

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**Cultura tributaria y su influencia en la recaudación del
impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado
del mercado modelo, Chiclayo 2022.**

Tesis que presentan las Bachilleres

Rojas More, Marianela
García Guevara, Ana Miria

Para obtener el título profesional de

CONTADORA PÚBLICA

Asesor

Dr. Mendoza Otiniano, Oswaldo Alberto

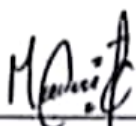
Lambayeque - Perú

Octubre - 2023

Cultura tributaria y su influencia en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.

Resolución de sustentación N° 1807-2023-VIRTUAL-UNPRG-FACEAC-D/JGN

De fecha 07 de diciembre del 2023



García Guevara Ana Miria
Bachiller 1



Rojas More Marianela
Bachiller 2



Dr. Mendoza Otiniano Oswaldo Alberto
Asesor

Presentada para obtener el título profesional de CONTADORA PÚBLICA

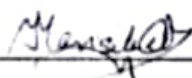
Aprobado por el jurado:



Dr. Guillermo Gastolo Néstor Alfonso
Presidente



Mg. Cieza Pérez Adán Pablo
Secretario



Dra. Deza Navarrete Yris Marisela
Vocal



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
UNIDAD DE INVESTIGACION



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 10:00 am. del día 14 de 12 del 2023, se dio inicio a la Sustentación de Tesis en forma PRESENCIAL con la participación de los miembros del Jurado, nombrados con Resolución 1012-2023-VIRTUAL-UNPUG-FACENC-D/JUN de fecha 07 de 12 del 2023, conformado por:

Dr. Nestor Alfonso Guillermo Castiblanco Presidente
M.Sc. Johan Paolo Caza Soto Secretario
Dra. Gris Mariela Eiza Durrachei Vocal
Dr. Osvaldo Alberto Alvarado Otáñez Asesor(a)

Para evaluar el informe de tesis del testista o de los testistas: Dr. Mariamela Rojas More quién o quienes desean obtener su título profesional de: Contadora Pública

con la tesis titulada: Cultura tributaria y su influencia en la recaudación del Impuesto General a las Ventas en los comerciantes de calzado del Mercado Modelo Chiclayo 2022

El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes de la Sustentación ordenó la lectura de la Resolución decanal N° 1807-2023-VIRTUAL-UNPUG-FACENC-D/JUN de fecha 07 de 12 del 2023 que autoriza la Sustentación Presencial del Informe de Tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó al candidato a efectuar la Sustentación, otorgándole 20 minutos de tiempo.

Culminada la exposición del sustentante o los sustentantes, el presidente dispuso la intervención de los señores miembros del jurado, empezando con el señor(a) vocal, luego señor(a) secretario (a) hasta culminar con el (la) señor(a) presidente, en ese orden los jurados plantearon preguntas y observaciones, las cuales fueron absueltas por el/ los sustentantes en forma

El señor presidente invita al asesor para que exponga lo que considere conveniente respecto de la exposición de la tesis.

Culminadas las preguntas y respuestas, el (la) Sr.(a) presidente, dispuso que los asistentes incluido el asesor y el o los testistas abandonen temporalmente la sala, a fin de que el jurado delibere con plena libertad y pueda calificar la sustentación de la tesis. Los jurados califican de acuerdo a la rúbrica de evaluación de la facultad. Culminada la deliberación y calificación el (la) sr.(a) presidente autorizó que ingresen a la sala de sustentaciones el testista o los testistas, su asesor y público en general, y autorizó la lectura del acta por parte del señor(a) secretario(a).

El señor(a) secretario(a) dio lectura al acta señalando que el testista o los testistas:

Dr. Mariamela Rojas More, Dr. Ana María García Guerrero, han obtenido dieciséis puntos equivalentes a Bueno quedando expedito para optar el título profesional de Contadora Pública.

Si uno o los dos testistas hubieran tenido calificativo desaprobatorio, se anotará: que _____ ha obtenido _____ puntos equivalentes a _____, por las deficiencias y motivos siguientes _____

por cuyo motivo se reprogramara la nueva sustentación en un plazo máximo de 60 días hábiles desde la fecha de desaprobación y si volviera a desaprobarse en esta segunda oportunidad deberá elaborar otra tesis según lo establecido en el artículo 51 del reglamento.

Comunicado el resultado, el señor presidente da por concluido el acto académico a las 11:15 horas del mismo día y en señal de conformidad firman los señores miembros del jurado y asesor.

ESCALA: 20 = Excelente; 18 - 19 = Muy Bueno; 16 - 17 = Bueno; 14 - 15 = Regular, Menos de 14 = Desaprobado.

[Firma]
PRESIDENTE

[Firma]
VOCAL

[Firma]
SECRETARIO

[Firma]
ASESOR

Dedicatoria

A Dios, por habernos guiado en este camino y permitirnos culminar con éxito nuestra carrera profesional.

A nuestros padres, por confiar en nosotras, por el amor y apoyo incondicional con consejos y aliento constante para buscar la superación ante cualquier dificultad.

A nuestros hermanos, por su constante apoyo y motivación para lograr cumplir esta meta universitaria.

A nuestros docentes, por su gran apoyo y motivación para culminar con éxito nuestros estudios profesionales.

Agradecimiento

A Dios, por habernos brindado salud, confianza, sabiduría, inteligencia y paciencia para lograr finalizar esta etapa de nuestras vidas con éxito.

A nuestros padres, quienes siempre han visto en nosotras la ilusión de convertirnos en personas capaces de salir adelante logrando nuestras metas y siendo personas de provecho para la sociedad.

A nuestro asesor de tesis, Dr. Oswaldo Mendoza Otiniano; por el apoyo, paciencia y consejos brindados en todo momento en la elaboración de la presente tesis.

A la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, y cada uno de sus excelentes docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad, que con sus enseñanzas, y sabiduría han contribuido con nuestra formación profesional.

Índice general

Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Índice general	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I. DISEÑO TEÓRICO	8
1.1. Antecedentes.....	8
1.1.1. Antecedentes internacionales	8
1.1.2. Antecedentes nacionales.....	9
1.1.3. Antecedentes locales.....	10
1.2. Bases teóricas.....	11
1.2.1. Cultura tributaria	11
1.2.2. Recaudación del IGV.....	15
1.3. Bases conceptuales	19
CAPITULO II. DISEÑO METODOLÓGICO.....	22
1.1. Diseño de contrastación de hipótesis	22
1.1.1. Tipo.....	22
1.1.2. Nivel	22
1.1.3. Enfoque.....	22
1.1.4. Diseño.....	22
1.2. Población y muestra.....	23
1.2.1. Población	23

1.2.2. Muestra	23
1.3. Técnicas, instrumentos, equipos, materiales.....	23
CAPITULO III. RESULTADOS	26
CAPITULO IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	38
CONCLUSIONES.....	41
RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	44
ANEXOS.....	49

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables	21
Tabla 2 Cultura tributaria	26
Tabla 3 Recaudación del IGV	26
Tabla 4 Conocimiento tributario	26
Tabla 5 Valores tributarios	27
Tabla 6 Actitudes tributarias	28
Tabla 7 Cultura tributaria	29
Tabla 8 Nacimiento de la obligación	30
Tabla 9 Crédito fiscal	31
Tabla 10 Recaudación del IGV	32
Tabla 11 Resumen del modelo para Cultura tributaria	33
Tabla 12 Modelo de regresión para cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas	34
Tabla 13 Resumen del modelo para conocimiento tributario y la recaudación del impuesto general a las ventas	34
Tabla 14 Modelo de regresión para conocimiento tributario y la recaudación del impuesto general a las ventas	35
Tabla 15 Resumen del modelo para Valores tributarios y la recaudación del impuesto general a las ventas	35
Tabla 16 Modelo de regresión para valores tributarios y la recaudación del impuesto general a las ventas	36
Tabla 17 Resumen del modelo para Actitudes tributarios	36
Tabla 18 Modelo de regresión para actitudes tributarios y la recaudación del impuesto general a las ventas	37
Tabla 19 Matriz de consistencia	49

Índice de figuras

Figura 1 Responsables de la cultura tributaria	12
Figura 2 Conocimiento tributario	27
Figura 3 Valores tributarios	28
Figura 4 Actitudes tributarias	29
Figura 5 Cultura tributaria	30
Figura 6 Nacimiento de la obligación	31
Figura 7 Crédito fiscal	32
Figura 8 Recaudación del IGV	33

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022. La metodología del estudio es cuantitativa, descriptiva-explicativa y no experimental de corte transversal. Se trabajó con una muestra de 183 comerciantes, a los cuales se les ejecutó un cuestionario como herramienta de recopilación de data. Los resultados demostraron un coeficiente estandarizado de 0.426, lo cual exteriorizó que hubo una influencia positiva de grado moderado; del mismo modo, se observó que tuvo un coeficiente de determinación de 0.182, lo cual asintió inferir que el 18.2% de la varianza de la cultura tributaria es influenciada por la recaudación del impuesto general a las ventas; asimismo, que su nivel de cultura es medio en 99.5%; es decir, se debe plantear estrategias y charlas para que pueda mejorar el tema de información sobre tributación; por otro lado, el nivel en recaudación del impuesto es medio en 89.1%.

Se concluyó que los comerciantes carecen de conocimientos relacionados al sistema tributario; asimismo, que no se les brinda información relacionada al impuesto general a las ventas y la falta de transparencia provoca que se tenga una perspectiva negativa sobre el recurso recaudado.

Palabras clave: cultura tributaria, impuesto general a las ventas, recaudación.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the influence of tax culture on the collection of the general sales tax in the footwear traders of the model market, Chiclayo 2022. The methodology of the study is quantitative, descriptive-explanatory and non-experimental cross-sectional. We worked with a sample of 183 traders, to whom a questionnaire was administered as a data collection tool. The results showed a standardised coefficient of 0.426, which showed that there was a moderate positive influence; likewise, it was observed that there was a coefficient of determination of 0.182, which suggested that 18.2% of the variance of the culture of the traders had a positive influence. 2% of the variance of the tax culture is influenced by the collection of the general sales tax; also, that their level of culture is medium in 99.5%; in other words, strategies and talks should be planned to improve the issue of information on taxation; on the other hand, the level of tax collection is medium in 89.1%.

It was concluded that traders lack knowledge related to the tax system; also, they are not provided with information related to the general sales tax and the lack of transparency causes them to have a negative perspective on the resources collected.

Key words: tax culture, general sales tax, collection.

INTRODUCCIÓN

En territorio ecuatoriano, la cultura tributaria ha tomado relevancia durante los últimos años, debido a que anteriormente los contribuyentes consideraban que los fondos recaudados por el Estado eran desperdiciados al no beneficiar a la sociedad, motivo por el cual preferían no cancelar sus impuestos, ya que el sistema de control aplicado por los Gobiernos presentaba niveles débiles y muy permisivos (Andrade & Cevallos, 2020).

Por otro lado, la situación que se vive en Panamá es muy similar ya que existen negocios que no cumplen con la declaración de sus ingresos ante la entidad administradora de impuestos, esto se debe a la ausencia de cultura tributaria entre ciudadanos al no tener conocimiento de las obligaciones que tiene cada uno como sujetos pasivos; es así como, el Estado cumple un rol importante con la población al brindar las normas y procedimientos existentes para lo cual se desarrollan programas educativos donde enseñen la importancia que tienen las aportaciones tributarias y cómo son invertidas en obras de carácter social (Martínez, 2020).

En México, se demostró que siete de cada diez personas cuentan con una insuficiente cultura tributaria ya que no se practica la educación fiscal durante la formación de los estudiantes; no obstante, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público se encarga de divulgar la importancia de la cultura tributaria mediante diversos programas; sin embargo, no fue implementado en todo el país ni tampoco se le dio continuidad; por lo tanto, fue un proyecto que no se llegó a concretar (Morales et al., 2019).

En Perú, existen personas naturales y jurídicas a cargo de un negocio específico; sin embargo, no cuentan con las sapiencias necesarias respecto a temas tributarios, motivo por el cual evaden el pago de los impuestos sin comprender la importancia del recaudo de impuestos para la economía nacional; por ello, se requiere de una cultura tributaria más efectiva con la cual cada contribuyente pueda cancelar sus deudas de manera voluntaria (Cabrera et al., 2021).

