



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA EVASIÓN TRIBUTARIA EN
LOS COMERCIANTES DEL GRAN MERCADO MAYORITA DE LIMA EN EL
DISTRITO DE SANTA ANITA, AÑO 2018

Línea de investigación:

Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de Maestro en Tributación

Autor:

Soto Abarca, Edgard Antenor

Asesor:

Vargas Rubio, Carlos Eleuterio
(ORCID: 0000-0002-4557-0061)

Jurado:

Alzamora Carrión, José Henry

Monrroy Aime, Julian

Latinez Carpio, Luis Alberto

Lima - Perú

2023

Reporte de Análisis de Similitud

Archivo:

Fecha del Análisis:

Analizado por:

Correo del analista:

Porcentaje:

Título:

Enlace:



DRA. MIRIAM LILIANA FLORES CORONADO
JEFA DE GRADOS Y GESTIÓN DEL EGRESADO



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA EVASIÓN
TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL GRAN MERCADO
MAYORITA DE LIMA EN EL DISTRITO DE SANTA ANITA, AÑO 2018**

Línea de Investigación:

Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de Maestro en Tributación

Autor

Soto Abarca, Edgard Antenor

Asesor

Vargas Rubio, Carlos Eleuterio
(ORCID: 0000-0002-4557-0061)

Jurado

Alzamora Carrión, José Henry

Monrroy Aime, Julian

Latinez Carpio, Luis Alberto

Lima – Perú

2023

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a mis padres Antenor y Margarita que están en el cielo cuidando de mí, agradecerles por darme la vida y a mis seis hijos André, Alejandra, Alonso, Margarita, Juan Diego y Adrián Camilo, a mis hermanas Lizett Soto y Mily Soto, quienes en todo momento me han alientado en cada paso que doy; a mi esposa Mariana, por su amor y apoyo incondicional: ella es motor de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A los docentes de la Maestría en Tributación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Federico Villarreal por compartir sus conocimientos y consejos; A mi asesor el Dr. Luis Vargas Rubio; por su guía y orientación para llevar a cabo la presente investigación; y a los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima por su colaboración y apoyo brindado para llevar a cabo la presente investigación.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
INDICE GENERAL.....	4
ÍNDICE DE TABLAS	6
INDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Planteamiento del Problema	12
1.2. Descripción del Problema.....	15
1.3. Formulación del Problema.....	18
1.3.1. Problema general.....	18
1.3.2. Problemas específicos.	19
1.4. Antecedentes.....	19
1.4.1. Antecedentes internacionales.	19
1.4.2. Antecedentes nacionales.	21
1.5. Justificación de la Investigación	26
1.5.1. Justificación teórica.	26
1.5.2. Justificación práctica.....	26
1.5.3. Justificación metodológica.	27
1.6. Limitaciones de la Investigación.....	27
1.7. Objetivos	27
1.7.1. Objetivo general.....	27
1.7.2. Objetivos específicos.....	28
1.8. Hipótesis.....	28
1.8.1. Hipótesis general.....	28
1.8.2. Hipótesis específicas.	28
II. MARCO TEORICO.....	30
2.1. Marco Conceptual.....	30
2.2. Bases Teóricas	32
2.2.1. Cultura Tributaria.....	32
2.2.2. Evasión tributaria.....	41

III. MÉTODO	49
3.1. Tipo de Investigación	49
3.2. Población y Muestra.....	49
3.3. Operacionalización de las Variables	51
3.4. Instrumentos	52
3.4.1. Encuestas.....	52
3.4.2. Entrevista.....	59
3.5. Procedimientos	59
3.6. Análisis de Datos	60
3.7. Consideraciones Éticas.....	60
IV. RESULTADOS.....	61
4.1. Niveles de la Cultura Tributaria.....	61
4.2. Niveles de la Evasión tributaria.....	65
4.3. Contrastación de las Hipótesis.....	66
4.3.1. Contrastación de la hipótesis general.....	66
4.3.2. Contrastación de las hipótesis específicas.....	67
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	72
5.1. Discusión	72
5.1.1. La cultura tributaria y la evasión tributaria.....	72
5.1.2. La conciencia tributaria y la evasión tributaria.....	77
5.1.3. La Educación cívica tributaria y la evasión tributaria.....	79
5.1.4. La orientación y la difusión tributaria y la evasión tributaria.....	80
VI. CONCLUSIONES.....	82
VII. RECOMENDACIONES.....	83
REFERENCIAS.....	84
ANEXOS.....	93
Anexo 1. Matriz de consistencia	94
Anexo B. Instrumentos	96
Anexo C. Validez de instrumento	104
Anexo D. Confiabilidad de instrumento.....	113
Anexo E. Definición de término	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción de la fórmula población finita.....	50
Tabla 2. Operacionalización de la variable Cultura tributaria.....	51
Tabla 3. Operacionalización de la variable Evasión tributaria.....	51
Tabla 4. Alternativas para la encuesta de Cultura Tributaria	53
Tabla 5. Estructura de la encuesta de la Cultura Tributaria	53
Tabla 6. Valores de las Puntuaciones de la encuesta de la Cultura Tributaria	54
Tabla 7. Niveles de la Cultura Tributaria.....	54
Tabla 8. Confiabilidad de la Encuesta de la Cultura Tributaria	55
Tabla 9. Alternativas para la Encuesta de Evasión Tributaria.....	56
Tabla 10. Identificación de los Ítems Directos e Inversos de la Cultura Tributaria	56
Tabla 11. Estructura de la Encuesta de Evasión Tributaria.....	57
Tabla 12. Valores de las Puntuaciones de la Encuesta de Evasión Tributaria	58
Tabla 13. Niveles de la Evasión Tributaria	58
Tabla 14. Confiabilidad de la Encuesta de Evasión Tributaria	59
Tabla 15. Niveles de Cultura Tributaria.....	61
Tabla 16. Niveles de Conciencia Tributaria	62
Tabla 17. Niveles de la Educación Cívica Tributaria	63
Tabla 18. Niveles de la Orientación y Difusión Tributaria	64
Tabla 19. Niveles de la Evasión Tributaria	65
Tabla 20. Tabla cruzada entre Cultura tributaria vs. Evasión tributaria	66
Tabla 21. Prueba de Hipótesis General	67
Tabla 22. Tabla cruzada entre Conciencia tributaria vs. Evasión tributaria.....	68
Tabla 23. Prueba de Hipótesis Específica 1	68
Tabla 24. Tabla cruzada entre Educación cívica tributaria vs. Evasión tributaria	69
Tabla 25. Prueba de Hipótesis Específica 2	69
Tabla 26. Tabla cruzada entre Difusión y orientación tributaria vs. Evasión tributaria	70
Tabla 27. Prueba de Hipótesis Específica 3	71

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación del Gran Mercado Mayorista de Lima.....	16
Figura 2. Diseño Explicativo	49
Figura 3. Fórmula de población finita.....	50
Figura 4. Distribución Porcentual de los Niveles de la Cultura Tributaria.	61
Figura 5. Distribución Porcentual de los Niveles de Conciencia Tributaria	62
Figura 6. Distribución porcentual de los Niveles de la Educación Cívica Tributaria.....	63
Figura 7. Distribución Porcentual de los Niveles de la Orientación y Difusión Tributaria	64
Figura 8. Distribución Porcentual de los Niveles de la Evasión Tributaria	65

RESUMEN

El 22 de enero del año 2018, un grupo de comerciantes del GMML realizaron una protesta. Ellos argumentaron que tomaron esa medida debido a la competencia desleal, en comparación de otros mercados informales que no pagan impuestos. Además, manifestaron que son excesivos los impuestos y que afectan la canasta familiar. Existe una problemática latente relacionada a la inconformidad del pago de los tributos. La presente investigación se propuso determinar la influencia de la cultura tributaria en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018. La Investigación es de tipo básica. El nivel de investigación es descriptivo y correlacional. El diseño empleado es no experimental. Los instrumentos empleados fueron dos encuestas estructuradas basadas en la escala Likert, en relación a las variables cultura tributaria y evasión tributaria. La muestra estuvo conformada por 326 comerciantes del GMML. El tipo de muestreo es probabilístico. Se pudo demostrar que existen evidencias suficientes para concluir que la cultura tributaria influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018. Se recomienda establecer un programa permanente de cultura tributaria dirigido a los comerciantes mayoristas del GMML para poder elaborar estrategias y abordar la problemática de la evasión tributaria en el GMML.

Palabras Clave: Cultura tributaria, evasión tributaria, comerciantes, conciencia tributaria, educación tributaria, difusión y orientación tributaria.

ABSTRACT

On January 22, 2018, a group of GMML merchants held a protest. They argued that they took that measure due to unfair competition, compared to other informal markets that don't pay taxes. In addition, they stated that taxes are excessive and that they affect the family basket. In that sense, we consider that there is a latent problem related to the non-payment of taxes. The present investigation was proposed to determine the influence of the tributary culture in the tax evasion in the merchants of the Greater Wholesale Market of Lima of the district of Santa Anita, in the year 2018. The investigation is basic. The level of research is descriptive and correlational. The design used is non-experimental. The instruments used were two structured surveys based on the Likert scale, in relation to the variables tributary culture and tax evasion. The sample consisted of 326 GMML traders. The type of sampling is probabilistic. It was possible to determine the existence of a statistically significant correlation between the tax culture and tax evasion ($p = 0.026601$). In the same sense, it was possible to demonstrate a correlation between tax awareness and tax evasion ($p = 0.011176$). Also, the results demonstrated the correlation between tax civic education and tax evasion ($p = 0.03612$); Likewise, a correlation between tax orientation and diffusion with tax evasion was demonstrated ($p = 0.033623$). It was possible to demonstrate that there is sufficient evidence to conclude that the tax culture significantly influences tax evasion in the merchants of the Great Wholesale Market of Lima of the district of Santa Anita, in 2018. In addition, it was concluded that the dimensions of tax awareness, civic tax education and tax dissemination significantly influence tax evasion in the merchants of the Great Wholesale Market of Lima of the Santa Anita district in 2018. It is recommended to establish a permanent tax culture program aimed at GMML wholesalers. It can be developed through the tax culture office of SUNAT. In this way, the levels of the tax culture in GMML merchants can be improved and strategies developed to address the tax evasion problem in the GMML.

Key Words: Tax culture, tax evasion, merchants, tax awareness, tax education, dissemination and tax orientation.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el Perú atraviesa por un grave problema relacionado con la decreciente recaudación tributaria y los altos niveles de evasión. Para abordarla es necesario conocer su dinámica y emplear como herramienta estratégica a la cultura tributaria.

Podemos entender a la cultura tributaria como el conjunto de valores éticos y morales, acerca del cumplimiento de las normas tributarias a través de una convivencia ciudadana que legitima las obligaciones tributarias como una necesidad para el desarrollo del país (Solórzano, 2010).

Por el contrario, la evasión tributaria es la falta del cumplimiento u omisión, por parte del contribuyente, de su obligación de declarar totalmente su ingreso, patrimonio ganancia, venta, con la finalidad de que no sea considerada como parte de la base sobre la que se calcula el impuesto (SUNAT, 2012).

Con base, en la revisión bibliográfica realizada, pudimos determinar que existen estudios que analizan la relación existente entre la cultura tributaria y la evasión tributaria. Asimismo, en relación con el Gran Mercado Mayorista de Lima (GMML), es considerado el mercado de alimentos perecibles más importante de Lima. Debemos recalcar que la mayoría de los comerciantes pasaron de condiciones de informalidad (ex Mercado la Parada) a una situación de formalidad (GMML).

En relación a lo anterior, el 22 de enero del año 2018, un grupo de comerciantes del GMML realizaron una protesta por los numerosos cobros como: Alquiler, servicios, impuestos, etc. Ellos argumentaron que tomaron esa medida debido a la competencia desleal, en comparación de otros mercados informales que no pagan impuestos. Además, manifestaron que son excesivos los impuestos y afectan la canasta familiar.

En ese sentido, la investigación se propuso determinar la influencia de la cultura tributaria en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del

distrito de Santa Anita, en el año 2018. Para ello la tesis ha sido estructurada respetando el esquema establecido por la Escuela Universitaria de Posgrado de la Universidad Nacional Federico Villarreal.

El Capítulo I - Planteamiento del Problema; trata sobre los principales antecedentes a nivel nacional e internacional; la delimitación del problema de investigación, para ello se realizó la descripción y la formulación del mismo; la sistematización de los objetivos de investigación; la pertinencia de la justificación; la importancia y las limitaciones de la investigación; como también, la adecuada definición de las variables.

El Capítulo II – Marco Teórico; se abordaron las principales bases teóricas relacionadas a las variables de la investigación; se elaboró un marco conceptual; asimismo, se formularon las hipótesis; y la delimitación de las variables, dimensiones e indicadores de la investigación.

El Capítulo III – Método; se procedió a determinar el tipo y nivel de investigación; se elaboró el diseño de investigación; asimismo, se establecieron los criterios para la estrategia de la prueba de la hipótesis y el nivel de significancia; se identificó la población y se determinó la muestra probabilística; se elaboraron encuestas estructuradas considerando el marco teórico pertinente y con base en la escala Likert; se identificaron las técnicas para la interpretación de datos y del diseño estadístico acorde al método de investigación propuesto.

El Capítulo IV – Presentación de los Resultados; se realizó la contrastación de las hipótesis; la presentación de los gráficos y las tablas con los resultados pertinentes a los objetivos de la investigación; además, se realizó un análisis descriptivo e inferencial.

El Capítulo V – Discusión de los Resultados; se analizaron y contrastaron los resultados obtenidos con otros autores; asimismo, se realizó una discusión sobre la temática; además, se presentaron las conclusiones pertinentes a los objetivos planteados; y se elaboraron las recomendaciones considerando la factibilidad necesaria.

Finalmente, se presenta la revisión bibliográfica de la temática de la cultura tributaria y

la evasión tributaria, considerando las fuentes tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Para ello se accedió a la Biblioteca Nacional (BN); Biblioteca de la Facultad de Ciencias Financieras y Contables (FCFC) de la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV); la Biblioteca de la Escuela Universitaria de Posgrado de la Universidad Nacional Federico Villarreal (EUPG); Asimismo, se llevó a cabo una búsqueda de fuentes electrónicas siguiendo criterios metodológicos basados en analizar la forma y la consistencia de las obras.

1.1. Planteamiento del Problema

En la actualidad, los diferentes Estados del mundo afrontan una serie de problemas relacionados a la disminución en la recaudación de los impuestos y los altos niveles de evasión tributaria. Estos problemas se generan como consecuencia de los inadecuados niveles de cultura tributaria por parte de las personas o grupos sociales. La evasión tributaria afecta la recaudación, impactando en la carencia de recursos financieros destinados al gasto público como obras, proyectos, programas, etc. Recursos que deberían ser destinados a generar un mejor servicio público y buscar el bienestar en los ciudadanos.

A nivel mundial, la globalización, la competitividad económica e innovación tecnológica han influido en generar nuevos escenarios en el campo de la tributación. Por lo cual los Estados diseñan políticas y estrategias, teniendo diferentes resultados en la recaudación.

En algunos casos, los contribuyentes de la pequeña y la gran empresa se adaptan a los marcos regulatorios internacionales, donde se facilitan los procesos de tributación. En ese sentido, según Gómez y Morán (2016), la mayor ventaja la tienen las grandes empresas transnacionales y multinacionales que logran una mejor posición para adaptarse a los reglamentos de regulación establecidos. Esto enmarcado en un proceso de monopolización corporativa de la globalización financiera (p. 10).

Por el contrario, se han generado escenarios donde se dan nuevas formas de evasión. Como plantea Cobham y Jansky (2017), según el informe del Instituto de las Naciones Unidas,

las pérdidas por evasión de impuestos rondan los \$ 500 mil millones de dólares a nivel mundial. Siendo los EEUU el país donde más se evaden impuestos por parte de sus empresas, llegando a contabilizar la suma de \$ 188 mil millones de dólares. Además, el informe reveló que las pérdidas más considerables, en relación con su PBI, se producen en los países de bajos y medianos ingresos (p. 21). Un caso relevante de evasión tributaria a nivel mundial, fue el de los “Panamá Papers” que funcionaron como paraísos fiscales para evadir tributos. Debido a ello la comisión europea emprendió acciones para exigir a empresas multinacionales a mejorar su transparencia fiscal (Gestión, 13 de abril del 2016).

Consecuentemente, debido a los altos índices de evasión tributaria a nivel mundial, el Fondo Monetario Internacional y las Organización de las Naciones Unidas recomiendan abordar estrategias estructurales para combatir la elusión. Entre estos lineamientos destacamos los relacionados al fomento de la educación tributaria en todos los niveles de los sistemas educativos y una activa campaña de fiscalización a nivel internacional.

A nivel Latinoamericano, en los últimos años la región ha tenido un crecimiento económico importante. Sin embargo, América Latina es la segunda región donde se evaden más impuestos a nivel mundial después de África subsahariana que ocupa el primer lugar (Cobham y Jansky, 2017).

Según el estudio de la Comisión de Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la evasión fiscal estuvo cercana a los 340,000 millones de dólares durante el año 2015 (Gestión, 29 de septiembre del 2017). Siendo ello el reflejo de serios problemas estructurales en los sistemas tributarios de los diferentes países de América Latina.

A juicio de Jiménez, et al., (2010), es común en gran número de países latinoamericanos deficiencias en tres aspectos importantes: “La carga tributaria baja, la estructura está sesgada en impuestos regresivos, y los niveles de incumplimiento en el pago de impuestos son significativos” (p. 12). Ante esta realidad tributaria adversa, Jiménez, et al., (2010), afirma:

algunos países como el caso de Argentina, Brasil, etc. Mantienen una elevada carga tributaria en relación del PBI per cápita. Por el contrario, otros países como Costa Rica o Uruguay mantienen una adecuada carga tributaria en correspondencia de su nivel de desarrollo. Asimismo, trece países de la región su carga tributaria es menor en relación al nivel de desarrollo (p. 26). En consecuencia, pese a que la problemática de la evasión es constante, los Estados no han podido dar solución a los problemas estructurales asociados a los inadecuados niveles de recursos recaudados. Esto tiene un impacto importante en la distribución de recursos (Gómez y Morán, 2016, p. 7).

Según la CEPAL (2016), los altos niveles de evasión pudieran estar asociados a aspectos como la desconfianza en las instituciones gubernamentales y a la falta de cultura tributaria (p. 9). En efecto, en la región se manifiesta como un obstáculo, el alto grado de evasión tributaria existente que está enmarcado en la disparidad tributaria. Se dan casos donde la población percibe que algunos pagan sus impuestos y otros no. Esta problemática se produce por los inadecuados niveles de cultura tributaria en la ciudadanía.

A consecuencia de la alta evasión en América Latina, se llevan a cabo esfuerzos importantes a nivel educativo de la promoción de la cultura tributaria. Destacamos los estudios realizados por el Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), organismo que forma parte de la Organización de las Naciones Unidas.

En la actualidad, el Perú atraviesa por una grave problemática relacionada con la recaudación tributaria. Para el año 2017, los ingresos tributarios bordearon los S/ 90,706 millones, los que significó una disminución de S/ 1,331 millones en comparación del año 2016. Asimismo, se ha dado una disminución en los ingresos tributarios durante los últimos tres años (La República, 13 de abril del 2018). Esto es alarmante considerando las modificaciones en la política tributaria que pretendieron ampliar la base de la recaudación tributaria.

Teniendo en cuenta a Víctor Shiguiyama, se dejan de percibir aproximadamente S/.35,000 millones debido a la elusión y evasión tributaria” (Gestión, 26 de octubre del 2017). En el mismo sentido, según la SUNAT “12,700 firmas aportan el 75% de la recaudación total, mientras que 1.8 millones de empresas y pequeños negocios aportan el 25%. (...) En el caso del I.G.V., la evasión alcanza el 36 % de la recaudación potencial que implica S/. 22,000 millones”.(Gestión, 21 de septiembre del 2017). De modo que estos datos demuestran el alto grado de informalidad por parte de un numeroso sector de la población. A juicio de Borja y Lindembeng (2014), es necesario acabar con el constante ciclo que conlleva a los ciudadanos a no tributar amparándose en la excusa de que los recursos son mal gestionados y los servicios brindados son inadecuados (p. 27). Por ende, es necesario y urgente promover la cultura tributaria.

1.2. Descripción del Problema

El Gran Mercado Mayorista de Lima se ubica en la avenida la Cultura N° 808 en el distrito de Santa Anita. Abarca un área de 58.9 hectáreas, siendo un punto neurálgico para el abastecimiento de productos perecibles de Lima Metropolitana. Colinda con el Mercado Productores de Santa Anita, otro importante centro de abastos; además, con el patio taller este de la Línea 2 del Metro de Lima; y con negocios de diferentes rubros y servicios. Se encuentra ubicado a la altura del Km. 3.5 de la Carretera Central. Es considerado como el mercado de alimentos perecibles más importante del país.

Podemos afirmar que el Gran Mercado Mayorista de Lima (GMML), es considerado el mercado de alimentos perecibles más importante de Lima. De acuerdo a la EMMSA (2014), el proyecto inicial del GMML surgió entre el periodo de 1964 – 1967 donde se llevaron a cabo estudios en relación al sistema y el lugar (p. 14). Posteriormente, en el año 2002, se produce la toma del local del mercado por parte de traficantes de terrenos. El local sería recuperado por las fuerzas del orden en el año 2007. Véase la Figura 1.

Figura 1.*Ubicación del Gran Mercado Mayorista de Lima*

Nota. EMMSA (2014)

Pasado más de medio siglo y como parte del proyecto para la puesta en funcionamiento del mercado por parte de la Municipalidad Metropolitana de Lima en el año 2012 se habilitaron algunos pabellones. La gestión edil, de aquel entonces, tomó la decisión de desalojar a los comerciantes del Ex Mercado de la Parada, ubicado en el distrito de la Victoria y ordenó que fueran trasladados al local del GMML. Cabe aclarar que en el Ex Mercado de la Parada las condiciones para las actividades comerciales eran inadecuadas, insalubres e informales.

A pesar de la resistencia y los actos de violencia se produjo el desalojado. Donde un grupo importante de comerciantes aceptó el traslado a la actual ubicación del GMML en el distrito de Santa Anita. Por el contrario, otros comerciantes no aceptaron y se retiraron a diferentes mercados en los conos de la capital, la mayoría de ellos asociados a la informalidad.

El GMML inició sus actividades en octubre del 2012 y a partir de ese entonces brinda atención ininterrumpidamente. Según la EMMSA (2017), para el año 2014 el GMML logró un crecimiento de 11.18 % en relación al año 2013. Por otra parte, el crecimiento para el año 2015 bordeó el 7.64 %. Para el año 2016 se pudo observar una disminución logrando un crecimiento anual del 2.46 %” (p. 9). Con base a la EMMSA (2017), las estimaciones de

mercadería para el año 2017 rondaría los 2'023,730 T.M. (p. 9). Durante el mismo año, el ingreso de las personas bordeó los dos millones. Asimismo, el volumen de las ventas ronda las cinco mil toneladas al día. En la actualidad, el número de comerciantes es de 1, 288, los cuales en su mayoría pertenecieron al ex Mercado de la Parada. Cabe agregar, que el requisito indispensable para obtener un puesto era la formalización.

En ese sentido la EMMSA (2014), afirma que la formalización es un proceso más complejo que tan solo afiliarse al RUC (p. 56). Este proceso implica la adaptación paulatina, por parte de los comerciantes, del reglamento interno del GMML. Por ello, los comerciantes se formalizaron como asociación, empresa o persona natural como requisito para ocupar un puesto. Esto es obligatorio y está establecido en el vínculo contractual contraído con la EMMSA (EMMSA, 2014, p. 57). De lo contrario, los comerciantes no podrían realizar transacciones en el GMML. Teniendo en cuenta a la EMMSA (2014), según una encuesta llevada a cabo en el GMML, existió un predominio en la percepción de los comerciantes en relación a que contar con la RUC conlleva a mejores oportunidades, así como un crecimiento de sus ventas (p. 57).

Además, los participantes consideraron que la formalidad les permite acceder a una serie de beneficios como el acceso a préstamos, cobertura de salud, etc.

Sin duda, la EMMSA (2014), consideró que se ha desarrollado en los comerciantes el afianzamiento de su auto valoración, debido al reconocimiento legal y pleno de sus actividades laborales. Asimismo, al brindar un servicio donde emiten comprobantes de la actividad que realizan (p. 62). Sin embargo, a pesar de llevar a cabo el proceso de formalidad surgieron grupos de comerciantes que se opusieron a las medidas adoptadas, llegando a tomar medidas de protesta (EMMSA, 2014, p. 62). En relación a lo anterior, el 19 de setiembre del 2014, un grupo mayoritario de comerciantes paralizaron sus labores frente al nuevo contrato de la EMMSA. De acuerdo al Gerente General de la EMSA, responsable de aquel entonces, afirmó:

Los comerciantes “no están acostumbrados a la formalidad, quieren imponer las reglas del antiguo Mercado de la Parada (ex Mercado). Esas reglas no rigen en Santa Anita (GMML). Aquí las nuevas reglas garantizan el funcionamiento moderno del mercado” (Gómez, 2014). En el mismo sentido, el 22 de enero del año 2018, un grupo de comerciantes del GMML realizaron una protesta por los numerosos cobros como: Alquiler, servicios, impuestos, etc. Ellos argumentaron que tomaron esa medida debido a la competencia desleal, en comparación de otros mercados informales que no pagan impuestos. Además, manifestaron que son excesivos los impuestos y que afectan la canasta familiar. Asimismo, en la protesta enfatizaron que: “Aún no entienden qué beneficios pueden obtener con el cambio a la formalidad” (Panamericana, 2018).

Por ende, la problemática radica en que los comerciantes al pasar de condiciones informales (ex Mercado la Parada) a una situación de formalidad (GMML), se desconocen los niveles de cultura tributaria y cómo esta influye en la evasión tributaria en el año 2018. Además, no existe información relevante sobre el nivel de la conciencia tributaria interiorizada en los comerciantes; los niveles de la educación cívica tributaria; los niveles de orientación y difusión tributaria percibidos; y como estos se relacionan con la evasión tributaria.

