



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN

TESIS

**ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA FOMENTAR EL
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN
LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOLINO I, CUSCO.
2024**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**

AUTOR:
Br. GEDEON FLOREZ LOPE

ASESOR:
Dr. JORGE WASHINGTON GUILLERMO
ESPINOZA

ORCID: 0000-0003-4806-3169

**CUSCO – PERÚ
2025**



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Dr. JORGE WASHINGTON GUILLERMO ESPINOZA quien aplica el software de detección de similitud al trabajo de investigación/tesis titulada: ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA FOMENTAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO NOLINO, CUSCO, 2024

Presentado por: GEDEON FLOREZ LOPEZ DNI N° 73301248 ; presentado por: DNI N°:

Para optar el título Profesional/Grado Académico de MAESTRO EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6º del *Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC* y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

| Porcentaje | Evaluación y Acciones | Marque con una (X) |
|----------------|---|--------------------|
| Del 1 al 10% | No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud. | X |
| Del 11 al 30 % | Devolver al usuario para las subsanaciones. | |
| Mayor a 31% | El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley. | |

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 24 de DICIEMBRE de 2025

Firma

Post firma: JORGE WASHINGTON GUILLERMO ESPINOZA

Nro. de DNI 23951053

ORCID del Asesor..... 0000-0003-4806-3169

Se adjunta:

- Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
- Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: 27259:543048868

Gedeon Florez Lope

ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA FOMENTAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN L...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:543048868

106 páginas

Fecha de entrega

24 dic 2025, 12:11 p.m. GMT-5

17.729 palabras

Fecha de descarga

24 dic 2025, 12:44 p.m. GMT-5

105.335 caracteres

Nombre del archivo

ESTRAT~1.DOC

Tamaño del archivo

1.7 MB

10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 20 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

| | |
|-----|---|
| 10% |  Fuentes de Internet |
| 0% |  Publicaciones |
| 1% |  Trabajos entregados (trabajos del estudiante) |

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

Dr.TITO LIVIO PAREDES GORDON , Directora (e) General de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA FOMENTAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOLINO I, CUSCO. 2024 de la Br. Br. GEDEON FLOREZ LOPE. Hacemos de su conocimiento que el (la) sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día VEINTICUATRO DE ABRIL DE 2025.

Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de MAESTRO EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN.

Cusco, 22 DE DICIEMBRE 2025

Mg. RUTH DELGADO CERECEDA
Primer Replicante

Mg. MARTA ISABEL OLARTE CABRERA
Segundo Replicante

Mg. ATILIO VARGAS ELGUERA
Primer Dictaminante

Mg. JANCARLO PÉREZ SUÁREZ
Segundo Dictaminante

PRESENTACIÓN

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En concordancia al Reglamento de Grados de la Escuela de Posgrado y con la finalidad de optar al Grado Académico de Magister en Contabilidad con mención en Tributación, pongo a consideración del jurado el presente trabajo de investigación titulado: “ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA FOMENTAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOLINO I, CUSCO - 2024”, El presente estudio, se ha desarrollado teniendo en cuenta las líneas de la metodología de investigación, avances científicos y tecnológicos respecto al tema de investigación.

GEDEON FLOREZ LOPE

DEDICATORIA

Con mucho amor a mi abuelo, a mis padres y mis hermanos quienes durante todo este proceso me brindaron su apoyo y confianza, todo mi ahincó es para ellos. Por todo el apoyo incondicional que ustedes me dieron a lo largo de este camino. Gracias por ser parte de mi mayor Nota de inspiración y de recordarme la importancia del cada día, el de poder seguir adelante con amor y perseverancia.

GEDEON FLOREZ LOPE

AGRADECIMIENTO

A mis docentes y mentores, quienes me guiaron con sabiduría y me impulsaron hacia adelante, les estoy muy agradecido. Sus consejos, críticas constructivas y confianza en mis capacidades han sido fundamentales para el desarrollo de este trabajo.

GEDEON FLOREZ LOPE

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|------|
| PRESENTACIÓN | II |
| DEDICATORIA | III |
| AGRADECIMIENTO | IV |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | VIII |
| ÍNDICE DE FÍGURAS | X |
| RESUMEN | XII |
| ABSTRAC | XIII |
| INTRODUCCIÓN | XIV |
| CAPÍTULO I | 1 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA..... | 1 |
| 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.2.1. Problema General..... | 2 |
| 1.2.2. Problemas Específicos | 2 |
| 1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 3 |
| 1.3.1. Justificación Teórica | 3 |
| 1.3.2. Justificación Práctica | 3 |
| 1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 3 |
| 1.4.1. Objetivo General..... | 3 |
| 1.4.2. Objetivos Específicos..... | 4 |
| CAPÍTULO II | 4 |
| MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL..... | 4 |
| 2.1. BASES TEORICAS | 4 |
| 2.1.1. Estrategias Tributarias..... | 4 |
| 2.1.2. Cumplimiento de las obligaciones tributarias..... | 13 |
| 2.1.3. Código Tributario- Libro Primero | 16 |
| 2.2. MARCO CONCEPTUAL (PALABRAS CLAVES) | 17 |
| 2.3. ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN (ESTADO DEL ARTE)..... | 22 |
| CAPÍTULO III | 31 |
| HIPÓTESIS Y VARIABLES | 31 |
| 3.1. HIPÓTESIS | 31 |
| 3.1.1. Hipótesis General..... | 31 |