Por otro lado, los niveles de recaudación en el Perú son bajos, esto se debe a que la estructura tributaria se encuentra enfocada a los impuestos indirectos, principalmente al IGV, el cual se caracteriza por presentar un carácter regresivo; es así como, se requiere mejorar los niveles de recaudación de manera sostenible, esto con el propósito de que

cada Gobierno obtenga mayores recursos con los cuales puedan realizar cualquier tipo de inversión pública buscando el crecimiento de la economía y el bienestar social (Manrique & Narváez, 2020).

Un estudio realizado en el mercado modelo de Chachapoyas demuestra que durante las últimas dos décadas han incrementado su capacidad; sin embargo, por la cantidad de clientes que existe no ha sido suficiente su expansión debido a la coyuntura, motivo por el cual muchos de los comerciantes han decidido no cumplir con el pago de sus impuestos, esto debido a que no se encuentran informados sobre las normas tributarias existentes; por ello, lo que se busca es concientizar a la población mediante la cultura tributaria con la finalidad de que las personas tengan conocimiento sobre los procedimientos para cancelar oportunamente sus compromisos y contribuir con el Estado (Hinojosa, 2019).

En Chiclayo, se estudió un emporio de la zona logrando identificar que, la mayoría de comerciantes de calzado no emiten algún comprobante de pago hacia los usuarios al momento de vender sus productos, lo cual origina que dichos comerciantes no cumplan debidamente con sus responsabilidades frente a SUNAT, básicamente en lo que corresponde al pago del impuesto general a las ventas, ocasionando una ineficiencia en la recaudación de impuestos, lo cual debería otorgarle mayores recursos a esta entidad estatal; sin embargo, Chiclayo es una de las ciudades que presenta los menores índices de recaudación.

Esto es una consecuencia por parte de los negociantes al no definir con claridad aspectos fiscales; lo cual se encuentra relacionado a los aspectos culturales, sociales, políticos y económicos, notando el desconocimiento sobre sus deberes tributarios que tienen como contribuyentes, generando el incremento de la informalidad en el negocio de calzado. Lo cual genera que el desarrollo de la economía en el país se encuentra limitada debido a que existe una brecha situada en aquellos individuos cuya responsabilidad es brindar un justificante del pago y los que asumen dicho compromiso.

Respecto a la justificación, teóricamente se convertirá en un escenario para futuras investigaciones referentes al mismo tema y profesionales que deseen incrementar sus conocimientos sobre la materia tributaria. Prácticamente se justificará al determinar la influencia que tiene la cultura tributaria en la recaudación del IGV con el propósito de obtener soluciones que logren satisfacer las necesidades de los comerciantes.

Metodológicamente se justificará debido a la aplicación del instrumento con el cual se obtendrán los datos necesarios para responder a los objetivos, considerando el tipo y diseño de investigación.

De tal manera se tuvo como **problema general**: ¿Cuál es la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022? Y como **problemas específicos**: (i) ¿Cuál es la influencia del conocimiento tributario en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022? (ii) ¿Cuál es la influencia de los valores tributarios en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022? (iii) ¿Cuál es la influencia de las actitudes tributarias en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022?

La **importancia** del presente estudio se centró en identificar la cultura tributaria de los comerciantes de calzado del mercado modelo en Chiclayo, dado que se ha identificado que no cumplen con las disposiciones de carácter sustancial relacionados a los temas tributarios, lo cual trae complicaciones para recaudar el IGV. Por otro lado, el presente estudio presentó una **justificación**, debido a que se extrajo información tangible sobre la unidad de análisis respecto al cobro del IGV y la estructura fiscal; además, esta investigación aportará con la generación de conciencia y nuevos aprendizajes acerca del proceso de formalización a los comerciantes, lo que influenciará de manera positiva en la mejora de la economía del país.

Asimismo, se tuvo como **objetivo general**: Determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022 y como **objetivos específicos**: (i) Determinar la influencia del conocimiento tributario en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022; (ii) Determinar la influencia de los valores tributarios en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022; (iii) Determinar la influencia de las actitudes tributarias en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.

Por otro lado, como **hipótesis general** se tuvo: La cultura tributaria influye significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022; y como **hipótesis específicas**: (i) El conocimiento tributario influye significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022; (ii) Los valores tributarios influyen significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022; (iii) Las actitudes tributarias influyen significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.

La presente investigación quedó estructurada de la siguiente forma:

Introducción: menciona cómo es el desarrollo de ambas constantes de estudio en diferentes lugares a nivel global; así como también en territorio peruano hasta llegar al escenario local donde se describen las causas y consecuencias de los comerciantes de calzado del mercado modelo.

Capítulo I: se muestran aquellas referencias internacionales, nacionales y locales para sustentar el trabajo realizado; asimismo, toda la información que sirvió para armar el marco teórico donde se definió y se extendió todo lo relacionado con ambas constantes de estudio. En este apartado también se incluye la operacionalización de variables.

Capítulo II: se detalló el fundamento de la selección del enfoque, diseño y naturaleza del estudio. Asimismo, se precisó su población y muestra; junto con las bases para la recolección de información y la táctica empleada al estudio, junto al proceso de validación del instrumento; también se detalló el proceso considerado para la información recabada.

Capítulo III y IV: presentan todos los resultados, el cual se precisaron resultados descriptivos mostrados a través de tablas de frecuencia y gráficos, vinculados a la estructura del instrumento; por otro lado, los resultados inferenciales, de acuerdo a los objetivos establecidos, empleando la prueba estadística escogida en la sección anterior. Posteriormente, se realizó la discusión, evidenciando la comparación de los datos obtenidos y procesados, teniendo en cuenta los estudios considerados en el capítulo uno para efectuar un debate enriquecedor.

Seguido de ello, se designaron las conclusiones concretando la realización del estudio, estipulándose de acuerdo con los objetivos. Además, las recomendaciones en un panorama general y específico.

Finalmente se reflejaron la relación de los autores tomados como fuentes bibliográficas y los anexos conformados por los cuestionarios correspondientes a cada variable.

CAPITULO I. DISEÑO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

Los antecedentes elegidos para esta investigación benefician el estudio actual al ofrecer un contexto sólido para el problema en cuestión; además, respaldan la elección del enfoque teórico mediante investigaciones previas, reforzando así la credibilidad de los hallazgos, lo cual asegura que estos últimos no solo representen una contribución valiosa, sino que también se encuentren fundamentados en una base firme de conocimiento ya establecido a nivel internacional, nacional y local.

1.1.1. Antecedentes internacionales

Lima (2020) en su trabajo determinó el predominio de la educación fiscal sobre el cobro de impuestos en Tulcán, por tanto, utilizó la modalidad paradigmática cuantitativa, además, fue descriptiva y correlacional donde se aplicó la técnica de la encuesta hacia una muestra conformada por 345 establecimientos. Los resultados demostraron que el 44% de encuestados tiene conocimiento de los requisitos en función a la ley para emitir los comprobantes de pago, el 45.1% a veces cumplen con sus obligaciones tributarias, el 67.7% sí tiene conocimiento sobre los impuestos que deben cancelar, el 88% manifiesta estar totalmente de acuerdo sobre capacitarse para pagar voluntariamente los impuestos. Concluyendo que existe un nivel de deficiencia cognitiva en la aplicación de las diferentes herramientas tributarias y la declaración de impuestos.

Albuja y Balseca (2022) en su estudio buscaron fijar las consecuencias de la instrucción fiscal pertenecientes al mercadeo inconstante en Guayaquil, por ello, empleó un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo con una muestra de 141 comerciantes informales a quienes se les aplicó una encuesta para recolectar los datos. Entre sus hallazgos se evidencia que el 90.78% de encuestados presentan compromisos pendientes de cancelar, mientras que el 57.45% indica que no ha tenido acercamiento sobre la normativa vigente. Concluyendo que los participantes no manejan una buena instrucción fiscal, existiendo la necesidad de fortalecer los medios de comunicación sobre información tributaria.

1.1.2. Antecedentes nacionales

Huamán y Quispe (2020) en su tesis tuvieron como propósito establecer la repercusión de la ilustración monetaria en la cancelación del IGV en una corporación del Rímac. Para lo cual emplearon una metodología aplicada, nivel explicativo, enfoque cuantitativo y como diseño se consideró no experimental-transversal, considerando a 30 comerciantes del rubro de venta calzado como muestra. El instrumento empleado fue el cuestionario, del cual se obtuvo como resultado que el 66.7% de los encuestados casi siempre pagan sus impuestos por obligación, el 26.7% señala que son las propias industrias quienes se encargan de cobrar el IGV. Asimismo, se evidencia una significancia de 0.054 entre variables, con lo cual se acepta la hipótesis nula. Finiquitando que ilustración monetaria no repercute en la cancelación del IGV.

Mamani (2021) en su investigación se dedicó a evaluar y determinar la manera en que la erudición de impuestos influye en el cobro de los mismos en el emporio central de Ilave. Su tipología fue básica, descriptiva, mientras que su diseño corresponde al no experimental, su enfoque se considera cuantitativo y su método fue correlacional, la muestra por su parte estuvo compuesta por 88 comerciantes registrados. Los resultados muestran una significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación de 0.598 entre variables, mientras que el cumplimiento muestra un coeficiente de 0.541 y las obligaciones 0.713 en relación con el cobro fiscal. Finiquitando que, las constantes de estudio guardan correlación entre sí.

Torres y Pizango (2022) en su estudio tuvieron el propósito de instituir el vínculo entre la educación y el cobro fiscal en un emporio de Callería, para lo cual desarrollaron una metodología básica, no experimental y causal, considerando como muestra a 50 comerciantes, haciendo uso del cuestionario. Los hallazgos obtenidos fueron que el 42% cuentan con una cultura tributaria mala generando una baja recaudación de impuestos; además, el p fue de 0.000 y como coeficiente se tuvo un 0.832 entre variables. Por otro lado, los hábitos de cumplimiento se relacionan con un 0.945, mientras que la conciencia tributaria hace lo mismo obteniendo 0.490 como coeficiente. Concluyendo con la demostración de un vínculo entre las materias de estudio.

1.1.3. Antecedentes locales

Pizarro (2019) en su tesis buscó encontrar la incidencia de cultura tributaria en la evasión del impuesto general a las ventas, aplicando una sistemática cuantitativa, descriptiva, no experimental y transversal, considerando a 289 financieros de baja escala como participantes. Sus resultados muestran que estos últimos son indiferentes (41.17%) frente al nivel de cultura tributaria que poseen, mientras que el 30.10% se muestran en desacuerdo; por otro lado, el 44.63% no se percatan sobre los regímenes fiscales, indicando una falta de conocimiento. Se consume que los financieros no acatan sus responsabilidades debido a una inexistencia de cultura.

Estrada y Santamaría (2022) en su pesquisa tuvieron como propósito desarrollar un ejemplar de educación fiscal para fomentar la cobranza del IGV en Lambayeque. Para lo cual emplearon una metodología descriptiva, cuantitativa, propositiva y no experimental, donde los participantes fueron 213 comerciantes y las técnicas desarrolladas fueron la encuesta y el análisis documental. Entre los hallazgos se demuestra que hay un entendimiento inferior sobre la cobranza como consecuencia de una escasa cultura tributaria. Además, el 44% de encuestados afirman conocer las obligaciones tributarias, mientras que el 53% no manejan una buena erudición fiscal. Finiquitando que, mediante el instrumento aplicado se consiguió conocer el nivel de cultura que poseen los vendedores referentes a la recaudación del IGV.

Bustamante y Leiva (2022) en su investigación se enfocaron en instaurar el grado de erudición fiscal y la ligadura con el recaudo de impuestos en una feria, por ello, su estudio fue descriptivo, cuantitativo, no experimental y correlacional, mientras que el diseño se consideró no experimental. Respecto a los partícipes 92 comerciantes quienes respondieron a una serie de preguntas en una encuesta elaborada por los investigadores. Obteniendo como hallazgos un bajo nivel de cultura (54%), el recaudo se encuentra en el mismo nivel con un 59%. También, se logró una significancia de 0.000 con un coeficiente de 0.745 entre variables. Concluyendo con la presencia de una ligadura entre la erudición y el recaudo fiscal.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Cultura tributaria

Definiciones

Se entiende como toda conducta que adopta cada persona para cumplir con sus deberes tributarios teniendo en cuenta sus principios y respetando tanto a la normatividad como a la población en conjunto; es así como, no solo beneficia al sistema tributario en su funcionamiento, sino que también repercute en la calidad de los servicios públicos y el desarrollo socioeconómico al garantizar una recaudación que respalde el gasto gubernamental en áreas clave como educación, salud e infraestructura (Neira, 2019)

También, es considerado como el deber de cada ciudadano al contribuir con su nación económicamente, manteniendo un comportamiento sensato provocado por la seguridad de que el Estado maneja todos los tributos recolectados en obras de carácter social, cumpliendo con su finalidad presupuestaria, lo cual garantiza que las contribuciones económicas se conviertan en inversiones destinadas a mejorar la calidad de vida de la población (Paredes y Narváez, 2019).