Además, debemos considerar que existe una problemática latente relacionada a la inconformidad del pago de los tributos. Esta situación puede agravarse con acciones que pudieran afectar el adecuado funcionamiento del GMML. Tales como posibles conflictos entre las autoridades y los comerciantes que pueden desencadenar en pérdidas económicas y materiales. Asimismo, se considerará las nuevas formas de evasión por parte de los comerciantes.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema general.

¿Cómo la cultura tributaria influye en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran

Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?

1.3.2. Problemas específicos.

- ¿Cómo la conciencia tributaria influye en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?
- ¿Cómo la educación cívica tributaria influye en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?
- ¿Cómo la difusión y orientación tributaria influyen en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes internacionales.

De acuerdo a Boja y Ortega (2013), se propusieron determinar la relación existente entre la cultura tributaria en las personas no obligadas a llevar contabilidad y su efecto en la recaudación de los impuestos en la Provincia Guayas del Cantón de Guayaquil. Asimismo, la investigación empleó el enfoque cualitativo; el diseño de la investigación es no experimental; y su nivel es descriptivo. También, emplearon como instrumento las encuestas estructuradas. Los resultados demostraron que existe un 82 % de inconformidad en el pago de impuestos. La principal causa asociada a la inconformidad está asociada a la malversación de los recursos debido a la ineficiencia y actos de corrupción (45 %). Además, el 91 % de los encuestados manifestó que los ecuatorianos son poco cumplidores de las leyes tributarias. Por otra parte, el 68 % de los encuestados consideró que son responsables de los pagos de los impuestos. Los autores concluyeron, que, sin importar la profesionalización, el contribuyente no está

acostumbrado a la obligación del pago de sus tributos.

Citando a Cárdenas (2012), llevó a cabo una investigación que tuvo como objetivo determinar el nivel de cultura tributaria y la percepción de los pequeños empresarios informales en relación a la declaración y el pago voluntario de los impuestos. Asimismo, la investigación utilizó un enfoque cualitativo; el tipo de investigación es básico; y tiene un nivel descriptivo. La técnica empleada fue la encuesta estructurada. Los resultados demostraron que el 63.16 % no se encontraba inscrito en el registro único de contribuyentes. En el mismo sentido, los factores predominantes son la “falta de tiempo” (49.44 %) y el “desconocimiento” (27.78 %). El autor concluye que producto de la falta de conocimiento en temas tributarios; el inadecuado manejo de los procesos tributarios; el desconocimiento de las normas tributarias; conlleva a que los ciudadanos no conozcan sus responsabilidades y obligaciones tributarias. Además, algunos encuestados manifestaron que se informaron en relación de temas tributarios a través de los medios de comunicación.

De acuerdo a Jara (2016), en su investigación se propuso conocer el nivel de cultura tributaria de los contribuyentes en relación a las obligaciones tributarias. El autor empleó el enfoque cualitativo; el tipo de investigación es básica; el nivel de la investigación es descriptiva. Como instrumento utilizó las encuestas aplicadas a contribuyentes dedicados al comercio. Los resultados demostraron que los comerciantes están de acuerdo con el pago de sus obligaciones tributarias y son conscientes que sus aportes impactan en el beneficio colectivo. Además, existe un predominio del cumplimiento por el miedo generado a las sanciones antes que al cumplimiento voluntario de los tributarios. El autor concluye que la cultura tributaria en los comerciantes se relaciona con el grado de conocimientos que tienen respecto a la retribución que reciben por el pago de los tributos.

Según Paredes (2015), en su trabajo se propuso determinar la incidencia de la evasión tributaria en la recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en la provincia del Guayas en el periodo 2009 – 2012. El enfoque metodológico es mixto; el tipo de investigación es básica; y de un nivel descriptivo. La técnica empleada fue la encuesta aplicada a los contribuyentes. Los resultados demostraron que el 61.3 % desconocen los mecanismos implementados por los servicios de rentas, el 71.5 % no accede a los servicios brindados por los centros de atención tributaria, el 75.8 % considera insuficiente los centros de atención y solo el 30 % de encuestados manifestó que los contribuyentes son informados en los establecimientos.

El autor concluye que la cultura tributaria se fortalece a través de la educación. Además, la evasión tributaria impide al Estado una adecuada redistribución de los ingresos y la provisión de los servicios básicos generando déficit fiscal.

Como expresa Castañeda (2015), realizó una investigación que tiene como objetivo analizar la relación de la percepción de la corrupción y la moral tributaria en dieciocho países de Latinoamérica en el año 2010. La investigación es de tipo básica; el nivel es descriptivo; y adoptó un diseño no experimental. El instrumento empleado fue la encuesta estructurada. Los resultados demostraron una relación negativa entre la moral tributaria y la percepción de la corrupción. Esto se debe a que el contribuyente percibe que un porcentaje de sus impuestos acaba en manos de funcionarios corruptos. El autor concluye que la corrupción facilita la decisión de evadir el pago de tributos para ahorrar costos. Por ende, la corrupción influiría en la moral tributaria de manera negativa.

1.4.2. Antecedentes nacionales.

Con base en Alaya (2017), los autores tuvieron como objetivo determinar la influencia de la cultura en la evasión de los tributos en un mercado de Cajamarca. La

investigación utilizó un enfoque cualitativo. El tipo de investigación es básica. El nivel de la investigación es descriptivo correlacional. El diseño empleado es no experimental. Además, la técnica empleada es la encuesta estructurada. Asimismo, los resultados demostraron que el 67.2 % de los propietarios tiene conocimiento sobre pagos de impuestos. En el mismo sentido, el 79.7 % no han recibido capacitación tributaria. Los autores concluyeron que la falta de valores y conocimientos tributarios por parte de los contribuyentes influye en la decisión de evadir la responsabilidad tributaria.

De acuerdo a Huachua (2015), su trabajo tuvo como objetivo determinar el nivel de cultura tributaria de los pequeños empresarios en Huacho en los años 2012 – 2013. La investigación utilizó el enfoque cualitativo. El diseño de la investigación es no experimental de nivel descriptivo y correlacional. El instrumento empleado es la encuesta estructurada. Los resultados demostraron que el nivel bajo de evasión tributaria es predominante en los participantes (77.8 %). Además, el 67.9 % manifestó que no recibió una sanción o multa de la SUNAT. El autor concluye que existe una relación significativa entre el nivel de capacitación de los empresarios y la forma de evasión tributaria de las PYMES. Esta realidad se debe al bajo nivel de cultura tributaria de un grupo de empresarios.

Según Miranda (2016), su investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la evasión de impuestos en la recaudación tributaria por las empresas de venta de auto partes en el distrito de la Victoria. La investigación es de tipo básica cuyo nivel es descriptivo y correlacional. Asimismo, el instrumento empleado es la encuesta estructurada. Además, los resultados revelaron que el 89 % de los encuestados consideró que la SUNAT fiscaliza cada vez más a los pequeños y medianos contribuyentes. En el mismo sentido, el 74 % de los encuestados tuvo alguna fiscalización por parte de la SUNAT en los tres últimos años. Del mismo modo, al 58

% de los encuestados les fueron emitidas resoluciones de determinación y resoluciones de multa. El autor concluye que la evasión de impuestos influye significativamente en la recaudación tributaria de las empresas dedicadas a la venta de auto partes en vista de que la SUNAT no cuenta con estudios sectoriales de evasión. No obstante, las acciones de fiscalización influyen significativamente en la recaudación tributaria.

De acuerdo a Quintanilla (2014), su investigación se propuso establecer la relación de la evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en el Perú y Latinoamérica. Es una investigación aplicada cuyo nivel es descriptivo. Utilizó como instrumento la encuesta estructurada. Los resultados demostraron que el 81 % de los encuestados considera que la evasión de impuestos afecta la recaudación fiscal del país. Asimismo, debido a los inadecuados niveles de cultura tributaria, un 82 % manifestó que oculta sus bienes o ingresos para pagar menos impuestos. El autor concluye que la evasión de impuestos influye significativamente en la disminución de los fondos recaudados.

Con base a Robles (2016), su investigación tuvo como objetivo conocer los factores que determinan la evasión tributaria de las microempresas del sector comercial de la ciudad de Chimbote. La investigación utilizó un enfoque cualitativo. El nivel de la investigación es descriptivo. La técnica empleada es la encuesta estructurada. Los resultados demostraron que el factor predominante de la evasión tributaria es la falta de conciencia tributaria con un 77 %, el 57% considera que el sistema tributario tiene reglas poco claras y el 84 % omiten las obligaciones tributarias. El autor concluye que los factores determinantes de la evasión tributaria son: La falta de conciencia tributaria, el sistema tributario complejo y las omisiones de las obligaciones tributarias.

Citando a Salazar (2016), su investigación tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la evasión y la cultura tributaria en los comerciantes del Centro

Comercial Cooperativa Pro del distrito de los Olivos en el año 2015. La investigación es de tipo básica; el nivel de investigación es correlacional; y el diseño de la investigación es no experimental. El muestreo es de tipo probabilístico. Asimismo, el instrumento empleado es una encuesta estructurada basada en la escala de tipo Likert. Los resultados demostraron que existe una moderada correlación entre las variables evasión y cultura tributaria (Rho de Spearman 0.597). El autor concluye que existe una relación entre la evasión y cultura tributaria en los comerciantes del Centro Comercial Cooperativa Pro del distrito de los Olivos en el año 2015.

De acuerdo a Suárez (2017), su investigación tuvo como objetivo identificar los motivos y consecuencias de la evasión tributaria en las MYPES ubicadas en el emporio comercial de Gamarra del sector textil. La tesis empleó un enfoque cualitativo, utilizando un diseño no experimental. Asimismo, la técnica empleada fue la entrevista. Los resultados demostraron que la evasión tributaria tiene como causa las leyes tributarias mal administradas e inconsistentes a la realidad tributaria. Además, existe una tendencia debido a elementos asociados a la globalización como: El comercio electrónico poco regulado, las transferencias a paraísos fiscales, actividades poco reguladas al exterior. También, los entrevistados consideraron como factor de la evasión la complejidad del sistema tributario. Así mismo, manifiestan que existe un desconocimiento del tema legal tributario y las dificultades financieras. La autora concluyó que los factores que influyen en la evasión son: Los motivos legales, culturales, económicos, personales y laborales. Estos factores influirían significativamente en la evasión tributaria.

Según Silva (2016), su investigación se planteó analizar los factores que caracterizan la cultura tributaria de las PYMES en el distrito de Celendín. La investigación utilizó un enfoque cualitativo. El nivel es descriptivo y correlacional.

Asimismo, El instrumento empleado es la encuesta estructurada. Los resultados demostraron que el 58 % de los encuestados sabe poco de los impuestos que paga; en el mismo sentido, el 56 % afirmó que los impuestos son mal utilizados por el estado; también, el 80 % afirmó ser responsable del pago de sus tributos; además, el 80 % consideró que siempre es transparente en el pago de los tributos; y el 71 % es justo en la declaración de sus tributos. El autor concluyó que los factores determinantes que caracterizan la cultura tributaria de las PYMES de Celendín, es la poca conciencia tributaria y pagar menos impuestos por parte de los propietarios. De ahí que resaltó la poca cultura tributaria por parte de los propietarios.

Como expresa Tenorio (2017), realizó una investigación que tuvo como objetivo determinar la relación existente entre el conocimiento tributario y la evasión del impuesto a la renta en los comerciantes de abarrotes del Mercado Modelo de Chiclayo. La investigación es de tipo básica; el diseño de la investigación es de tipo descriptivo y correlacional; el diseño de la investigación es no experimental. Asimismo, el instrumento empleado fue una encuesta estructurada. Los resultados demostraron que existe una relación positiva entre el conocimiento tributario y la evasión del impuesto a la renta en los comerciantes (Rho de Spearman 0.459). El autor concluyó que existe una relación entre el conocimiento tributario y la evasión del impuesto a la renta en los comerciantes de abarrotes del Mercado Modelo de Chiclayo.

Con base en Tamayo y Aliaga (2014), llevaron a cabo una investigación que tuvo como propósito determinar la influencia de la cultura tributaria en la evasión del impuesto a la Renta de Cuarta Categoría de los profesionales del Colegio de Abogados de Puno en el año 2012. La investigación empleó el enfoque cualitativo. La investigación tiene un nivel descriptivo y explicativo. Asimismo, el instrumento empleado fue un cuestionario estructurado. Los hallazgos evidenciaron que el 100 %

de los profesionales estuvo de acuerdo en evadir tributos. Los autores concluyeron que existe una relación directa entre la cultura tributaria y la evasión tributaria.

Citando a Vargas (2018), su investigación tiene por objetivo determinar la incidencia de la evasión tributaria en el desarrollo económico de las empresas comerciales del distrito de Comas en el periodo 2015 – 2016. La investigación es de tipo básica; el nivel de investigación es descriptivo, explicativo y correlacional; el diseño de la investigación es no experimental.

Asimismo, el tipo de muestreo es probabilístico. Además, el instrumento empleado son las encuestas estructuradas. Los resultados demostraron que el 98 % de los encuestados afirma que la evasión tributaria influye en la crisis económica de las empresas comerciales del distrito de Comas. De ello resulta necesario admitir que es debido a la falta de conciencia social.

1.5. Justificación de la Investigación

1.5.1. Justificación teórica.

La presente investigación se justifica teóricamente debido a que se adaptaron y aplicaron los criterios teóricos de las variables cultura tributaria y la evasión tributaria a una nueva realidad, como es el caso de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima. Se procedió hacer una reflexión de las bases teóricas y así se pudo ampliar el conocimiento en esta temática.

1.5.2. Justificación práctica.

La presente investigación tiene una justificación práctica porque permitió identificar la problemática entorno a cultura tributaria y la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima. Asimismo, la información es útil y como fin servirá de antecedente para abordar la problemática, mejorarla y fomentar la cultura tributaria. En ese sentido, se generó conocimiento respecto a la cultura tributaria

y la evasión tributaria en los comerciantes. En ese sentido, la investigación reveló información importante para el posterior abordaje de la problemática.

1.5.3. Justificación metodológica.

La presente investigación se justifica metodológicamente porque se utilizó una nueva estrategia metodológica que será fortalecida por la encuesta estructurada en la escala Likert. Esta podrá ser procesada mediante el software estadístico SPSS y dar datos confiables. Por lo tanto, la metodología podrá ser empleada en investigaciones posteriores relacionadas a la temática de la cultura tributaria y evasión tributaria. Además, fortalecerá la línea de investigación relacionada a la cultura tributaria en el sector de los comerciantes mayoristas.

1.6. Limitaciones de la Investigación

La investigación presentó las siguientes limitaciones:

- La investigación presentó limitaciones bibliográficas debido al reducido número de libros especializados a la cultura tributaria en comerciantes mayoristas.
- Una seria limitación, fue la falta de investigaciones anteriores al año 2012. En este periodo de tiempo los comerciantes aún ocupaban el ex Mercado de la Parada en el Distrito de la Victoria. Posteriormente serían trasladados a su actual ubicación en el Distrito de Santa Anita. Lo que hubiese servido para contrastar con mayor amplitud la información relacionada a esta temática.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general.

Determinar la influencia de la cultura tributaria en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

1.7.2. *Objetivos específicos.*

- Determinar la influencia de la conciencia tributaria en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.
- Determinar la influencia de la educación cívica tributaria en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.
- Determinar la influencia de la orientación y difusión tributaria en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

1.8. Hipótesis

1.8.1. *Hipótesis general.*

HI. La cultura tributaria influye significativamente en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

H0. La cultura tributaria no influye significativamente en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

1.8.2. *Hipótesis específicas.*

HI. 1. La conciencia tributaria influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

H0. 1. La conciencia tributaria no influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

HI. 2. La educación cívica tributaria influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

H0. 2. La educación cívica tributaria no influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

HI. 3. La orientación y difusión tributaria influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

H0. 3. La orientación y difusión tributaria no influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

II. MARCO TEORICO

2.1. Marco Conceptual

La presente investigación configura un tema muy especial, por tanto, a efectos de facilitar el uso de la misma por personas e instituciones interesadas, hemos definido con sencillez los términos utilizados en el desarrollo del trabajo.

- Contribuyente, es la persona que tiene una obligación tributaria frente a la Administración Pública establecida según la ley tributaria a cumplirla (Montoya, 1995, p. 1664).
- Elusión, se refiere al abuso de la legislación tributaria con el fin de disminuir el pago de los impuestos (Jiménez, et al., 2010, p. 70).
- Fiscalización, puede entenderse como una facultad o atribución, por parte de la administración tributaria para llevar a cabo un proceso consistente en una serie de acciones que tienen como fin instar al ciudadano a cumplir con sus obligaciones tributarias (Plasencia, 2007, p. 3).
- Percepción, podemos definirla como un proceso donde el encéfalo establece un sentido con base en la información sensorial recibida (Morris y Maisto, 2014, p. 104). Por lo tanto, la percepción de un sistema tributario equitativo o justo, como la percepción del riesgo de ser sancionado por el incumpliendo, etc. Ayudan a conocer las diferencias existentes entre el comportamiento de los contribuyentes (Timaná y Pazo, 2014, p. 38).
- Obligaciones tributarias, según el diario El Peruano (2013), se refiere al vínculo entre el deudor tributario y el acreedor, que se encuentra dispuesta en la reglamentación, y tiene por finalidad el acatamiento de la prestación tributaria, siendo esta exigible mediante medidas coactivas (p. 497749).
- Régimen tributario, citando a la SUNAT (2012), es el conjunto de normas que “es el

conjunto de normas que reglamentan el acatamiento de las de los deberes sustanciales asociados al pago de tributos, y de los compromisos formales, asociados a tramites documentarios u otros que conlleven a facilitar el pago de tributos” (p. 149).

- Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), teniendo en cuenta al Ministerio de Economía y Finanzas (2016), busca la formalización de los pequeños contribuyentes. Para ello “se efectúa un pago único mensual en función a los ingresos por concepto del IR, el IGV. y el Impuesto de Promoción Municipal” (p. 4). Los ingresos anuales no deben de superar los S/. 96000 soles anuales.
- Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), como plantea la SUNAT (2012), está orientado a las empresas pequeñas que emitan facturas y cuyo ingreso anual no supere los S/. 525 000 soles (p. 151).
- Régimen MYPE Tributario (RMT), de acuerdo al diario El Peruano (2016), este régimen comprende a aquellos contribuyentes que sus ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (p. 607041).
- Régimen General (RG), de acuerdo a la SUNAT (2012), está dirigido a las “personas naturales o jurídicas que generan rentas de tercera categoría, y cuyos ingresos anuales en el ejercicio anterior hayan sido mayores a S/. 525 000 soles” (p. 152).
- Sistema tributario, citando la SUNAT (2012), hace referencia al “conjunto de normas legales que crean y regulan la tributación” (p. 112). Por ende, agrupa los impuestos, contribuciones, tasas que están asignados en los tres niveles del Estado, que son estructurado de acuerdo a criterios de eficiencia, equidad y suficiencia (Ministerio de Economía y Finanzas, 2017, p. 3). Así mismo, debemos considerar que el contribuyente otorga parte de su libertad para el mantenimiento de la sociedad, como condición básica para la existencia y viabilidad del sistema tributario (Carvalho, 2013, p. 372).

- Tributación, puede entenderse como una referencia a un sistema tributario de un Estado, pero también puede hacer referencia al acto de tributar. Según Timaná y Pazo (2014), en la actualidad se apoya en estándares internacionales y se conforma por medio de la implantación de una política fiscal, un sistema tributario y la conformación de la administración tributaria (p. 63). De acuerdo a Carvalho (2013), la tributación es un instrumento utilizado por los gobiernos. Considera que estos no afectan los derechos fundamentales, pero si en la medida en que son impuestos al ciudadano (p. 193).
- Tributo, según la SUNAT (2012), es el pago que se entrega y establece para cubrir los gastos que requiere el Estado con la finalidad de que lleve a cabo sus fines. Por lo tanto, es exigible coactivamente (p. 116).

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. *Cultura Tributaria.*

Respecto al origen de la palabra cultura, Silva Santisteban (1998), afirmó que: “Deriva (...) de la palabra *agricultar*, que son las diversas formas de cultivar el campo y culto quiere decir cultivado” (p. 185). En su origen la palabra adquirió un significado metafórico haciendo referencia al hombre que se educa y cultiva su espíritu. La concepción de la palabra fue evolucionando a lo largo de la historia y adquiriendo diferentes connotaciones.

En la actualidad, podemos entender a la cultura como el conjunto de conductas aprendidas, actitudes, ideales valores, creencias que identifican a una determinada población o sociedad (Ember, et al., 2004, p. 258). Asimismo, la cultura supone la transmisión de conocimientos. Tal como señala John Bonner, es la transmisión de información a través de medios conductuales, principalmente por la enseñanza y el aprendizaje. Este tipo de información se va acumulando en forma de tradición y

conocimiento (Silva Santisteban, 1998, p. 193). Por ende, la cultura es una concepción dinámica que está relacionada al aprendizaje. Tal como plantea Miller (2011), considera que la cultura se aprende, y tiene como base los símbolos arbitrarios que son aprendidos en determinados contextos (p. 23). En ese sentido, a través de la educación y de la promoción de la cultura se busca el aumento de las capacidades y competencias de los ciudadanos. Como plantea López (1994), a la educación promueve la transmisión de conocimientos y valores, que permiten alcanzar destrezas con el fin de obtener cargos en la estructura social como también para la vida en sociedad (p. 85). Por ello, a través de la cultura y la educación se busca el desarrollo humano. En ese sentido Olmos y Olmos (2004), afirma que el individuo como tal es el objetivo y el agente de su propio desarrollo, pero no de forma independiente puesto que este vive en sociedad (p. 73). Además, es importante destacar que la adaptación e interiorización de los conocimientos buscan transformar el comportamiento. Al respecto, Silva Santisteban (1998), afirma que la cultura abarca las diferentes formas de comportamiento social ya sean adquiridas o creadas, implicando la totalidad de las formas de vivir en sociedad, así como las formas de adaptación y transformación (p. 187).

Adicionalmente, la cultura se reproduce e integra debido a la concatenación de la sociedad. Teniendo en cuenta a Silva Santisteban (1998), en las diferentes culturas las creencias se ligan e integran en determinado grado entre sí (p. 214). Por lo tanto, podemos afirmar que, en las últimas décadas, los enfoques culturales han aportado significativamente a los diferentes campos científicos. En el mismo sentido, por medio de la promoción cultural y la búsqueda del cambio conductual, estos enfoques influyen abordando diferentes aspectos relacionados a las problemáticas sociales buscando un cambio positivo en la sociedad.

Así pues, el Estado a través de sus instituciones tiene el deber de liderar e

implementar la promoción de los conocimientos que generen el cambio cultural. Pero para ello es necesario convivir en una cultura democrática, donde se establezcan las condiciones necesarias para la coexistencia y el desarrollo de las diferentes formas de conocimiento. Tal como afirma la SUNAT (2012), este tipo de cultura se funda con base en “el reconocimiento del otro como igual y diferente, y la aceptación de la ley como reguladora de la convivencia social” (SUNAT, 2012, p. 22). De modo que desde los enfoques culturales se pueden desarrollar estrategias necesarias para poder generar el cambio social. En el mismo sentido, Martinell (2010), señala que debemos incorporar el papel de la cultura de forma inteligente para poder lograr promover nuevas prácticas que permitan generar condiciones favorables para el desarrollo (p. 7). Por ello, debemos considerar la necesidad de evaluar los aspectos culturales que se desean transformar o cambiar. Citando a López (1994), considera que los patrones culturales deben ser estudiados para ser actualizados en concordancia con las necesidades y problemas de la actualidad (p. 85).

Por lo que se refiere a la cultura tributaria es “la obtención de valores éticos y morales, a través de una convivencia ciudadana que dan base y legitimidad social a la tributación y al cumplimiento de las obligaciones tributarias como una necesidad del país” (Solórzano, 2010, p.8). En otras palabras, es el conjunto de valores cívicos, conocimientos, actitudes, comportamientos, percepciones acerca del cumplimiento de las normas tributarias por parte de un grupo o sociedad en general (Díaz y Fernández, 2010, p. 96).

Con respecto a los principios de la cultura tributaria, deben ser compartidos por los ciudadanos que integran la sociedad siendo conscientes de su pertenencia y capacidad de interactuar para colaborar con las personas e instituciones con el objetivo de alcanzar el bien común (SUNAT, 2012, p. 177).

Asimismo, es necesario conocer y evaluar los niveles de cultura tributaria para poder desarrollar estrategias acordes a la realidad social. Por ello, es necesario medir el grado de conocimientos que poseen los ciudadanos acerca del sistema tributario y sus funciones (Gómez y Macedo, 2008, p. 144). Dicho de otra manera, resulta necesario interpretar y comprender la racionalidad de los valores tributarios que influyen en las personas o grupos sociales.

Asimismo, es indispensable el respeto y cumplimiento de los deberes tributarios basados en la confianza, la razón, la afirmación de los valores asociados a la ética y las leyes primando la responsabilidad ciudadana (Armas y de Eizaga, 2009, p. 148). De modo que “la cultura tributaria debe sustentarse en valores que tiendan al bien común” (Gómez y Macedo, 2008, p. 144). En consecuencia, es indispensable el rol que desempeña el Estado como impulsor a través de las instituciones públicas. Es desde la Administración Tributaria y el Ministerio de Educación, principalmente, donde se están desarrollando directrices que buscan capacitar y orientar a la sociedad sobre la temática de la cultura tributaria. En ese sentido, se busca promover y capitalizar las actitudes necesarias para generar el respeto y el cumplimiento tributario, esencial para el sostenimiento del Estado. Tal como lo hace notar Armas y de Eizaga (2009), la cultura tributaria busca que los ciudadanos sean conscientes respecto a la obligación constitucional de contribuir al Estado siendo informados respecto a las razones fundamentales de tributar (p. 145).

Por otra parte, debemos aclarar que la lógica de la cultura tributaria está determinada por los criterios legales e ideológicos. El primero, se asocia al riesgo de ser obligado, sancionado o controlado por incumplir las obligaciones tributarias. El segundo, se refiere a la satisfacción de la ciudadanía respecto a que los recursos aportados serán empleados adecuadamente y una parte de ellos retornará en forma de

servicios públicos (Amasifuen, 2015, p. 75). Por ello, no debemos analizar los criterios legales e ideológicos por separado, debido a la interrelación existente. De lo contrario, la carencia de alguno influiría en la falta de la cultura tributaria, conllevando directamente a la evasión tributaria. En definitiva, la necesidad de promover la cultura tributaria debe considerar que la administración y el sistema tributario deben representar una serie de principios. Por lo que deben de ser coherentes para así poder alcanzar los objetivos propuestos (Timaná y Pazo, 2014, p. 47).