| | |
|--|----|
| 3.1.2. Hipótesis Específicos | 31 |
| 3.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES..... | 32 |
| 3.2.1. Variable Independiente | 32 |
| 3.2.2. Variable Dependiente..... | 32 |
| 3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 33 |
| CAPITULO IV | 35 |
| METODOLOGÍA..... | 35 |
| 1. | 35 |
| 4.1. ÁMBITO DE ESTUDIO: LOCALIZACIÓN POLÍTICA Y GEOGRÁFICA..... | 35 |
| 4.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN..... | 35 |
| 4.2.1. Tipo de investigación..... | 35 |
| 4.2.2. Nivel de Investigación..... | 36 |
| 4.3. UNIDAD DE ANÁLISIS | 37 |
| 4.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO | 37 |
| 4.5. TAMAÑO DE MUESTRA | 37 |
| 4.6. TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE MUESTRA | 38 |
| 4.7. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN..... | 38 |
| 4.7.1. Encuesta | 38 |
| 4.7.2. Búsqueda de información bibliográfica | 39 |
| 4.7.3. Trabajo de campo..... | 39 |
| 4.8. TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN..... | 39 |
| 4.8.1. Cuestionarios | 40 |
| 4.9. TÉCNICAS PARA DEMOSTRAR LA VERDAD O FALSEDAD DE LAS HIPÓTESIS PLANTEADAS..... | 40 |
| CAPÍTULO V | 41 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... | 41 |
| 5.1. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS | 41 |
| 5.1.1. Encuesta - realizada de acuerdo a las variables..... | 41 |
| 5.2. CONTRATACIÓN Y CONVALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS..... | 64 |
| CONCLUSIONES..... | 67 |
| RECOMENDACIONES | 70 |
| BIBLIOGRAFÍA | 71 |
| ANEXOS..... | 75 |
| ANEXO N° 01..... | 75 |

| | |
|---|----|
| MATRIZ DE CONSISTENCIA | 75 |
| ANEXO N° 02..... | 78 |
| ENCUESTA N° 01 | 78 |
| ANEXO N° 03..... | 85 |
| ENCUESTA N° 02 | 85 |
| ANEXO N° 04 | 88 |
| MATRIZ DE VALIDACIÓN | 88 |
| VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS MEDIANTE CRITERIO DE EXPERTOS EN LA ESPECIALIDAD. | 88 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Alguna vez usted ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios | 41 |
| Tabla 2 Usted ha participado de charlas informativas sobre tributación | 42 |
| Tabla 3 Le gustaría a Ud. ser informado y orientado sobre temas tributarios | 44 |
| Tabla 4 Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano | 45 |
| Tabla 5 Sabe Ud. qué otros impuestos existen aparte del IGV..... | 46 |
| Tabla 6 A qué régimen tributario pertenece usted | 47 |
| Tabla 7 Usted considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación | 49 |
| Tabla 8 Usted ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación | 50 |
| Tabla 9 Usted considera que formalizar un negocio es sencillo | 51 |
| Tabla 10 Usted tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio .. | 53 |
| Tabla 11 Conoce Ud. que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador..... | 54 |
| Tabla 12 Considera Ud. que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias | 55 |
| Tabla 13 Conoce Ud. que se puede declarar y pagar tributos por internet | 57 |
| Tabla 14 Usted tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos | 58 |
| Tabla 15 Usted se encuentra inscrito en el RUC | 59 |
| Tabla 16 Usted emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza .. | 60 |
| Tabla 17 Ud. paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat..... | 61 |
| Tabla 18 Ud. paga sus tributos de manera voluntaria | 62 |

Tabla 19 Alguna vez usted ha sido fiscalizado por la Sunat..... 63

ÍNDICE DE FÍGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Cuadro comparativo de los Regímenes Tributarios | 10 |
| Figura 2 Principales características de los regímenes tributarios | 11 |
| Figura 3 Elementos que integran a la obligación tributaria | 13 |
| Figura 4 Deudor Tributario..... | 14 |
| Figura 5 Tipos de Obligaciones Tributarias..... | 15 |
| Figura 6 Alguna vez usted ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios | 41 |
| Figura 7 Usted ha participado de charlas informativas sobre tributación..... | 43 |
| Figura 8 Le gustaría a Ud. ser informado y orientado sobre temas tributarios..... | 44 |
| Figura 9 Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano..... | 45 |
| Figura 10 Sabe Ud. qué otros impuestos existen aparte del IGV | 46 |
| Figura 11 A qué régimen tributario pertenece usted..... | 48 |
| Figura 12 Usted considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación | 49 |
| Figura 13 Usted ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación | 50 |
| Figura 14 Usted considera que formalizar un negocio es sencillo..... | 52 |
| Figura 15 Usted tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio | 53 |
| Figura 16 Conoce Ud. que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador..... | 54 |
| Figura 17 Considera Ud. que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias | 56 |

| | |
|--|----|
| Figura 18 Conoce Ud. que se puede declarar y pagar tributos por internet..... | 57 |
| Figura 19 Usted tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos..... | 58 |
| Figura 20 Usted se encuentra inscrito en el RUC | 59 |
| Figura 21 Usted emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza | 60 |
| Figura 22 Ud. paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat | 61 |
| Figura 23 Ud. paga sus tributos de manera voluntaria..... | 62 |
| Figura 24 Alguna vez usted ha sido fiscalizado por la Sunat | 63 |

RESUMEN

La presente investigación titulada Estrategias tributarias para fomentar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, Cusco – 2024 tuvo como objetivo determinar la incidencia de las estrategias tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del referido mercado. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y de tipo descriptivo. La población estuvo conformada por 120 comerciantes, a quienes se aplicó la encuesta como técnica de recolección de datos. Los resultados evidencian que la educación tributaria y la orientación al contribuyente influyen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, debido a que el desconocimiento del sistema tributario constituye una de las principales causas de la evasión fiscal. Asimismo, se identificó una baja participación en actividades de educación cívica tributaria y una percepción negativa respecto a la complejidad del proceso de formalización empresarial. Finalmente, se determinó que los incentivos tributarios pueden contribuir al cumplimiento fiscal, aunque no son suficientes por sí solos. Se concluye que la implementación integral de estrategias tributarias permite mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I.