Características

De acuerdo con Neira (2019) los impuestos son recaudados bajo ciertos correctivos hacia los contribuyentes, es así como, la cultura tributaria atiende a las siguientes características.

- a) Coactivo porque las autoridades imponen los tributos de manera concreta.
- b) Pecuniario ya que todo va destinado a la moneda de cada nación,
- c) Contributivo porque favorece al financiamiento de los diferentes servicios que ofrece el Estado.

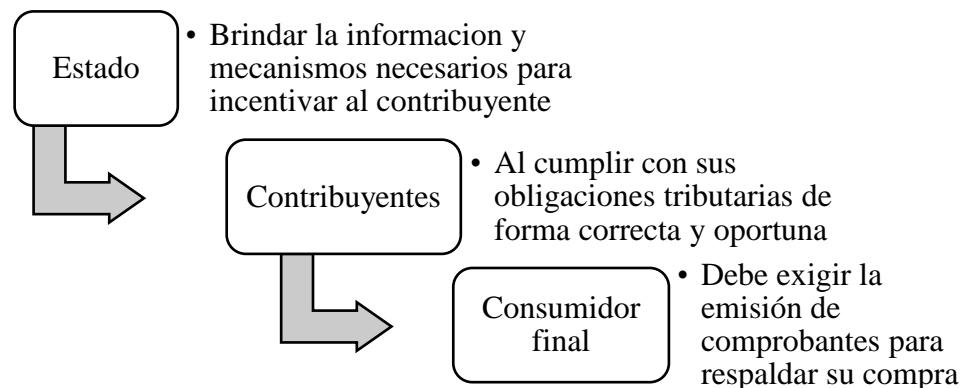
Responsables

Para Paredes y Narváez (2019) la cultura tributaria es un mecanismo que sirve para evitar los delitos tributarios ya que, es infalible poder comprender que el dinero que se recauda le corresponde a la población; demostrándose que, los tributos resultan ser necesarios a

recaudarse puesto que el estado actúa como administrador de los recursos. Y responsabiliza a:

Figura 1

Responsables de la cultura tributaria



Nota: Obtenido de Paredes y Narváez (2019).

Educación tributaria

Agregado a lo anterior, un factor importante que se encuentra relacionado a la cultura tributaria es la educación que toda persona sobre temas tributarios, dado que, es el medio por el cual los ciudadanos logran entender que su aporte hacia las entidades encargadas de recaudar los impuestos resulta importante para que su Gobierno pueda invertir esos fondos en diferentes obras que contribuyan con la mejora de los diversos sectores del país. Por ello, resulta necesario que tanto colegios como universidades incentiven este tipo de educación en sus estudiantes con el propósito de que cada uno de ellos entienda lo significativo que es efectuar sus deberes fiscales generando el bienestar de la sociedad (Martínez, 2020). En tal sentido, es recomendable implementar programas educativos donde los estudiantes puedan promover la conciencia y cultura fiscal buscando que en el futuro logran cumplir responsable y honestamente con cada una de sus obligaciones como contribuyente, ya que mediante el proceso educativo podrán captar fácilmente los valores y conservación de la identidad cultural (Bordones, 2019).

Dimensiones

X1: Conocimiento tributario

Radica en el entendimiento que debe tener cada ciudadano sobre la información relacionada al sistema tributario como los límites de ingresos, libros y registros contables, sanciones tributarias, etc. Lo cual servirá de apoyo para un buen manejo de tributos; por ello, los gobiernos se encuentran en la obligación de brindar información transparente respecto a estos temas (Coronel et al., 2021).

Información tributaria

Es responsabilidad de cada Gobierno, manifestar información tributaria a cada ciudadano respecto a los ingresos que alcanzaron a recaudarse incentivando el compromiso voluntario y responsable del pago de impuestos por parte del contribuyente (Coronel et al., 2021).

Compromiso en el pago

Es necesario realizar un trabajo en grupo donde todos los contribuyentes sepan la responsabilidad del proceso desde el pago de tributos hasta la recaudación; de modo que, tengan el compromiso de apoyar al Estado mejorando la situación actual (Herrera et al., 2021).

X2: Valores tributarios

Posibilita la identificación sobre aquellas pautas que han sido determinadas por la sociedad con el propósito de lograr una convivencia en conjunto lo cual implica aspectos culturales, honestos, comunitarios y afectuosos; de este modo, incorporar los valores en la educación tributaria implica enseñar sobre la importancia de contribuir al bienestar colectivo a través del pago de impuestos, fomentando una actitud responsable y comprometida con la comunidad (Moreno et al., 2022).

Transparencia de información

Es considerada como una herramienta empleada por cualquier organización, ya que expone la información sin tener la necesidad de ser modificada, evitando la presencia de

prácticas corruptas, no obstante, sólo se obtiene transparencia con sistemas que mejoren la eficiencia de los recursos y datos operativos (Moreno et al., 2022).

Pago voluntario de impuestos

El pago de tributos es una obligación que el contribuyente tiene con el estado, por lo cual debe cumplirse antes de la fecha de vencimiento determinada para cada empresa en particular; no obstante, dicho cumplimiento debe darse de manera voluntaria (Ariazola, 2021).

Cumplimiento del cronograma de vencimiento

Todo contribuyente tiene la obligación de revisar la fecha máxima de vencimiento para presentar sus declaraciones y cancelar sus impuestos mensualmente según el último número de su RUC (MEF, 2023).

X3: Actitudes tributarias

Se interpretan como aquel conjunto de principios mediante los cuales puede establecerse las intenciones del comportamiento tributario ya sea mediante el cumplimiento de las obligaciones o la evasión fiscal, reflejando de esta manera acciones positivas en los contribuyentes; asimismo, estas actitudes no solo fortalecen la relación entre el individuo y el sistema tributario, sino que también contribuyen al bienestar colectivo al respaldar la sostenibilidad de los servicios públicos y el funcionamiento del Estado (Herbas y Gonzáles, 2020).

Actos de corrupción

Esto se presenta cuando una empresa cuenta con un ambiente corrupto, es motivo para que los contribuyentes subestimen las consecuencias que pueden presentarse en caso sean descubiertos generando una desconfianza social entre la Administración Tributaria y la empresa (Herbas y Gonzáles, 2020).

Formalidad en el pago

Para las compañías, contar con un conjunto de trabajo decente es fuertemente importante, debido a que su ética va de la mano con la obligación de dar fe estatal repercutiendo en

la confianza hacia el encargado de realizar la declaración jurada mensual/anual (Hernández et al., 2019).

1.2.2. Recaudación del IGV

Definiciones

Esta denominación se debe a que las maneras de gravar el gasto provienen del pausado progreso referido a un solo impuesto por encima de artículos específicos, con el tiempo se desarrolló en todas las ventas y en todos los productos, posterior a ello, se incluyó en la prestación de servicios para finalmente incluirse en cada fase productiva (Villanueva, 2021).

El impuesto sobre las ventas es, de hecho, una de las principales fuentes de ingresos para los distintos niveles de gobierno; además, se destaca como uno de los impuestos más significativos y relevantes que afectan a las comunidades; asimismo, es aplicada a bienes y servicios, generando un ingreso crucial para los gobiernos (Baker, Johson, & Kueng, 2021).

El Impuesto General a las Ventas grava varias operaciones: la venta de bienes muebles en el país, la prestación o uso de servicios dentro del país, los contratos de construcción y la primera venta de inmuebles realizada por los constructores; además, se incluye la venta posterior de esos inmuebles realizada por empresas vinculadas al constructor, siempre y cuando el inmueble haya sido adquirido directamente de estas empresas o de aquellas que estén económicamente relacionadas con el constructor original (Código Tributario, 2022).

Cálculo

En relación al Impuesto General a las Ventas, se calcula restando el impuesto bruto del crédito fiscal del período. Si el crédito fiscal excede al impuesto bruto, se genera un saldo a favor. Sin embargo, si se declara un saldo a favor y corresponde presentar un tributo resultante, la multa aplicada será la suma del 50% del tributo calculado incorrectamente y el 50% del monto declarado erróneamente como saldo a favor (Código Tributario, 2022).

Declaración y pago

La declaración y el pago del Impuesto deben realizarse de manera simultánea según las condiciones y disposiciones establecidas por la SUNAT, dentro del mes calendario siguiente al período tributario correspondiente. En caso de que la declaración y el pago no se efectúen simultáneamente, la SUNAT aceptará la declaración o el pago por separado; no obstante, impondrá intereses y/o sanciones por la omisión y, si es pertinente, procederá a la cobranza forzosa del Impuesto omitido siguiendo el procedimiento establecido en la normativa fiscal (TUO, 2022).

Recaudación

La Administración Tributaria tiene la responsabilidad de recaudar impuestos, y puede hacerlo contratando los servicios de entidades como instituciones bancarias o financieras para recibir los pagos correspondientes a las deudas tributarias que están bajo su administración. Estos acuerdos pueden incluir la autorización para recibir y manejar declaraciones u otros documentos relacionados con los impuestos que son dirigidos a dicha institución. Esta colaboración facilita el proceso de pago para los contribuyentes al brindarles opciones variadas y accesibles, al tiempo que permite a la Administración Tributaria gestionar de manera eficiente la recaudación de impuestos (Código Tributario, 2022).

Exoneración

Actualmente causa un efecto directo en los precios de forma proporcional en los clientes; asimismo, afecta la prestación de servicios ya que beneficia el ahorro de cada usuario; por otra parte, favorece la inversión privada mediante una mejor calidad de vida de cada ciudadano. Además, en el Título II del TUO, explícitamente el quinto artículo señala que es aplicable hacia aquellas empresas del impuesto siempre y cuando se encuentren dentro del giro de su negocio y que exclusivamente realicen actividades inafectas. Por otro lado, respecto a los servicios sólo se considera cuya exoneración tenga como sustento motivos de carácter social, cultural, construcción, inversión o facilitación del comercio exterior (Romero, 2019).

Diseño

Este impuesto está diseñado con la finalidad de mantener una neutralidad a lo largo de las diferentes fases del proceso comercial o productivo. Este impuesto se aplica en cada etapa de la cadena de producción y distribución, pero se espera que sea el consumidor final quien asuma la carga impositiva al adquirir el producto o servicio. Cada participante en la cadena, como los productores, distribuidores o minoristas, agrega el impuesto al valor del bien o servicio, y este incremento se traslada hasta llegar al consumidor final, quien es el responsable último de pagar el IGV al momento de la compra (Escalante, 2019).

Asimismo, la legislación del IGV se mantiene neutral respaldado por diferentes secciones de su propia normativa al momento de determinar un método fiscal; donde este impuesto se cancele al momento de obtener un bienes o servicios, denominado crédito fiscal; el cual puede adjudicarse contra el mismo, generando tareas posteriores realizadas por el contribuyente que pueden llegar a ser gravadas (Escalante, 2019).

Ley del impuesto general a las ventas

Esta ley alude las diversas directrices que se deben tener en cuenta para gravar el IGV en cada transacción de bienes o servicios. Además, menciona que este impuesto es de tipo indirecto debido ya que es el cliente quien soporta el impuesto; también, es plurifásico ya que grava cada una de las etapas que intervienen durante el proceso productivo. Asimismo, señala que para determinar qué país será el encargado de gravar el IGV existen los principios de tributación en país de origen y destino; el primero indica que serán gravados los bienes producidos en el interior del estado, mientras que el segundo señala que serán gravadas las operaciones que hayan sido consumidos en el interior del país (Sandoval, 2019).

Dimensiones

Y1: Nacimiento de la obligación de pagar IGV

Tiene su comienzo en una norma legal y no está propiamente supeditada a la voluntad del acreedor y deudor, es así como, los hechos para determinar su nacimiento, el monto y fecha de vencimiento, se encuentran sometidos al mandato de diversas normas jurídicas (Sandoval, 2019).

Venta de bienes

Se presenta al momento de transferir un producto, es así como, en dicha transferencia no se incluye la transmisión de los tributos que confiere el bien, por lo tanto, no compone la venta para efectos del IGV (Sandoval, 2019).