2.2.1.1. Conciencia tributaria.

Con relación a la conciencia, hace referencia a un procesamiento del cual asume el yo y su entorno en el dominio del espacio y el tiempo. Por lo que estar consiente de algo implica una representación dinámica y flexible de algo (Quijano, 2009, p. 241).

En cuanto a la conciencia tributaria, son las actitudes y creencias de los individuos que motivan la voluntad de contribuir. También se la puede entender como el conocimiento de sentido común que emplean los individuos para tomar una posición o actuar en relación a los tributos (SUNAT, 2012, p. 175). Por lo que es indispensable que en este proceso el individuo interiorice sobre su relación con respecto a los tributos. Por lo tanto, la conciencia tributaria es la interiorización de los ciudadanos respecto a los deberes tributarios establecidos para ser cumplidos de forma voluntaria, produciendo un beneficio común en la sociedad (Alva, 2010).

Asimismo, teniendo en cuenta a del Busto (1988), afirma: La conciencia de todo hombre honesto experimenta este llamado de la justicia a tributar; los que no lo sienten es porque no han formado debidamente su conciencia o por que la fuerza de las pasiones o las reiteradas violaciones de la ley natural han terminado por acallarla (p. 13).

En efecto, la conciencia tributaria parte de la idea de que cada individuo interiorice sobre el pago voluntario de los tributos. Pero en algunas circunstancias los

actos de corrupción influyen en la conciencia tributaria de forma negativa. Al mismo tiempo, debemos considerar que la conciencia tributaria va a estar influenciada por el entorno familiar o social.

Además, la interiorización del individuo debe considerar el rol social de la tributación. Este consiste en el proceso por el cual el Estado cumple el rol de administrador recaudando los recursos que le pertenecen a la población para ser devueltos en forma de servicios públicos (Valencia, 2013, p. 141). Por ello, mientras más se fortalezca la conciencia tributaria, se reduce “la tolerancia hacia el fraude” (Solórzano, 2010, p. 8).

Por otra parte, de acuerdo con Alva Matteucci (2010), pueden emplearse tres mecanismos que podrían fomentar la conciencia tributaria, ellos son: La educación cívica tributaria, crear reglas sencillas y el uso de sanciones. Así pues, para mejorar la conciencia tributaria se necesitan impuestos razonables acordes a un gasto razonable. Por ello, se debe considerar que la calidad de los servicios públicos justifica el pago de los impuestos, y en los montos exactos para cubrirlos (Valencia, 2013, p. 140). De lo contrario, se generaría una disconformidad por parte del ciudadano. En algunos casos, podría conllevar a pretextos para la evasión tributaria.

De acuerdo con Alva (2010), destacan tres elementos importantes respecto a la conciencia tributaria: La interiorización de los deberes tributarios; el cumplimiento de manera voluntaria; y el cumplimiento que acarreará un beneficio común para la sociedad.

Así mismo, la conciencia tributaria puede enfocarse desde dos perspectivas: Como proceso y contenido. Respecto al primero, se relaciona al proceso de formación de la conciencia tributaria en los individuos. El segundo, se refiere a los sistemas de información, códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y

orientadores del comportamiento ciudadano respecto a la tributación (Valencia, 2013, p. 138).

2.2.1.2. Educación cívica tributaria.

Podemos entender que la educación promueve el cambio en el pensamiento, acciones y sentimientos de los individuos, buscando estimular la participación de los individuos con el fin de mejorar la calidad de vida (Armas y Colmenares, 2009, p. 145). Por ello, es indispensable utilizarla como una estrategia para formar valores y conciencias en los ciudadanos (Gómez y Macedo, 2008, p. 145).

Por otra parte, con respecto a la tributación, es crucial ya que permite lograr el desarrollo económico, debido a que tiene una función social en el proceso de redistribución (Gómez y Macedo, 2008, p. 145). Citando a la OECD (2015), la educación cívica tributaria busca fortalecer las actitudes de los ciudadanos y su compromiso que genera el valor social del impuesto para alcanzar el bien común (p. 18). En consecuencia, este tipo de educación brinda los conocimientos relacionados con el proceso de recaudación como, también, el de la utilización del dinero recaudado. A juicio de Alva (2010), esta debe considerar como fundamento el pagar impuestos. Por ello, promueve la adquisición de valores tributarios como la solidaridad, la justicia, la responsabilidad y la honestidad.

Asimismo, la educación tributaria es importante porque busca concientizar y formar a los ciudadanos en la conciencia cívica para lograr alcanzar un Estado de bienestar” (Bonell, 2015, p.501). Según la OECD (2015), a nivel internacional “la educación cívica – tributaria abarca una extensa variedad de actividades y agentes desde programas gubernamentales que formen una conducta fiscalmente responsable” (p. 16).

En el Perú, la SUNAT tiene como objetivo contribuir con la ciudadanía mediante la práctica activa de sus obligaciones y la adopción de principios éticos que

busquen el progreso de la sociedad (Gómez y Macedo, 2008, p. 145).

Respecto a la educación tributaria, la SUNAT tiene como objetivo: promover la estrategia de educación fiscal. Actualmente, existen dos líneas de acción: la primera, busca impartir asignaturas de cultura fiscal a nivel escolar; y la segunda, a nivel de la Enseñanza Superior asignaturas e investigaciones respecto a la temática (OECD, 2015, p. 164). Asimismo, a través de la Oficina de Cultura Tributaria se desarrollan charlas y orientaciones a los ciudadanos.

Además, de forma conjunta, la SUNAT y el Ministerio de Educación implementaron en el currículo del sistema educativo peruano el desarrollo de la cultura tributaria. Destacando un mayor grado de intervención en la educación básica. Conviene subrayar que el “Programa de Cultura Tributaria aborda contenidos destinados a lograr su cumplimiento, a través de la tributación como una práctica ciudadana” (Gómez y Macedo, 2008, p. 147).

Por ende, para abordar la problemática de la recaudación, es necesario identificar los niveles de educación tributaria. De esa forma se permitirá establecer cuáles son los puntos que deben abordarse para su fortalecimiento. En tal sentido, debemos considerar los factores tales como: La capacitación tributaria previa, la formación en valores tributarios, las actitudes orientadas hacia la tributación, etc.

Teniendo en cuenta a la SUNAT (2012), debemos considerar los componentes que intervienen en la formación de la conciencia tributaria. Estos son procesos y normas sociales como: La justicia procedimental (reglas y procedimientos), la justicia distributiva (equidad), la reciprocidad, así como también los factores políticos (p. 184).

2.2.1.3. Difusión y orientación tributaria.

Partiendo de la idea que el conocimiento es crucial para el desarrollo de la sociedad, pero para que influya y pueda ser empleado debe ser comunicado (Gutiérrez,

2007, p. 5). Consideremos la relevancia respecto al papel de la comunicación en las instituciones estatales.

Citando a Cárdenas (2009), la difusión está asociado a un modelo de la comunicación quees empleado por diferentes instituciones y agencias que trabajan en áreas de desarrollo y cooperación (p. 40). La difusión cumple una doble función. La primera de mantenernos actualizados respecto a la materia tributaria y refuerza la doctrina de la cultura tributaria. Por lo tanto, la difusión es un deber institucional cuyo propósito es fortalecer los valores tributarios.

De esta forma, la difusión influye en el cambio de la percepción de los individuos hacia las instituciones y mejora la conciencia tributaria. Puesto que la falta de difusión afectaría de forma negativa la conciencia tributaria. Por ende, busca prevenir la evasión tributaria. Tal como lo afirma la SUNAT (1999), donde considera que la difusión de campañas mejora la percepción del ciudadano generando corrientes de opinión que permitan crear y consolidar una política de Estado para llevar a cabo acciones que promuevan legitimidad. Cabe agregar que, dentro de estas funciones de difusión, el fomento de la transparencia de la institución fortalece la conciencia tributaria.

En definitiva, en este ámbito a través de la difusión, se busca promover espacios de gestión del conocimiento tributario donde participen los diferentes actores para mejorar la percepción ciudadana en relación con la tributación. Tal como lo hace notar la SUNAT (1999), la promoción de la cultura tributaria es de carácter transversal por lo que deben articularse de forma permanente las diferentes entidades públicas y privadas buscando su participación (SUNAT, 1999).

Asimismo, es indispensable la adecuada orientación al contribuyente con el fin de que pueda llevar a cabo el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. De esta

forma se garantiza la eficiencia en la administración tributaria (Ministerio de Economía y Finanzas, 2015, p. 13).

También, cumple un papel de sensibilización del público sobre temas tributarios. Además, se presentan los beneficios, los resultados, los cambios en los procesos, fechas de vencimientos, etc.

En la actualidad, la difusión y orientación se utilizan en diferentes medios: Televisivos, radiales, telefónicos, redes sociales, etc. La apertura de medios implica un escenario donde se puede compartir e intercambiar información tributaria de forma masiva. Además, de esta forma se busca fortalecer la imagen institucional legitimando su funcionamiento.

2.2.2. Evasión tributaria.

Según la SUNAT (2012), la evasión tributaria es la falta de cumplimiento u omisión, por parte del contribuyente, de “su obligación de declarar totalmente su ingreso, patrimonio ganancia, venta, con la finalidad de que no sea considerada como parte de la base sobre la que se calcula el impuesto” (p. 167). Con base a Pírela (2009), el incumplimiento del contribuyente puede ser parcial o total en el pago y las declaraciones de sus obligaciones tributarias (p. 14). De acuerdo con Cosulich (1993), este incumplimiento conlleva a la pérdida del ingreso al fisco (p. 9).

Por ende, conlleva a la disminución de ingresos que afecta al ente recaudador, disminuyendo las capacidades de atención de las necesidades e incluso impulsa al Estado a tomar medidas que pudieran ser perjudiciales (Montano y Vásquez, 2016, p. 47 – 48). Concretamente, una de estas medidas vendría a ser el aumento de los impuestos. De modo que la evasión tributaria también genera una distorsión del sistema tributario afectando la equidad de los impuestos (Montano y Vásquez, 2016, p. 44). Por lo tanto, la reproducción de las desigualdades afecta el bienestar social y es un

reproductor de la pobreza en el país.

Por ello, debemos considerar que el pago de impuestos es más que una combinación de probabilidades entre la sanción y la auditoría. Este proceso inicia desde el momento de la declaración de impuestos y su verificación, hasta la posterior condena de los evasores (CIAT, 2011, p. 4). De acuerdo al CIAT (2011), este acto ilícito muchas veces se da de manera encubierta y producto de una conducta deliberada y consciente. Pero también se dan excepciones donde la evasión es no intencional (p. 24). En relación a lo anterior, la evasión no intencional puede darse en determinados casos, ya sea por falta de conocimiento por parte de los contribuyentes o por sectores informales que no cuentan con la capacidad adecuada para poder formalizarse.

Según la SUNAT (2012), la principal consecuencia que acarrea la evasión tributaria es la falta de recursos que garantice los derechos sociales y económicos de los ciudadanos, generando un retroceso en el desarrollo económico, aumentando la exclusión social y la disminución de las inversiones (p. 168).

Con relación a las formas de evasión, podemos destacar: la falta de inscripción en la administración tributaria; no presentar las declaraciones; la falta de pago del tributo, ya sea por omisión o morosidad; la incorrecta declaración, ya sea por contrabando o defraudación (Cosulich, 1993, p. 13). En el mismo sentido, otra forma de evasión tributaria vendría a ser el uso inadecuado de los regímenes especiales de tributación, el tratamiento especial a empresas situadas en zonas francas y exoneraciones en regiones determinadas (Arias, 2009, p. 47).

2.2.2.1. Teorías de la evasión tributaria.

- Teoría de la disuasión, como plantea la SUNAT (2012), se basa en que el “pago de impuestos es resultado de una decisión económica racional: Los individuos estarán dispuestos a pagar en tanto perciban que el beneficio de la evasión sea

inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en el caso de ser descubierto” (p. 173).

- Teoría de la decisión, según Carvalho (2013), esta teoría se basa en lograr los mejores resultados a través de un proceso metódico y organizado. Es de carácter normativa, que se basa en el análisis de cómo las decisiones deben darse, en vez de la forma en cómo suceden (p. 372).
- Teoría de utilidades esperadas, citando a Serra (2000), parte de la idea que “la utilidad de una decisión con resultado incierto es igual a la suma de las utilidades de las distintas consecuencias posibles ponderadas por las probabilidades de que cada una de ellas ocurra” (p. 198).
- Teoría del comportamiento económico, de acuerdo a esta teoría, los procesos económicos nacen del comportamiento de los individuos que están influenciados por diferentes reglas de conducta. Por ello, los procesos económicos son fenómenos influenciados por las decisiones humanas (Katona 1965 en Timaná y Pazo, 2014, p. 25).
- Teoría de la conducta planeada, teniendo en cuenta a Isek Ajzen, la mejor manera de comprender y predecir la conducta de los individuos es conociendo las intenciones que lo llevan a actuar. Se relacionan tres variables: Actitud, norma subjetiva e intención conductual (Timaná y Pazo, 2014, p. 19).

2.2.2.2. Factores que influyen en el comportamiento de evasión tributaria.

En lo concerniente a las teorías relacionadas al comportamiento tributario, estas se basan en las motivaciones que influyen en el cumplimiento o el incumplimiento tributario (Timaná y Pazo, 2014, p. 45). Por lo tanto, podemos relacionar estos factores como causales que influyen en la toma de la decisión de evadir o no tributos por parte de los contribuyentes. Además, debemos considerar que los factores pueden ser

endógenos o exógenos.

En relación a lo anterior, de acuerdo a un estudio realizado por Timaná y Pazo (2014), identificaron los siguientes factores: La moral tributaria, el conocimiento de las normas tributarias, la confianza en el Estado, la tolerancia a la informalidad y el riesgo percibido ante una acción fraudulenta (pp. 71-72). En ese sentido, estos vendrían a ser lo principales factores que determinarían el comportamiento tributario y son empleados para conocer el cumplimiento tributario y la evasión tributaria. Por lo tanto, son una herramienta útil para poder conocer los niveles de evasión por parte de los contribuyentes.

2.2.2.2.1. La Moral tributaria.

Con relación a la moral tributaria, podemos definirla como aquellas normas sociales que contribuyen a definir la conducta de los ciudadanos estableciendo que es está mal o bien en respecto a los impuestos, más allá de lo prescrito la normativa (Antequera y Florensa, 2008). Por ende, la carencia de la moral tributaria influye directamente en el comportamiento de evasión del contribuyente.

Asimismo, debemos considerar que el cumplimiento de las normas tributarias es un deber moral y por lo tanto los contribuyentes tienen la obligación de declarar y consignar la información requerida (Timaná y Pazo, 2014, p. 44). Por ende, es necesario contemplar la moral individual y la moral social. Ambas están relacionadas, interactúan y se transforman en una sola. Las dos morales llegan a un consenso social sobre el tributo, basado en que el ciudadano acepta y legitima con su pago; o rechaza y deslegitima mediante el no pago o reclamo (CIAT, 2011, p. 7). Por lo tanto, debemos considerar desde la perspectiva de la moral tributaria los tributos son un requerimiento de la justicia general, legal o social y distributiva. Es indispensable para lograr el bien común. Por ello, para su cumplimiento es necesario una serie de virtudes (Del Busto,

1988, p. 10).

2.2.2.2.2. *Confianza en el Estado.*

De acuerdo a Francis Fukuyama (1996), la confianza hace referencia a la “probabilidad que nace en una comunidad con un comportamiento ordenado, honrado y de cooperación, basándose en normas compartidas por todos los miembros” (Rojas y Marín, 2006, p. 121). Por lo tanto, la confianza en el Estado es aquellas “percepciones que tengan los contribuyentes del uso o el destino del gasto público dirigido al bienestar general, dependiendo del grado de necesidades, podrían motivar la aceptación de la carga impositiva del sistema tributario” (Timaná y Pazo, 2014, p. 49).

Citando a Serra (2000), cuando la recaudación financia bienes públicos que los ciudadanos aprueban o cuando los ciudadanos tienen participación en el gasto público se da una mejora en el comportamiento del contribuyente (p. 224). Por ende, la percepción del contribuyente respecto al tipo de manejo de los recursos públicos orientados a brindar servicios de calidad, influye en la confianza al Estado. Por otra parte, existen bajos niveles de satisfacción hacia los mecanismos de recaudación del Estado, como también hacia la baja confianza en la administración tributaria que afectaría el comportamiento del contribuyente (Howald, 2000, p. 110). Por lo tanto, la carencia de la confianza en el estado sería un factor que influye en el comportamiento de evasión tributaria. En definitiva, existe por un gran sector de la población que desconfía en el Estado. Esto se debe a la insatisfacción con los servicios públicos y la corrupción. Esto conlleva a que un gran número de personas no tengan la voluntad de tributar (OCDE, et al., 2018, p. 67).

2.2.2.2.3. *Equidad percibida del sistema tributario.*

Acerca del concepto de equidad, implica una situación de igualdad en alguna índole (Gómez, et al., 2002, p. 18). Además, existe una racionalidad respecto al papel

de las instituciones públicas de garantizar un trato equitativo entre los individuos. Por ende, la evasión afecta a la equidad. Podemos tomar como ejemplo el caso de “dos contribuyentes que tengan una misma base paguen la misma cantidad de impuesto” (Henríquez, 2015, p. 177). Por ello, debemos considerar que el comportamiento del contribuyente es influenciado por la equidad que percibe de su entorno. En consecuencia, es necesario conocer cuál es la percepción de los contribuyentes respecto a si el sistema tributario es justo o no (Timaná y Pazo, 2014, p. 77).

2.2.2.2.4. Riesgo percibido de ser detectado y sancionado.

De acuerdo con la SUNAT (2012), el pago de los tributos conlleva una decisión de tipo racional. Este proceso se basa en evaluación de la percepción de las personas respecto a si el beneficio de la evasión tributaria es menor al costo de una infracción o multa que pudiera recibir si es descubierto (p. 173). Por ende, en determinados casos, algunos contribuyentes prefieren ser sancionados debido a que económicamente cometer el delito de evasión trae mayores beneficios. Por lo tanto, podemos entender que el contribuyente internaliza este proceso.

Así pues, la percepción de los contribuyentes de ser detectados y sancionados por la administración pública varía de acuerdo a los estímulos del entorno y las circunstancias. Al respecto, Timaná y Pazo (2014), consideran que la percepción de la eficacia por parte de la administración tributaria para detectar y fiscalizar delitos cumple un rol importante a la hora de tomar una decisión de evasión (p. 59). Asimismo, si bien es cierto existen estudios que indican que la evasión tributaria disminuye con una adecuada fiscalización y detección, debemos considerar que la percepción del contribuyente varía. Según Serra (2000), existe evidencia empírica que apoya la relación positiva entre la fiscalización y la tasa de cumplimiento. Además, existen estudios donde un gran número de contribuyentes sobreestima la posibilidad de ser

verificados o evaluados (p. 213). Por consiguiente, cabe agregar que el incremento de las multas y/o sanciones no significa necesariamente que haya un mayor cumplimiento o recaudación de las obligaciones tributarias. Por el contrario, en muchas ocasiones el aumento excesivo de estas medidas no es aplicables en las prácticas especialmente si existen vacíos legales que vulneran los derechos de los contribuyentes (Timaná y Pazo, 2014, pp. 56-57). Por lo tanto, estas medidas podrían ser utilizadas como un instrumento de evasión tributaria debido a sus falencias normativas.

2.2.2.2.5. Tolerancia a la informalidad.

Según el Instituto Nacional de Estadística e informática, considera a una unidad productiva informal (trabajador independiente, dependiente de empresa) a aquella que carece de registro en la administración tributaria (Lahura, 2016, p. 2).

Por ello, se sostiene que la informalidad es un sector que no participa en estructura formal y se comporta como un sector alternativo de una población excluida de la formalidad económica, social y productiva. En este sector generalmente un gran grupo poblacional busca su propia subsistencia” (Gómez Naranjo, 2007, p. 52). Por lo tanto, la tolerancia a la informalidad es la capacidad que posee el contribuyente de respetar las prácticas y creencias del sector excluido de la formalidad. De acuerdo a Serra (2000), basándose en la psicología social, las personas observan el comportamiento de otras para decidir si es razonable, aceptable, o el esperado en relación a su entorno (p. 224).

Citando a Durand (2013), la tolerancia y coexistencia de la informalidad representa un serio problema ya que disminuye el dinamismo de las actividades productivas y genera espacios para las actividades delictivas (p. 22). Esto se debe a que la tolerancia a la informalidad influye en la disminución de la moral tributaria, fomenta el comportamiento ilegal promoviendo los incentivos de trabajar en el mercado informal

(Timaná y Pazo, 2014, p. 56). Asimismo, se debe aclarar algunas situaciones contradictorias. En algunos casos, la informalidad exige o emplea la legalidad. Este comportamiento racional busca optimizar sus intereses empleando la manipulación del ámbito legal (Durand, 2013, p. 24).

2.2.2.2.6. Comportamiento del contribuyente.

El comportamiento de contribuyente vendría a ser la manera de actuar de un ciudadano relacionada con las actitudes hacia el pago del tributo donde influiría en la decisión del cumplimiento o no de su obligación (Timaná y Pazo, 2014, p. 14). Además, se debe considerar que el comportamiento del contribuyente se ve influenciado por el entorno. Citando a Ricciardi (2009), el sistema tributario tiene la función de orientar al cumplimiento de las obligaciones tributarias y evitar la evasión del tributo (p. 5). Por lo tanto, el papel de promover el adecuado comportamiento del contribuyente recae en la Administración Tributaria. Por ende, es indispensable realizar estudios relacionados al comportamiento de evasión del contribuyente. De tal forma que se pueda evaluar acciones de evasión como: Entrega comprobante, solicita comprobante, recurre a la compra de productos de contrabando, etc.

2.2.2.2.7. Conocimiento de las normas tributarias.

Según Bravo (2017), la norma tributaria hace referencia a la norma jurídica mandataria o de obligación. Está conlleva a la obligación jurídica del pago de los tributos. Por ende, el conocimiento de la norma tributaria permite la apreciación sobre la responsabilidad respecto de las obligaciones tributarias. Además, de las acciones y mecanismos que implican los procesos concernientes (Gómez, Santieri, y Rosignolo, 2002, p. 11). Además, se la puede entender como el conocimiento por parte del contribuyente respecto al sistema tributario (Timaná y Pazo, 2014, p. 71).

III. MÉTODO

3.1. Tipo de Investigación

El tipo de la presente investigación es:

Descriptivo, según Hernández, et al., (2014), este tipo de estudio busca explicar las características y propiedades más significativas de los fenómenos que se pretenden conocer (p. 92).

Explicativa, de acuerdo a Hernández, et al., (2014), este tipo de estudios tiene como fin determinar si existe causa y efecto de una variable hacia otra (p. 99). Véase la Figura 2.

Figura 2.

Diseño Explicativo



Nota. Elaboración propia

Dónde:

M: Comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

V.1: Cultura Tributaria.

V.2: Evasión Tributaria.

3.2. Población y Muestra

De acuerdo a Fracica (1988), la población hace referencia al conjunto de elementos asociados al estudio que se pretende llevar a cabo. También se le conoce como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (Citado en Bernal, 2016, p. 210). La población que fue abordada en la investigación corresponde a los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima. De acuerdo a los registros del año 2017, suman un total de 1 288 (EMMSA, 2017, p. 8).

Por ende, la unidad de análisis identificada, corresponde a los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el año 2018. Cabe aclarar que se consideró a los comerciantes que laboran en los puestos y participaron de forma voluntaria en la encuesta. Respecto a la

muestra, es una representación significativa de la población. Según Rodríguez (2005), es una parte representativa de la población por lo que debe compartir las mismas características (p. 82).

Para obtener la muestra aleatoria se aplicó la siguiente fórmula:

Figura 3.

Fórmula de población finita

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

Nota. Elaboración propia

Dónde:

Tabla 1.

Descripción de la fórmula población finita

Notación	Descripción
N	Tamaño total de la muestra
N	Tamaño total de la población, en el presente estudio, 1288 comerciantes.
Z	Desviación relacionada a la distribución normal estándar. Para un nivel de confianza del 95 % corresponde a un valor de 1.96.
D	Grado de precisión deseado, (error aceptable) del 5 % (0,05).
P	Proporción de la población en estudio que tiene o se estima que tenga una característica determinada. Como no conocemos dicha proporción utilizaremos el valor 0.5 (50 %) que maximiza el tamaño de la muestra.
Q	Se obtiene de (1- p).

Nota. Elaboración propia

Se procedió con la operación para obtener la muestra de comerciantes del GMLL:

$$n = \frac{(1,288) * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 * (1,288 - 1) * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{(1,288) * (3.8416) * (0.25)}{(0.0025) * (1,287) + (3.8416) * (0.25)}$$

$$n = \frac{1,236.9952}{(3.2175) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{1236.9952}{4.1779}$$

$$n = 296.0806 \equiv 296$$

$$296 + 10\% \text{ (por pérdida)} = 296 + 30 = 326$$

Por ende, el resultado de la operación indicó que la muestra del presente estudio abarcó como mínimo a 326 comerciantes.

3.3. Operacionalización de las Variables

Tabla 2.

Operacionalización de la variable Cultura tributaria

Variable	Dimensiones	Indicadores
Cultura Tributaria Es el conjunto de valores cívicos, conocimientos, actitudes, comportamientos, percepciones acerca del cumplimiento de las normas tributarias por parte de un grupo o sociedad en general (Díaz y Fernández, 2010, p. 96).	Conciencia Tributaria	Interiorización de los deberes tributarios Cumplimiento tributario voluntario Beneficio común de la sociedad Capacitación tributaria
	La Educación Cívica Tributaria	Formación en valores tributarios Formación de la actitud ciudadana orientada a la tributación Transparencia en la información pública
	Orientación y Difusión Tributaria	Presupuesto de ejecución de obras públicas Rendición de cuentas
		Orientación tributaria

Nota. Elaboración propia

Tabla 3.