Palabras clave: Estrategias tributarias, Obligaciones tributarias, Cultura tributaria, Formalización.

ABSTRAC

The present research entitled Tax Strategies to Promote Compliance with Tax Obligations among Traders of Molino I Market, Cusco – 2024 aimed to determine the impact of tax strategies on compliance with tax obligations among traders in the aforementioned market. The study adopted a quantitative approach, with a non-experimental and descriptive design. The population consisted of 120 traders, and data were collected through a structured survey. The results show that tax education and taxpayer guidance significantly influence compliance with tax obligations, as lack of knowledge of the tax system is one of the main causes of tax evasion. In addition, low participation in tax civic education activities and a negative perception of the complexity of business formalization were identified. Finally, the findings indicate that tax incentives may contribute to tax compliance; however, they are not sufficient on their own. It is concluded that the comprehensive implementation of tax strategies based on education, information, regulatory simplicity, and incentives is essential to improve compliance with tax obligations among traders of the Molino I Market.

Keywords: tax strategies, tax obligations, tax culture, formalization.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado: “**ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA FOMENTAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOLINO I, CUSCO - 2024**”, investigación que tiene como objetivo principal “Determinar de qué manera las estrategias tributarias indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024”.

Para llegar a solucionar la problemática, cumplir y contrastar los objetivos e hipótesis planteadas respectivamente en el trabajo de investigación, se desarrolló los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: planteamiento del problema. - En este capítulo se expone: Situación Problemática, Formulación del Problema, Problema General, Problemas Específicos, Justificación de la investigación, Objetivos de la Investigación, Objetivo General y Objetivos Específicos.

CAPÍTULO II: Marco Teórico Conceptual. - Este capítulo comprende: Bases Teóricas, Marco Conceptual (palabras claves) y Antecedentes empíricos de la investigación.

CAPÍTULO III: Hipótesis General y Variables. - Este capítulo comprende: Hipótesis general, Hipótesis específicas, Identificación de variables e indicadores y Operacionalización de variables.

CAPÍTULO IV: Diseño Metodológico. - Este capítulo comprende: Ámbito de estudio: localización política y geográfica, Tipo y nivel de Investigación, Unidad de análisis, Población de estudio, Tamaño de muestra, Técnicas de selección de muestra, Técnicas de recolección de información, Técnicas de análisis e interpretación de la información y Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas.

CAPITULO V: Resultados y Discusión. - Este capítulo comprende: Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados, Pruebas de hipótesis y Presentación de resultados.

Conclusiones y Recomendaciones. - Se establece las conclusiones y recomendaciones propuestas a la presente investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

En el Perú, el cumplimiento de las obligaciones tributarias es fundamental, ya que constituye la base de los ingresos del Estado, garantizando la provisión de recursos necesarios para satisfacer las necesidades de la ciudadanía. Sin embargo, la evasión tributaria sigue siendo un problema significativo, especialmente entre los comerciantes de mercados locales, como el Mercado Molino I. A pesar de los esfuerzos de las autoridades fiscales para promover la formalización y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, muchos comerciantes carecen de conocimiento adecuado sobre las leyes y normativas fiscales, lo que resulta en un bajo nivel de cumplimiento.

En el Mercado Molino I, esta problemática se agrava debido a la falta de acceso a información clara y oportuna sobre las obligaciones fiscales. Muchos comerciantes desconocen los impuestos que deben pagar y las sanciones a las que se exponen por el incumplimiento, lo que perpetúa una cultura de informalidad y evasión. Esta situación no solo afecta la recaudación fiscal, sino que también limita el desarrollo económico del mercado y la comunidad circundante, al no contribuir adecuadamente al sostenimiento de los servicios públicos esenciales.

Los factores que contribuyen al escaso conocimiento tributario en este mercado son múltiples. La educación en temas tributarios es limitada, y la falta de capacitaciones específicas dificulta que los comerciantes comprendan sus responsabilidades fiscales. Además, la complejidad de las normativas fiscales y la falta de campañas efectivas de concientización por parte de las autoridades locales han perpetuado este problema. Esta combinación de factores crea un entorno en el que el cumplimiento tributario es visto como una carga, en lugar de una obligación cívica.

Por lo tanto, es urgente desarrollar estrategias tributarias específicas para fomentar el cumplimiento de las obligaciones fiscales entre los comerciantes del Mercado Molino I. Estas estrategias deben incluir la implementación de programas educativos, el diseño de campañas de concientización, y la facilitación de acceso a información clara y comprensible sobre las normativas fiscales. Al mejorar el conocimiento tributario y promover una cultura de cumplimiento, no solo se incrementará la recaudación fiscal, sino que también se fortalecerá el desarrollo económico del mercado y se mejorará la calidad de vida de la comunidad local.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

¿De qué manera las estrategias tributarias indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024?