Retiro de bienes

En este caso el nacimiento de la obligación respecto al pago del IGV se presenta en el momento donde el comprobante de pago es emitido o cuando el bien es retirado, cualquiera de las dos situaciones que se presente primero dará origen a la obligación (SUNAT, 2022).

Prestación de servicios

Se presenta cuando una persona recibe una remuneración por un servicio otorgado, el cual representa una renta de tercera categoría, es así como, se entiende como toda conducta conformada por el contenido de una relación jurídica (Villanueva, 2021).

Y2: Crédito fiscal

Se entiende como un derecho de crédito donde el IGV cancelado por la adquisición de bienes cuando el consumidor es empresario, pueda ser disminuido del IGV obtenido por aquellas actividades donde el impuesto es gravado (Villanueva, 2021).

Requisitos

Sólo se le puede conceder crédito fiscal a las actividades que sean reconocidas como gasto para la empresa o sean destinadas hacia las operaciones por las cuales deba cancelarse el impuesto; asimismo, los comprobantes deben incluir los datos del emisor e inscritos en el registro de compras; además, para que el empresario tenga derecho a utilizar el crédito fiscal, los comprobantes de las adquisiciones deben incluir los datos del emisor y deben estar debidamente registrados en el registro de compras, según lo establecido por las regulaciones tributarias (SUNAT, 2022).

IGV justo

Es considerado como una ganancia del cual las micro y pequeñas compañías pueden sacar provecho, ya que les otorga la facilidad de extender las fechas de pago del IGV hasta un plazo no mayor de 90 días calendario, sin tener en consideración la fecha en la que deben presentar sus declaraciones juradas (Rojas, 2020).

1.3. Bases conceptuales

1) Actitudes

Todo contribuyente debe mantener una actitud positiva en el reconocimiento de los tributos, por el contrario, caerán en situaciones de corrupción (Barberan et al., 2020).

2) Conocimiento

Es toda información básica sobre materia tributaria que adquiere cada persona mediante su formación académica con la finalidad de que se conviertan en buenos contribuyentes (Gonzales, 2019).

3) Cultura

Se encuentra relacionada con la ciudadanía fiscal, ya que permite mantener un punto de vista diferente sobre la fiscalización y la importancia del sostenimiento del Estado (Barberan et al., 2022).

4) Educación

Es considerada como la plataforma mediante la cual se desarrolla la cultura fiscal; por ello, es importante que la sociedad valore el cumplimiento tributario (Gonzales, 2019).

5) IGV

Es uno de los impuestos que se atribuye en la gran mayoría de traspasos de bienes o servicios, por ello, es considerado el que tiene mayor repercusión en cuanto a recaudación (Rojas, 2020).

6) Obligación

Es aquella correspondencia que existe entre un acreedor y deudor tributario partiendo desde las necesidades del Estado, la cual se encuentra salvaguardada por un marco legal (Peña y Núñez, 2021).

7) Recaudo

Consiste en la cobranza de los tributos cancelados por cada empresa de acuerdo al régimen que perteneces, realizado por la unidad organizativa tributaria quien se responsabiliza por ejecutar el cobro respectivo (Barberan et al., 2020).

8) SUNAT

Busca otorgar los recursos suficientes para que los programas estatales puedan desarrollarse con normalidad y fomentar el cumplimiento premeditado de las obligaciones fiscales por cada contribuyente (Barberan et al., 2020).

9) Tributo

Instrumento que traslada recursos del sector particular hacia el sector estatal para luego ser refinanciado en obras de carácter público buscando satisfacer las necesidades de la población (Vega et al., 2020).

10) Valores

Son aquellos principios, virtudes o caracteres que concibe un individuo en relación a la información que deben presentar y el pago de sus impuestos (Rojas, 2020).

Tabla 1*Operacionalización de variables*

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Variable independiente: Cultura tributaria	Conocimiento tributario	Información tributaria	1, 2
		Compromiso en el pago	3, 4
	Valores tributarios	Transparencia de información	5, 6
		Pago voluntario de impuestos	7, 8
		Cumplimiento del cronograma de vencimiento	9, 10
		Actitudes tributarias	11, 12
	Nacimiento de la obligación de pagar IGV	Actos de corrupción	13, 14
		Formalidad en el pago	15, 16
		Venta de bienes	17, 18
		Recaudación de bienes	19, 20
Variable dependiente: Recaudación del IGV	Crédito fiscal	Prestación de servicios	21, 22
		Requisitos	23, 24
		IGV justo	

Nota. Esta tabla muestra cada una de las variables de estudio, incluyendo sus respectivas dimensiones e indicadores.

CAPITULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

1.1. Diseño de contrastación de hipótesis

1.1.1. Tipo

El tipo de la investigación fue básico, porque Ñaupas et al. (2018), indican que contribuye con la realización de estudios aplicados. En este caso, se buscó ampliar el conocimiento teórico y general, determinando la influencia que tiene la cultura tributaria en la recaudación del IGV.

1.1.2. Nivel

Fue considerado como descriptivo – explicativo, según Ñaupas et al. (2018) radica en relatar las especificaciones de un acontecimiento en específico; por lo que el propósito es precisar un campo para su realización; por otra parte, se comprueba la influencia o efecto que tiene una variable sobre otra. De este modo, las causas que conducen a las irregularidades en los participantes fueron relatados a fin de imponer técnicas para reducir las adversidades, generando una prosperidad económica y financieramente.

1.1.3. Enfoque

Fue considerado cuantitativo, el cual se presenta cuando el contenido es medible, contribuyendo a la confirmación de las suposiciones planteadas en el estudio logrando de esta manera llegar a las conclusiones (Ñaupas et al., 2018). Por eso, la técnica numérica fue representada por una encuesta cuyos resultados estuvieron detallados en tablas y figuras que mostrarán las frecuencias de cada constante.

1.1.4. Diseño

Fue no experimental-transversal, el cual analiza un escenario particular sin tener la necesidad de realizar algún tipo de modificación en el desarrollo de cada materia; dicho de otra forma, evalúa los acontecimientos bajo su contexto real. Por otra parte, el corte transversal se refiere a que la información recabada será tomada durante un solo momento (Ñaupas et al., 2018). De esta forma, las variables de estudio fueron evaluadas, con la finalidad de conocer la situación en la que se encuentra cada una.

1.2. Población y muestra

1.2.1. Población

De acuerdo con Ñaupas et al. (2018) representa la totalidad de las unidades de análisis quienes a su vez conforman el conjunto de sujetos que estarán sometidos a investigación, los cuales poseen tipologías y condiciones necesarias para pertenecer a la investigación. Por lo tanto, para fines de la presente indagación, la población estuvo conformada por 346 vendedores de calzado tanto formales como informales que laboran dentro del mercado Modelo.

1.2.2. Muestra

Se define como un subgrupo significativo de la población, el cual proporcionará el contenido necesario para los fines correspondientes; posteriormente, se escoge la técnica para establecer la cantidad que será considerada (Ñaupas et al., 2018). Es así que, se consideró una muestra de 183 comerciantes formales e informales propios del mercado Modelo. Evidenciado en la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N = Es el total de la población = 346

p = 0.50

q = 0.50

Z = Nivel de confianza al 95% = 1.96

e = Error 5% = 0.05

$$n = \frac{(346)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(346 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 183$$

1.3. Técnicas, instrumentos, equipos, materiales

Las primeras se entienden como los métodos y procesos que se aplican para adquirir información, mientras que los instrumentos son los instrumentos para recolectar lo

mencionado anteriormente, los cuales deben de contener validez y credibilidad (Ñaupas et al., 2018). Es así cómo, la técnica aplicada fue encuesta y su pertinente instrumento es el cuestionario, detallado en los siguientes párrafos.

Feria et al. (2020) señala que su desarrollo se da a través de una serie de incógnitas dirigida hacia los participantes, las cuales tienen la particularidad de ser cerradas para un mejor procesamiento de las respuestas; debido a ello, se usó esta técnica para obtener información sobre la percepción de los 183 comerciantes para luego ser analizados e interpretados en los resultados.

El instrumento del cuestionario sirve para adquirir información de fuentes primarias, este consta de preguntas cerradas las cuales deben construirse de acuerdo con el problema y en función a lo que el investigador espera obtener; asimismo, presenta opciones variadas para una mejor respuesta por parte del encuestado (Ñaupas et al., 2018). En este caso se utilizaron dos formularios, uno para cada variable, el de cultura tributaria consta de 14 interrogantes y el de recaudación del IGV tiene 10; los cuales fueron expuestos para los 183 comerciantes siguiendo la base de Likert.

Su validez permite obtener la realidad de lo que se espera calcular en el estudio, lo cual es brindado por la vivencia propia de profesionales (Sánchez et al., 2018). Aquí será realizado bajo el juicio de profesionales especialistas. Por otro lado, su confiabilidad se refiere al rigor de los resultados que arroja el instrumento mediante el cálculo del Alfa de Cronbach (Sánchez et al., 2018). En este caso, fue verificada por el estadístico mencionado realizando un ensayo previo utilizando procesamientos estadísticos.

En tanto, el método estadístico involucra todo el proceso de ejecución de los instrumentos y el tratamiento que reciben para poder dar respuesta a los objetivos trazados en el estudio, en relación a ello se solicitó el consentimiento informado de cada comerciante, realizándose la recolección de datos de manera presencial. Luego se procesaron los datos en Excel, en seguida ser llevadas al SPSS V. 25, de donde se obtuvieron las tablas y figuras, realizándose la estadística inferencial, previo a la obtención de la confiabilidad a través del alfa de Cronbach y el estadístico de la correlación que corresponda.

Posterior a ello, se realizó el análisis de los antecedentes e información que se obtendrá del cuestionario como son la percepción de la cultura tributaria y la recaudación del IGV,

este análisis constó de datos porcentuales que se describirán de acuerdo a las respuestas de los encuestados, los cuales fueron descritos y explicados en los resultados; además de interpretar las tablas de la relación mediante el estadístico correspondiente para determinar si la conexión es alta y significativa o todo lo contrario.

CAPITULO III. RESULTADOS

Fiabilidad

Tabla 2

Cultura tributaria

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,899	14

Nota. Datos obtenidos de la prueba piloto en SPSS. 25.

En la tabla 2 se evidenció que el instrumento mantiene una confiabilidad muy alta con un coeficiente de 0,899

Tabla 3

Recaudación del IGV

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,769	10

Nota. Datos obtenidos de la prueba piloto en SPSS. 25.

En esta parte se evidenció que el instrumento mantiene una confiabilidad muy alta de 0,769 como coeficiente.

Resultados descriptivos

Tabla 4

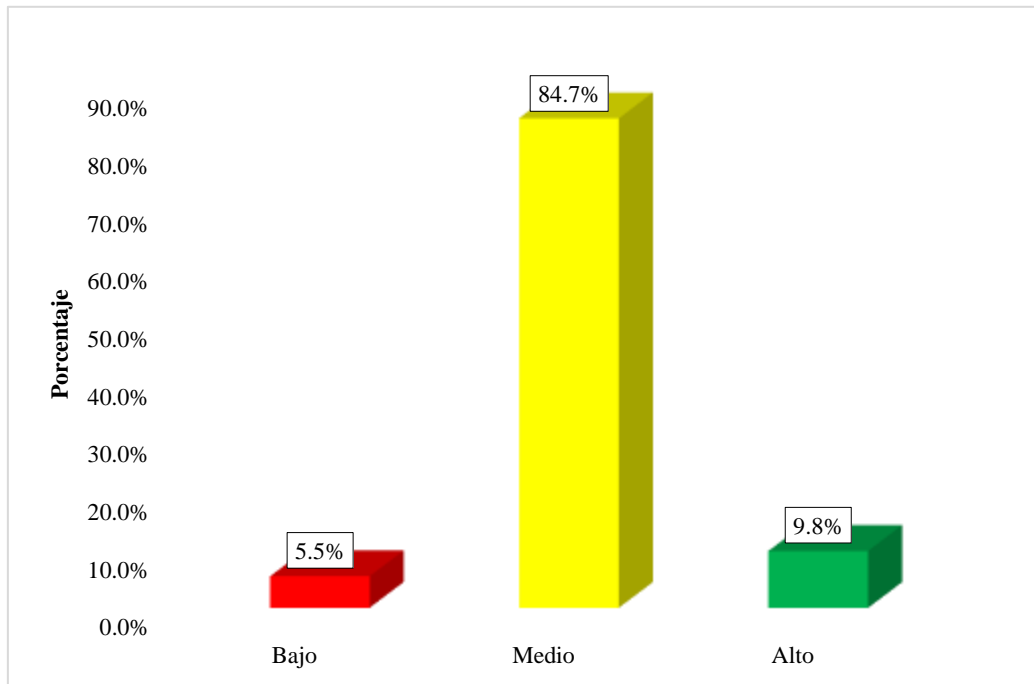
Conocimiento tributario

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	10	5.5%
Medio	155	84.7%
Alto	18	9.8%
Total	183	100.0%

Nota. Elaboración propia por la SPSS. 25

Figura 2

Conocimiento tributario



En las representaciones expuestas sobre el conocimiento tributario, siendo que el 84.7% de los encuestados mencionaron que se localiza en un nivel medio; sin embargo, 5.5% en contraste mostró que esta variable se halla en un nivel bajo; mientras que el 9.8% se conservó en un nivel alto.