Operacionalización de la variable Evasión tributaria

Variable	Dimensiones	Indicadores
Evasión Tributaria Según la SUNAT (2012), la evasión tributaria es la falta de cumplimiento u omisión, por parte del contribuyente, de “su obligación de declarar totalmente su ingreso, patrimonio ganancia, venta, con la finalidad de que no sea considerada como parte de la base sobre la que se calcula el impuesto” (p. 167).	Moral Tributaria	Calificación moral de la evasión tributaria Calificación moral del pago de tributos Honestidad frente a los actos de evasión Justificación del incumplimiento tributario
	Confianza en el Estado	Confianza en el uso adecuado de los impuestos Confianza en el Gobierno Confianza en la tasa impositiva asignada Confianza en la SUNAT
	Tolerancia a la Informalidad	Tolerancia al comercio informal Tolerancia a la competencia del comercio informal Tolerancia a la evasión tributaria Tolerancia a la existencia de la informalidad
	Riesgo de ser detectado	Percepción de control por parte de la SUNAT Probabilidad de sanción y/o multa Equidad en el pago de impuestos respecto a otros comerciantes
	Equidad	Equidad de la tasa impositiva Equidad la cantidad de impuestos

	Cumplimiento de las obligaciones tributarias
Comportamiento del Contribuyente	Solicita comprobante de pago
	Emisión de comprobante de pago
	Adquisición de productos de contrabando
Conocimiento de la Norma Tributaria	Conocimiento del pago de tributos
	Conocimiento de las normas tributarias
	Complejidad de los procedimientos tributarios
	Conocimiento de las multas y/o sanciones

Nota. Elaboración propia

3.4. Instrumentos

Se procedió a elaborar dos instrumentos con el propósito de recabar información y así poder medir las variables Cultura Tributaria y Evasión Tributaria respectivamente. Para ello se empleó la escala de tipo Likert. Citando a Hernández, et al., (2014), la escala Likert es un conjunto de ítems que miden la reacción del sujeto en categorías. Cabe agregar que los ítems fueron redactados en forma de preguntas en lugar de afirmaciones no afectando el propósito de la investigación (p. 245).

3.4.1. Encuestas.

3.4.1.1. Encuesta de la cultura tributaria.

En la investigación, empleamos las encuestas estructuradas dirigidas a los comerciantes. Las cuales tienen como “fortaleza la captura de variables que solamente son conocidas por los contribuyentes y manejan conocimientos, valoraciones y actitudes relevantes, etc.” (Jiménez, et al., 2010, p. 72).

- Objetivo, el cuestionario está dirigido a los comerciantes del GMML y tiene por objetivo conocer los niveles de cultura tributaria.
- Carácter de Aplicación, la encuesta es de carácter anónimo, por ello se les pidió a los comerciantes que respondan con la mayor sinceridad.
- Descripción, la prueba consta de 22 ítems, con la posibilidad de cinco posibles respuestas. Véase la Tabla 4.

Tabla 4.*Alternativas para la encuesta de Cultura Tributaria*

Alternativas	Valores de los Ítems Directos (positivos)
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Nota. Hernández, et al., 2014.

- Instrucciones para la aplicación, se les explicó a los comerciantes sobre el proceso del llenado de la encuesta y el objetivo del estudio. En el cual solo estuvo permitido marcar una alternativa, de lo contrario el ítem fue invalidado. Se procurará que los comerciantes respondan todos los ítems.
- Tiempo, se consideró como máximo para responder la encuesta 20 minutos.
- Estructura, la encuesta fue estructurada considerando las variables, dimensiones, e ítems. Véase la Tabla 5.

Tabla 5.*Estructura de la encuesta de la Cultura Tributaria*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Total
Conciencia Tributaria	Interiorización de los deberes tributarios	1, 2, 3,	9
	Cumplimiento tributario voluntario	4, 5, 6,	
	Beneficio común de la sociedad	7, 8, 9,	
Educación Cívica Tributaria	Capacitación tributaria	10, 11,	8
	Formación en valores tributarios	12, 13, 14, 15	
	Formación de la actitud ciudadana orientada a la tributación	16, 17	
Orientación y Difusión Tributaria	Transparencia en la información pública	18, 19	5
	Presupuesto de ejecución de obras públicas	20	
	Rendición de cuentas	21	
	Orientación tributaria	22	

Nota. Encuesta Estructurada

- La Puntuación del presente cuestionario fue en función de la forma en que se marcaron las opciones que fueron enumeradas. Véase la Tabla 6.

Tabla 6.*Valores de las Puntuaciones de la encuesta de la Cultura Tributaria*

Opción	Frecuencia	Puntaje
Opción 1	Totalmente en desacuerdo	1 punto
Opción 2	En desacuerdo	2 puntos
Opción 3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3 puntos
Opción 4	De acuerdo	4 puntos
Opción 5	Totalmente de acuerdo	5 puntos

Nota. Hernández, et al., 2014.

- Calificación, se procedió a realizar la sumatoria de los valores hallados para obtener el puntaje final. De acuerdo a Hernández, et al., (2014), en la escala de tipo Likert (escala aditiva) se suman o restan las puntuaciones de los valores seleccionados de cada premisa por parte de las personas (p. 242).
- Evaluación, obtenidas las calificaciones se procedió a establecer los niveles en bajo, medio y alto. Véase Tabla 7.

Tabla 7.*Niveles de la Cultura Tributaria*

Dimensión	Baremo		Ítems
	Nivel	Rango	
Conciencia Tributaria	Alto	34 – 45	9
	Medio	21 – 33	
	Baja	9 – 20	
Educación Cívica Tributaria	Alto	30 – 40	8
	Medio	19 – 29	
	Baja	8 – 18	
Orientación y Difusión Tributaria	Alto	19 – 25	5
	Medio	12 – 18	
	Baja	5 – 11	
Cultura Tributaria	Alto	82 – 110	22
	Medio	52 – 81	
	Baja	22 – 51	

Nota. Encuesta Estructurada

- Confiabilidad del Instrumento, según Hernández, et al., (2014), se obtiene mediante la aplicación de pruebas estadísticas que ponen a prueba la consistencia interna de todo el instrumento (p. 294). Para evaluar la confiabilidad de las

encuestas se llevó a cabo el análisis de consistencia interna mediante la prueba del Alfa de Cronbach (α) (Córdova, 2008, p. 107). En ese sentido, se llevó a cabo una prueba piloto que fue aplicada a 30 comerciantes seleccionados aleatoriamente. La encuesta estructurada consta de 22 ítems. Una vez finalizada la encuesta se procedió a aplicar el método de consistencia interna mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach. Véase el Anexo 4. Asimismo, se aplicó la fórmula y se obtuvo el valor: $\alpha = 0,713$. Los resultados revelaron que el rango de la magnitud es alto. Por lo tanto, se demuestra la validez del instrumento y su uso es aceptado. Véase la Tabla 8.

Tabla 8.

Confiabilidad de la Encuesta de la Cultura Tributaria

Alfa de Cronbach	N de elementos
,713	22

Nota. Prueba piloto

3.4.1.2. Encuesta de la evasión tributaria.

Para medir la evasión tributaria empleamos la encuesta estructurada dirigida a los comerciantes del GMML. De acuerdo a Arias (2009), la “percepción de la evasión es una manera, mediante encuestas en las que se les pregunta a los contribuyentes acerca de su percepción sobre la evasión” (p. 47). Asimismo, debemos considerar que la encuesta es factible metodológicamente y brinda mejores posibilidades respecto a otras fuentes. Citando a Macías, et al., (2007), considera que existe una serie de dificultades por conocer el comportamiento evasor debido a que se encuentra fuera de la ley y es castigado. Por lo que, no se puede llevar a cabo de forma directa basándose en fuentes primarias o bases de datos (p. 73).

- Objetivo, el cuestionario estuvo dirigido a los comerciantes del GMML y tuvo por objetivo conocer los niveles de evasión tributaria.
- Carácter de aplicación, la encuesta fue de carácter anónimo, por ello se les pidió

a los comerciantes que respondieran con la mayor sinceridad.

- Descripción, la prueba consta de 28 ítems, con la posibilidad de cinco posibles respuestas. Debemos aclarar que en la encuesta estructurada de la variable evasión tributaria existen preguntas directas (positivas) e Indirectas (negativas). Por lo tanto, se invertirán los valores para tener los resultados esperados. Véase la Tabla 9.

Tabla 9.

Alternativas para la Encuesta de Evasión Tributaria

Calificaciones	Valores de los Ítems Directos (Positivos)	Valores de los Ítems inversos (Negativos)
Totalmente de acuerdo	5	1
De acuerdo	4	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	3
En desacuerdo	2	4
Totalmente en desacuerdo	1	5

Nota. Hernández, et al., 2014.

Teniendo en cuenta a Hernández, et., (2014), los enunciados pueden ser negativos o positivos. De esta forma se codificarán las alternativas (p. 240). Así mismo, se identificó en la encuesta a los ítems que contaron con características de ser directos e inversos. Posteriormente, fueron agrupados para su adecuada evaluación. Véase Tabla 10.

Tabla 10.

Identificación de los Ítems Directos e Inversos de la Cultura Tributaria

Ítems de la Variable Evasión Tributaria	Valores de los Ítems Directos (Positivos)	Valores de los Ítems Inversos (Negativos)
Número de Ítems	5, 10, 11, 12, 13, 16, 19, 20, 24, 27.	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 14, 15, 17, 18, 21, 22, 23, 25, 26, 28
Sub Total	12	16
Total	28	

Nota. Encuesta Estructurada

- Instrucciones para la aplicación, se les explicó a los comerciantes sobre el proceso de llenado de la encuesta y el objetivo del estudio. También se les informó que solo estaba permitido marcar una alternativa, de lo contrario el ítem

será invalidado. Se procuró que los comerciantes respondan a todos los ítems.

- Tiempo, el tiempo considerado como máximo para responder las encuestas fue de 20 minutos.
- Estructura, la encuesta se estructuró teniendo en cuenta las variables, dimensiones, ítems de la variable evasión tributaria. Véase la Tabla 11.

Tabla 11.

Estructura de la Encuesta de Evasión Tributaria

Dimensiones	Indicadores	N° de Ítems	Total
Moral tributaria	Calificación moral de la evasión tributaria	1, 2	5
	Calificación moral del pago de tributos	3	
	Honestidad frente a los actos de evasión	4	
Confianza en el Estado	Justificación del incumplimiento tributario	5	4
	Confianza en el uso adecuado de los impuestos	6	
	Confianza en el Gobierno	7	
	Confianza en la tasa impositiva asignada	8	
Tolerancia a la Informalidad	Confianza en la SUNAT	9	4
	Tolerancia al comercio informal	10	
	Tolerancia a la competencia del comercio informal	11	
Riesgo de ser detectado	Tolerancia a la evasión tributaria	12	4
	Tolerancia a la existencia de la informalidad	13	
Equidad	Percepción de control por parte de la SUNAT	14, 15,	4
	Probabilidad de sanción y/o multa	16, 17	
	Equidad en el pago de impuestos respecto a otros comerciantes	18	3
	Equidad de la tasa impositiva	19	
Comportamiento del Contribuyente	Equidad la cantidad de impuestos	20	4
	Cumplimiento de las obligaciones tributarias	21	
	Solicita comprobante de pago	22	
	Emisión de comprobante de pago	23	
Conocimiento de la Norma Tributaria	Adquisición de productos de contrabando	24	4
	Conocimiento del pago de tributos	25	
	Conocimiento de las normas tributarias	26	
	Complejidad de los procedimientos tributarios	27	
	Conocimiento de las multas y/o sanciones	28	

Nota. Encuesta Estructurada

- La puntuación de la encuesta estuvo en función de la forma en que fueron marcadas las opciones numeradas. Cabe aclarar que existen ítems directos (positivos) e ítems indirectos (negativos). Por lo tanto, se invirtieron los valores

respondiendo a esa lógica (Hernández, et al.,2014, p. 240). Véase la Tabla 12.

Tabla 12.

Valores de las Puntuaciones de la Encuesta de Evasión Tributaria

Calificaciones	Valores de los Ítems	
	Directos (Positivos)	inversos (Negativos)
Totalmente de acuerdo	5	1
De acuerdo	4	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	3
En desacuerdo	2	4
Totalmente en desacuerdo	1	5

Nota. Hernández, et al., (2014)

- Calificación, se procedió a realizar la sumatoria de los valores hallados para obtener el puntaje final. Siempre teniendo en cuenta los ítems directos (positivos) e ítems indirectos (negativos). Citando a Hernández, et al. (2014), si la premisa es directa (positiva) la calificación será favorable en relación a la percepción, actitud o comportamiento involucrado. Por el contrario, si es muy en desacuerdo (negativa) la calificación es desfavorable (p. 240).
- Evaluación, obtenidas las calificaciones se procedió a establecer los niveles en bajo, medio y alto. Véase la Tabla 13.

Tabla 13.

Niveles de la Evasión Tributaria

Dimensión	Baremo		Ítems
	Nivel	Rango	
Nivel de Evasión Tributaria	Alto	94 – 140	28
	Medio	66 – 93	
	Baja	28 – 65	

Nota. Encuesta Estructurada.

- Confiabilidad, se procedió a realizar una prueba piloto que se aplicó a 30 comerciantes seleccionados aleatoriamente. La encuesta estructurada consta de 28 ítems. Una vez finalizada la encuesta se aplicó el método de consistencia interna mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach. Véase el Anexo 5. Se aplicó la fórmula y se obtuvo el valor: $\alpha = 0,727$. Los resultados revelaron que

el rango de la magnitud es alto. Por lo tanto, se demuestra la validez del instrumento y su uso es aceptado. Véase la Tabla 14.

Tabla 14.

Confiabilidad de la Encuesta de Evasión Tributaria

Alfa de Cronbach	N de elementos
,727	28

Nota. Prueba piloto

- Libre Consentimiento Informado, la encuesta se efectuó precisando a los comerciantes que la participación es voluntaria, por lo que se les solicitó su consentimiento para que se lleve a cabo. Se les explicó que el instrumento no requiere de datos personales como: Número de DNI, direcciones, teléfonos, etc. Asimismo, se les Informó sobre el anonimato y confidencialidad de la encuesta, explicando que los resultados serán utilizados específicamente para propósitos de la investigación.

3.4.2. Entrevista.

Asimismo, se decidió emplear la entrevista individual abierta. De acuerdo a Galindo (1998), “está orientada al sujeto, suele aplicarse cuando interesa conocer los actos locutorios más expresivos del mismo, con el objeto de intentar comprender la acción social en que construye sus sentidos (p. 308). De acuerdo a Rojas (2002), “el entrevistador tiene una mayor libertad, en comparación con la entrevista estructurada, para poder alterar el orden de las preguntas o formular otras que considere pertinentes para profundizar en la cuestión que se analiza” (p. 151).

3.5. Procedimientos

Se procedió a realizar el proceso de recolección de los datos:

- Se solicitó el permiso correspondiente a la oficina de seguridad del GMLL para llevar a cabo la recolección de los datos.
- Se verificó a los encuestadores para asegurar la adecuada recolección y asegurar la

validez de la investigación.

- Una vez concluida la recolección de los datos se procedió a realizar la recopilación de los datos obtenidos. Para ello se empleó el software estadístico SPSS para realizar los procedimientos concernientes a la comprobación de la hipótesis.

3.6. Análisis de Datos

En la investigación se realizaron las siguientes etapas;

- Se procedió a codificar los datos.
- Se llevó a cabo la tabulación de las encuestas.
- Se procedió con la recolección de los datos que fueron ingresados en la base de datos del programa estadístico SPSS para realizar el análisis respectivo
- Se estableció el nivel de significancia estadística en $\alpha < 0.05$
- Para hallar las posibles relaciones entre las variables se empleó la prueba estadística del Chi cuadrada (χ^2). Según Taucher (1997), son “las pruebas de significación estadística presentadas que permiten tomar decisiones sobre las diferencias entre dos tasas, de las cuales a lo menos una es una tasa muestral” (p. 145). De acuerdo a Moncada (2005), “esta técnica es utilizada comúnmente en tablas de contingencia, y tiene ciertas condiciones para su uso” (p. 111).
- Realizamos la interpretación de los resultados obtenidos.
- Procedimos con la discusión y contrastación de las hipótesis.
- Finalmente, se elaborarán las conclusiones.

3.7. Consideraciones Éticas

La presente tesis fue desarrollada, cuidando los valores éticos en el uso de las teorías y textos necesarios en cada etapa.

IV. RESULTADOS

4.1. Niveles de la Cultura Tributaria

La Tabla 15 muestra los valores obtenidos en relación a los niveles de la cultura tributaria en los comerciantes del GMML en el año 2018. A través de los resultados se pudo establecer que 99 comerciantes poseyeron un nivel bajo (erróneo) de cultura tributaria; 204 comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y 23 comerciantes obtuvieron un nivel alto (apropiado).

Tabla 15.

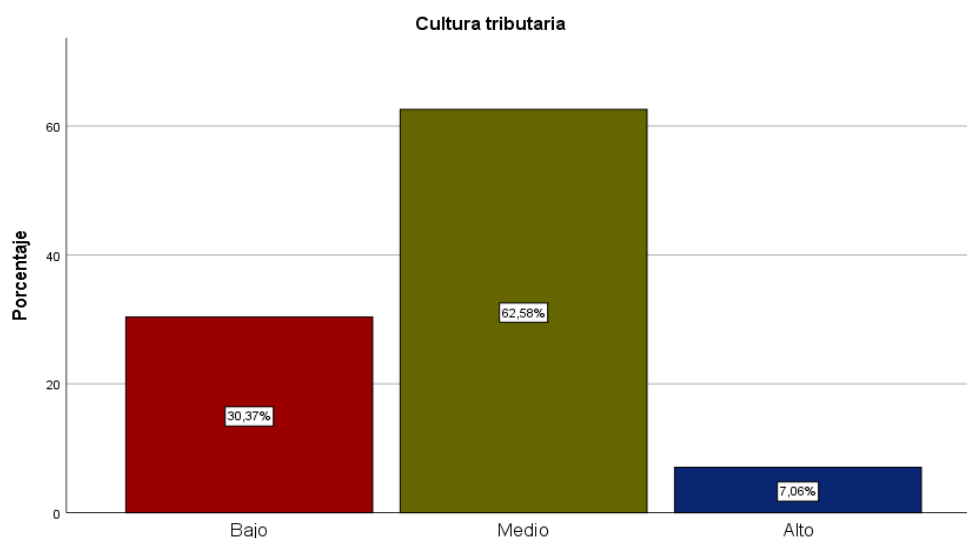
Niveles de Cultura Tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	99	30,4	30,4	30,4
	Medio	204	62,6	62,6	92,9
	Alto	23	7,1	7,1	100,0
	Total	326	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Estructurada

Figura 4.

Distribución Porcentual de los Niveles de la Cultura Tributaria.



Nota. Encuesta Estructurada

Asimismo, la Figura 4 muestra la distribución porcentual de los niveles de la cultura tributaria en los comerciantes del GMML en el año 2018. Los resultados demostraron que un 30.4% de los comerciantes consiguieron un nivel bajo (erróneo) de cultura tributaria; el 62.6%

de los comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y el 7.1% de los comerciantes obtuvieron un nivel alto (apropiado).

Niveles de la Conciencia tributaria.

La Tabla 16 muestra los valores obtenidos de los niveles de la conciencia tributaria en los comerciantes del GMML en el año 2018. A través de los resultados se pudo establecer que 97 comerciantes consiguieron un nivel bajo (erróneo) de conciencia tributaria; 213 comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y 16 comerciantes obtuvieron un nivel alto (apropiado).

Tabla 16.

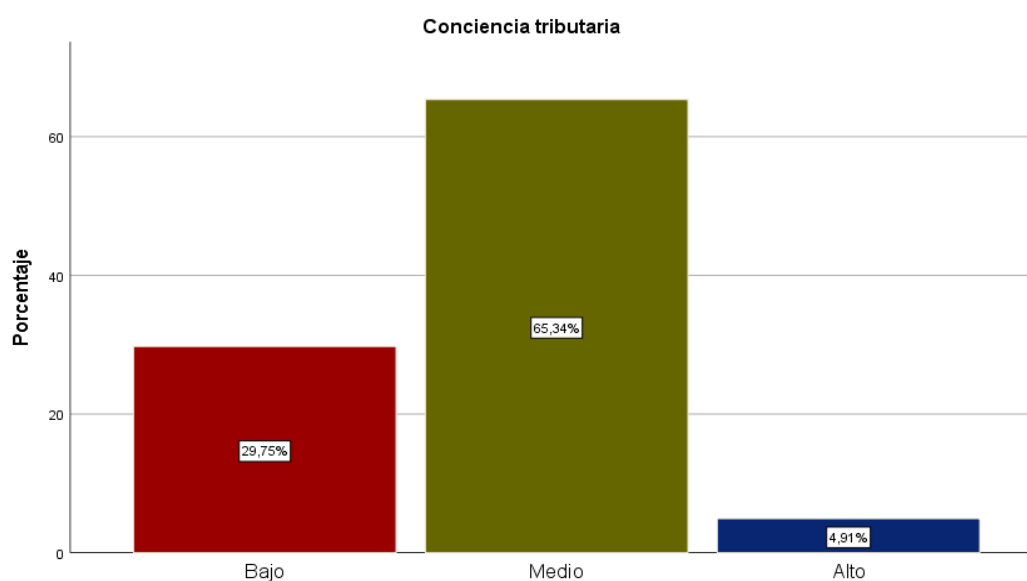
Niveles de Conciencia Tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	97	29,8	29,8	29,8
Medio	213	65,3	65,3	95,1
Alto	16	4,9	4,9	100,0
Total	326	100,0	100,0	

Nota. Encuesta estructurada

Figura 5.

Distribución Porcentual de los Niveles de Conciencia Tributaria



Nota. Encuesta Estructurada

En el mismo sentido, la Figura 5 muestra la distribución porcentual de los niveles de la

conciencia tributaria en los comerciantes del GMML en el año 2018. Los resultados demostraron que el 29.8% de los comerciantes tenían un nivel bajo (erróneo) de conciencia tributaria; el 65.3% de los comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y el 4.9% de comerciantes obtuvieron un nivel alto (apropiado).

Niveles de la Educación cívica tributaria.

La Tabla 17 muestra los valores obtenidos de los niveles de educación cívica tributaria en los comerciantes del GMML en el año 2018. A través de los resultados se pudo establecer que 104 comerciantes tenían un nivel bajo (erróneo) de educación cívica tributaria; 198 comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y 24 comerciantes obtuvieron un nivel alto (apropiado).

Tabla 17.

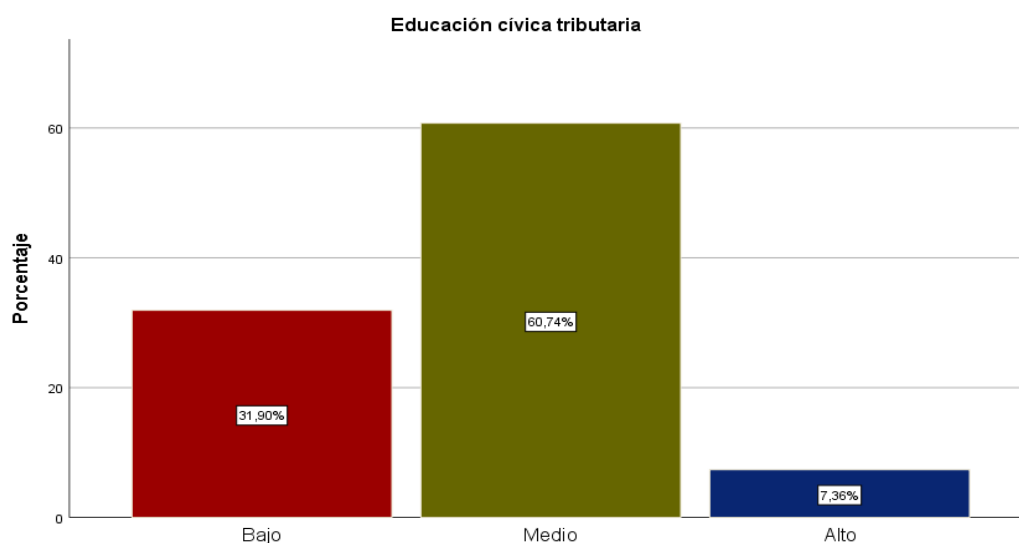
Niveles de la Educación Cívica Tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	104	31,9	31,9	31,9
Medio	198	60,7	60,7	92,6
Alto	24	7,4	7,4	100,0
Total	326	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Estructurada

Figura 6.

Distribución porcentual de los Niveles de la Educación Cívica Tributaria



Nota. Encuesta Estructurada

Además, la Figura 6 muestra la distribución porcentual de los niveles de la educación cívica tributaria en los comerciantes del GMMML en el año 2018. Los resultados demostraron que el 31.9% de los comerciantes tenían un nivel bajo (erróneo) de educación cívica tributaria; el 60.7% de los comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y el 7.4% de los comerciantes obtuvieron un nivel alto (apropiado).

La Orientación y la Difusión Tributaria.

La Tabla 18 muestra los valores obtenidos de los niveles de orientación y difusión tributaria en los comerciantes del GMMML en el año 2018. A través de los resultados se pudo establecer que 105 comerciantes tenían un nivel bajo (erróneo) de orientación y difusión tributaria; 195 comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y 26 comerciantes obtuvieron un nivel alto (apropiado).

Tabla 18.