1.2.2. Problemas Específicos

a) ¿De qué manera las estrategias de información y orientación al contribuyente indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024?

b) ¿De qué manera las estrategias de educación cívica tributaria indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024?

c) ¿De qué manera las estrategias de simplicidad indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024?

d) ¿De qué manera las estrategias de incentivos tributarios indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024?

1.3.JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Justificación Teórica

El estudio se fundamenta teóricamente en la importancia de la tributación como mecanismo esencial para la sostenibilidad del Estado y la provisión de servicios públicos. La teoría económica establece que la recaudación fiscal eficiente y equitativa es clave para el desarrollo económico y social de un país. A partir de las teorías de la economía fiscal, se entiende que el cumplimiento tributario está influenciado por factores como la percepción de la equidad en el sistema tributario, el conocimiento de las normativas fiscales, y la relación entre el contribuyente y las autoridades fiscales. Este trabajo busca contribuir a la literatura existente al analizar cómo estrategias específicas pueden influir en estos factores dentro del contexto de un mercado local, proporcionando así un enfoque práctico para la mejora de la recaudación tributaria.

1.3.2. Justificación Práctica

Desde una perspectiva práctica, esta investigación tiene un impacto directo en la realidad económica del Mercado Molino I. La baja recaudación fiscal debido al incumplimiento tributario no solo afecta la capacidad del Estado para financiar servicios públicos, sino que también perpetúa la informalidad y limita el desarrollo económico del mercado. Al diseñar y proponer estrategias tributarias específicas, este estudio busca ofrecer herramientas prácticas que permitan a las autoridades fiscales mejorar la eficiencia en la recaudación de impuestos y reducir la evasión tributaria.

1.4.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Determinar de qué manera las estrategias tributarias indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.

1.4.2. Objetivos Específicos

- a) Determinar de qué manera las estrategias de información y orientación al contribuyente indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.
- b) Determinar de qué manera las estrategias de educación cívica tributaria indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.
- c) Determinar de qué manera las estrategias de simplicidad indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.
- d) Determinar de qué manera las estrategias de incentivos tributarios indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. BASES TEÓRICAS

Se desarrollan los siguientes aspectos que son de suma importancia para la realización de nuestro trabajo de investigación.

2.1.1. Estrategias Tributarias

Según Castro et. al. (2019) las estrategias tributarias constituyen instrumentos utilizados por la administración fiscal con la finalidad de mejorar la recaudación de impuestos. A través de estas acciones, es posible analizar de forma directa diversos indicadores vinculados al sistema tributario, como la cultura fiscal, los niveles de evasión, los mecanismos de fiscalización, entre

otros. Su propósito central es identificar y promover alternativas que fortalezcan la conciencia tributaria y motiven a los ciudadanos a cumplir adecuadamente con sus obligaciones fiscales.

De la misma manera Calderón (2021) señala que las estrategias tributarias comprenden el conjunto de métodos y técnicas orientados a optimizar diferentes aspectos del sistema impositivo, ya sea mediante el incremento de la recaudación, el fortalecimiento de la gestión fiscal o el aprovechamiento de los incentivos establecidos para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Por otro lado, Aldana y Paucar (2014) sostienen que las estrategias tributarias constituyen herramientas que pueden ser utilizadas por la administración fiscal con la finalidad de optimizar la recaudación. Mediante su aplicación, es posible analizar distintos indicadores asociados directamente al proceso recaudatorio, como los niveles de evasión, el grado de cultura tributaria y las acciones de fiscalización. Estas estrategias se implementan considerando diversas alternativas orientadas a fortalecer la conciencia de los contribuyentes y promover el cumplimiento adecuado de sus obligaciones fiscales.

Las estrategias tributarias son un conjunto de pautas o acciones que se lleva a cabo en una entidad con la finalidad de lograr sus objetivos; para este caso, son las actividades que se realizan en el Mercado Modelo para lograr el cumplimiento de los deberes tributarios. (Manayay Guevara & Quesquén Chozo, 2019)

Las estrategias tributarias constituyen instrumentos que la administración fiscal puede emplear para mejorar la eficiencia en la recaudación de impuestos. A través de su implementación, es posible analizar diversos indicadores vinculados directamente con el sistema tributario, como los niveles de evasión, el grado de cultura tributaria y los procesos de fiscalización. Su aplicación se orienta a evaluar distintas alternativas que contribuyan a fortalecer la conciencia de los

contribuyentes y a promover el cumplimiento adecuado de sus obligaciones fiscales. (Manayay Guevara & Quesquén Chozo, 2019)

A partir de los autores revisados, puede afirmarse que las estrategias tributarias constituyen mecanismos orientados a mejorar y optimizar la recaudación de los distintos tributos, incentivando el cumplimiento de los contribuyentes y garantizando que los recursos obtenidos se destinen adecuadamente al bienestar social.

Según Dewi y Saragih (2017), estas estrategias son herramientas empleadas por la administración tributaria con el fin de incrementar la recaudación. Su aplicación permite examinar de manera directa diversos indicadores vinculados al sistema fiscal, tales como la cultura tributaria, la evasión y los procesos de fiscalización. El propósito central es evaluar distintas alternativas que fortalezcan la conciencia ciudadana y promuevan el cumplimiento responsable de las obligaciones impositivas.

