informalidad | 0.932 | 50 | 0.070 |

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

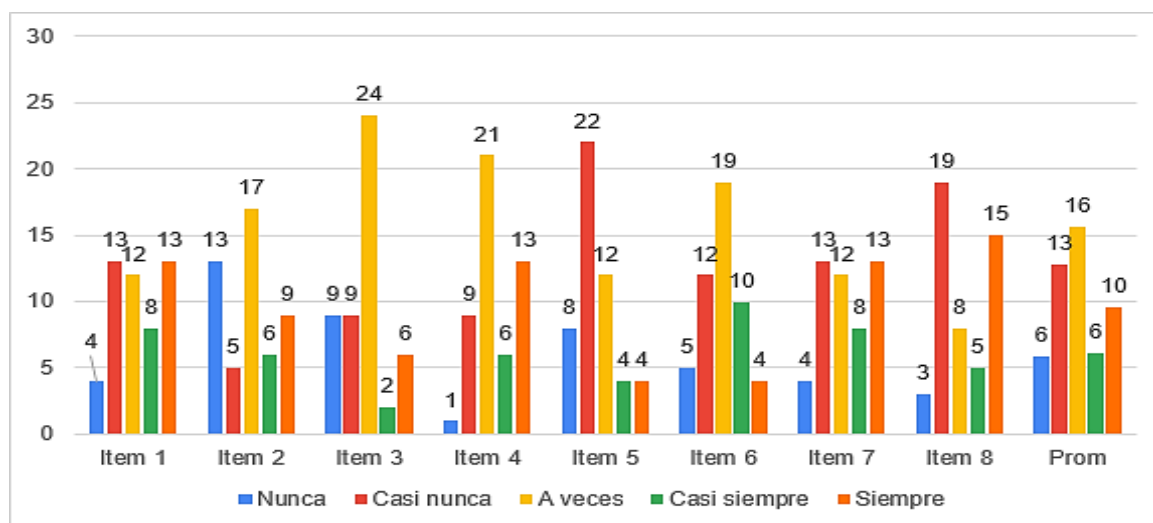
Anexo 5: Estadística descriptiva de la variable cultura tributaria.

Dimensión conocimiento tributario

| Ítem | Nunca | | Casi nunca | | A veces | | Casi siempre | | Siempre | | Total | |
|--------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|--------------|------------|-----------|------------|-----------|-------------|
| | fi | % | fi | % | fi | % | fi | % | fi | % | | |
| Ítem 1 | 4 | 8% | 13 | 26% | 12 | 24% | 8 | 16% | 13 | 26% | 50 | 100% |
| Ítem 2 | 13 | 26% | 5 | 10% | 17 | 34% | 6 | 12% | 9 | 18% | 50 | 100% |
| Ítem 3 | 9 | 18% | 9 | 18% | 24 | 48% | 2 | 4% | 6 | 12% | 50 | 100% |
| Ítem 4 | 1 | 2% | 9 | 18% | 21 | 42% | 6 | 12% | 13 | 26% | 50 | 100% |
| Ítem 5 | 8 | 16% | 22 | 44% | 12 | 24% | 4 | 8% | 4 | 8% | 50 | 100% |
| Ítem 6 | 5 | 10% | 12 | 24% | 19 | 38% | 10 | 20% | 4 | 8% | 50 | 100% |
| Ítem 7 | 4 | 8% | 13 | 26% | 12 | 24% | 8 | 16% | 13 | 26% | 50 | 100% |
| Ítem 8 | 3 | 6% | 19 | 38% | 8 | 16% | 5 | 10% | 15 | 30% | 50 | 100% |
| Prom. | 5.9 | 12% | 13 | 26% | 16 | 31% | 6 | 12% | 10 | 19% | 50 | 100% |

Nota: Datos obtenidos del cuestionario realizado noviembre del 2022

Dimensión conocimiento tributario



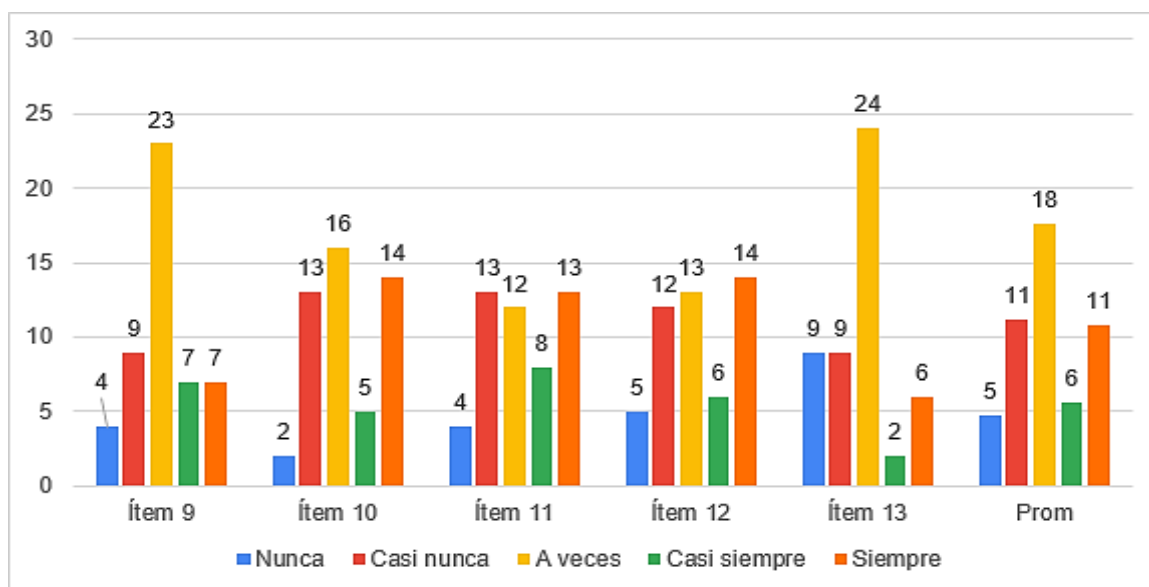
Nota: Datos obtenidos del cuestionario realizado noviembre del 2022