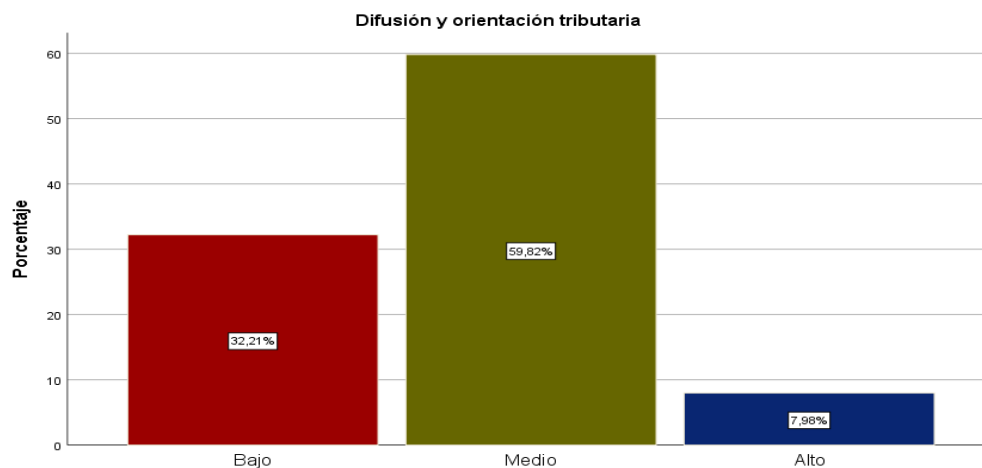
Niveles de la Orientación y Difusión Tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	105	32,2	32,2	32,2
	Medio	195	59,8	59,8	92,0
	Alto	26	8,0	8,0	100,0
	Total	326	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Estructurada

Figura 7.

Distribución Porcentual de los Niveles de la Orientación y Difusión Tributaria



Nota. Encuesta Estructurada

Asimismo, la figura 7 muestra la distribución porcentual de los niveles de la orientación y la difusión tributaria en los comerciantes del GMML en el año 2018. Los resultados demostraron que el 32.21 % de los comerciantes tenían un nivel bajo (erróneo) relacionado a la orientación y difusión tributaria; el 59.82 % de los comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y el 7.98 % de los comerciantes obtuvieron un nivel alto (apropiado).

4.2. Niveles de la Evasión tributaria

La Tabla 19 muestra los valores obtenidos de los niveles de evasión tributaria en los comerciantes del GMML en el año 2018. A través de los resultados se pudo establecer que 13 comerciantes tenían un nivel bajo (conveniente) de evasión tributaria; 189 comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y 124 comerciantes obtuvieron un nivel alto (erróneo).

Tabla 19.

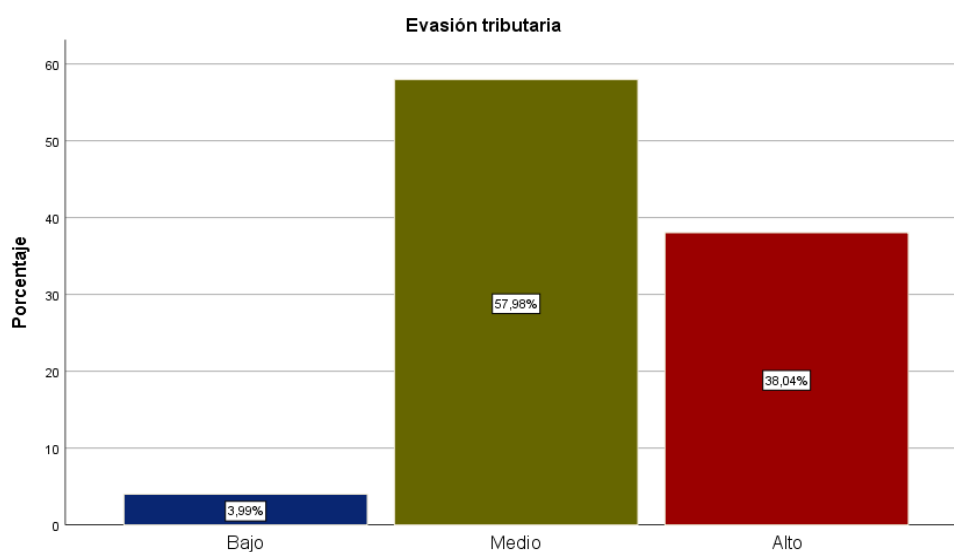
Niveles de la Evasión Tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	13	4,0	4,0	4,0
Medio	189	58,0	58,0	62,0
Alto	124	38,0	38,0	100,0
Total	326	100,0	100,0	

Nota. Encuesta Estructurada

Figura 8.

Distribución Porcentual de los Niveles de la Evasión Tributaria



Nota. Encuesta Estructurada

En el mismo sentido, la Figura 8 muestra la distribución porcentual de los niveles de la evasión tributaria en los comerciantes del GMLL en el año 2018. Los resultados demostraron que el 4.0% de los comerciantes tenían un nivel bajo (apropiado) de evasión tributaria; el 58.0% de los comerciantes obtuvieron un nivel medio (deficiente); y el 38.0% de comerciantes obtuvieron un nivel alto (erróneo) de evasión tributaria.

4.3. Contrastación de las Hipótesis

4.3.1. Contrastación de la hipótesis general.

- Planteo de la Hipótesis

H1. La cultura tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

H0. La cultura tributaria no influiría significativamente en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

Tabla 20.

Tabla cruzada entre Cultura tributaria vs. Evasión tributaria

			Evasión tributaria			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Cultura tributaria	Bajo	Recuento	0	0	99	99
		Recuento esperado	3,9	57,4	37,7	99,0
	Medio	Recuento	0	179	25	204
		Recuento esperado	8,1	118,3	77,6	204,0
	Alto	Recuento	13	10	0	23
		Recuento esperado	,9	13,3	8,7	23,0
Total	Recuento	13	189	124	326	
	Recuento esperado	13,0	189,0	124,0	326,0	

Nota. Encuesta Estructurada

- Criterio Teórico de correlación de la Hipótesis

Con base en el criterio empleado, se determinó el valor $p = 0.05$. Por ende, si el nivel de la significancia de la prueba de la normalidad es $p < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por el contrario, si el nivel de significancia de la prueba de normalidades $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula y se procede a rechazar a la hipótesis alternativa.

- Estadística de la correlación de la hipótesis

La estadística aplicada para determinar la correlación de las variables fue el método del Chi Cuadrado de Pearson. El resultado obtenido fue un valor $p = 0.000$ (Véase la Tabla 21).

Tabla 21.

Prueba de Hipótesis General

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	405,003 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	346,301	4	,000
Asociación lineal por lineal	233,009	1	,000
N de casos válidos	326		

a. 2 casillas (22.2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .92.

Nota. Encuesta Estructurada

- Interpretación

Se obtuvo un valor $p = 0.000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta que la cultura tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

4.3.2. Contrastación de las hipótesis específicas.

4.3.2.1. Contrastación de la hipótesis específica 1.

- Planteo de hipótesis específica 1.

H1. 1. La conciencia tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

H0. 1. La conciencia tributaria no influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

- Criterio teórico de correlación de hipótesis.

Con base en el criterio empleado, se determinó el valor $p = 0.05$. Por ende, si el nivel de la significancia de la prueba de la normalidad es $p < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por el contrario, si el nivel de significancia de la prueba de normalidades $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula y se procede a rechazar a la hipótesis alternativa.

- Estadística de correlación de hipótesis específica 1.

La estadística aplicada para determinar la correlación de las variables fue el método del Chi Cuadrado de Pearson. Los resultados obtenidos fueron un valor $p = 0.000$ (Véase la Tabla 23).

Tabla 22.

Tabla cruzada entre Conciencia tributaria vs. Evasión tributaria

		Evasión tributaria				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Conciencia tributaria	Bajo	Recuento	0	0	97	97
		Recuento esperado	3,9	56,2	36,9	97,0
	Medio	Recuento	0	186	27	213
		Recuento esperado	8,5	123,5	81,0	213,0
	Alto	Recuento	13	3	0	16
		Recuento esperado	,6	9,3	6,1	16,0
Total	Recuento	13	189	124	326	
	Recuento esperado	13,0	189,0	124,0	326,0	

Nota. Encuesta Estructurada

Tabla 23.

Prueba de Hipótesis Específica 1

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	484,017 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	352,158	4	,000
Asociación lineal por lineal	239,618	1	,000
N de casos válidos	326		

a. 2 casillas (22.2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .64.

Nota. Encuesta Estructurada

- Interpretación.

Se obtuvo un valor $p = 0.000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta que la conciencia tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

4.3.2.2. *Contrastación de la hipótesis específica 2.*

- Planteo de hipótesis específica 2.

HI. 2. La educación cívica tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

H0. 2. La educación cívica tributaria no influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

- Criterio teórico de correlación de hipótesis.

Con base en el criterio empleado, se determinó el valor $p = 0.05$. Por ende, si el nivel de la significancia de la prueba de la normalidad es $p < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por el contrario, si el nivel de significancia de la prueba de normalidades $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula y se procede a rechazar a la hipótesis alternativa.

- Estadística de correlación de hipótesis.

La estadística aplicada para determinar la correlación de las variables fue el método del Chi Cuadrado de Pearson. El resultado obtenido fue un valor $p = 0.000$ (Véase la Tabla 25).

Tabla 24.

Tabla cruzada entre Educación cívica tributaria vs. Evasión tributaria

		Evasión tributaria			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Educación cívica tributaria	Bajo	Recuento	0	0	104	
		Recuento esperado	4,1	60,3	39,6	104,0
	Medio	Recuento	0	178	20	198
		Recuento esperado	7,9	114,8	75,3	198,0
	Alto	Recuento	13	11	0	24
		Recuento esperado	1,0	13,9	9,1	24,0
Total	Recuento	13	189	124	326	
	Recuento esperado	13,0	189,0	124,0	326,0	

Nota. Encuesta Estructurada

Tabla 25.

Prueba de Hipótesis Específica 2

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	414,024 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	366,844	4	,000
Asociación lineal por lineal	243,567	1	,000
N de casos válidos	326		

a. 2 casillas (22.2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .96.

Nota. Encuesta Estructurada

- Interpretación.

Se obtuvo un valor $p = 0.000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta que la educación cívica tributaria influyó significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

4.3.2.3. *Contrastación de la hipótesis específica 3.*

- Planteo de la Hipótesis Específica 3

HI. 3. La orientación y difusión tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

H0. 3. La orientación y difusión tributaria no influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

Tabla 26.

Tabla cruzada entre Difusión y orientación tributaria vs. Evasión tributaria

		Evasión tributaria			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Difusión y orientación tributaria	Bajo	Recuento	0	0	105	
		Recuento esperado	4,2	60,9	39,9	105,0
	Medio	Recuento	0	176	19	195
		Recuento esperado	7,8	113,1	74,2	195,0
	Alto	Recuento	13	13	0	26
		Recuento esperado	1,0	15,1	9,9	26,0
Total	Recuento	13	189	124	326	
	Recuento esperado	13,0	189,0	124,0	326,0	

Nota. Encuesta Estructurada

- Criterio teórico de Correlación de Hipótesis

Con base en el criterio empleado, se determinó el valor $p = 0.05$. Por ende, si el nivel de la significancia de la prueba de la normalidad es $p < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por el contrario, si el nivel de significancia de la prueba de normalidad es $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula y se procede a rechazar a la hipótesis alternativa.

- Estadística de Contraste de Hipótesis

La estadística aplicada para determinar la correlación de las variables fue el método del Chi Cuadrado de Pearson. El resultado obtenido fuero un valor $p = 0.000$ (Véase la Tabla 27).

Tabla 27.

Prueba de Hipótesis Específica 3

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	403,125 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	368,944	4	,000
Asociación lineal por lineal	243,073	1	,000
N de casos válidos	326		

a. 2 casillas (22.2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.04.

Nota. Encuesta Estructurada

- Interpretación

Se obtuvo un valor $p = 0.000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta que la orientación y difusión tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Discusión

5.1.1. *La cultura tributaria y la evasión tributaria.*

Con base en los resultados obtenidos, podemos afirmar que existen inadecuados niveles de cultura tributaria (nivel bajo 30.37 % y medio 62.58%) que influyen en la evasión tributaria (nivel medio 57.98 % y alto 38.04 %) en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

Los resultados concuerdan con Salazar (2016), quien confirma que la evasión tributaria se relaciona positivamente con la cultura tributaria en los comerciantes del Centro Comercial Cooperativa Pro de los Olivos en el año 2015 (Rho de Spearman 0.597). Asimismo, pudo establecerse una moderada asociación entre las variables. También coincidimos con Tenorio (2017), quien demostró que existe una relación positiva entre el conocimiento tributario y la evasión del impuesto a la renta en los comerciantes de abarrotes del Mercado Modelo de Chiclayo en el año 2017 (Rho de Spearman 0.459). Asimismo, afirmó que existe una moderada correlación entre las variables. En el mismo sentido, coincidimos con Quintanilla (2014), su investigación demostró la existencia de inadecuados niveles de cultura tributaria en el Perú y Latinoamérica. En una muestra, un 82 % manifestó que ocultó sus bienes o ingresos para pagar menos impuestos. Coincidimos con Tamayo y Aliaga (2014), en relación a los deficientes niveles de cultura tributaria en los profesionales pertenecientes al Colegio de Abogados de Puno. Ellos manifestaron estar de acuerdo en evadir tributos (100%). De lo planteado anteriormente se deduce que la cultura tributaria se relaciona con la evasión tributaria. Debemos tener presente que la cultura tributaria es el conjunto de valores éticos y morales, acerca del cumplimiento de las normas tributarias a través de una convivencia ciudadana que legitiman las obligaciones tributarias como una

necesidad para el desarrollo del país (Solórzano, 2010).

Por otra parte, podemos afirmar que las condiciones del GMML no son comparables a las del antiguo Mercado de la Parada donde la informalidad era predominante. Asimismo, resalta la preponderancia del nivel medio de la cultura tributaria (62.58%) en los comerciantes. Pese a ello el nivel obtenido es inadecuado e insuficiente. Por ende, estos resultados conllevan a suponer que en cierta medida se ha reducido la percepción de la evasión tributaria. Esto puede asociarse a una serie de acciones emprendidas por las gestiones de la EMMSA y la SUNAT como: La formalización obligatoria para poder acceder a la licitación y adjudicarse un puesto en el GMML; el control de ingreso y salida de la mercadería.

Citando a Marapi y Cheng (2014), el ingreso de los camiones respetando el sistema y el registro diario permite el seguimiento del volumen de productos que ingresan para la venta.

Asimismo, se pudo constatar que el acceso a los préstamos y créditos bancarios producto de la formalización, es un aspecto beneficioso que resaltan los comerciantes (véase Anexo 6); así como el cumplir con sus obligaciones tributarias puntualmente; además, la motivación de ser formal y tener un puesto en el GMML; entre otros.

Por el contrario, podemos afirmar que los inadecuados niveles de cultura tributaria (nivel medio y bajo) que influyen en la evasión tributaria, están asociados a un nivel inadecuado de conciencia tributaria; la escasa educación cívica tributaria; y los bajos niveles de orientación y difusión cívica tributaria. Estos se manifiestan en una serie de acciones como: El subarriendo, la permisividad del comercio minorista informal en el GMML, no entregar boleta, la competencia desleal con otros mercados mayoristas informales, etc.

Con relación a lo anterior, un acto de evasión que se pudo comprobar y

contrastar con las fuentes fue la existencia del subarriendo por parte de un grupo de comerciantes del GMML (véase anexo 6). Esta actividad informal consiste en que algunos comerciantes, concesionarios de los puestos, alquilan el área en partes más pequeñas a comerciantes informales. Cabe aclarar que esta problemática no es reciente, sino que viene de años anteriores:

Se repite la misma informalidad que por décadas persistió en la Parada. La gerencia del Gran Mercado Mayorista de Lima, informó que se ha detectado a mayorista que subarriendan sus puestos hasta en más de S/. 4 500 mensuales. (...). Como se sabe, en el mercado mayorista de la Parada había concesionarios que podían ganar hasta S/. 150 000 al mes alquilando sus puestos en diferentes turnos (Perú21, 2014).

En el mismo sentido, el subarrendamiento se desarrolla debido a una inadecuada fiscalización por parte de las autoridades y a los bajos niveles de cultura tributaria en algunos comerciantes. Además, debemos considerar que dentro de las políticas del GMML se contempla a un número determinado de comerciantes que logran la adjudicación de un puesto, pero no de los comerciantes informales relacionados con este tipo de actividad irregular. Por lo tanto, esto conlleva a un mayor gasto de recursos, servicios y mantenimiento en el GMML. Cabe mencionar que los comerciantes que subarriendan los puestos no cuentan con los beneficios que ofrece la formalización.

Por otra parte, la falta de un adecuado control del registro de los trabajadores, la falta del manejo de planillas y sus haberes estaría generando condiciones de riesgo. Asimismo, en algunos casos se da la existencia de explotación laboral. Indicios que fueron observados por el abogado laboralista Víctor Ferro quien considera que las inadecuadas condiciones laborales de los estibadores recaerían en los transportistas y comerciantes. Asimismo, considera que la informalidad es el primer eslabón de la explotación laboral (El Comercio, 2017).

En cuanto a la permisividad del comercio minorista en el GMML, genera una serie de problemas debido a que facilita la evasión tributaria. Al respecto, se realizaron estudios previos a la ocupación del GMML. De acuerdo con Escoffier y Isnard (2008), quedó pendiente el problema del empleo del terreno ubicado al norte del mercado. Este tendría como fin exclusivo la venta minorista evitando así el ingreso de amas de casa al GMML.

Conviene aclarar que el comercio minorista en el GMML no es reciente y es permitido en el interior de los puestos. Asimismo, con relación al comercio minorista existe un proyecto que se articularía al GMML. De acuerdo a Lara (2016), la ex alcaldesa Susana Villarán hizo la promesa a los comerciantes que fueron desalojados de la Parada que serían trasladados al mercado minorista Tierra Prometida que se ubicaría en los alrededores del GMML. En relación al anterior, existen comerciantes informales que buscan tener nuevos puestos en este proyecto.

Tal como señala Yrigoyen (2018), donde aproximadamente 1600 comerciantes informales se inscribieron en padrones en la gestión edil de Susana Villarán con el fin de tener un puesto en el proyecto –Tierra Prometida”.

Sin embargo, existen problemas técnicos y voluntad política por dar una adecuada solución al comercio minorista. Tal como señala Quesada (2014), la ex alcaldesa del Distrito de Santa Anita, Leonor Chumbimune, manifestó que la ex alcaldesa Susana Villarán no presentó estudios técnicos para llevar a cabo el proyecto del mercado minorista Tierra Prometida. En la actualidad no se desarrolla el proyecto del mercado minorista. Por el contrario, la “vulnerabilidad del sector denominado “Tierra Prometida”, ha sido y sigue siendo un “blanco en potencia” de invasión, por parte de terceros (Gamarra, 2018).

En definitiva, existe la necesidad de proyectar y habilitar el mercado minorista.

Por ello, es indispensable establecer su funcionamiento articulado al GMML. De esa forma, se podrá planificar y gestionar un sistema de control y de ingreso exclusivo al comercio mayorista en el GMML que impactará en disminuir los niveles de evasión tributaria. Esta es una de las limitaciones en esta investigación que esperamos abordar en un posterior estudio.

Por otra parte, cabe mencionar que ante el menor descuido de la EMMSA se da el ingreso de comerciantes informales. Tal es el caso de “la venta de comerciantes abastecedores que se instalaron en el área de estacionamiento. Donde convirtieron en un mercado informal y contaminaron desvirtuando el fin del GMML” (TV Noticias, 2015). Por ello, la informalidad es una amenaza latente en el GMML.

En cuanto a la venta y funcionamiento de mercados mayoristas informales, como el antiguo Mercado de la Parada y otros ubicados en la periferia de Lima, tienen un impacto negativo y promueven la evasión tributaria (véase anexo 6). Podemos afirmar que en algunos casos desmotiva a los comerciantes y en otros, por el contrario, están a la expectativa de poder colocar sus productos. En mi opinión, esta es una problemática de mayor envergadura que está relacionada a la inadecuada planificación de los mercados mayoristas en la capital. En relación al anterior Cabieses (2014), argumenta que bajo la ley de creación de la EMMSA se contemplaba la creación de un solo mercado mayorista. Sin embargo, se debe considerar que el desarrollo irregular de Lima y de sus periferias generan otra realidad (p. 193). Esto puede deberse a que el proyecto original y los estudios del GMML fueron elaborados por los años 1964 y 1967 (EMMSA, 2014).

Por ende, considero que mientras exista la permisividad a la venta mayorista informal desvirtuará y promoverá la evasión tributaria. En relación a lo anterior, en mi opinión, una posible solución puede estar relacionada al registro, control y pago

exclusivamente electrónico en los comercios mayoristas. Asimismo, quedan pendientes medidas que mejoren el control y busquen la reducción de la evasión tributaria en el GMML y otros mercados mayoristas de la capital. Para ello, es indispensable elaborar líneas de investigación, estudios interdisciplinarios y un desafío político para concretar una serie de medidas responsables.

En definitiva, la temática de la cultura tributaria y la evasión es muy compleja. De acuerdo Víctor Shiguiyama (ex jefe de la SUNAT), la capacidad del actual sistema solo tiene la capacidad para una presión tributaria del 16%. Si comparamos el promedio de los 18 últimos años bordea el 14.7%. Lo que da una idea de la limitada capacidad de presión tributaria (Castillo, 2018). Por lo cual, ante esta problemática, es necesario elaborar estrategias de gestión e indicadores efectivos considerando la cultura tributaria y la evasión tributaria. Para ello, es necesario establecer líneas de investigación a nivel superior y fortalecer los programas de cultura tributaria que se desarrollan.

5.1.2. La conciencia tributaria y la evasión tributaria.

En relación a los resultados obtenidos, podemos afirmar que los inadecuados niveles de la conciencia tributaria (nivel bajo 29.75% y medio 65.34%) influyen significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

Coincidimos con Silva (2016), quien demostró que uno de los factores determinantes que caracterizan la cultura tributaria de las PYMES de Celendín es la poca conciencia tributaria por parte de los propietarios. También concordamos con Vargas (2018), sus resultados demostraron que el 98 % de los encuestados afirmó que la evasión tributaria influye en la crisis económica de las empresas comerciales del distrito de Comas en el periodo 2015 – 2016. Esto se debe a la falta de una conciencia social. En el mismo sentido, coincidimos con Robles (2016), cuyos resultados

demonstraron que el factor predominante de la evasión tributaria de las microempresas del sector comercial de la ciudad de Chimbote es la falta de conciencia tributaria (77%).

Discrepamos con Jara (2016), en los resultados que demostraron que los comerciantes están de acuerdo con el pago de sus obligaciones tributarias y son conscientes que sus aportes impactan en el beneficio colectivo.

De lo planteado anteriormente se deduce que la conciencia tributaria es un factor que está relacionado a la evasión tributaria. Debemos considerar que la conciencia tributaria es la interiorización por parte de los ciudadanos respecto a sus deberes tributarios establecidos por las leyes, para su cumplimiento de forma voluntaria, para alcanzar un beneficio común en la sociedad (Alva, 2010). Por lo cual, es necesario que los comerciantes del GML interioricen respecto a los beneficios del cumplimiento tributario y la formalización.

Asimismo, a mi juicio considero que un elemento crucial que podría mejorar los niveles de conciencia tributaria estaría relacionado con que la categoría de “buen contribuyente” agrupe a un conjunto de personas que reciban un reconocimiento que se materialice en el bienestar ciudadano, calidad de servicios, beneficios crediticios, entre otros. En el mismo sentido, se pudo comprobar que los comerciantes consideran que un beneficio de la formalidad es el acceso a créditos en el sistema financiero (EMMSA, 2014). En efecto, con base en Víctor Shiguiyama afirma que la formalidad conlleva a una serie de beneficios tangibles y no sea solo un calificativo asociado a un buen ciudadano o empresario (El Comercio, 2018).

Por el contrario, los impuestos al referirse a pagos sin contrapartida y obligatorios los beneficios al contribuyente no son proporcionales a los pagos realizados (OCDE, 2011). Por ende, es necesario implementar macro – indicadores que permitan conocer cómo se da la tendencia del cumplimiento, que permitan cotejar la

relación de los impuestos con los beneficios sociales (OCDE, 2011). En definitiva, es necesario reflexionar en relación a un sistema tributario que promueva la concientización a través de diferentes mecanismos que impacte en mejorar los niveles de la cultura tributaria.

5.1.3. La Educación cívica tributaria y la evasión tributaria.

De acuerdo a los resultados, los inadecuados niveles de la educación cívica tributaria (nivel medio 60.74% y bajo 31.90%) influyen en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018.

Coincidimos con Alaya, et al. (2017), en relación a los a los inadecuados niveles de educación tributaria en los comerciantes de un mercado en Cajamarca. Los resultados evidenciaron que el 67.2% de los propietarios tiene conocimiento sobre pagos de impuestos. Además, el 79.7% no han recibido capacitación tributaria. Coincidimos con Luis Castro quien afirmó sobre la importancia de la inversión en la educación tributaria. El considera que por medio de la implementación de programas educativos los ciudadanos se informaran sobre los beneficios para sus actividades, así como para el país (La República, 2017).

De lo planteado anteriormente se deduce que la educación cívica tributaria es un factor que se relaciona con la evasión tributaria. Debemos considerar su importancia porque instituye la formación de la conciencia cívica en los ciudadanos para alcanzar y mantener el Estado de bienestar” (Bonell, 2015). En definitiva, es indispensable llevar a cabo talleres o charlas de capacitación sobre temas de educación cívica tributaria en los comerciantes del GMLL con el fin de mejorar los niveles. Asimismo, debe tener como fin mejorar los conocimientos y actitudes en temas tributarios; promover la conciencia ciudadanía y tributaria; y prevenir la evasión tributaria.

5.1.4. *La orientación y la difusión tributaria y la evasión tributaria.*

De acuerdo a los resultados obtenidos, los inadecuados niveles de la orientación y difusión tributaria (nivel medio 59.82% y bajo 32.21%) influyen en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita, en el año 2018.

Concordamos con Paredes (2015), en relación a los inadecuados niveles de orientación y difusión tributaria. Los resultados demostraron que el 61.3% desconocen los mecanismos implementados por los servicios de rentas, el 71.5% no accede a los servicios brindados por los centros de atención tributaria, el 75.8% considera insuficiente los centros de atención y solo el 30% de encuestados manifestó que los contribuyentes son informados en los establecimientos.

Coincidimos con Suárez (2017), sobre los inadecuados niveles de orientación y difusión tributaria. Donde los entrevistados del emporio comercial de Gamarra consideraron elementos relacionados a la evasión tributaria a la complejidad del sistema tributario y el desconocimiento en el tema legal tributario.