2.1.1.1. Importancia de las estrategias tributarias

Según Manayay y Quesquén (2019), señalan que la aplicación de estrategias tributarias es fundamental para que las empresas y las entidades del sector público puedan cumplir sus objetivos, debido a que generan efectos tanto en el corto como en el largo plazo. Considerando que la informalidad en el Perú aumenta de manera sostenida, se vuelve imprescindible adoptar medidas que permitan enfrentar este problema. Asimismo, persisten otras limitaciones en la recaudación, como la evasión y la elusión fiscal. En este contexto, las estrategias tributarias adquieren una importancia significativa, ya que se convierten en herramientas clave para fortalecer la recaudación y promover el desarrollo del país.

La implementación de estrategias tributarias resulta esencial para que las empresas y entidades públicas alcancen sus metas, ya que generan efectos tanto inmediatos como de largo

alcance que contribuyen al fortalecimiento del sistema de recaudación. En un contexto como el peruano, caracterizado por elevados niveles de informalidad, se vuelve indispensable adoptar acciones que permitan reducir este problema. A ello se suman otras falencias propias del proceso recaudatorio, entre ellas la evasión y la elusión fiscal. Por estas razones, las estrategias tributarias han adquirido un rol relevante en la actualidad, al constituirse en herramientas que favorecen el desarrollo del país mediante la generación de cambios, el establecimiento de mecanismos de control y la creación de un orden administrativo más eficiente. Para su adecuada aplicación, es fundamental analizar previamente el entorno, lo que permite una comprensión más precisa de la situación y facilita la toma de decisiones. Asimismo, estas estrategias deben mantener un carácter flexible que posibilite su adaptación a las distintas realidades. (Manayay Guevara & Quesquén Chozo, 2019)

2.1.1.2 Estrategias de información y orientación al contribuyente

El servicio de atención al contribuyente es el conjunto de actividades que realiza la administración tributaria, para atender las demandas de información, orientación y asistencia que éstos requieren para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias (Delgado Díaz, 2021).

a) Brindar información al contribuyente: Consiste en proporcionar a los ciudadanos datos claros, precisos y oportunos sobre sus obligaciones fiscales, así como sobre los beneficios asociados al cumplimiento. Para ello, es necesario disponer de canales de atención que permitan resolver dudas y faciliten el proceso de cumplimiento tributario. (Delgado Díaz, 2021)

b) Educación tributaria: Implica promover acciones formativas que permitan a los contribuyentes comprender el rol que cumplen los tributos en el desarrollo social. Esto

se puede lograr mediante charlas, talleres y materiales informativos orientados a fortalecer una cultura tributaria responsable. (Delgado Díaz, 2021)

- c) **Capacitación al personal:** Hace referencia a la formación continua del personal encargado de la atención tributaria, con el fin de asegurar un servicio eficiente y adecuado. Mantener al equipo actualizado en normativas y procedimientos permite orientar correctamente a los contribuyentes. (Delgado Díaz, 2021)
- d) **Orientación al contribuyente:** Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2015), este componente comprende las acciones que despliega la administración tributaria para ofrecer una guía adecuada a los contribuyentes, atendiendo sus requerimientos de información y asistencia, con el propósito de promover su formalización y garantizar el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. (Parraguez Limo, 2021)
- e) **Difusión tributaria:** Esta estrategia tiene por objetivo divulgar el proceso de formalización empresarial, en este caso dirigido a los productores de arroz, mediante diferentes medios informativos y publicitarios, como anuncios, programas radiales, televisivos, revistas o folletos, que expliquen los pasos necesarios para formalizar un negocio. (Parraguez Limo, 2021)

2.1.1.3 Estrategias de educación cívica tributaria

La educación tributaria tiene como finalidad esencial promover valores y actitudes que favorezcan el cumplimiento responsable de las obligaciones fiscales, rechazando toda forma de conducta orientada a la evasión o el incumplimiento tributario. (Manayay Guevara & Quesquén Chozo, 2019)

- a) **Utilizar todos los medios de comunicación:** Emplear de manera integral los distintos medios de comunicación entre ellos redes sociales, mensajes de texto, correo electrónico,

radio y plataformas tradicionales con el fin de mantener informados a los contribuyentes sobre sus obligaciones fiscales y las opciones de pago que se encuentran a su disposición. (Delgado Díaz, 2021)

b) Regímenes tributarios: De acuerdo al Código Tributario muestra 4 Regímenes Tributarios que existe en Perú, cada uno de ellos tiene sus características propias, de acuerdo a ello en el Centro Comercial Molino I, encontramos los siguientes:

Nuevo RUS - NRUS

Al momento de inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC). No olvide efectuar su declaración - pago NRUS dentro de la fecha de su vencimiento. (Delgado Díaz, 2021)

Régimen Especial - RER

Con ocasión de la declaración y pago que corresponda al período de inicio de actividades declarado en el RUC, y siempre que se efectúe dentro de la fecha de su vencimiento. (Delgado Díaz, 2021)

Régimen MYPE Tributario - RMT

Con la declaración jurada mensual que corresponde al mes de inicio de actividades declarado en el RUC, siempre que se efectúe dentro de la fecha de vencimiento. (Delgado Díaz, 2021)