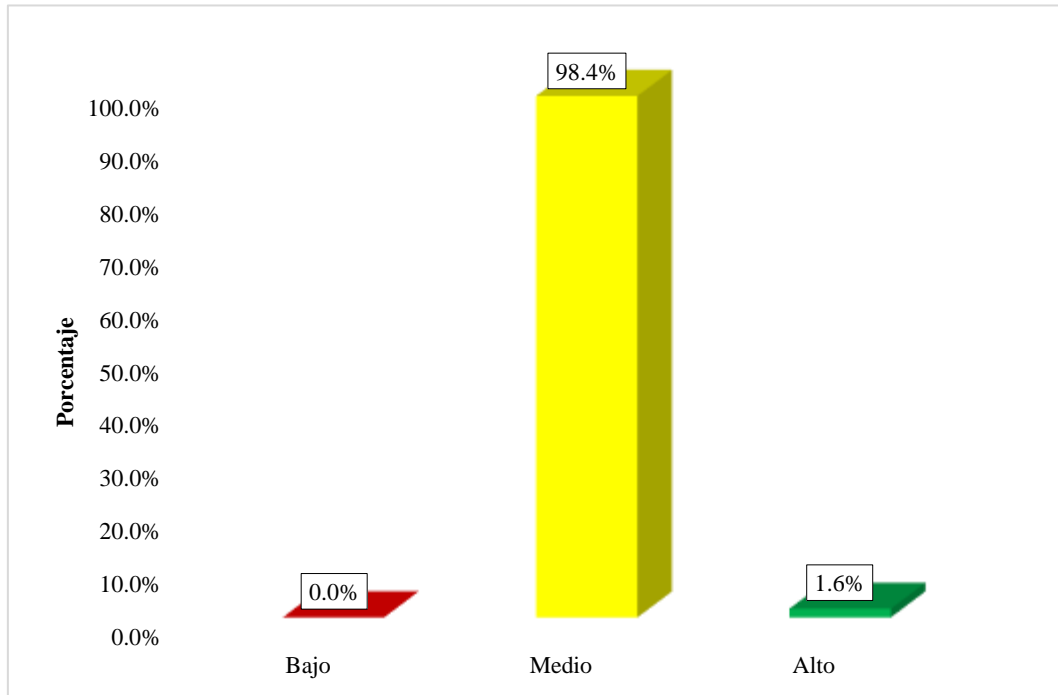
Tabla 5

Valores tributarios

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Medio	180	98.4%
Alto	3	1.6%
Total	183	100.0%

Figura 3

Valores tributarios



En las representaciones sobre la dimensión valores tributarios, siendo que el 98.4% de los encuestados mostraron que este componente se encuentra en un nivel medio; es decir, existe poca transparencia de información, en algunas circunstancias el pago lo realizan de manera voluntaria; además de cumplir con el cronograma de vencimientos; por otro lado, el 1.6% señaló que se encuentra en un nivel alto.

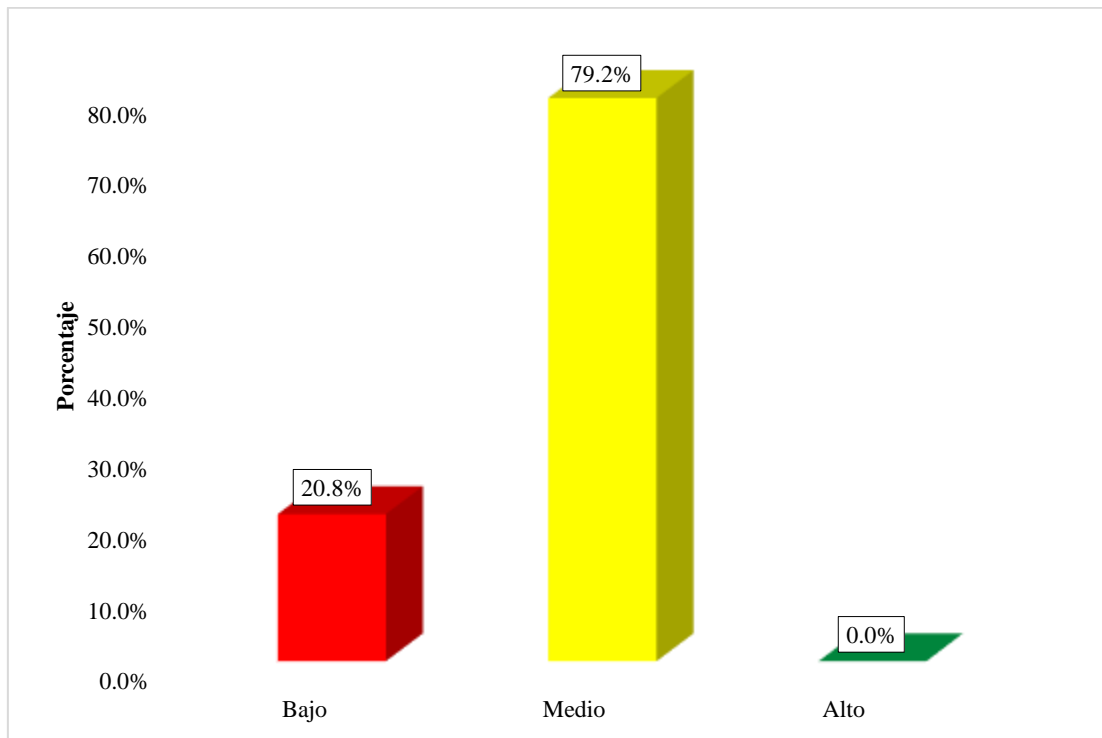
Tabla 6

Actitudes tributarias

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	38	20.8%
Medio	145	79.2%
Alto	0	0.0%
Total	183	100.0%

Figura 4

Actitudes tributarias



En las representaciones sobre la dimensión actitudes tributarias, el 79.2% de los encuestado enseñaron que se localizan en un nivel medio y un 20.8%% marcó que se encuentra en un nivel bajo; es decir, que se evidencia actos de corrupción y por ende no se da una formalidad en los pagos.

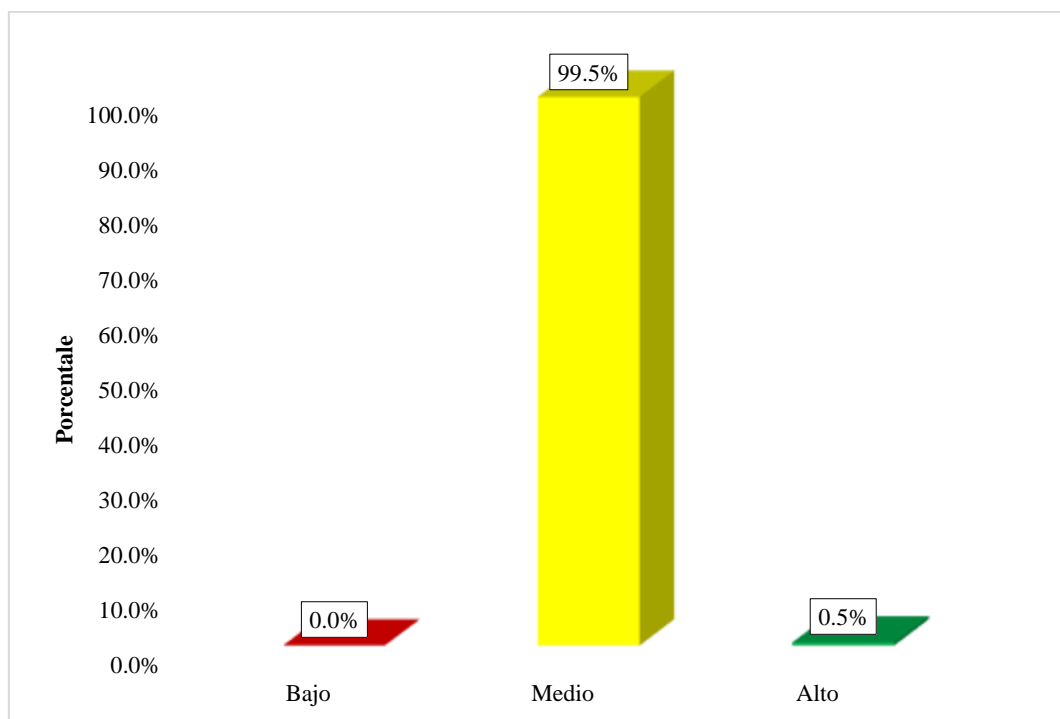
Tabla 7

Cultura tributaria

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Medio	182	99.5%
Alto	1	0.5%
Total	183	100.0%

Figura 5

Cultura tributaria



En cuanto a la dimensión cultura tributaria, siendo que el 99.5% de los encuestados exteriorizaron que se halla en un nivel medio y el 0.5% señaló que se encuentra en un nivel alto, el cual, se debe plantear estrategias, charlas para que pueda mejorar el tema de información sobre tributación.

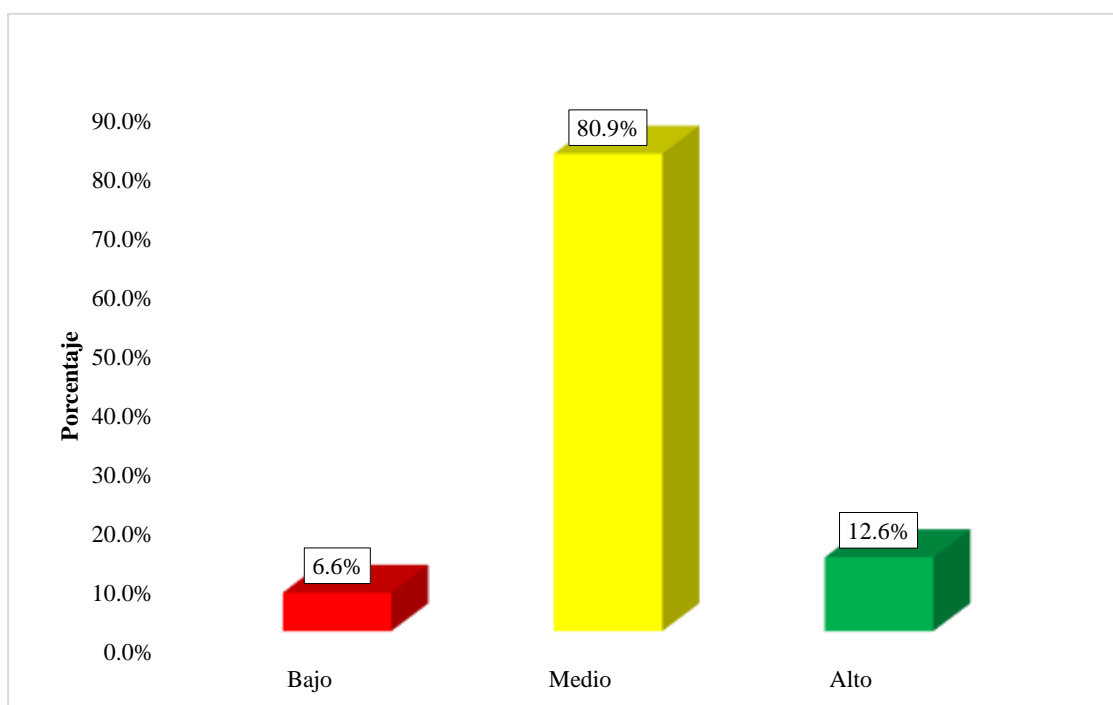
Tabla 8

Nacimiento de la obligación

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	6.6%
Medio	148	80.9%
Alto	23	12.6%
Total	183	100.0%

Figura 6

Nacimiento de la obligación



En las representaciones mostradas sobre el nacimiento de la obligación, siendo que el 80.9% de los encuestados mencionaron que se localiza en un nivel medio; sin embargo, 6.6% en contraposición enseñó que se encuentra en un nivel bajo; el 12.6% se conservó en un nivel alto; esto se debe que si bien los encuestados conocen sobre cómo nace una obligación, aún debe perfeccionarse y evitar que se siga cometiendo evasión.