De lo planteado anteriormente se deduce que la orientación y difusión tributaria es un factor que se relaciona con la evasión tributaria. Por ende, debemos considerar su importancia porque “mejorar la percepción de la tributación en el ciudadano, genera corrientes de opinión pública favorables y crea una política de Estado a partir de la cual se implementen acciones nacionales que otorguen legitimidad al rol recaudador” (SUNAT, 1999).

Por otra parte, en la actualidad una herramienta asociada a la orientación y difusión tributaria es la política del gobierno electrónico. Donde las diferentes entidades “han sabido valorar y avizorar las potencialidades de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) dentro de sus campos de acción” (Presidencia del Consejo de

Ministros, 2013). En el mismo sentido, con base en las medidas promulgadas, pueden desarrollarse aplicaciones, orientación y difusión de la cultura tributaria a través de las redes sociales y medios electrónicos. También medios físicos ubicados estratégicamente en el GMLL para mejorar los mecanismos de orientación y difusión tributaria en los comerciantes.

VI. CONCLUSIONES

Primera. Existen evidencias suficientes para concluir que la cultura tributaria influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018. Tal como lo confirmó la prueba estadística del Chi cuadrado, donde el nivel de significancia fue de $p = 0.000$ ($p < 0.05$).

Segunda. Existen evidencias suficientes para concluir que la conciencia tributaria influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018. Tal como lo confirmó la prueba estadística del Chi cuadrado, donde el nivel de significancia fue de $p = 0.000$ ($p < 0.05$).

Tercera. Existen evidencias suficientes para concluir que la educación cívica tributaria influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018. Tal como lo confirmó la prueba estadística del Chi cuadrado, donde el nivel de significancia fue de $p = 0.000$ ($p < 0.05$).

Cuarta. Existen evidencias suficientes para concluir que la orientación y difusión tributaria influye significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita, en el año 2018. Tal como lo confirmó la prueba estadística del Chi cuadrado, donde el nivel de significancia fue de $p = 0.000$ ($p < 0.05$).

VII. RECOMENDACIONES

Primera. Es necesario establecer un programa permanente de cultura tributaria dirigido a los comerciantes mayoristas del GMML. Puede desarrollarse por medio de la oficina de cultura tributaria de la SUNAT. De esta forma se podrá mejorar los niveles de la cultura tributaria en los comerciantes del GMML y elaborar estrategias para abordar la problemática de la evasión tributaria en el GMML.

Segunda. Se deben desarrollar talleres de sensibilización en temas tributarios dirigidos a los comerciantes del GMML. La SUNAT puede desarrollar un programa de conciencia tributaria para promover una valoración de los beneficios de cumplimiento tributario y el deber como ciudadano. Esto permitirá incrementar la conciencia tributaria e impactará positivamente en los niveles de la cultura tributaria en los comerciantes del GMML.

Tercera. Es imperioso capacitar en temas cívico tributarios a los comerciantes del GMML. Estas capacitaciones pueden desarrollarse a través de talleres o charlas organizadas por la SUNAT en coordinación con la administración del EMMSA. Esto permitirá incrementar los conocimientos cívicos tributarios e impactará positivamente en los niveles de cultura tributaria en los comerciantes del GMML.

Cuarta. Se debe desarrollar un plan de orientación y difusión tributaria dirigida a los comerciantes del GMML. La SUNAT de forma articulada con la EMMSA podrán llevara cabo mediante los medios de comunicación tradicionales, redes sociales y mediante aplicaciones “m Learning” (Aprendizaje Electrónico Móvil). De esta forma se podrá orientar adecuadamente y mejorar la difusión en los temas tributarios a los comerciantes del GMML, por lo que impactará positivamente en mejorar los niveles de la cultura tributaria.

REFERENCIAS

- Alaya, J., Otoya, Y., Vizcarra, D., León, O., y Mego, O. (2017). La cultura tributaria y su influencia en la evasión de los tributos en un mercado de la ciudad de Cajamarca. *Revista Científica Horizonte Empresarial*, 4(2), 1 - 14. Obtenido de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/758/659>
- Alva, M. (2010). Blog de Mario Alva Matteucci. La definición de conciencia tributaria y los mecanismos para crearla . Lima. Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-los-mecanismos-para-crearla/#comments>
- Amasifuen, M. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Accounting power for business*, 73 - 90.
- Antequera, G., y Florensa, M. (2008). Determinantes de la moral tributaria en la provincia de Buenos Aires. *Serie Anales de la Asociación de Economía Política* .
- Arias, L. (2009). *La tributación directa en América Latina: Equidad y desafíos. El caso de Perú*. Santiago de Chile: Naciones Unidas .
- Armas, M., y Colmenares, M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *Revista Electrónica, Educación y Comunicación Social*(6). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Armas, M., y de Eizaga, M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *REDHECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 141 - 160.
- Bejarano, R. (2018). *inshith*. Lima: Oink.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). Bogotá: PEARSON.
- Boja, A., y Ortega, E. (Noviembre de 2013). Cultura tributaria en las personas no obligadas a llevar contabilidad: Su efecto en la recaudación de los impuestos en la Provincia de Guayas en el Cantón de Guayaquil. Tesis de Maestría en Tributación. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/89118/D-P11737.pdf>
- Bonell, R. (2015). Concienciación cívico - tributaria en el S.XXI Just Culture. *Anuario Jurídico y Económico Escurianlense* , 181 - 202.
- Borja, F., y Lindemberg, A. (2014). *La cultura contributiva en América Latina*. México, DistritoFederal: Procuraduría de la Defensa del Contribuyente.
- Bravo, J. (2017). *Fundamentos de Derecho Tributario*. CreaLibros Ediciones.

- Cabanellas, G. (1962). *Diccionario enciclopédico de derecho usual*. Buenos Aires: Editorial Heliasta S. R. L.
- Cabieses, H. (2014). De La Parada a la movida de Santa Anita. Mitos e hipótesis. En E. Toche, *Perú hoy, más a la derecha Comandante* (p. 320). Lima, Perú: Desco. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/EED927F3F213478605257D32006CC828/\\$FILE/Per%C3%BA-Hoy-julio-2014.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/EED927F3F213478605257D32006CC828/$FILE/Per%C3%BA-Hoy-julio-2014.pdf)
- Cárdenas, A. (2012). La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha - Catón Quito. Tesis de Maestría en Administración de Empresas. Universidad Politécnica Salesiana. Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5224/1/UPS-QT03885.pdf>
- Cárdenas, L. (2009). *Comunicación y construcción de ciudadanía, aportes para el desarrollo*. Madrid: Catarata.
- Carvalho, C. (2013). *Teoría de la decisión Tributaria*. Lima: SUNAT.
- Castañeda, V. (Mayo-agosto de 2015). La moral tributaria en América Latina y la corrupción como uno de sus determinantes. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*(224),103 - 132. Obtenido de https://ac.els-cdn.com/S0185191815300052/1-s2.0-S0185191815300052-main.pdf?_tid=952575ee-9be2-446f-ad83-dba151906fdb&acdnat=1523916950_e4bdcc5c3241789599f10fbbc5a56252
- Castillo, N. (21 de Junio de 2018). No podemos tener mayor presión tributaria con el sistema actual. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/presion-tributaria-sunat-mayor-sistema-actual-noticia-529794>
- CEPAL. (Marzo de 2016). *Tributación para un crecimiento inclusivo*. Santiago, Chile: Naciones Unidas, Oxfam.
- CIAT, C. I. (2011). La moral tributaria como factor determinante en el mejoramiento de la eficacia de la administración tributaria. *CIAT*, 1-40.
- Cobham, A., y Jansky, P. (2017). *Global distribution of revenue loss from tax avoidance*. Helsinki, Finlandia: United Nations University UNU - WIDER.
- Córdova, I. (2008). *Estadística aplicada a la investigación: Introducción*. Lima: Editorial San Marcos de Anibal Jesús Paredes Galván.
- Cosulich, J. (1993). *La evasión Tributaria*. Santiago de Chile: Naciones Unidas y Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Del Busto, J. (1988). Ética Tributaria. *THEMIS: Revista de Derecho*, 10 - 15.
- Díaz, B., y Fernández, Á. (2010). *Educación Fiscal y cohesión social, experiencias de América Latina*. Madrid, España: Instituto de Estudios Fiscales.

- Durand, F. (2013). *Socioeconomías informales y delictivas*. Lima: Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo (DESCO).
- El Comercio. (16 de Julio de 2017). Santa Anita: Condiciones en las que trabajan estibadores de Gran Mercado Mayorista de Lima. Obtenido de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/santa-anita-condiciones-estibadores-gran-mercado-mayorista-lima-442634>
- El Comercio. (21 de Junio de 2018). Sunat busca que buenos contribuyentes accedan a créditos baratos. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/sunat-busca-buenos-contribuyentes-accedan-creditos-baratos-noticia-529500>
- El Peruano. (22 de Junio de 2013). *Libro Primero, La Obligación Tributaria, Título I*, p. 497749.
- Ember, C., Ember, M., y Peregrine, P. (2004). *Antropología* (10° ed.). Madrid: Pearson Educación, S.A.
- EMMSA, E. M. (Octubre de 2014). El reto del cambio 2012 - 2014, los primeros 2 años del Gran Mercado Mayorista de Lima. Lima, Perú: EMMSA.
- EMMSA, E. M. (21 de Junio de 2017). Plan Operativo institucional EMMSA 2017. Lima, Perú. Escoffier, M., y Isnard, V. (2008). *Proyecto Gran Mercado Mayorista de Lima*. Lima: EMMSA, RUNGIS.
- Galindo, L. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad cultura y comunicación*. México: Pearson Educación.
- Gamarra, J. (2018). *Calidad de los servicios de la subgerencia de seguridad del Gran Mercado Mayorista de Lima, correspondiente al IV trimestre 2017*. Lima: EMMSA.
- Gestión. (13 de Abril de 2016). Panama Papers: Miembros de OCDE y G20 se reúnen tras revelaciones de evasión tributaria. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/panama-papers-miembros-ocde-g20-reunen-revelaciones-evasion-tributaria-117127>
- Gestión. (29 de Septiembre de 2017). Cepal: evasión fiscal alcanza los US\$ 340,000 millones en América Latina. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/cepal-evasion-fiscal-alcanza-us-340-000-millones-america-latina-144504>
- Gestión. (21 de Septiembre de 2017). Sunat: ¿Cuánto suma la evasión tributaria en el Perú? Obtenido de <https://gestion.pe/economia/sunat-suma-evasion-tributaria-peru-144009>
- Gestión. (26 de 10 de 2017). Sunat: Estado pierde S/ 55, 000 millones por evasión del IGV y el impuesto a la Renta. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/sunat-pierde-s-55-000-millones-evasion-igv-impuesto-renta-221483>
- Gómez, J., y Morán, D. (2016). Evasión Tributaria en América Latina: Nuevos y antiguos

- desafíos en la cunatificación del fenómeno en los países de la región. Santiago: Naciones Unidas.
- Gómez Naranjo, L. (2007). La informalidad en la economía, algo incuestionable. *Semestre Económico*, 47 - 67.
- Gómez, j., Santieri, J., y Rosignolo, D. (2002). *La equidad distributiva y el sistema tributario: un análisis para el caso argentino*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Gómez, L., y Macedo, J. (Enero - Junio de 2008). La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano. (U. N. Marcos, Ed.) *Investigación Educativa*, 12(21), 143 - 153.
- Gómez, R. (19 de Setiembre de 2014). Comerciantes del Mercado Mayorista de Santa Anita Paralizaron sus labores. (2. H. Panamericana, Entrevistador)
- Gutiérrez, N. (2007). *Guía para la comunicación y difusión de resultados de investigación*. La Paz: FUNDACIÓN PIEB.
- Henríquez, J. (2015). Evasión tributaria: atentado a la equidad. *Revista de Estudios Tributarios*, 171 - 206 .
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Howald. (2000). *Obstáculos al Desarrollo de la Pyme causados por el Estado en Colombia*. México D.F.: McGraw - Hill.
- Huachua, F. (Junio de 2015). Cultura tributaria en los pequeños empresarios del Distrito de Huacho, Provincia de Huaura, 20012. Maestría en Contabilidad. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho, Perú. Obtenido de http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/524/TFEPG_153.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jara, A. (2016). Cultura tributaria fiscal en busca del cumplimiento voluntario. tesis Maestría en Administración Tributaria. Universidad de Cuenca. Cuenca, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25440/1/TESIS.pdf>
- Jiménez, J., Gómez, J., y Podestá, A. (2010). *Evasión y equidad en América latina*. Santiago: Naciones Unidas.
- La República. (2017). Gobierno debe fomentar la educación y la cultura tributaria para erradicar la informalidad. Lima: La República. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/835950-gobierno-debe-fomentar-la-educacion-y-la-cultura-tributaria-para-erradicar-la-informalidad>
- Lahura, E. (2016). *Sistema financiero, informalidad y evasión tributaria en el Perú*. Lima:

BancoCentral de Reserva del Perú.

- Lara, F. (1998). *Tecnología: Conceptos, problemas y perspectivas*. México, D.F, México: Siglo veintiuno editores, s.a. de c.v.
- Lara, J. (19 de Setiembre de 2016). Cuatro años sin Tierra Prometida: Comerciantes exigen traslado. Obtenido de <https://elcomercio.pe/lima/cuatro-anos-tierra-prometida-comerciantes-exigen-traslado-260539>
- López Avendaño, O. (1994). *Sociología de la Educación*. San José: EUNED.
- Macias, H., Aguedo, L., y López, M. (2007). Los Métodos para medir la evasión de impuestos: Una Revisión. *Semestre Economico - Universidad de Medellín*, 65 - 85.
- Marapi, R., y Cheng, G. (2014). La nueva vida en el Gran Mercado Mayorista de Lima. *La Revista Agraria*, 7 - 11. Obtenido de <http://www.cepes.org.pe/revista/LRA165/La%20nueva%20vida%20en%20el%20gran%20mercado%20mayorista%20de%20Lima.pdf>
- Martinell, A. (. (2010). *Cultura y desarrollo; Un compromiso para la libertad y bienestar*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, S.A. .
- Miller, B. (2011). *Antropología cultural*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (Abril de 2015). *Manuales para la mejora de la recaudación del impuesto predial. Manual N° 1: Atención al contribuyente*. MEF.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2016). *Análisis del Rendimiento de los Tributos - 2015*. Lima: MEF.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2017). *Análisis del rendimiento de los tributos 2016*. Lima: MEF.
- Miranda, S. (2016). Influencia de la evasión de impuestos en la recaudación tributaria por las empresas dedicadas a la venta de autopartes importadas en el distrito de la Victoria. Maestría en Política y Gestión Tributaria. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú. Obtenido de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4654/Miranda_as.pdf;jsessionid=9317A22E83515F6E987E7AA5CE9A0D04?sequence=1
- Moncada, J. (2005). *Estadística: Para ciencias del movimiento humano*. San José: Editorial de laUniversidad de Costa Rica .
- Montano, J., y Vásquez, F. (2016). Causas de la evasión tributaria y su efecto en la economía delPerú 2014 - Rubro servicios. *In Crescendo, Institucional*, 39 - 49.
- Montoya, A. (1995). *Enciclopedia Jurídica Básica*. Madrid: Editorial Civitas S.A.Morris, C., y Maisto, A. (2014). *Psicología*. Naucalpan de Juárez: Pearson.

- OCDE. (2011). *La administración tributaria en los países de la OCDE y en determinados países no miembros: Serie "información comparada" (2010)*. Madrid-España: OCDE .
- OCDE, CAF, CEPAL. (2018). *Perspectivas económicas de América Latina 2018*. París: Éditions OCDE.
- Olmos, H., y Olmos, A. (2004). *Cultura: El sentido del desarrollo*. Indiana: CONACULTA.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD), T. I.-A. (2015). *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía: Guía sobre educación tributaria en el mundo*. París: OECD.
- Panamericana, (22 de Enero de 2018). *Panamericana. informe 24: Cobros indebidos en el Gran Mercado Mayorista de Lima*. Obtenido de <https://panamericana.pe/24horas/locales/239219-informe-24-cobros-indebidos-gran-mercado-mayorista-lima>
- Paredes, P. (2015). *La evasión tributaria e incidencia en la recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en la provincia del Guayas, periodo 2009 - 2012*. Tesis Maestría en tributación y Finanzas. Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6881/1/marzo2015%20tesis%20final%20parriscilla%20paredes%20maestria%20en%20tributacion%20y%20finanzas.pdf>
- Perú21. (20 de Marzo de 2014). *Mercado Mayorista de Lima: Subarriendan puestos hasta en S/. 4 500*. Obtenido de <https://peru21.pe/lima/mercado-mayorista-lima-subarriendan-puestos-s-4-500-149869>
- Peruano, E. (20 de Diciembre de 2016). *Decreto Legislativo que crea el Régimen MYPE Tributario del Impuesto a la Renta*. p. 607041.
- Pírela, M. (2009). *Algunas notas en torno a la evasión fiscal y sus causas*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Plasencia, H. (2007). *Comentarios al nuevo reglamento del procedimiento de fiscalización de la Administración Tributaria*. *Revista Peruana de Derecho Tributario, Universidad de San Martín de Porres*, 1 - 27.
- Presidencia del Consejo de Ministros. (2013). *Una mirada al Gobierno Electrónico en el Perú: La oportunidad de acercar el Estado a los ciudadanos a través de las TIC*. Lima, Perú: Presidencia del Consejo de Ministros - Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática.
- Quesada, J. (07 de Noviembre de 2014). *Leonor Chumbimune: "Tierra Prometida no tiene estudios"*. Obtenido de <https://diariocorreo.pe/peru/leonor-chumbimune-tierra-prometida-no-tiene-estudios-543504/>

- Quijano, M. (Noviembre - Diciembre de 2009). La conciencia. *Revista de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional Autónoma de México*, 52(6), 241 - 243.
- Quintanilla, E. (2014). La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en el Perú y Latinoamérica. Tesis de Doctorado en Contabilidad y Finanzas. Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1106/1/quintanilla_ce.pdf
- República, L. (13 de Abril de 2018). Retos para Tuesta: recaudación tributaria en caída desde el 2015. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1226268-retos-para-tuesta-recaudacion-tributaria-en-caida-desde-el-2015>
- Ricciardi, M. (2009). El rol del Estado y el dilema entre eficiencia y equidad. *Contribuciones alas ciencias sociales.*, 1 - 20.
- Robles, D. (2016). Factores determinantes de la evasión tributaria en las microempresas del sector comercio de la ciudad de Chimbote. Tesis de Maestría en Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4602/Tesis%20Maestr%C3%A9Da%20-%20DANIEL%20ROBLES%20CAMPOS.pdf?sequence=1>
- Rodríguez, E. (2005). *La Metodología de la Investigación; La creatividad, el rigor del estudio y la integridad son factores que transforman al estudiante en un profesionalista de éxito*. Tabasco: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rojas, M., y Marín, S. (2006). Aproximaciones a la medición de confianza. *Dyna*, 119 - 130.
- Rojas, R. (2002). *Investigación Social Teoría y Praxis*. México, D.F.: Plaza y Valdés, S.A.
- Ruiz, F., y Robles, C. (2013). Constitucionalización de la definición del tributo. *Revista de la Facultad de Derecho PUCP*, 257 - 279.
- Salazar, O. (2016). Evasión y cultura tributaria en los comerciantes del Centro Comercial Cooperativa Pro los Olivos, 2015. Tesis de Maestría en Gestión Pública. Lima, Perú: Escuela de Posgrado. Universidad Cesar Vallejo.
- Serra, P. (2000). Evasión tributaria: ¿Cómo abordarla?. *Estudios Públicos*, 193 - 228.
- Silva, F. (1998). *Antropología, conceptos y nociones generales*. Lima, Perú: Fondo de Desarrollo Editorial, Universidad de Lima.
- Silva, G. (2016). La cultura tributaria en la gestión de las micro y pequeñas empresas formales en el distrito de Celendin: Una estrategia de mejora. Tesis de Maestría en Tributación. Universidad Nacional de Cajamarca. Cajamarca, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/1244/LA%20CULTURA%20TRI>

[UTARIA%20EN%20LA%20GESTI%C3%93N%20DE%20LAS%20MICRO%20Y%20PEQUE%C3%91AS%20EMPRESAS%20FORMALES%20%20EN%20EL%20DISTRITO%20%20DE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

- Solórzano, D. (2010). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Lima: Fondo Editorial del Congreso de la República.
- Suárez, E. (2017). Motivos y consecuencias de la evasión tributaria en las MYPES en el emporiocomercial Gamarra, La victoria - Lima. Tesis de Doctorado en Gestión Pública y Gobernabilidad. Universidad César Vallejo. Lima, Perú. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4595/Suar%C3%A9z_GED.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SUNAT. (1999). *Cultura Tributaria y Aduanera*. Obtenido de <http://cultura.sunat.gob.pe/index.php/educacion-superior?id=75>
- SUNAT. (2012). *Cultura Tributaria, Libro de consulta*. Lima: Instituto de Administración Tributaria y Aduanera, IATA, SUNAT.
- Tamayo, K., y Aliaga, W. (2014). Cultura tributaria y su influencia en la evasión del impuesto ala renta de trabajadores independientes del ilustre colegio de abogados de la ciudad de Puno, Periodo 2012. *Revista Científica de Investigación Andina*, 12 - 21. Obtenido de <http://www.uancv.edu.pe/revistas/index.php/RCIA/article/view/20/11>
- Taucher, E. (1997). *Bioestadística*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Tenorio, J. (2017). Conocimiento tributario y su incidencia en el índice de evasión del impuesto a la renta en los comerciantes de abarrotes del Mercado Modelo de Chiclayo 2017. Tesisde Maestría en Ciencias. Lambayeque, Perú: Escuela de Posgrado. Universidad NacionalPedro Ruiz Gallo.
- Timaná , J., y Pazo, Y. (2014). *Pagar o no pagar es el dilema: Las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima Metropolitana*. Lima: Universidad Esan.
- TV Noticias. (10 de Marzo de 2015). *Minoristas amenazan con convertir mercado mayorista de Santa Anita en "La Nueva Parada"*. Obtenido de <http://www.tvperu.gob.pe/informa/locales/minoristas-amenazan-convertir-mercado-mayorista-santa-anita-nueva-parada>
- Valencia, A. (2013). Neuro tributos: ¿Cómo internalizar la cultura tributaria para la gestión exitosa de los tributos? *Quipukamayoc, Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 21(40), 131 - 141.
- Vargas, B. (2018). *Evasión tributaria y su incidencia en el desarrollo económico de las*

empresas comerciales del distrito de Comas - Lima Metropolitana, periodo 2015 - 2016.

Tesis para optar el grado academico de Maestra em Tributación. Lima - Perú: Escuela Universitaria de Posgrado. Universidad Nacional Federico Villarreal.

Yrigoyen. (21 de Julio de 2018). La Parada: Calles tomadas por ambulantes y una Tierra Prometida pendiente. Obtenido de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/parada-calles-tomadas-ambulantes-tierra-prometida-pendiente-noticia-538346>

ANEXOS

7.1. Anexo 1. Matriz de consistencia

LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA EVASIÓN TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA, AÑO 2018						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL				
¿Cómo la cultura tributaria influye en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?	Determinar la influencia de la cultura tributaria en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.	HI: La cultura tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.	VARIABLE INDEPENDIENTE CULTURA TRIBUTARIA	D1. Conciencia Tributaria D2. La Educación Cívica Tributaria D3. Orientación y Difusión Tributaria	Interiorización de los deberes tributarios Cumplimiento tributario voluntario Beneficio común de la sociedad Capacitación tributaria Formación en valores tributarios Formación de la actitud ciudadana orientada a la tributación Transparencia en la información pública Presupuesto de ejecución de obras públicas Rendición de cuentas Orientación tributaria Calificación moral de la evasión tributaria Calificación moral del pago de tributos Honestidad frente a los actos de evasión Justificación del incumplimiento tributario Confianza en el uso adecuado de los impuestos Confianza en el Gobierno Confianza en la tasa impositiva asignada Confianza en la SUNAT	TIPO: Básica NIVEL: Explicativo DISEÑO: No experimental POBLACIÓN: 1,288 comerciantes del GMML MUESTRA: 326 comerciantes del GMML MUESTREO: Probabilístico
PROBLEMA ESPECÍFICOS	OBJETIVO ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS				
P1. ¿Cómo la conciencia tributaria influye en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?	Obj.1. Determinar la influencia de la conciencia tributaria en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.	HI1. La conciencia tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.	VARIABLES DEPENDIENTE EVASIÓN TRIBUTARIA	D1. Moral Tributaria D2. Confianza en el Estado		

<p>P2. ¿Cómo la educación cívica tributaria influye en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?</p>	<p>Obj.2. Determinar la influencia de la educación cívica tributaria en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>HI2. La educación cívica tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>D3. Tolerancia a la Informalidad</p>	<p>Tolerancia al comercio informal Tolerancia a la competencia del comercio informal Tolerancia a la evasión tributaria Tolerancia a la existencia de la informalidad</p>	<p>NIVEL DE SIGNIFICANCIA: p = 0.05</p>
<p>P3. ¿Cómo la difusión y orientación tributaria influye en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?</p>	<p>Obj.3. Determinar la influencia de la orientación y difusión tributaria en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>HI3. La orientación y difusión tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>D4. Riesgo de ser detectado</p>	<p>Percepción de control por parte de la SUNAT Probabilidad de sanción y/o multa Equidad en el pago de impuestos respecto a otros comerciantes</p>	<p>INSTRUMENTOS: Encuesta estructurada de la cultura tributaria</p>
<p>P3. ¿Cómo la difusión y orientación tributaria influye en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?</p>	<p>Obj.3. Determinar la influencia de la orientación y difusión tributaria en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>HI3. La orientación y difusión tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>D5. Equidad</p>	<p>Equidad de la tasa impositiva Equidad la cantidad de impuestos Cumplimiento de las obligaciones tributarias</p>	<p>Encuesta estructurada de la evasión tributaria</p>
<p>P3. ¿Cómo la difusión y orientación tributaria influye en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?</p>	<p>Obj.3. Determinar la influencia de la orientación y difusión tributaria en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>HI3. La orientación y difusión tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>D6. Comportamiento del Contribuyente</p>	<p>Solicita comprobante de pago Emisión de comprobante de pago Adquisición de productos de contrabando Conocimiento del pago de tributos Conocimiento de las normas tributarias</p>	<p>Entrevista</p>
<p>P3. ¿Cómo la difusión y orientación tributaria influye en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018?</p>	<p>Obj.3. Determinar la influencia de la orientación y difusión tributaria en la evasión tributaria de los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>HI3. La orientación y difusión tributaria influiría significativamente en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima del distrito de Santa Anita en el año 2018.</p>	<p>D7. Conocimiento de la Norma Tributaria</p>	<p>Complejidad de los procedimientos tributarios Conocimiento de las multas y/o sanciones</p>	<p>PROCESO: ESTADISTICO: SPSS – 20</p>

7.2. Anexo B. Instrumentos

B.1 - Encuesta Estructurada de la Variable Cultura Tributaria

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO

ENCUESTA CULTURA TRIBUTARIA

Tesis: La cultura tributaria y su influencia en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018.