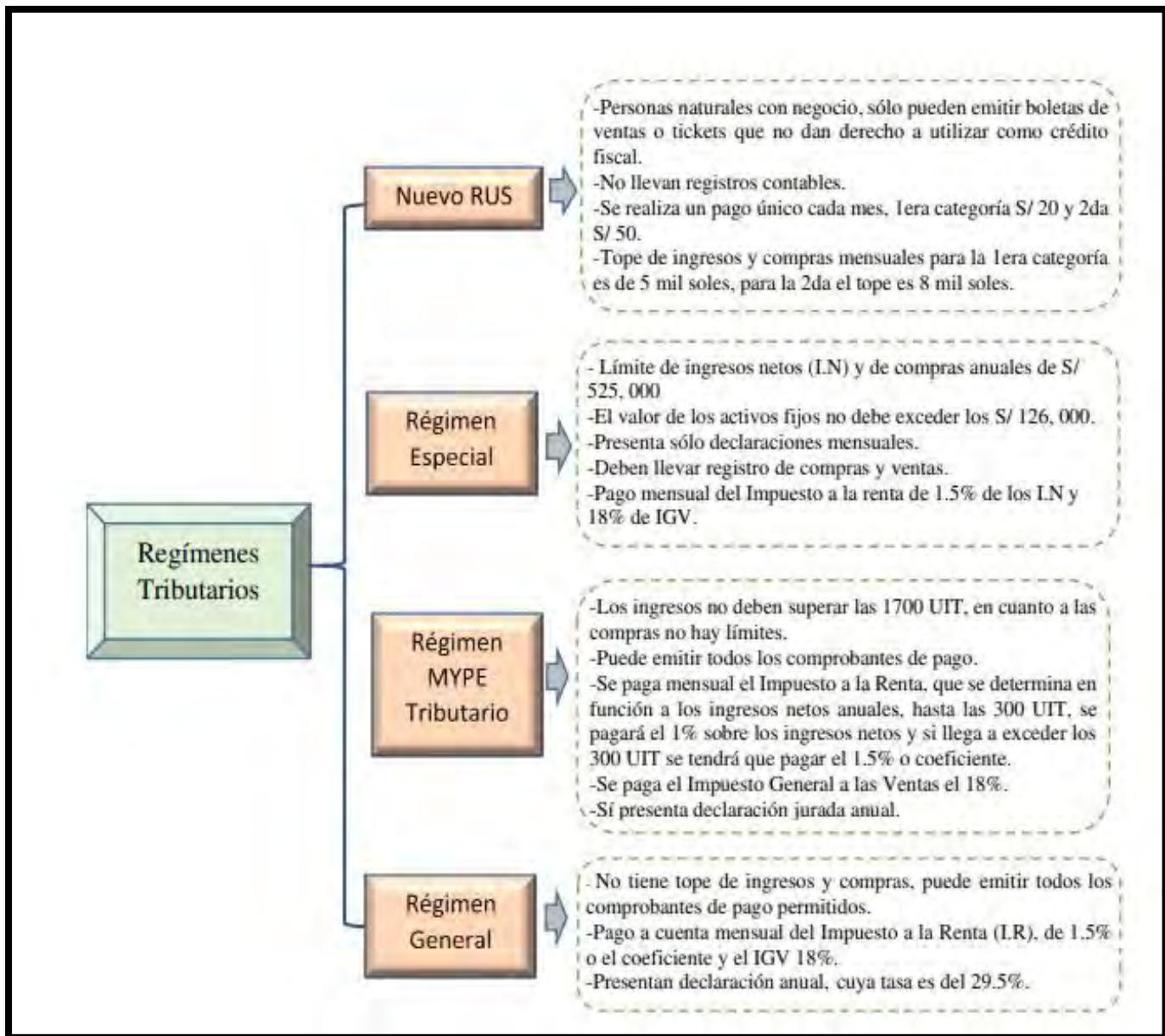
Al Régimen General - RG

Con la afectación a los tributos que correspondan. (Delgado Díaz, 2021)

Figura 1
Cuadro comparativo de los Regímenes Tributarios

| Conceptos | NRUS | RER | RMT | RG |
|--|--|--|--|---|
| Persona Natural | Sí | Sí | Sí | Sí |
| Persona Jurídica | No | Sí | Sí | Sí |
| Limite de ingresos | Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales. | Hasta S/.525,000 anuales. | Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior). | Sin límite |
| Limite de compras | Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales. | Hasta S/.525,000 anuales. | Sin límite | Sin límite |
| Comprobantes que pueden emitir | Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo. | Factura, boleta y todos los demás permitidos. | Factura, boleta y todos los demás permitidos. | Factura, boleta y todos los demás permitidos. |
| DJ anual – Renta | No | No | Sí | Sí |
| Pago de tributos mensuales | Pago mínimo S/. 20 y máximo S/.50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría. | Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio). | Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente. | Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta. |
| Restricción por tipo de actividad | Si tiene | Sí tiene | No tiene | Sí tiene |
| Trabajadores | Sin límite | 10 por turno | Sin límite | Sin límite |
| Valor de activos fijos | S/. 70,000 | S/. 126,000 | Sin límite | Sin límite |
| Posibilidad de deducir gastos | No tiene | No tiene | Sí tiene | Sí tiene |
| Pago del impuesto Anual en función a la utilidad | No tiene | No tiene | Sí tiene | Sí tiene |

Figura 2
Principales características de los regímenes tributarios



2.1.1.4 Estrategias de simplicidad

La simplicidad es el requisito de que el sistema tributario sea sencillo, fácil de entender y de cumplir con él. (Manayay Guevara & Quesquén Chozo, 2019)