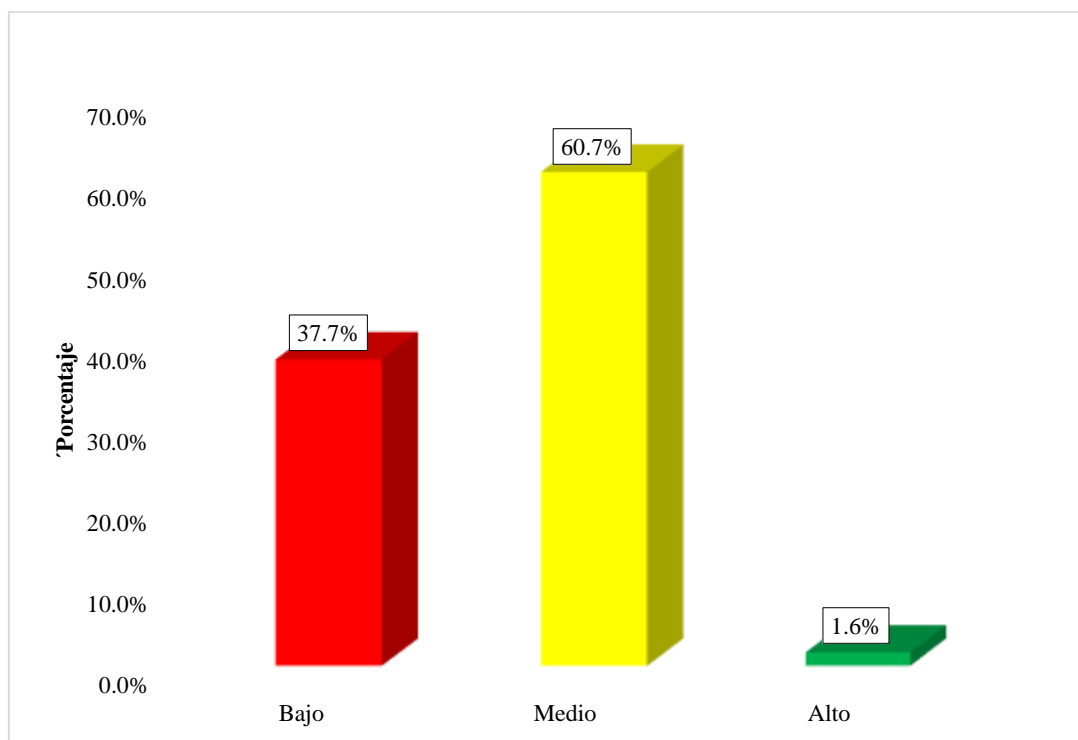
Tabla 9

Crédito fiscal

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	69	37.7%
Medio	111	60.7%
Alto	3	1.6%
Total	183	100.0%

Figura 7

Crédito fiscal



En las representaciones expuestas sobre el crédito fiscal, el 60.7% de los encuestados mencionaron que se localizan en un nivel medio; pero, el 37.7% en contraposición reveló que se localiza en un nivel bajo; mientras que el 1.6% en un nivel alto.

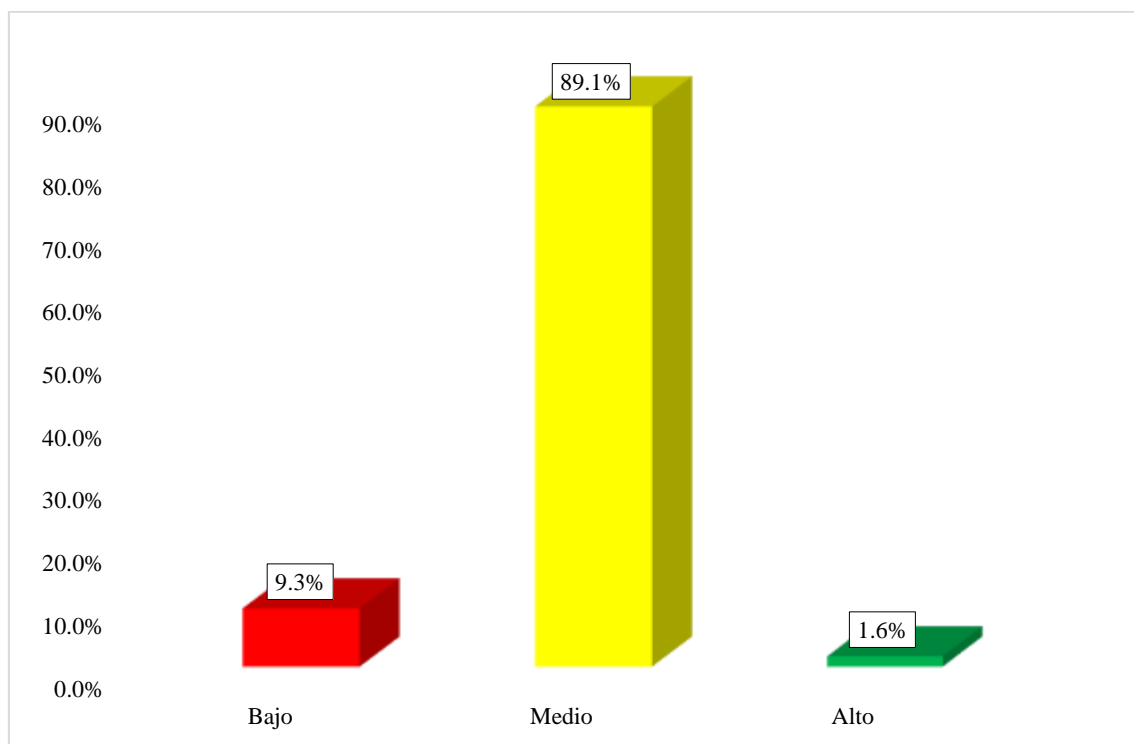
Tabla 10

Recaudación del IGV

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	17	9.3%
Medio	163	89.1%
Alto	3	1.6%
Total	183	100.0%

Figura 8

Recaudación del IGV



En las representaciones mostradas sobre la recaudación del IGV, siendo que el 89.1% de los encuestados mencionaron que se halla en un nivel medio; sin embargo, 9.3% en oposición exteriorizó que se localiza en un nivel bajo; mientras que el 1.6% se mantuvo en un nivel alto sobre la recaudación del IGV.

Resultados obtenidos con relación a los objetivos

Análisis del objetivo general

Determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.

Tabla 11

Resumen del modelo para Cultura tributaria

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,426	,182	,177	3,859

Nota. Obtenido de la encuesta realizada a 183 comerciantes del mercado modelo, Chiclayo 2022

En la tabla 11, se pudo probar un coeficiente de 0.426, lo cual exteriorizó que hubo una influencia positiva de grado moderado; del mismo modo, se observó que, tuvo un coeficiente de determinación de 0.182, lo cual asintió inferir que el 18.2% de la varianza de la cultura tributaria es influenciada por la recaudación del impuesto general a las ventas.

Tabla 12

Modelo de regresión para cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	4,710	3,935		1,197	,233
1 CULTURA TRIBUTARIA	,598	,094	,426	6,343	,000

En la tabla 12, se muestra que existe una influencia, con una significancia valor $P = 0.000$, el cual es inferior al 0.05; de la misma forma, se señaló que hubo un coeficiente estandarizado de 0.426, lo cual muestra que la influencia es positiva.

Análisis del objetivo específico 1

Determinar la influencia del conocimiento tributario en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.

Tabla 13

Resumen del modelo para conocimiento tributario y la recaudación del impuesto general a las ventas

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,527	,278	,274	3,626

Nota. Obtenido de la encuesta realizada a 183 comerciantes del mercado modelo, Chiclayo 2022

En la representación acerca del conocimiento tributario, se pudo demostrar un coeficiente de 0.527, lo cual mostró que tuvo una influencia positiva de grado moderado; de esta

forma, se observó que, hubo un coeficiente de determinación de 0.278, lo cual admitió inferir que el 27.8% de la varianza del conocimiento tributario es influenciada por la recaudación del impuesto general a las ventas.

Tabla 14

Modelo de regresión para conocimiento tributario y la recaudación del impuesto general a las ventas

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	15,109	1,758		8,593	,000
Conocimiento tributario	1,158	,139	,527	8,339	,000

En la tabla 14, se evidenció que existe una influencia entre conocimiento y recaudación, ya que en la significancia se adquirió un valor $P=0.000$, el cual es inferior al 0.05; de esta manera, demostrando que hubo un coeficiente de 0.527, denotando una influencia positiva.

Análisis del objetivo específico 2

Determinar la influencia de los valores tributarios en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.

Tabla 15

Resumen del modelo para Valores tributarios y la recaudación del impuesto general a las ventas

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,258	,067	,061	4,122

Nota. Obtenido de la encuesta realizada a 183 comerciantes del mercado modelo, Chiclayo 2022

En la tabla 15, acerca del modelo de Valores tributarios, se pudo comprobar un coeficiente de 0.258, lo cual mostró que hubo una influencia positiva de grado baja; igualmente, se

observó que, tuvo un coeficiente de determinación de 0.067, lo cual admitió inferir que el 6.7% de la varianza de valores tributarios es influenciada por la recaudación del impuesto general a las ventas

Tabla 16

Modelo de regresión para valores tributarios y la recaudación del impuesto general a las ventas

		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
Modelo		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	15,875	3,833		4,141	,000
	Valores tributarios	,707	,197	,258	3,592	,000

En la tabla 16, se demuestra que existe una influencia entre valores y recaudación, ya que la significancia se logró un valor $P = 0.000$, el cual es inferior al 0.05; también, se manifestó que hubo un coeficiente estandarizado de 0.258, lo cual muestra que la influencia es positiva.

Análisis del objetivo específico 3

Determinar la influencia de las actitudes tributarias en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.

Tabla 17

Resumen del modelo para Actitudes tributarios tributario y la recaudación del impuesto general a las ventas

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,153	,023	,018	4,216

Nota. Obtenido de la encuesta realizada a 183 comerciantes del mercado modelo, Chiclayo 2022

En la tabla 17 del modelo de actitudes tributarias, se pudo demostrar un coeficiente de 0.153, lo cual reveló que hubo una influencia positiva de grado muy baja; también, se observó que, tuvo un coeficiente de determinación de 0.023, lo cual consintió inferir que

el 2.3% de la varianza de las actitudes tributarias es influenciada por la recaudación del impuesto general a las ventas.

Tabla 18

Modelo de regresión para actitudes tributarios y la recaudación del impuesto general a las ventas

		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
Modelo		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	37,166	3,656		10,167	,000
	Actitudes tributarias	,781	,376	,153	2,077	,039

En la tabla 18, se muestra que existe una influencia entre actitud y recaudación, esto se debe a que en la significancia se obtuvo un valor $P= 0.039$, el cual es inferior al 0.05; además, se manifestó que tuvo un coeficiente estandarizado de 0.153, lo cual revela que la influencia es positiva.

CAPITULO IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se tuvo como propósito determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.

Respecto al objetivo general los resultados demostró un coeficiente estandarizado de 0.426 y R cuadrado ajustado del 17.7% de la varianza de cultura tributaria influenciada en la recaudación del impuesto general a las ventas; asimismo, la cultura obtuvo un grado medio (99.5%) y un nivel alto según el 0.05% de participantes; de acuerdo a los hallazgos encontrados, se asemejan a los de Pizarro (2019) quien menciona que el 41.17% de encuestados son indiferentes respecto a temas tributarios, el 30.10% se muestran en desacuerdo; además, que el 44.63% no se percatan sobre los temas fiscales, en conclusión, la falta de cultura tributaria ocasiona que existe evasión. Por su parte, Neira (2019) detalla que el estado es el encargado de administrar los recursos que son recaudados, pero para que el contribuyente efectúe este deber, debe tener noción sobre que son los impuestos, en que se usan y en que les beneficia a ellos. Asimismo, Paredes y Narváez (2019) consideran que el tener cultura tributaria, sirve para evitar los delitos fiscales y para comprender que el dinero recaudado es en beneficio de la población. Por otro lado, Baker et al. (2021) mencionan que el impuesto sobre las ventas representa la mayor fuente de entradas para los diferentes niveles de Gobiernos que existen; además, se considera como el principal impuesto en diferentes comunidades. Por su parte, Romero (2019) detalla que en el Título II del TUO, señala que es aplicable hacia aquellas empresas del impuesto siempre y cuando se encuentren dentro del giro de su negocio y que únicamente realicen actividades inafectas; además, según Escalante (2019) la legislación del IGV se mantiene neutral respaldado por diferentes secciones de su propia normativa al momento de determinar un método fiscal.