Autor: Edgard Antenor Soto Abarca

Institución educativa: Universidad Nacional Federico Villarreal

Grado y especialidad: Maestría en Tributación

Margen de error estimado: 5 %

Nº de personas encuestadas: 326

Lugar de aplicación: Gran Mercado Mayorista de Lima

Distrito: Santa Anita

Tipo de escala: Likert

Numero de preguntas: 22

ENCUESTA SOBRE LA CULTURA TRIBUTARIA Y EVASIÓN TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL GMML – 2018

Estimado participante,

Su opinión es de suma importancia, para el desarrollo de la presente encuesta. Para responder a las preguntas, lea cuidadosamente y marque solo una casilla sobre la opción con la cual este conforme.

SE GARANTIZA EL ANONIMATO Y CONFIDENCIALIDAD DE SUS RESPUESTAS, por lo que quisiera que responda con la mayor sinceridad posible. Con anticipación, agradecemos su participación.

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

1. Sexo

Masculino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	--------------------------	----------	--------------------------

2. ¿Está formalizado? (Tiene RUC)

Si	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----	--------------------------

3. Tipo de personería

Natural	<input type="checkbox"/>	Jurídica	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	----------	--------------------------

4. Grado de instrucción académica

Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Técnica	<input type="checkbox"/>	Universitaria	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	------------	--------------------------	---------	--------------------------	---------------	--------------------------

5. Régimen Tributario al que pertenece

Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	<input type="checkbox"/>	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	<input type="checkbox"/>	Régimen MYPE Tributario (RMT)	<input type="checkbox"/>	Régimen General (RG)	<input type="checkbox"/>
---	--------------------------	---	--------------------------	-------------------------------	--------------------------	----------------------	--------------------------

6. ¿Cuenta con trabajadores en planilla?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

7. Años dedicados a la actividad comercial

De 1 – 5	<input type="checkbox"/>	De 6 - 10	<input type="checkbox"/>	De 10 - 20	<input type="checkbox"/>	De 20 a más	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	-----------	--------------------------	------------	--------------------------	-------------	--------------------------

8. ¿Cuenta con otro puesto fuera del GMML?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

ENCUESTA DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL GMML – 2018

A continuación, se presentan las preguntas respecto a la cultura tributaria. Cada una tiene cinco opciones para responder de acuerdo a lo que usted considere.

1. TOTALMENTE EN DESACUERDO
2. EN DESACUERDO
3. INDIFERENTE
4. DE ACUERDO
5. TOTALMENTE DE ACUERDO

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (X) solo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las preguntas. No hay respuestas buenas ni malas:

	CULTURA TRIBUTARIA	1	2	3	4	5
D1.	Conciencia Tributaria					
1.	Cumple con el pago de sus tributos de manera voluntaria					
2.	¿Considera que es necesario pagar tributos?					
3.	¿Entrega boleta y/o factura voluntariamente?					
4.	¿La evasión tributaria es un delito?					
5.	¿El cumplimiento tributario es un deber?					
6.	¿Consideras que habría menos evasión si las multas fueran más elevadas?					
7.	¿Considera que los impuestos recaudados contribuyen al desarrollo del país?					
8.	¿Se siente motivado al pagar impuestos?					
9.	¿Considera que el pago de los impuestos contribuye con la mejora de los servicios públicos?					
D2.	Educación Cívica Tributaria					
10.	Antes de trabajar en este mercado ¿Recibió capacitación tributaria?					
11.	Desde que empezó a trabajar en este mercado ¿Ha recibido algún tipo capacitación tributaria?					
12.	Si no existiría multas o sanciones ¿Pagaría sus tributos?					
13.	¿Considera que el pago de impuestos refleja honradez?					
14.	¿Es responsable en el pago de sus impuestos?					
15.	¿Es honesto con la declaración de sus impuestos?					
16.	¿Le interesaría participar en charlas o capacitaciones sobre orientación tributaria?					
17.	¿Tiene interés en aprender conocimientos tributarios?					
D3.	Orientación y Difusión Tributaria					
18.	¿Considera que la SUNAT es transparente con la información tributaria?					

19.	Cuando observa que el dinero es invertido adecuadamente ¿Le motiva pagar impuestos?					
20.	¿Considera que el gobierno rinde cuentas adecuadamente?					
21	¿Considera que el dinero recaudado por los impuestos es utilizado adecuadamente?					
22	¿En qué medida la SUNAT le brindó Orientación tributaria?					

Anexo B.2 - Encuesta Estructurada de la Evasión Tributaria

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO

EVASIÓN TRIBUTARIA

Tesis: La cultura tributaria y su influencia en la evasión tributaria en los comerciantes del Gran Mercado Mayorista de Lima en el distrito de Santa Anita en el año 2018.

Autor: Edgard Antenor Soto Abarca

Institución educativa: Universidad Nacional Federico Villarreal

Grado y especialidad: Maestría en Tributación

Margen de error estimado: 5 %

Nº de personas encuestadas: 326

Lugar de aplicación: Gran Mercado Mayorista de Lima

Distrito: Santa Anita

Tipo de escala: Likert

Numero de preguntas: 28

**ENCUESTA DE LA EVASIÓN TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES
DEL GMML - 2018**

D1. Moral Tributaria				
01. ¿La evasión de impuestos es algo malo?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
02. ¿La evasión de impuestos es un delito?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
03. ¿Pagar impuestos está mal?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
03. ¿Delatarías a un comerciante si observa que comete actos de evasión de impuestos?				

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
05. ¿Se justifica no pagar impuestos?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
D2 Confianza en el Estado				
06. ¿Confía en el gobierno?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
07. ¿Los impuestos son usados adecuadamente por el gobierno?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
08. ¿Confía en la SUNAT?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
09. ¿Confía que los impuestos que pagas son los adecuados?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
D3 Tolerancia a la Informalidad				
10. ¿Toleras que otros comerciantes sean informales?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
11. ¿Toleras competir con comerciantes informales?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
12. ¿Toleras que otros comerciantes no paguen impuestos?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
13. ¿Toleras que exista el comercio informal?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
D4. Percepción de Bajo Riesgo de Ser Detectado				
14. ¿Es eficiente el control de la SUNAT?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
15. ¿Te preocuparía que la frecuencia del control de la SUNAT aumente?				

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
16. ¿existe la probabilidad de que sea sancionado y/o multado por la SUNAT?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
17. ¿La SUNAT sanciona y/o multa oportunamente a los evasores?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
D5. Equidad					
18. ¿Consideras justos los impuestos que pagas con respecto a otros comerciantes?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
19. ¿Los impuestos son muy elevados?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
20. ¿Consideras que existen demasiados impuestos?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
D6. Comportamiento del Contribuyente					
21. ¿Cumple con sus obligaciones tributarias?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
22. ¿Solicita boleta o factura por las compras que realiza?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
23. ¿Cumple con entregar comprobante de pago a sus clientes?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
24. ¿Compra productos de contrabando?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
D7. Conocimiento de la Norma Tributaria					
25. ¿Conoce los impuestos que tiene pagar?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	de acuerdo en	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
26. ¿Son claras las normas que regulan los impuestos?					

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
27. ¿Considera que los procedimientos tributarios son complejos?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
28. ¿Conoce las multas y/o sanciones por evadir impuestos?				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

7.3. Anexo C. Validez de instrumento

Experto 1

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Cultura tributaria								
Dimensión: Conciencia tributaria								
1	Cumple con el pago de sus tributos de manera voluntaria	X		X		X		
2	¿Considera que es necesario pagar tributos?	X		X		X		
3	¿Entrega boleta y/o factura voluntariamente?	X		X		X		
4	¿La evasión tributaria es un delito?	X		X		X		
5	¿El cumplimiento tributario es un deber?	X		X		X		
6	¿Consideras que habría menos evasión si las multas fueran más elevadas?	X		X		X		
7	¿Considera que los impuestos recaudados contribuyen al desarrollo del país?	X		X		X		
8	¿Se siente motivado al pagar impuestos?	X		X		X		
9	¿Considera que el pago de los impuestos contribuye con la mejora de los servicios públicos?	X		X		X		
Dimensión: Educación Cívica Tributaria								
10	Antes de trabajar en este mercado ¿Recibió capacitación tributaria?	X		X		X		
11	Desde que empezó a trabajar en este mercado ¿Ha recibido algún tipo capacitación tributaria?	X		X		X		
12	Si no existiría multas o sanciones ¿Pagaría sus tributos?	X		X		X		
13	¿Considera que el pago de impuestos refleja honradez?	X		X		X		
14	¿Es responsable en el pago de sus impuestos?	X		X		X		
15	¿Es honesto con la declaración de sus impuestos?	X		X		X		
16	¿Le interesaría participar en charlas o capacitaciones sobre orientación tributaria?	X		X		X		
17	¿Tiene interés en aprender conocimientos tributarios?	X		X		X		
Dimensión: Orientación y difusión tributaria								
18	¿Considera que la SUNAT es transparente con la información tributaria?	X		X		X		
19	Cuando observa que el dinero es invertido adecuadamente ¿Le motiva pagar impuestos?	X		X		X		
20	¿Considera que el gobierno rinde cuentas adecuadamente?	X		X		X		
21	¿Considera que el dinero recaudado por los impuestos es utilizado adecuadamente?	X		X		X		
22	¿En qué medida la SUNAT le brindó Orientación tributaria?	X		X		X		
Variable Dependiente: Evasión tributaria								
Dimensión: Moral tributaria								

23	¿La evasión de impuestos es algo malo?	X		X		X	
24	¿La evasión de impuestos es un delito?	X		X		X	
25	¿Pagar impuestos está mal?	X		X		X	
26	¿Delatarías a un comerciante si observa que comete actos de evasión de impuestos?	X		X		X	
27	¿Se justifica no pagar impuestos?	X		X		X	
Dimensión: Confianza en el Estado							
28	¿Confía en el gobierno?	X		X		X	
29	¿Los impuestos son usados adecuadamente por el gobierno?	X		X		X	
30	¿Confía en la SUNAT?	X		X		X	
31	¿Confía que los impuestos que pagas son los adecuados?	X		X		X	
Dimensión: Tolerancia a la informalidad							
32	¿Toleras que otros comerciantes sean informales?	X		X		X	
33	¿Toleras competir con comerciantes informales?	X		X		X	
34	¿Toleras que otros comerciantes no paguen impuestos?	X		X		X	
35	¿Toleras que exista el comercio informal?	X		X		X	
Dimensión: Percepción de bajo riesgo de ser detectado							
36	¿Es eficiente el control de la SUNAT?	X		X		X	
37	¿Te preocuparía que la frecuencia del control de la SUNAT aumente?	X		X		X	
38	¿Existe la probabilidad de que sea sancionado y/o multado por la SUNAT?	X		X		X	
39	¿La SUNAT sanciona y/o multa oportunamente a los evasores?	X		X		X	
Dimensión: Equidad							
40	¿Consideras justos los impuestos que pagar con respecto a otros comerciantes?	X		X		X	
41	¿Los impuestos son muy elevados?	X		X		X	
42	¿Consideras que existen demasiados impuestos?	X		X		X	
Dimensión: Comportamiento del contribuyente							
43	¿Cumple con sus obligaciones tributarias?	X		X		X	
44	¿Solicita boleta o factura por las compras que realiza?	X		X		X	
45	¿Cumple con entregar comprobante de pago a sus clientes?	X		X		X	
46	¿Compra productos de contrabando?	X		X		X	
Dimensión: Conocimiento de la Norma tributaria							
47	¿Conoce los impuestos que tiene pagar?	X		X		X	
48	¿Son claras las normas que regulan los impuestos?	X		X		X	

49	¿Considera que los procedimientos tributarios son complejos?	X		X		X	
20	¿Conoce las multas y/o sanciones por evadir impuestos?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

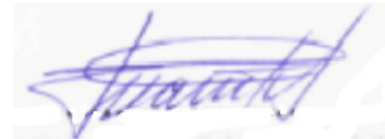
Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez evaluador. Dr. /Mg:

Dr. Juan José Apaza Justo

DNI: 02363042

Especialidad del evaluador: Licenciado en Educación



**Firma del Experto Informante.
Especialidad**

Experto 2

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Cultura tributaria								
Dimensión: Conciencia tributaria								
1	Cumple con el pago de sus tributos de manera voluntaria	X		X		X		
2	¿Considera que es necesario pagar tributos?	X		X		X		
3	¿Entrega boleta y/o factura voluntariamente?	X		X		X		
4	¿La evasión tributaria es un delito?	X		X		X		
5	¿El cumplimiento tributario es un deber?	X		X		X		
6	¿Consideras que habría menos evasión si las multas fueran más elevadas?	X		X		X		
7	¿Considera que los impuestos recaudados contribuyen al desarrollo del país?	X		X		X		
8	¿Se siente motivado al pagar impuestos?	X		X		X		
9	¿Considera que el pago de los impuestos contribuye con la mejora de los servicios públicos?	X		X		X		
Dimensión: Educación Cívica Tributaria								
10	Antes de trabajar en este mercado ¿Recibió capacitación tributaria?	X		X		X		
11	Desde que empezó a trabajar en este mercado ¿Ha recibido algún tipo capacitación tributaria?	X		X		X		
12	Si no existiría multas o sanciones ¿Pagaría sus tributos?	X		X		X		
13	¿Considera que el pago de impuestos refleja honradez?	X		X		X		
14	¿Es responsable en el pago de sus impuestos?	X		X		X		
15	¿Es honesto con la declaración de sus impuestos?	X		X		X		
16	¿Le interesaría participar en charlas o capacitaciones sobre orientación tributaria?	X		X		X		
17	¿Tiene interés en aprender conocimientos tributarios?	X		X		X		
Dimensión: Orientación y difusión tributaria								
18	¿Considera que la SUNAT es transparente con la información tributaria?	X		X		X		
19	Cuando observa que el dinero es invertido adecuadamente ¿Le motiva pagar impuestos?	X		X		X		
20	¿Considera que el gobierno rinde cuentas adecuadamente?	X		X		X		
21	¿Considera que el dinero recaudado por los impuestos es utilizado adecuadamente?	X		X		X		
22	¿En qué medida la SUNAT le brindó Orientación tributaria?	X		X		X		
Variable Dependiente: Evasión tributaria								
Dimensión: Moral tributaria								

23	¿La evasión de impuestos es algo malo?	X		X		X	
24	¿La evasión de impuestos es un delito?	X		X		X	
25	¿Pagar impuestos está mal?	X		X		X	
26	¿Delatarías a un comerciante si observa que comete actos de evasión de impuestos?	X		X		X	
27	¿Se justifica no pagar impuestos?	X		X		X	
Dimensión: Confianza en el Estado							
28	¿Confía en el gobierno?	X		X		X	
29	¿Los impuestos son usados adecuadamente por el gobierno?	X		X		X	
30	¿Confía en la SUNAT?	X		X		X	
31	¿Confía que los impuestos que pagas son los adecuados?	X		X		X	
Dimensión: Tolerancia a la informalidad							
32	¿Toleras que otros comerciantes sean informales?	X		X		X	
33	¿Toleras competir con comerciantes informales?	X		X		X	
34	¿Toleras que otros comerciantes no paguen impuestos?	X		X		X	
35	¿Toleras que exista el comercio informal?	X		X		X	
Dimensión: Percepción de bajo riesgo de ser detectado							
36	¿Es eficiente el control de la SUNAT?	X		X		X	
37	¿Te preocuparía que la frecuencia del control de la SUNAT aumente?	X		X		X	
38	¿Existe la probabilidad de que sea sancionado y/o multado por la SUNAT?	X		X		X	
39	¿La SUNAT sanciona y/o multa oportunamente a los evasores?	X		X		X	
Dimensión: Equidad							
40	¿Consideras justos los impuestos que pagar con respecto a otros comerciantes?	X		X		X	
41	¿Los impuestos son muy elevados?	X		X		X	
42	¿Consideras que existen demasiados impuestos?	X		X		X	
Dimensión: Comportamiento del contribuyente							
43	¿Cumple con sus obligaciones tributarias?	X		X		X	
44	¿Solicita boleta o factura por las compras que realiza?	X		X		X	
45	¿Cumple con entregar comprobante de pago a sus clientes?	X		X		X	
46	¿Compra productos de contrabando?	X		X		X	
Dimensión: Conocimiento de la Norma tributaria							
47	¿Conoce los impuestos que tiene pagar?	X		X		X	
48	¿Son claras las normas que regulan los impuestos?	X		X		X	

49	¿Considera que los procedimientos tributarios son complejos?	X		X		X	
20	¿Conoce las multas y/o sanciones por evadir impuestos?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

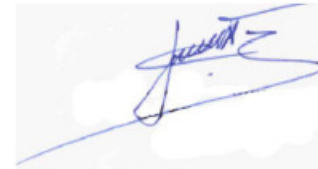
Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez evaluador. Dr. /Mg:

Mg. Yony Apaza Justo

DNI: 02412237

Especialidad del evaluador: Administración de empresas



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Experto 3

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Cultura tributaria								
Dimensión: Conciencia tributaria								
1	Cumple con el pago de sus tributos de manera voluntaria	X		X		X		
2	¿Considera que es necesario pagar tributos?	X		X		X		
3	¿Entrega boleta y/o factura voluntariamente?	X		X		X		
4	¿La evasión tributaria es un delito?	X		X		X		
5	¿El cumplimiento tributario es un deber?	X		X		X		
6	¿Consideras que habría menos evasión si las multas fueran más elevadas?	X		X		X		
7	¿Considera que los impuestos recaudados contribuyen al desarrollo del país?	X		X		X		
8	¿Se siente motivado al pagar impuestos?	X		X		X		
9	¿Considera que el pago de los impuestos contribuye con la mejora de los servicios públicos?	X		X		X		
Dimensión: Educación Cívica Tributaria								
10	Antes de trabajar en este mercado ¿Recibió capacitación tributaria?	X		X		X		
11	Desde que empezó a trabajar en este mercado ¿Ha recibido algún tipo capacitación tributaria?	X		X		X		
12	Si no existiría multas o sanciones ¿Pagaría sus tributos?	X		X		X		
13	¿Considera que el pago de impuestos refleja honradez?	X		X		X		
14	¿Es responsable en el pago de sus impuestos?	X		X		X		
15	¿Es honesto con la declaración de sus impuestos?	X		X		X		
16	¿Le interesaría participar en charlas o capacitaciones sobre orientación tributaria?	X		X		X		
17	¿Tiene interés en aprender conocimientos tributarios?	X		X		X		
Dimensión: Orientación y difusión tributaria								
18	¿Considera que la SUNAT es transparente con la información tributaria?	X		X		X		
19	Cuando observa que el dinero es invertido adecuadamente ¿Le motiva pagar impuestos?	X		X		X		
20	¿Considera que el gobierno rinde cuentas adecuadamente?	X		X		X		
21	¿Considera que el dinero recaudado por los impuestos es utilizado adecuadamente?	X		X		X		
22	¿En qué medida la SUNAT le brindó Orientación tributaria?	X		X		X		
Variable Dependiente: Evasión tributaria								
Dimensión: Moral tributaria								

23	¿La evasión de impuestos es algo malo?	X		X		X	
24	¿La evasión de impuestos es un delito?	X		X		X	
25	¿Pagar impuestos está mal?	X		X		X	
26	¿Delatarías a un comerciante si observa que comete actos de evasión de impuestos?	X		X		X	
27	¿Se justifica no pagar impuestos?	X		X		X	
Dimensión: Confianza en el Estado							
28	¿Confía en el gobierno?	X		X		X	
29	¿Los impuestos son usados adecuadamente por el gobierno?	X		X		X	
30	¿Confía en la SUNAT?	X		X		X	
31	¿Confía que los impuestos que pagas son los adecuados?	X		X		X	
Dimensión: Tolerancia a la informalidad							
32	¿Toleras que otros comerciantes sean informales?	X		X		X	
33	¿Toleras competir con comerciantes informales?	X		X		X	
34	¿Toleras que otros comerciantes no paguen impuestos?	X		X		X	
35	¿Toleras que exista el comercio informal?	X		X		X	
Dimensión: Percepción de bajo riesgo de ser detectado							
36	¿Es eficiente el control de la SUNAT?	X		X		X	
37	¿Te preocuparía que la frecuencia del control de la SUNAT aumente?	X		X		X	
38	¿Existe la probabilidad de que sea sancionado y/o multado por la SUNAT?	X		X		X	
39	¿La SUNAT sanciona y/o multa oportunamente a los evasores?	X		X		X	
Dimensión: Equidad							
40	¿Consideras justos los impuestos que pagar con respecto a otros comerciantes?	X		X		X	
41	¿Los impuestos son muy elevados?	X		X		X	
42	¿Consideras que existen demasiados impuestos?	X		X		X	
Dimensión: Comportamiento del contribuyente							
43	¿Cumple con sus obligaciones tributarias?	X		X		X	
44	¿Solicita boleta o factura por las compras que realiza?	X		X		X	
45	¿Cumple con entregar comprobante de pago a sus clientes?	X		X		X	
46	¿Compra productos de contrabando?	X		X		X	
Dimensión: Conocimiento de la Norma tributaria							
47	¿Conoce los impuestos que tiene pagar?	X		X		X	
48	¿Son claras las normas que regulan los impuestos?	X		X		X	

49	¿Considera que los procedimientos tributarios son complejos?	X		X		X	
20	¿Conoce las multas y/o sanciones por evadir impuestos?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez evaluador. Dr. /Mg:

MG. CHIRINOS GASTELU JUAN WILMER

DNI: 07966724

Especialidad del evaluador: MG. EN ADMINISTRACION



.....
Firma del Experto Informante.