2.1.1.5 Estrategias de incentivos tributarios

Los incentivos positivos al cumplimiento fiscal premian mediante un regalo, un reconocimiento o una bonificación a los contribuyentes que cumplen en tiempo y en determinadas formas, con sus impuestos. (Manayay Guevara & Quesquén Chozo, 2019)

Los incentivos tributarios para Araujo (2013), son cuestiones netamente normativas que se relacionan con los impuestos tributarios del organismo gubernamental, cuyo objetivo es minimizar o disminuir los impuestos tributarios, para que esta sea más atractiva a los contribuyentes, pues ya que están amparados en la legislación principal del país. (Parraguez Limo, 2021)

Estas medidas tienen como propósito incentivar a los contribuyentes a cumplir oportunamente con sus obligaciones tributarias mediante distintos beneficios y facilidades. A continuación, se presentan algunas estrategias de incentivos que podrían aplicarse para promover el cumplimiento entre los comerciantes del Mercado Molino I:

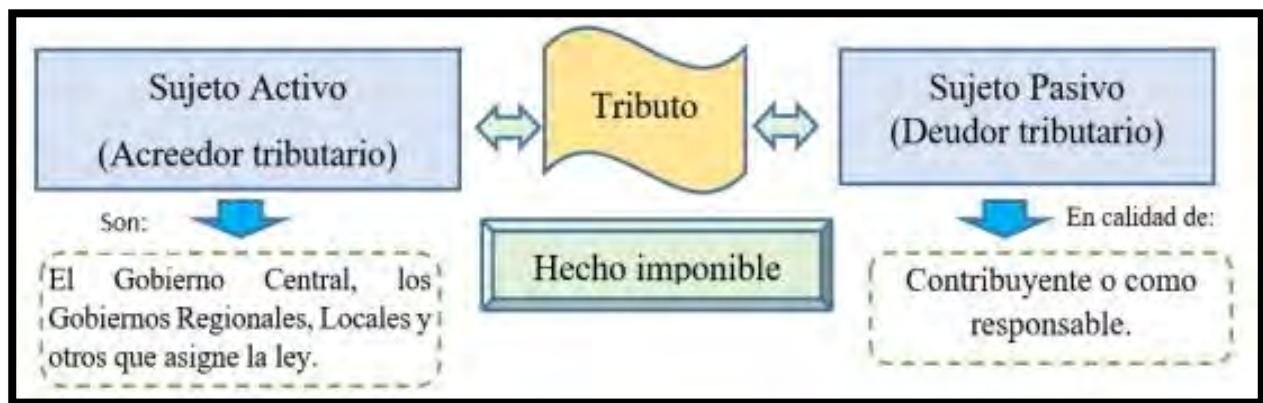
- **Sorteos y premios:** Implementar sorteos o entregar incentivos a los comerciantes que hayan cumplido sus obligaciones tributarias dentro de un periodo definido, con el fin de estimular el pago puntual.
- **Reconocimiento público:** Crear un sistema de reconocimiento para los contribuyentes que mantengan un cumplimiento constante, otorgándoles certificados o distintivos visibles en sus establecimientos.

- **Condonación de intereses y multas:** Establecer mecanismos que permitan exonerar intereses y sanciones a los comerciantes que regularicen su situación fiscal durante un plazo determinado.

2.1.2. Cumplimiento de las obligaciones tributarias

Antes de ahondar en el sustento teórico de las obligaciones tributarias, es necesario otorgar al lector, el contexto legal en el cual se desarrollan dichas obligaciones, en ese sentido, se debe hacer mención al Sistema Tributario Peruano, el cual, “... está conformado por un conjunto de impuestos, tasas y contribuciones que se encuentran asignados entre los tres niveles de gobierno, ... En efecto, el rendimiento del conjunto de tributos debería permitir cubrir las necesidades financieras del Estado...” (Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], 2021, p. 1), de la interpretación de la cita, se infiere que, el Sistema Tributario en el Perú, representa la integración eficiente de todos los tributos con la finalidad de solventar los egresos del Estado, dichos tributos se encuentran distribuidos en tributos para el Gobierno Central, tributos para los Gobiernos Locales y en tributos para otros fines, tal como, se resume y se especifica en la siguiente figura. (Montalvo Chives & Rijalva Navarro, 2022)

Figura 3
Elementos que integran a la obligación tributaria



La obligación tributaria constituye una obligación jurídica-tributaria, puesto que, se establece por ley, nace por la realización de un hecho imponible y persigue que el deudor tributario cancele la prestación tributaria, es decir, que otorgue al fisco una cantidad de dinero, además, los autores añaden que este vínculo está conformado por un sujeto activo denominado también como acreedor tributario, así como, por un sujeto pasivo, el cual, representa al deudor tributario. (Montalvo Chives & Rijalva Navarro, 2022)

Conforme al cuarto artículo del Código Tributario, el acreedor tributario “...es aquél en favor del cual debe realizarse la prestación tributaria...” (Decreto Supremo N° 133-EF, 2013), es decir, es quien tiene el derecho de recibir y exigir que se le cumpla con el pago del tributo, asimismo, el séptimo artículo de la norma en mención, especifica que, el “Deudor tributario es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable”, es decir, es quien, se encuentra forzado u obligado a cumplir con la cancelación del tributo. (Montalvo Chives & Rijalva Navarro, 2022)