En relación al objetivo específico 1 determinar la influencia del conocimiento tributario en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022, se encontró un coeficiente estandarizado de 0.527 y R cuadrado ajustado del 27.8% de la varianza de conocimiento tributario influenciada en la recaudación del impuesto general a las ventas; asimismo, el conocimiento tributario obtuvo un grado medio (84.7%) y un nivel alto según el 9.8% de participantes; de acuerdo a los hallazgos encontrados, se asemejan a lo de Lima (2020) quien en sus resultados

expresa que el 44% poseen un nivel medio de conocimientos, el 45.1% a veces cumplen con sus obligaciones tributarias, mientras que el 88% detalla estar dispuesto en recibir capacitaciones; es decir, existe un nivel deficiente sobre los temas tributarios, herramientas fiscales y sobre declarar los tributos. Por su parte, Albuja y Balseca (2022) en su estudio menciona que el 90.78% tienen compromisos pendientes por cancelar y el 57.45% apenas tienen noción sobre la normativa vigente; es decir, que se debe fortalecer los medios para brindar información fiscal, con el objetivo de evitar la existencia de eludir los impuestos. Ya que de acuerdo a lo que indica Coronel et al. (2021) el conocimiento tributario radica en el entendimiento que debe tener cada ciudadano sobre la información relacionada al sistema tributario; además, menciona que es compromiso de cada Gobierno, revelar información tributaria a cada ciudadano en relación a los ingresos que lograron recaudarse; con el propósito de incentivar el compromiso y el pago de los impuestos. Asimismo, Herrera et al. (2021) alude que es importante efectuar un trabajo grupal, es decir, donde le contribuyente sepa la responsabilidad del proceso desde el pago de tributos hasta la recaudación.

Según el objetivo específico 2 determinar la influencia de los valores tributarios en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022. se encontró un coeficiente estandarizado de 0.258 y R cuadrado ajustado del 67% de la varianza de valores tributarios influenciada en la recaudación del impuesto general a las ventas; asimismo, el valor tributario obtuvo un grado medio (98.4%) y un nivel alto según el 1.6% de participantes; de acuerdo a los hallazgos encontrados Mamani (2021) expresa una correlación de 0.598 entre valores y recaudación; es decir, el no conocer sobre el sistema tributario, esto influye de manera negativa en la recaudación; asimismo, el cumplimiento muestra un coeficiente de 0.541 y las obligaciones 0.713; es decir, existe correlación entre sí; por su parte, Bustamante y Leiva (2022) obtuvieron una significancia de 0.000 con un coeficiente de 0.74% entre las variables, concluyendo con la presencia de una ligadura entre la erudición y el recaudo fiscal. Por su parte, Moreno et al. (2022) mencionan que los valores tributarios implican aspectos culturales, comunitarios y afectuosos; además, la transparencia de información es un método utilizado para exponer la documentación, con el fin de evitar la presencia de prácticas corruptas; por el contrario, Ariazola (2021) alude que el contribuyente al tener transparencia en la información, se sienten seguro y esto hace que cumpla con efectuar sus pagos sin necesidad de efectuarlo por presión.

Finalmente, el objetivo específico 3 determinar la influencia de las actitudes tributarias en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022, se encontró un coeficiente estandarizado de 0.153 y R^2 ajustado del 18% de la varianza de actitudes tributarios influenciada en la recaudación del impuesto general a las ventas; asimismo, actitudes tributarias obtuvo un grado medio (79.2%) y un nivel bajo según el 20.8% de participantes. De acuerdo a Huamán y Quispe (2020) mencionan que el 66.7% de encuestados casi siempre pagan sus tributos por presión y el 26.7% señala que son las propias industrias quienes se encargan de cobrar el IGV; asimismo, encontró que una significancia de 0.054 entre variables; por su parte, Torres y Pizango (2022) detallan que el no tener conocimiento sobre cultura tributaria genera que las actitudes de los contribuyentes no sean las adecuadas, por ende, exista una baja recaudación de impuestos. Tal como lo menciona Herbas y Gonzáles (2020) las actitudes tributarias son un conjunto de principios mediante los cuales puede instituir las intenciones del comportamiento tributario ya sea a través del cumplimiento de las obligaciones o la evasión fiscal. Además, los actos de corrupción generan que el contribuyente tenga desconfianza y una actitud negativa frente a la administración tributaria.

CONCLUSIONES

1. Respecto al objetivo general, el cual planteó Determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022, los resultados demostraron un coeficiente estandarizado de 0.426 y R cuadrado ajustado del 17.7% de la varianza de cultura tributaria influenciada en la recaudación del impuesto general a las ventas; asimismo, el nivel de cultura tributaria fue medio en 99.5 %; lo que significa que los comerciantes carecen de conocimientos relacionados al sistema tributario; asimismo, que no les brindan información relacionada al impuesto general a las ventas y la falta de transparencia provoca que se tenga una perspectiva negativa sobre el recurso recaudado.
2. En relación al objetivo específico 1 determinar la influencia del conocimiento tributario en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022, se encontró un coeficiente estandarizado de 0.527 y R cuadrado ajustado del 27.8% de la varianza de conocimiento tributario influenciada en la recaudación del impuesto general a las ventas; asimismo, el conocimiento tributario obtuvo un grado medio (84.7%); lo que significa que carecen de capacitaciones o información sobre normas legales; asimismo, que no se realizan actividades didácticas para que sepan la importancia de cumplir con sus obligaciones.
3. En relación al objetivo específico 2 determinar la influencia de los valores tributarios en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022. se encontró un coeficiente estandarizado de 0.258 y R cuadrado ajustado del 67% de la varianza de valores tributarios influenciada en la recaudación del impuesto general a las ventas; asimismo, el valor tributario obtuvo un grado medio (98.4%); lo que significa que carecen de valores como la honestidad o compromiso, tanto por parte de los comerciantes como de la propia entidad; ya que si existe una transparencia en la información de lo que se hace y lo que se recauda, pueda existir una seguridad de que cancelar los tributos tendrá un buen uso.
4. En relación al objetivo específico 3 determinar la influencia de las actitudes tributarias en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de

calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022, se encontró un coeficiente estandarizado de 0.153 y R cuadrado ajustado del 18% de la varianza de actitudes tributarios influenciada en la recaudación del impuesto general a las ventas; asimismo, actitudes tributarias obtuvo un grado medio (79.2%); lo que significa que los comerciantes están teniendo acciones negativas frente a sus obligaciones fiscales.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la SUNAT desarrollar programas de capacitación interactivos mediante plataformas digitales y sesiones presenciales que aborden temas tributarios claves con las herramientas específicas y actualizadas para todo tipo de contribuyente; asimismo, se recomienda a los comerciantes participar regularmente en estos programas con el fin de comprender mejor sus deberes tributarios y las implicaciones de su cumplimiento.
2. Se sugiere a la SUNAT, brindar un material educativo, detallado y práctico que incluya recursos claros y simples como guías o vídeos donde se ilustren las normativas tributarias, plazos de pago y sanciones; de igual forma, se sugiere a los comerciantes buscar asesoría especializada en expertos fiscales para obtener información detallada y personalizada sobre sus obligaciones tributarias.
3. Se recomienda a la SUNAT trabajar con instituciones educativas para introducir programas que inculquen valores sobre la responsabilidad fiscal y solidaridad desde edades tempranas; del mismo modo, se recomienda a los comerciantes adoptar los valores tributarios necesarios como parte integral en sus políticas corporativas.
4. Se sugiere a la SUNAT facilitar los procedimientos de registro y proporcionar información clara sobre exenciones y beneficios fiscales disponibles para motivar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias en los contribuyentes; asimismo, se sugiere a los comerciantes adoptar una actitud proactiva mostrando disposición para pagar impuestos con precisión y puntualidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Albuja, C., & Balseca, J. (2022). *Análisis de la cultura tributaria del comercio informal en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil [Tesis de pregrado]*. Guayaquil: Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59975>
- Andrade, M., & Cevallos, K. (2020). Cultura tributaria en el Ecuador y la sostenibilidad fiscal. *Revista Eruditus*, 1(1), 49-62. Obtenido de <https://doi.org/10.35290/re.v1n1.2020.290>
- Andrade, M., & Cevallos, K. (2020). Cultura tributaria en el Ecuador y la sostenibilidad fiscal. *Revista Eruditus*, 1(1), 49-62. doi:<https://doi.org/10.35290/re.v1n1.2020.290>
- Ariazola, A. (2021). Propuestas para incrementar la recaudación tributaria. *Revista Advocatus*(40), 57-69. Obtenido de <https://doi.org/10.26439/advocatus2021.n040.5284>
- Baker, S., Johson, S., & Kueng, L. (2021). Shopping for Lower Sales Tax Rates. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 13(3), 209-250. Obtenido de <https://doi.org/10.1257/mac.20190026>
- Barberan, N., Bastidas, T., Santillán, R., Manosalvas, C., & Peña, M. (2020). Factores que inciden en la intención del cumplimiento tributario de las microempresas. *Revista Espacios*, 41(8), 1-12. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n08/a20v41n08p19.pdf>
- Barberan, N., Santillán, R., Bastidas, T., & Peña, M. (2022). Comportamiento tributario de microempresas en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 666-679. Obtenido de <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.18>
- Bordones, J. (2019). Estrategia de concientización para la formación tributaria de los estudiantes de bachillerato en Venezuela. *Revista Enfoques*, 3(9), 32-48. Obtenido de <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i9.52>
- Bustamante, H., & Leiva, E. (2022). *Cultura Tributaria y la recaudación de impuestos en el Mercado “AZ”, Chiclayo*. Chiclayo: Repositorio Institucional de la

- Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/101063>
- Cabrera, M., Sánchez, M., Cachay, L., & Rosas, C. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 204-218. Obtenido de <https://doi.org/10.31876/rsc.v27i.36503>
- Coronel, L., Lozada, L., & Oblitas, R. (2021). Cultura tributaria y el cumplimiento del pago del IGV de los microempresarios de la Urb. Mirasol II, Jaén - 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, V(6), 10514-10533. Obtenido de https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1094
- Escalante, G. (2019). La neutralidad del Impuesto General a las Ventas en el desarrollo de proyectos bajo la modalidad de obras por Impuestos. *Revista Illustro*, 10, 52-67. Obtenido de <https://doi.org/10.36901/illustro.v10i0.1199>
- Estrada, M., & Santamaría, C. (2022). *Cultura tributaria para incrementar la recaudación del impuesto general a las ventas en comerciantes del distrito de Lambayeque, 2021 [Tesis de pregrado]*. Pimentel: Repositorio Institucional de la Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/10344>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(3), 62-79. Obtenido de <http://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>
- Gonzales, S. (2019). Cultura tributaria y recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los contribuyentes del Mercado Minorista de Pucallpa. *Revista Balance's*, 6(8), 20-27. Obtenido de <https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/158/139>
- Herbas, B., & Gonzáles, E. (2020). Análisis de las causas del cumplimiento y evasión tributaria: Evidencia de Bolivia. *Revista Perspectivas*(46), 119-184. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332020000200006&script=sci_abstract&tlng=es
- Hernández, C., Losada, N., & Orozco, D. (2019). La influencia de la contabilidad creativa en la ética profesional del contador público. *Revista de Investigación, Desarrollo*

e *Innovación*, X(1), 53-65. Obtenido de <https://doi.org/10.19053/20278306.v10.n1.2019.10011>

Herrera, M., Casanova, C., Silva, G., & Párraga, P. (2021). Cultura Tributaria a través de la formación contable para pequeñas y medianas empresas en Ecuador. *Revista de Estudios Empresariales y Empresariales*, 1-17. Obtenido de <https://www.journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/260>

Hinojosa, C. (2019). Cultura tributaria para el incremento de los ingresos a los comerciantes del mercado s comerciantes del mercado. *Revista de Investigación Científica UNTRM: Ciencias Sociales y Humanidades*, 2(1), 22-26. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.25127/rcsh.20192.463>