Dimensión conciencia tributaria

| Ítem | Nunca | | Casi nunca | | A veces | | Casi siempre | | Siempre | | Total | |
|--------------|----------|------------|------------|------------|-----------|------------|--------------|------------|-----------|------------|-----------|-------------|
| | fi | % | fi | % | fi | % | fi | % | fi | % | | |
| Ítem 9 | 4 | 8% | 9 | 18% | 23 | 46% | 7 | 14% | 7 | 14% | 50 | 100% |
| Ítem 10 | 2 | 4% | 13 | 26% | 16 | 32% | 5 | 10% | 14 | 28% | 50 | 100% |
| Ítem 11 | 4 | 8% | 13 | 26% | 12 | 24% | 8 | 16% | 13 | 26% | 50 | 100% |
| Ítem 12 | 5 | 10% | 12 | 24% | 13 | 26% | 6 | 12% | 14 | 28% | 50 | 100% |
| Ítem 13 | 9 | 18% | 9 | 18% | 24 | 48% | 2 | 4% | 6 | 12% | 50 | 100% |
| Prom. | 5 | 10% | 11 | 22% | 18 | 35% | 6 | 11% | 11 | 22% | 50 | 100% |

Nota: Datos obtenidos del cuestionario realizado noviembre del 2022

Dimensión conciencia tributaria



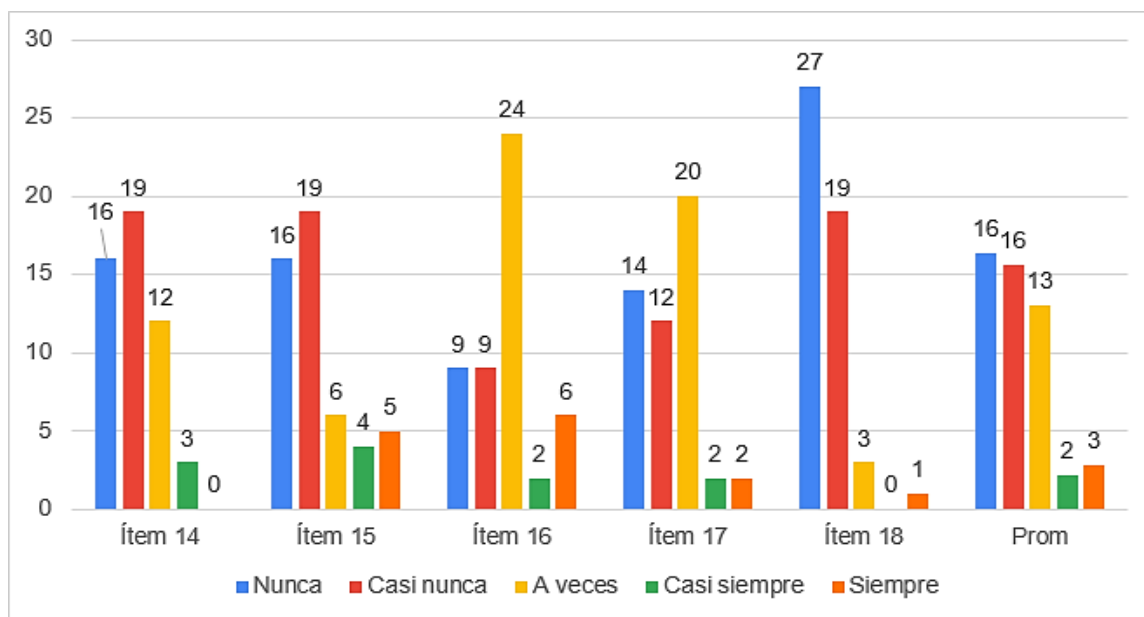
Nota: Datos obtenidos del cuestionario realizado noviembre del 2022