7.4. Anexo D. Confiabilidad de instrumento

Anexo D.1 - Coeficiente Alfa de Cronbach de la Encuesta Estructurada de la variable Cultura Tributaria

Encuesta	ITEMS																					Total fila	
	C01	C02	C03	C04	C05	C06	C07	C08	C09	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	C21		C22
1	3	5	3	5	3	1	1	1	5	1	1	5	5	5	3	5	5	2	5	1	2	1	68
2	3	3	3	3	5	1	3	1	1	3	3	5	5	3	3	5	5	1	5	3	1	3	68
3	3	3	4	4	5	1	5	1	5	3	1	3	1	3	3	5	3	1	3	1	1	1	60
4	2	4	3	5	5	1	1	2	2	3	1	4	4	3	4	4	3	1	5	2	1	1	61
5	3	4	3	5	4	2	4	2	4	1	2	4	5	5	3	5	3	1	5	1	2	2	70
6	4	3	3	3	3	1	1	1	3	1	1	3	5	3	3	4	3	1	4	2	1	1	54
7	3	4	4	3	3	1	5	1	5	3	3	4	5	4	3	5	3	2	5	2	2	3	73
8	3	3	4	4	3	1	2	2	1	2	3	2	4	3	3	5	5	2	5	1	1	3	62
9	3	5	3	5	3	3	4	1	3	3	3	5	5	5	4	5	3	1	5	2	3	3	77
10	4	5	3	4	4	1	3	1	3	1	2	4	4	4	3	4	4	2	4	2	1	2	65
11	3	3	3	5	5	2	3	2	4	2	1	5	4	5	3	5	5	2	5	1	1	1	70
12	3	4	3	4	3	1	1	1	4	1	2	3	3	3	4	3	4	3	4	1	1	2	58
13	3	3	4	5	3	2	5	2	4	2	1	5	5	5	3	5	5	2	5	2	2	1	74
14	3	5	4	5	5	2	4	3	1	3	2	5	5	3	4	4	5	1	3	1	2	2	72
15	3	3	3	3	5	1	3	2	4	1	3	3	3	4	3	4	3	1	3	1	1	3	60
16	4	4	4	5	5	2	2	2	3	1	3	5	4	3	4	5	5	3	4	3	2	3	76
17	4	3	4	3	3	1	5	1	3	2	1	4	5	5	4	4	5	1	4	2	2	1	67
18	3	3	3	4	3	2	1	2	2	3	1	5	5	3	3	4	3	1	3	1	1	1	57
19	3	5	3	2	3	1	2	2	1	1	1	3	5	5	3	3	3	2	4	1	1	1	55
20	2	4	4	5	3	1	1	1	1	2	1	3	4	3	4	4	4	1	4	1	1	1	55
21	2	4	3	4	3	1	1	2	1	3	1	3	5	3	3	5	3	1	4	2	1	1	56
22	2	4	4	4	3	2	3	1	2	1	3	4	4	4	3	4	4	3	5	2	2	3	67
23	4	3	4	3	5	1	5	1	4	1	3	5	5	4	4	4	5	1	5	2	2	3	74
24	2	4	3	4	5	2	3	3	5	3	3	4	4	3	3	4	4	1	5	3	1	3	72

25	2	3	3	5	4	1	4	2	4	3	3	3	5	5	3	5	5	2	5	2	2	3	74
26	4	5	4	5	5	3	3	2	1	2	3	5	4	4	4	5	4	1	5	1	2	3	75
27	2	5	4	3	4	1	1	1	3	1	2	4	4	5	3	4	5	2	4	1	1	2	62
28	3	4	3	3	4	1	3	1	1	3	2	3	4	5	3	4	3	1	4	1	2	2	60
29	2	5	3	5	3	1	3	2	2	3	1	4	4	5	4	5	5	2	5	2	1	1	68
30	2	5	3	3	3	2	1	2	4	2	2	5	4	4	4	5	4	1	5	2	1	2	66
V.A.R.P.	0.507	0.685	0.248	0.861	0.833	0.392	2.116	0.386	2.051	0.792	0.792	0.828	0.769	0.792	0.24	0.392	0.792	0.464	0.524	0.447	0.326	0.792	50.2574713

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

$K:$	22	Numero de Ítems
$\sum S_i^2$	16.03	Sumatoria de Ítems
$S_T^2:$	50.26	Varianza de la Suma
$\alpha:$	0.713	Coficiente de Cronbach

Anexo C.2 - Coeficiente Alfa de Cronbach de la Encuesta Estructurada de la variable Evasi3n Tributaria

Encuesta	ITEMS																												Total Fila
	E01	E02	E03	E04	E05	E06	E07	E08	E09	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22	E23	E24	E25	E26	E27	E28	
1	5	1	4	2	4	1	1	4	1	3	3	3	4	3	1	5	3	3	3	5	2	3	3	3	3	5	5	1	84
2	3	3	5	2	3	3	3	3	1	3	3	5	5	2	3	3	1	2	4	3	3	4	3	3	4	1	5	3	86
3	5	3	4	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	5	2	3	5	5	2	3	3	3	2	3	5	3	84
4	4	4	5	2	4	4	3	1	1	4	3	3	4	4	4	5	5	1	5	4	4	3	4	4	1	1	5	1	93
5	3	4	1	3	2	1	2	2	2	4	2	3	3	2	1	4	1	3	4	4	3	4	4	3	3	2	5	3	78
6	5	4	5	4	3	4	3	1	2	4	2	5	5	4	4	5	2	4	5	5	3	4	5	3	3	3	4	1	102
7	4	2	5	4	5	1	3	4	2	4	3	2	4	2	1	4	4	5	5	5	3	3	4	5	5	3	5	3	100
8	5	2	1	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	2	2	2	1	1	3	4	3	5	5	3	1	1	5	2	66
9	4	5	3	4	5	4	2	1	3	4	2	2	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	108
10	3	1	5	2	5	3	1	4	2	4	3	5	4	4	2	1	4	2	5	4	4	4	4	3	2	1	5	1	88
11	5	2	5	2	4	3	2	4	2	2	2	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	1	3	4	3	94
12	5	2	1	1	5	1	2	3	1	3	2	3	4	3	3	1	3	1	3	4	2	2	3	2	2	4	4	1	71
13	3	3	3	3	4	1	1	2	2	4	1	2	5	2	3	2	3	2	5	5	3	4	5	5	1	3	4	2	83
14	3	3	4	2	4	1	3	1	1	3	2	2	2	2	4	2	3	4	4	4	3	3	3	2	1	1	5	2	74
15	3	3	5	2	5	3	1	5	2	4	3	2	4	2	1	4	4	3	5	5	3	4	3	2	2	3	5	1	89
16	4	1	3	2	3	3	2	3	1	3	3	2	3	4	3	1	2	1	3	5	4	3	3	4	3	2	3	3	77
17	3	3	3	3	2	2	1	3	2	2	2	5	5	3	4	4	1	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	2	88
18	5	3	4	1	3	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	1	1	4	4	5	3	3	3	4	2	3	4	2	79
19	4	3	5	2	3	1	2	5	2	4	3	3	4	2	1	4	3	2	5	4	4	5	5	5	1	4	5	3	94
20	5	3	5	1	5	3	1	3	1	2	2	3	4	2	1	1	3	2	3	4	3	3	4	2	3	3	4	1	77
21	3	1	4	3	3	2	1	1	4	3	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	5	5	4	4	2	5	3	96
22	3	3	5	2	4	4	3	5	2	3	3	4	3	4	2	1	5	5	3	5	4	3	4	5	5	3	4	3	100
23	4	1	4	2	5	1	1	3	1	2	1	2	3	2	3	4	3	1	4	5	3	3	4	3	3	2	4	2	76
24	4	1	5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5	2	3	4	4	2	5	5	4	4	5	2	3	3	4	4	95
25	4	3	4	3	5	2	3	1	2	4	3	2	5	2	1	3	1	3	3	4	3	5	3	5	3	1	3	1	82
26	3	5	4	1	3	3	1	2	2	3	2	3	4	2	5	5	2	4	4	5	2	4	4	2	2	3	5	1	86

27	3	4	4	2	5	4	1	3	2	2	1	2	4	2	1	1	4	5	3	4	3	2	3	3	2	1	3	2	76
28	5	2	5	1	3	2	2	1	1	2	2	5	3	3	4	2	3	3	5	3	4	3	4	3	4	1	5	1	82
29	3	2	5	1	5	4	2	4	1	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	5	4	2	5	2	3	4	5	4	92
30	4	3	4	2	4	3	1	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	4	4	3	2	2	3	5	3	3	4	3	80
V.A.R.P.	0.714	1.333	1.517	0.855	1.062	1.352	0.717	1.826	0.575	0.685	0.447	1.085	0.648	0.737	1.551	2.369	1.748	1.793	0.74	0.506	0.557	0.879	0.645	1.126	1.344	1.357	0.461	0.971	99.03

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

$K:$	28	Numero de Ítems
$\sum S_i^2$	29.6	Sumatoria de Ítems
$S_T^2:$	99.03	Varianza de la Suma
$\alpha:$	0.727	Coefficiente de Cronbach

Entrevista 1

- **Informante: María Milagros Martínez Sigueñas** **Vendedora de Cebolla**

- ¿Usted es titular del puesto?

Si.

- ¿El puesto tiene un solo dueño o varios dueños?

Si, el puesto está a mi nombre.

- ¿Existe el subarriendo en los puestos de GMML? ¿Por ejemplo, como el caso del ex Mercado de la Parada?

Acá, si se da en varios puestos.

- En el caso de subarriendo, ¿hasta cuantos subarriendos pueden darse en un mismo puesto?

Depende del tamaño del puesto. Pero también trabajan familiares y les da un espacio pequeño para que vendan.

- ¿Está en planilla?

Planilla no hay acá.

- ¿Cómo propietario tiene RUC?

Si, es obligatorio para los dueños.

- ¿Los que subarrienda puestos tienen RUC?

Creo que no.

- ¿Cuál es su nivel de estudios?

Secundaria completa.

- ¿Cuántos años tiene de comerciante?

Masomenos, unos 30 años. Yo trabaje en la Parada años.

- ¿Cuenta con más puestos?

No.

- ¿Los comerciantes de este mercado tienen otros puestos?

Si, tengo amigos que tienen su puesto en Unicachi.

- ¿Tiene conocimiento acerca de otros comerciantes que llevan mercadería al ex Mercado de la Parada?

Si, eso eso es normal. Nos vas a quedarte con mercadería de chacra que se malogre.

- ¿Ese es el tipo de método de venta que tienen?

Depende también la venta.

- ¿Cumple con el pago de sus tributos de manera voluntaria?

Hay que pagar para seguir aquí.

- ¿Han tenido asesoramiento tributario en el GMML?

Bueno, al inicio si hicieron charlas. Ahora el contador es el que maneja.

- ¿Es necesario el trabajar con un contador?

Si. Ellos son los que manejan.

- ¿Entrega factura o boleta?

Si, entrego cuando se vende bastante. Por Kilo (venta por kilos) no.

- ¿Usted tiene conocimiento de otras personas que no entregan boleta o factura?

Si, algunos no entregan boleta de todo.

- ¿Usted tiene conocimiento de algunos trabajadores que ahora son dueños de puestos?

Claro sí, yo empecé como carretillero.

- ¿Qué beneficios considera que conlleva la formalidad?

Beneficios, los préstamos que te dan. Antes en la Parada tenía que jugar junta.

- ¿Usted cree que los comerciantes están interesados en recibir charlas de capacitación y orientación tributaria?

Si, porque hay cosas que uno no sabe y quizás me ayuden a ahorrar.

- ¿La SUNAT realiza algún tipo de control?

De vez en cuando. Pero creo viene a ver los comerciantes que tienen problemas.

- ¿Usted toleraría a otros comerciantes informales?

Que trabajen acá, no. Tienen necesidades, pero si un mayorista informal viene y vende a menos precios la gente van ahí y malogran la venta.

- ¿Le preocuparía el aumento de la frecuencia del control de la SUNAT?

No, porque estoy al día en los pagos de mis impuestos.

- ¿Conoce los impuestos que tiene que pagar?

Si, porque si no pago mora.

- ¿Cuándo el dinero recaudado es bien invertido le motiva a pagar impuestos?

Si, sabes que están haciendo algo bien bueno. Pero la realidad es otra, en el congreso roban, tienen denuncias y no los puedes meter preso.

- ¿Considera que la SUNAT rinde cuentas adecuadamente?

No, deberían dar mayores beneficios a los comerciantes.

Muchas gracias por su participación.

Entrevista 2

- **Informante: Mauro Quezada Trujillo** **Vendedor de papas**

- ¿Usted es titular del puesto?

No.

- ¿El puesto tiene un solo dueño o varios dueños?

Un dueño, pero ahora está trayendo mercadería.

- ¿Existe el subarriendo en los puestos de GMML? ¿Por ejemplo, como el caso del ex Mercado de la Parada?

Si, te vas a dar cuenta que en algunos puestos venden varias personas. En un espacio pequeño depende 1 metro, dos, ponen sus sacos.

- En el caso de subarriendo, ¿hasta cuantos subarriendos pueden darse en un mismo puesto?

Ya depende del arreglo con el que esta a nombre el contrato. El ve.

- ¿Está en planilla?

No, no trabajo a planilla, es por día de trabajo.

- ¿Cómo propietario tiene RUC?

No

- ¿Los que subarrienda puestos tienen RUC?

No creo, solo el que agarra el contrato.

- ¿Cuál es su nivel de estudios?

Estudiaba en el instituto Jose Pardo, pero lo deje por trabajo.

- ¿Cuántos años tiene de comerciante?

Unos 10 años.

- ¿Cuenta con más puestos?

No.

- ¿Los comerciantes de este mercado tienen otros puestos?

Los más antiguos.

- ¿Tiene conocimiento acerca de otros comerciantes que llevan mercadería al ex Mercado de la Parada? Unicachi u otros sitios?

Los que vienen de la Parada sí. Los que han ingresado por el EMMSA no se.

- ¿Ese es el tipo de método de venta que tienen?

Depende de la venta.

- ¿Cumple con el pago de sus tributos de manera voluntaria?

No, eso lo hace el dueño.

- ¿Han tenido asesoramiento tributario en el GMML?

No.

- ¿Trabaja con un contador?

No.

- ¿Entrega factura o boleta?

A los que llevan volumen.

- ¿Usted tiene conocimiento de otras personas que no entregan boleta o factura?

Hay de todo.

- ¿Usted tiene conocimiento de algunos trabajadores que ahora son dueños de puestos?

Si, depende del capital que tengas.

- ¿Qué beneficios considera que conlleva la formalidad?

A mí, ninguno.

- ¿Usted cree que los comerciantes están interesados en recibir charlas de capacitación y orientación tributaria?

Claro, para conocer.

- ¿La SUNAT realiza algún tipo de control?

Si, no avisa.

- ¿Usted toleraría a otros comerciantes informales?

Si.

- ¿Le preocuparía el aumento de la frecuencia del control de la SUNAT?

No, eso lo ve el dueño.

- ¿Conoce los impuestos que tiene que pagar?

No, eso lo maneja el dueño y el contador.

- ¿Cuándo el dinero recaudado es bien invertido le motiva a pagar impuestos?

Si.

- ¿Considera que la SUNAT rinde cuentas adecuadamente?

No, creo que hay demasiada corrupción de ellos mismos y de cada administración.

Muchas gracias por su participación.

Entrevista 3

- **Informante: Hugo Enrique Aguilar Vásquez** **Vendedor de Olluco**

- ¿Usted es titular del puesto?

Si.

- ¿El puesto tiene un solo dueño o varios dueños?

Si, yo soy el dueño del puesto. Cada puesto tiene un concesionario y el es que da trabajo para que puedan ayudar y vender las señoras por kilo.

- ¿Existe el subarriendo en los puestos de GMML? ¿Por ejemplo, como el caso del ex Mercado de la Parada?

Si, también hay en todos los giros.

- En el caso de subarriendo, ¿hasta cuantos subarriendos pueden darse en un mismo puesto?

En estos casos se lo dan a una persona. El concesionario subarrienda a una persona. Esa persona que subarrienda es ayudante. Entonces el que arrienda tiene ayudante y el que subarrienda también tiene ayudante. Ósea que ya aumenta el personal. En ese personal hay mujeres, familiares.

- ¿trabajan en planilla?

No, no, aquí nadie tiene. Acá son ayudantes y les pagan al día, trabajan al día y les pagan. No trabajan no les pagan.

- ¿Cuenta con RUC?

Claro, los propietarios, sus guías de remisión, guía de liquidación, tienen todo.

- ¿Los que subarrienda puestos tienen RUC?

No podrían tener RUC, porque tendría que salir a nombre del puesto. Es el concesionario titular el que tiene su RUC no podría. Salvo que tenga su empresa aparte y forme su empresa y pueda hacer sus recibos y escrituras.

- ¿Cuál es su nivel de estudios?

Yo tengo secundaria completa. Hay algunos profesionales, otros vienen del mayorista antiguo. También algunos que solo tienen primera con las justas.

- ¿Cuántos años tiene de comerciante?

Yo tengo 26 años de comerciante. Hay algunos que tienen mucho mas de desde que sus padres llegaron a invadir.

- ¿Cuenta con más puestos?

No, solo aquí.

- ¿Los comerciantes de este mercado tienen otros puestos?

Si, muchos tienen puestos. Salen adelante y se compran sus puestos y apoyan a sus hijos

y les compran puestos también.

- ¿Tiene conocimiento acerca de otros comerciantes que llevan mercadería al ex Mercado de la Parada? Unicachi u otros sitios.

Claro, acá entre una mercadería.

- ¿Ese es el tipo de método de venta que tienen?

Todos, todos tienen ese método.

- ¿Cumple con el pago de sus tributos de manera voluntaria?

Si, todos cumplen con sus obligaciones de manera voluntaria. Ósea, es emitir todos sus gastos que tienen que hacer en la SUNAT para trabajar correctamente. Todos hacen esto.

- ¿Han tenido asesoramiento tributario en el GMLL?
- Bueno, el único asesoramiento tributario de parte de la empresa, creo que hay una oficina para que den charlas en la SUNAT, pero más es el contador que uno tiene.
- ¿Es necesario el trabajar con un contador?

Todos tienen que tener su contador.

- ¿Entrega factura o boleta?

Boleta, sobre todo, factura cuando es volumen grande que supera las 3 a 5 toneladas de producto.

- ¿Usted tiene conocimiento de otras personas que no entregan boleta o factura?

Claro, sigue habiendo mucho de esa informalidad. En todo sitio en la Parada acá también hay, en la Parada antigua. Eso se estila en todo sitio y acá como no.

- ¿Usted tiene conocimiento de algunos trabajadores que ahora son dueños de puestos?

Claro, hay muchos que han venido como ayudantes de aquí y han tenido su dinero han juntado su plata ahora tienen o comparten un puesto, como dos personas inscritas en la administración.

- ¿Qué beneficios considera que conlleva la formalidad?

Ayuda mucho estar formalizado. Mientras estas formalizado las entidades bancarias cooperativas donde dan préstamo eso es lo primero que te piden por esa parte es de mucha ayuda.

- ¿Usted cree que los comerciantes están interesados en recibir charlas de capacitación y orientación tributaria?

Claro, si vienen a dar charlas de como tributar de como pagar nuestros impuestos o ms beneficios por supuesto. Hay muchas personas que quiere saber, conocer y serian muy bien acogidos en este mercado.

- ¿La SUNAT realiza algún tipo de control?

La SUNAT viene a controlar en una forma sorpresivamente.

- ¿Usted toleraría a otros comerciantes informales?

No, porque dificultaría el negocio porque no lo vendería a precio real. Lo que nosotros invertimos tenemos que pagar flete personal, envasar los productos. En cambio, los otros no, los otros solo comprarían el producto y lo revenderían a menos precio o comprarlo en la chacra y venderlo al precio que les conviene.

- ¿Le preocuparía el aumento de la frecuencia del control de la SUNAT?

No, porque sería mejor habría más control, habrá más orden, bastante seguridad para nosotros mismos. Estaríamos conduciéndonos por buen camino para hacer nuestras gestiones con las entidades financieras y bancarias. Estaría mucho mejor.

- ¿Conoce los impuestos que tiene que pagar?

Claro, se de los impuestos que tengo que pagar. Se sabe de todos los meses, todos los años los impuestos.

- ¿Cuándo el dinero recaudado es bien invertido le motiva a pagar impuestos?

Claro, mucho mejor todavía mi dinero esta bien invertido me estoy agenciando mi ganancia es lógico y justo que tenga que tributar.

- ¿Considera que la SUNAT rinde cuentas adecuadamente?

Hay mucho que hacer. Así como uno tributa uno quiere ver signos de prosperidad para la patria para la nación para el distrito ¿no?

Pero no se ve nada de esas cosas, a veces sale en la televisión en los periódicos que todo es corrupción y eso nos desanima a nosotros.

Deberían tener más elasticidad con los pequeños comerciantes, porque también necesitan apoyo, necesitan ser bien tratados por la SUNAT, y ayudados para saber invertir como formalizarse mejor, y puedan tener mayores beneficios.

Muchas gracias por su participación.

Entrevista 4

- **Informante: Ederson Bastidas Gonzales** **Vendedor de Zanahoria y tomate**

- ¿Usted es titular del puesto?

Si.

- ¿El puesto tiene un solo dueño o varios dueños?

No, es mi puesto.

- ¿Existe el subarriendo en los puestos de GMMML? ¿Por ejemplo, como el caso del ex Mercado de la Parada?

Algunos, poco.

- En el caso de subarriendo, ¿hasta cuantos subarriendos pueden darse en un mismo puesto?

Maso menos dos, es que uno trae mercadería la tiene que guardar y se necesita espacio.

- ¿Maneja algún tipo de planilla?

No.

- ¿tiene RUC?

Claro, tener registro en la SUNAT es requisito.

- ¿Los que subarrienda puestos tienen RUC?

Solo el dueño.

- ¿Cuál es su nivel de estudios?

Secundario, acá la mayoría tiene secundaria completa. Pocos son profesionales, mas que nada los hijos.

- ¿Cuántos años tiene de comerciante?

Formalizado, 8 años.

- ¿Cuenta con más puestos?

No, solo aquí.

- ¿Los comerciantes de este mercado tienen otros puestos?

Si, varios tienen sus puestos en otros mercados, otros negocios, locales. Depende de su capital.

- ¿Tiene conocimiento acerca de otros comerciantes que llevan mercadería al ex Mercado de la Parada, Unicachi u otros sitios?

Si, acá cobran muy caro. En otros partes es más barato.

- ¿Ese es el tipo de método de venta que tienen?

Si hay pedido.

- ¿Cumple con el pago de sus tributos de manera voluntaria?

Esta en el contrato, es obligatorio.

- ¿Han tenido asesoramiento tributario en el GMML?

Poco, primero vino la gente, después vino la SUNAT a formalizar a todos.

- ¿Trabaja con un contador?

Si, ellos se encargan.

- ¿Entrega factura o boleta?

Si, todo.

- ¿Usted tiene conocimiento de otras personas que no entregan boleta o factura?

La mayoría boletea (entregar boleta), pero sí.

- ¿Usted tiene conocimiento de algunos trabajadores que ahora son dueños de puestos?

Si, yo empecé ayudando en un puesto de mi tío.

- ¿Qué beneficios considera que conlleva la formalidad?

Los prestamos los sacas directo, eso es bueno.

- ¿Usted cree que los comerciantes están interesados en recibir charlas de capacitación y orientación tributaria?

Claro, es necesario acá.

- ¿La SUNAT realiza algún tipo de control?

No, raro ver.

- ¿Usted toleraría a otros comerciantes informales?

Si, todos hemos empezado de abajo.

- ¿Le preocuparía el aumento de la frecuencia del control de la SUNAT?

No.

- ¿Conoce los impuestos que tiene que pagar?

Si, son muy altos.

- ¿Cuándo el dinero recaudado es bien invertido le motiva a pagar impuestos?

Si, pero lo veo maso menos en las obras publicas mas es lo que se preocupan en robar las autoridades.

- ¿Considera que la SUNAT rinde cuentas adecuadamente?

No, para nada.

Muchas gracias por su participación.

Entrevista 5

• **Informante: Julio Antonio Chauca Robles**

Vendedor de limones

- ¿Usted es titular del puesto?

No.

- ¿El puesto tiene un solo dueño o varios dueños?

Soy la hermana del dueño.

- ¿Existe el subarriendo en los puestos de GMML? ¿Por ejemplo, como el caso del ex Mercado de la Parada?

Si, cobran una comisión y de ahí pagan el alquiler.

- En el caso de subarriendo, ¿hasta cuantos subarriendos pueden darse en un mismo puesto?

Uno, dos.

- ¿Está en planilla?

No, acá nadie tiene planilla.

- ¿Cómo propietario tiene RUC?

Si, mi hermano tiene el RUC, yo tengo RUC, pero no lo uso acá.

- ¿Los que subarrienda puestos tienen RUC?

No.

- ¿Cuál es su nivel de estudios?

Yo estoy estudiando en la universidad.

- ¿Cuántos años tiene de comerciante?

5 años.

- ¿Cuenta con más puestos?

No.

- ¿Los comerciantes de este mercado tienen otros puestos?

Si, varios tienen puestos.

- ¿Tiene conocimiento acerca de otros comerciantes que llevan mercadería al ex Mercado de la Parada?

Si, es que cuando traen mercadería llevan a otros sitios ya no llegan a este mercado.

- ¿Ese es el tipo de método de venta que tienen?

Si, todos supongo.

- ¿Cumple con el pago de sus tributos de manera voluntaria?

El contador le avisa a mi hermano, el revisa. El trabaja para varios puestos, ya nos dice cuanto se tiene que pagar.

- ¿Han tenido asesoramiento tributario en el GMML?

No.

- ¿Trabajan con un contador?

Es necesario, se le contrata y él nos avisa.

- ¿Entrega factura o boleta?

Si, a veces en la puerta piden a los clientes cuando llevan volumen.

- ¿Usted tiene conocimiento de otras personas que no entregan boleta o factura?

La mayoría pide boleta cuando llevan cantidad.

- ¿Usted tiene conocimiento de algunos trabajadores que ahora son arrendatarios?

Si, hay estibadores o ayudantes que aben trabajar la mercadería.

- ¿Qué beneficios considera que conlleva la formalidad?

La facilidad de los créditos bancarios.

- ¿Usted cree que los comerciantes están interesados en recibir charlas de capacitación y orientación tributaria?

Si, sería bueno.

- ¿La SUNAT realiza algún tipo de control?

En el turno que estoy yo, no.

- ¿Usted toleraría a otros comerciantes informales?

No, porque hacen que se quede la mercancía.

- ¿Le preocuparía el aumento de la frecuencia del control de la SUNAT?

No, para nada.

- ¿Conoce los impuestos que tiene que pagar?

Eso lo maneja el contador.

- ¿Cuándo el dinero recaudado es bien invertido le motiva a pagar impuestos?

Si, pero acá mismo poder ver que faltan mejoras y no las hacen.

- ¿Considera que la SUNAT rinde cuentas adecuadamente?

No, ellos tienen sueldos altos y les cobran siempre a los mismos. Telefónica no le paga a SUNAT.

Muchas gracias por su participación.

7.5. Anexo E. Definición de término

Competitividad; es la capacidad de un país de producir un determinado bien en mejores o iguales condiciones en comparación con otras economías.

Cultura; es el conjunto de bienes materiales y espirituales de un grupo social transmitido de generación en generación a fin de orientar las prácticas individuales y colectivas. Incluye lengua, procesos, modos de vida, costumbres, tradiciones, hábitos, valores, patrones, herramientas y conocimiento.

Cumplimiento; es un término que tiene su origen en vocablo latino complementum y que hace mención a la acción y efecto de cumplir o cumplirse.

Ética; es una disciplina de la filosofía que estudia el comportamiento humano y su relación con las nociones del bien y del mal, los preceptos morales, el deber, la felicidad y el bienestar común.

Exoneración; se emplea principalmente para hacer referencia cuando una persona queda libre, aliviada, sin compromiso de una obligación o responsabilidad.

Formalización; debe entenderse más que como una obligación de registro, como un medio de inclusión económica, ambiental y social de las empresas en los mercados, para que estas aumenten sus índices de productividad, accedan al sistema financiero y sean sostenibles.

Globalización; es la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros. En algunos casos este término hace alusión al desplazamiento de personas (mano de obra) y la transferencia de conocimientos (tecnología) a través de las fronteras internacionales.

Honestidad; es un valor moral fundamental para entablar relaciones interpersonales basadas en la confianza, la sinceridad y el respeto mutuo

Informalidad; llamado trabajo informal engloba todas aquellas ocupaciones y formas de producción, que son ejercidas por personas o empleados que reciben ingresos cuyas condiciones de trabajo no se encuentran reguladas por un marco legal.

Innovación; es el proceso por el que se transforma una idea en un producto o servicio novedoso en el mercado, o por el que se incorpora un novedoso proceso de fabricación o nuevos métodos

de organización o de comercialización en la empresa (capacidad de innovación de la empresa).

Moral; es el conjunto de creencias, costumbres, valores y normas de una persona o de un grupo social, que funciona como una guía para obrar. Es decir, la moral orienta acerca de qué acciones son correctas (buenas) y cuáles son incorrectas (malas).

Omisión; a todo acto de abstención de actuar, así como también el descuido o negligencia de realizar una obligación.

Responsabilidad; es la cualidad que tiene aquel individuo que cumple sus obligaciones o promesas y asume las consecuencias de sus actos, cuando los realiza de manera consciente e intencionada.

Solidaridad; es un valor que se caracteriza por la colaboración mutua entre los individuos, lo que permite lograr la superación de los más terribles desastres, como guerras, pestes, enfermedades, entre otros.

Voluntad; la capacidad para ponerse uno objetivos concretos y luchar hasta irlos alcanzando. Está claro que no es algo genético, sino adquirido. La psicología conductista la define así: capacidad para aplazar la recompensa.