Huamán, B., & Quispe, E. (2020). *La cultura tributaria incide en el pago del impuesto general a las ventas en la Asociación Virrey Amat Rímac- Lima- 2019 [Tesis de pregrado]*. Lima: Repositorio Institucional de la Universidad Peruana de las Américas. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1416>

Lima, J. (2020). *La incidencia de la cultura tributaria en la recaudación de impuestos de IVA y renta en la ciudad de Tulcán [Tesis de pregrado]*. Tulcán: Repositorio Institucional de la Universidad Regional Autónoma de los Andes. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/12085>

Mamani, Y. (2021). *Cultura tributaria y su influencia en la recaudación de impuestos en los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Ilave. Puno 2020 [Tesis de pregrado]*. Callao: Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/66476>

Manrique, J., & Narváez, J. (2020). Niveles de recaudación tributaria e inversión pública a nivel departamental en el Perú, 2008 - 2017. *Revista Ciencia UNEMI*, 13(33), 108-119. Obtenido de <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol13iss33.2020pp108-119p>

Martínez, C. (2020). La cultura tributaria como medida para elevar los niveles de recaudación de impuestos en Panamá. *Revista FAECO Sapiens*, 3(2), 1-12. Obtenido de <https://doi.org/10.48204/j.faeco.v3n2a1>

- Martínez, C. (2020). La cultura tributaria como medida para elevar los niveles de recaudación de impuestos en Panamá. *Revista FAECO Sapiens*, 3(2), 1-12. Obtenido de <https://doi.org/10.48204/j.faeco.v3n2a1>
- MEF. (20 de Marzo de 2023). *Cronograma de obligaciones mensuales 2023*. Obtenido de Cronograma de obligaciones mensuales 2023: <http://bit.ly/42BNISS>
- Morales, M., Echeverría, L., Huerta, B., & Quinto, E. (2019). Cultura Tributaria en Hermosillo, Sonora, México. *Biolex Revista Jurídica del Departamento de Derecho*, 11(21), 63-80. Obtenido de <https://doi.org/10.36796/biolex.v21i0.157>
- Moreno, A., Porporato, M., & Gajindranath, M. (2022). Transparencia y corrupción: Rol del habitus en las disputas por el poder. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(1), 334-351. Obtenido de <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37695>
- Neira, M. (2019). The tax culture in the collection of taxes. *Revista Polo del Conocimiento*, 4(8), 203-212. doi:10.23857/pc.v4i8.1055
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (Quinta ed.). Bogotá - México DF: Editorial de la U. Obtenido de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>
- Paredes, R., & Narváez, A. (2019). *Conocimientos básicos de tributación y cultura tributaria en el Perú*. Universidad Privada Antenor Orrego: Trujillo. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1JF1CtbCj3WSQ4ZS05Nd7c-FZYLPJ4dAX/view>
- Peña, M., & Núñez, C. (2021). Cultura Tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el sector comercio de Pucallpa, Perú. *Revista Hechos Contables*, 1(2), 51-62. Obtenido de <https://doi.org/10.52936/rhc.v1i2.76>
- Pizzarro, C. (2019). *La cultura tributaria y su incidencia en la evasión del IGV en las micro y pequeñas empresas del mercado modelo de Chiclayo 2019 [Tesis de pregrado]*. Chiclayo: Repositorio Institucional de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/13179>

- Rojas, N. (2020). IGV justo y la liquidez en una empresa de servicios, Lima 2017. *INNOVA Research Journal*, 5(1), 129-137. Obtenido de <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1020>
- Romero, R. (2019). Exoneraciones del impuesto general a las ventas interno de la Ley N° 27037 y su incidencia en los consumidores de Ucayali, 2017. *Revista de Investigación Científica Cultura Viva Amazónica*, 3(2), 83-88. Obtenido de <https://doi.org/10.37292/riccva.v3i02.112>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima: Universidad Ricardo Palma. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1480?show=full>
- Sandoval, D. (2019). Camino a la actualización tributaria del comercio digital: una revisión al Impuesto General a las Ventas. *Revista Lidera*(14), 6-10. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/23639>
- SUNAT. (16 de Enero de 2022). *Impuesto General a las Ventas*. Obtenido de Impuesto General a las Ventas: <https://www.gob.pe/7910-impuesto-general-a-las-ventas-igv>
- Torres, P., & Pizango, R. (2022). *Cultura tributaria y recaudación de Impuestos de los Comerciantes del Mercado Mayorista del Distrito de Callería 2022 [Tesis de pregrado]*. Pucallpa: Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali. Obtenido de <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/5990>
- Vega, F., Brito, L., Apolo, N., & Sotomayor, J. (2020). Influencia de la recaudación fiscal en el valor agregado bruto de los cantones de la provincia de El Oro (Ecuador), para el periodo 2007-2017. *Revista Espacios*, XLI(15), 1-13. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n15/a20v41n15p15.pdf>
- Villanueva, W. (2021). Conceptos fundamentales del Impuesto General a las Ventas. *Revista Derecho y Sociedad*(56), 1-21. Obtenido de <https://doi.org/10.18800/dys.202101.006>

ANEXOS

Anexo N° 01: Matriz de consistencia

Tabla 19

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables
Principal	General	General	
¿Cuál es la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022?	Determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.	La cultura tributaria influye significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.	Variable independiente Cultura tributaria Dimensión 1: Conocimiento tributario Dimensión 2: Valores tributarios Dimensión 3: Actitudes tributarias
Específicos	Específicos	Específicas	
¿Cuál es la influencia del conocimiento tributario en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022?	Determinar la influencia del conocimiento tributario en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.	El conocimiento tributario influye significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.	
¿Cuál es la influencia de los valores tributarios en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022?	Determinar la influencia de los valores tributarios en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.	Los valores tributarios influyen significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.	Variable dependiente Recaudación del IGV Dimensión 1: Nacimiento de la obligación de pagar IGV Dimensión 2: Crédito fiscal
¿Cuál es la influencia de las actitudes tributarias en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022?	Determinar la influencia de las actitudes tributarias en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.	Las actitudes tributarias influyen significativamente en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.	

Nota: Elaboración propia.

Anexo N° 02: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario

La finalidad del presente cuestionario pretende conocer la opinión de los encargados del comercio de calzado, sobre el predominio que genera la erudición fiscal para cobrar el IGV. Para lo cual se solicita su participación mediante el llenado respectivo, asegurando el debido uso del contenido proporcionado; así como también el anonimato del mismo.

Instrucciones: Marque con un (x) su respuesta según la siguiente escala:

1	2	3	4	5				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo				
CULTURA TRIBUTARIA								
N.º	Ítems			T D	E D	I	D A	T A
Conocimiento tributario				1	2	3	4	5
1.	¿Tiene conocimiento sobre las normas tributarias vigentes?							
2.	¿Ha participado en programas informativos sobre materia tributaria?							
3.	¿Es consciente que mediante su compromiso en el pago de impuestos estaría apoyando económicamente al desarrollo del país?							
4.	¿Tiene conocimiento sobre la importancia que genera el pago de impuestos y su recaudación?							
Valores tributarios				1	2	3	4	5
5.	¿Considera montos reales al momento de presentar sus declaraciones juradas mensuales y anuales?							
6.	¿Cuenta con sistemas que mejoren la eficiencia de los recursos para obtener datos transparentes?							
7.	¿Cumple con el pago de impuestos de manera voluntaria?							
8.	¿Cumple con el pago de impuestos bajo el temor de ser sancionado?							
9.	¿Realiza la declaración de sus tributos antes de la fecha de su vencimiento de acuerdo al último dígito de su RUC?							
10.	¿Mantiene un control sobre el cronograma de vencimiento emitido por SUNAT?							
Actitudes tributarias				1	2	3	4	5
11.	¿Se ha visto implicado en algún acto corruptivo que perjudique sus responsabilidades tributarias?							
12.	¿Considera que su negocio desarrolla acciones que vayan en contra de lo estipulado en la normativa vigente?							
13.	¿Cuenta con un personal honesto y transparente que le otorgue la confianza necesaria para cumplir con el pago de impuestos?							
14.	¿Existe informalidad durante el cumplimiento de sus deberes tributarios?							
RECAUDACIÓN DEL IGV								
N.º	Ítems			T D	E D	I	D A	T A
Nacimiento de la obligación de pagar IGV				1	2	3	4	5
15.	¿Tiene conocimiento sobre las obligaciones tributarias que existen al momento de realizar la venta de un producto?							
16.	¿Cumple con incluir el importe que le corresponde al IGV al momento de vender un producto?							
17.	¿Considera que la obligación nace al momento de retirar un producto para ser vendido?							
18.	¿Tiene conocimiento de las obligaciones que genera el hecho de retirar un bien de su propiedad para brindarle a un cliente?							

19.	¿Considera que le corresponde pagar el impuesto general a las ventas una vez que haya recibido una remuneración por un servicio solicitado?					
20.	¿Conoce las obligaciones que existen en la prestación de servicios?					
	Crédito fiscal	1	2	3	4	5
21.	¿Tiene conocimiento sobre los requisitos que existen para tener derecho al crédito fiscal?					
22.	¿Conoce la diferencia entre los requisitos formales y sustanciales emitidos por SUNAT?					
23.	¿Tiene conocimiento sobre cuáles son los negocios que pueden beneficiarse con el IGV justo?					
24.	¿Ha gozado alguna vez del IGV justo?					

NOTA: Elaboración propia.

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL INFORME FINAL

DR. OSWALDO ALBERTO MENDOZA OTINIANO, asesor de la tesis titulada:
**Cultura tributaria y su influencia en la recaudación del impuesto general a
las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo
2022.**

Presentado por las bachilleres de la escuela profesional de contabilidad:

MARIANELA ROJAS MORE

ANA MIRIA GARCIA GUEVARA

En mi calidad de asesor, doy fe y conformidad que la tesis tiene un índice de similitud del 19 %, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, convirtiendo a la tesis en aceptable y no constituye plagio de acuerdo al Reglamento de Investigación.

Por tanto, la tesis cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque, 12 de octubre del 2023.



Dr. Oswaldo Alberto Mendoza Otiniano


Asesor

Cultura tributaria y su influencia en la recaudación del impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado del mercado modelo, Chiclayo 2022.

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	18%	6%	8%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unprg.edu.pe	5%
	Fuente de Internet	
2	repositorio.ulasamericas.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
3	renati.sunedu.gob.pe	2%
	Fuente de Internet	
4	hdl.handle.net	1%
	Fuente de Internet	
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo	1%
	Trabajo del estudiante	
6	repositorio.ucv.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
7	repositorio.uss.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
	 Dr. Oswaldo Alberto Mendoza Otiniano Asesor	
8	Submitted to Universidad Privada del Norte	1%
	Trabajo del estudiante	

9	qdoc.tips Fuente de Internet	<1 %
10	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	revistas.uexternado.edu.co Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1 %
15	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.esan.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	idoc.pub Fuente de Internet	<1 %
18	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.upla.edu.pe	



Dr. Oswaldo Alberto Mendoza Otiniano
Asesor

<1 %

21

Submitted to
consultoriadeserviciosformativos

Trabajo del estudiante

<1 %

22

redi.unjbg.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

23

repositorio.upt.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

24

Submitted to uncedu

Trabajo del estudiante

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo



Dr. Oswaldo Alberto Mendoza Otiniano
Asesor



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Miria García Guevara Y Marianela Rojas More-unprg Miria G...
Título del ejercicio: Quick Submit
Título de la entrega: Cultura tributaria y su influencia en la recaudación del impu...
Nombre del archivo: TESIS_FINAL_MARIANELA_Y_MIRIA_-_05-01-2024.docx
Tamaño del archivo: 756.03K
Total páginas: 61
Total de palabras: 12,421
Total de caracteres: 70,306
Fecha de entrega: 05-ene.-2024 05:47a. m. (UTC-0800)
Identificador de la entre... 2266998137

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Cultura tributaria y su influencia en la recaudación del
impuesto general a las ventas en los comerciantes de calzado
del mercado modelo, Chiclayo 2022.

Tesis que presentan las Bachilleres

Rojas More, Marianela
García Guevara, Ana Miria

Para obtener el título profesional de

CONTADORA PÚBLICA

Asesor

Dr. Mendoza Otiniano, Oswaldo Alberto

Lambayeque - Perú

Octubre - 2023

Dr. Oswaldo Alberto Mendoza Otiniano
Asesor