Dimensión canales de comunicación

| Ítem | Nunca | | Casi nunca | | A veces | | Casi siempre | | Siempre | | Total | |
|--------------|-----------|------------|------------|------------|-----------|------------|--------------|-----------|----------|-----------|-----------|-------------|
| | fi | % | fi | % | fi | % | fi | % | fi | % | | |
| Ítem 14 | 16 | 32% | 19 | 38% | 12 | 24% | 3 | 6% | 0 | 0% | 50 | 100% |
| Ítem 15 | 16 | 32% | 19 | 38% | 6 | 12% | 4 | 8% | 5 | 10% | 50 | 100% |
| Ítem 16 | 9 | 18% | 9 | 18% | 24 | 48% | 2 | 4% | 6 | 12% | 50 | 100% |
| Ítem 17 | 14 | 28% | 12 | 24% | 20 | 40% | 2 | 4% | 2 | 4% | 50 | 100% |
| Ítem 18 | 27 | 54% | 19 | 38% | 3 | 6% | 0 | 0% | 1 | 2% | 50 | 100% |
| Prom. | 16 | 33% | 16 | 31% | 13 | 26% | 2 | 4% | 3 | 6% | 50 | 100% |

Nota: Datos obtenidos del cuestionario realizado noviembre del 2022

Dimensión canales de comunicación



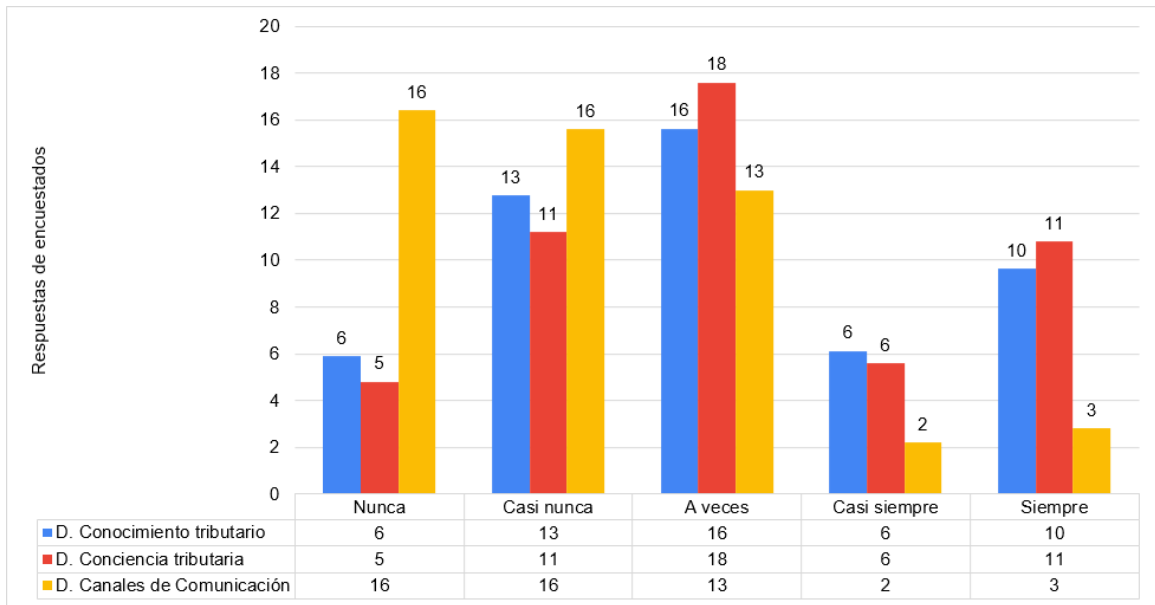
Nota: Datos obtenidos del cuestionario realizado noviembre del 2022

Resultado de la variable cultura tributaria

| Ítem | Nunca | | Casi nunca | | A veces | | Casi siempre | | Siempre | | Total | |
|-------------------------|----------|------------|------------|------------|-----------|------------|--------------|-----------|----------|------------|-----------|-------------|
| | fi | % | fi | % | fi | % | fi | % | fi | % | | |
| Conocimiento tributario | 6 | 12% | 13 | 26% | 16 | 31% | 6 | 12% | 10 | 19% | 50 | 100% |
| Conciencia tributaria | 5 | 10% | 11 | 22% | 18 | 35% | 6 | 11% | 11 | 22% | 50 | 100% |
| Canales de comunicación | 16 | 33% | 16 | 31% | 13 | 26% | 2 | 4% | 3 | 6% | 50 | 100% |
| Prom. | 9 | 18% | 13 | 26% | 15 | 31% | 5 | 9% | 8 | 15% | 50 | 100% |

Nota: Datos obtenidos del cuestionario realizado noviembre del 2022

Resultado de la variable cultura tributaria y sus dimensiones



Nota: Datos obtenidos del cuestionario realizado noviembre del 2022



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARCIA CLAVO NILA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Cultura tributaria y su relación en la informalidad de los comerciantes de abarrotes en el Mercado Roberto Segura, Jaén-Cajamarca", cuyos autores son LEYVA DIAZ LADY LISSET, LOZANO VASQUEZ MARICARMEN ABIGAIL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de %, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

ATE VITARTE, 16 de Febrero del 2023

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|--|---|
| GARCIA CLAVO NILA : 43815291 ORCID: 0000-0002-9043-3883 | Firmado electrónicamente por: GCLAVON el 16-02- 2023 08:25:12 |

Código documento Trilce: INV - 1093082