Figura 4
Deudor Tributario

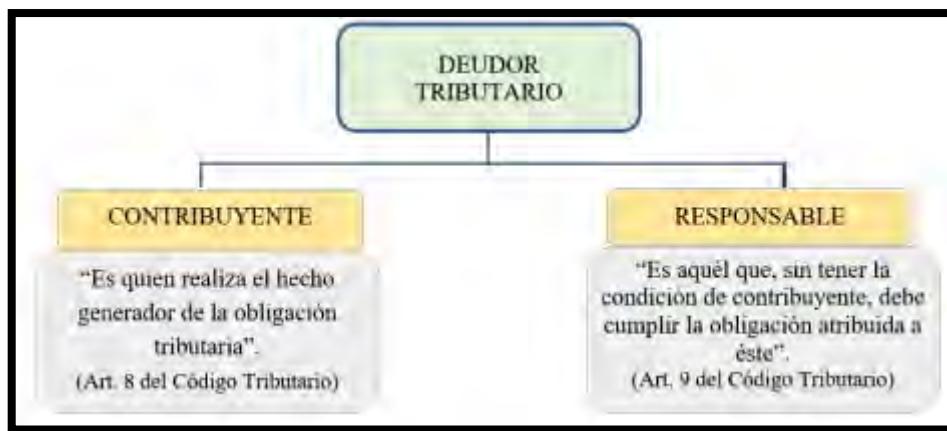


Figura 5
Tipos de Obligaciones Tributarias



2.1.2.1 Obligaciones formales

Significa que las obligaciones son formales, es decir, son instrucciones que la organización debe seguir ante la SUNAT, la empresa debe llevar los libros contables del sistema en el que se encuentra, además debe emitir un estado de cuenta, exhibir comprobantes, etc. (Calderón Bardales, 2021)

La obligación tributaria formal hace referencia a los procedimientos que el obligado debe seguir para cumplir con la obligación sustancial. (Calderón Bardales, 2021)

2.1.2.2 Obligaciones sustanciales

Se refiere a obligaciones relacionadas con el pago de impuestos. (Calderón Bardales, 2021)

La obligación tributaria sustancial hace referencia a la obligación de tributar, es decir, de pagar un impuesto. (Calderón Bardales, 2021)

La diferencia entre la obligación sustancial y la formal es que la primera hace referencia al pago efectivo del tributo, mientras que la segunda hace referencia a la forma en cómo y cuándo se paga ese impuesto. (Calderón Bardales, 2021)

2.1.3. Código Tributario- Libro Primero

Artículo 1º.- CONCEPTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. (Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024, 2024)

Artículo 2º.- NACIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. (Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024, 2024)

Artículo 3º.- EXIGIBILIDAD DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

La obligación tributaria es exigible:

Cuando deba ser determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por Ley o reglamento y, a falta de este plazo, a partir del décimo sexto día del mes siguiente al nacimiento de la obligación. (8) Tratándose de tributos administrados por la SUNAT, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado en el Artículo 29º de este Código o en la oportunidad prevista en las normas especiales en el supuesto contemplado en el inciso e) de dicho artículo. (Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024, 2024)

Cuando la deuda sea fijada por la Administración Tributaria, el cómputo se iniciará al día siguiente del vencimiento del plazo de pago establecido en la resolución que determine la obligación tributaria. Si dicha resolución no precisa un plazo, el cómputo comenzará a partir del décimo sexto día posterior a su notificación. (Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024, 2024)

Artículo 4º.- ACREEDOR TRIBUTARIO

El acreedor tributario es la entidad a cuyo favor debe cumplirse la obligación fiscal. Esta condición recae en el Gobierno Central, los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales.

También pueden ser acreedoras las entidades de derecho público con personería jurídica propia, siempre que la ley les otorgue expresamente dicha atribución. (Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024, 2024)

Artículo 5º.- CONCURRENCIA DE ACREDORES

Cuando distintas entidades públicas sean titulares de créditos tributarios frente a un mismo deudor y el monto disponible no permita cubrir el total de la obligación, el Gobierno Central, los Gobiernos Regionales, los Gobiernos Locales y las entidades de derecho público con personería jurídica propia participarán en la distribución del pago de manera proporcional al valor de sus respectivas acreencias. (Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024, 2024)

Artículo 6º. - PRELACIÓN DE DEUDAS TRIBUTARIAS

Las obligaciones tributarias poseen un privilegio general sobre todos los bienes del deudor y tienen prioridad frente a otras deudas, salvo aquellas que correspondan al pago de remuneraciones y beneficios sociales de los trabajadores; a los aportes pendientes al Sistema Privado de Pensiones y al Sistema Nacional de Pensiones; a las contribuciones adeudadas a ESSALUD, incluidos los intereses y gastos derivados de dichos conceptos entre ellos los previstos en el artículo 30º del Decreto Ley N.º 25897; a obligaciones por alimentos; y a las garantizadas mediante hipoteca u otros derechos reales inscritos en el registro correspondiente. (Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024, 2024)

2.2. MARCO CONCEPTUAL (PALABRAS CLAVES)

- a) **Actividad económica:** Conjunto de operaciones que están relacionadas con el giro del negocio y tiene como finalidad obtener algún beneficio económico. (Villegas Yagual, 2019)

b) Administración tributaria: Aparato gubernamental encargado de la administración, control y recaudo de los tributos. En función del cobro de los tributos, se identifica con el sujeto activo de la obligación tributaria. (Villegas Yagual, 2019)

c) Boleta de Venta: SUNAT (2019), señala que este comprobante de pago se emite al consumidor final, no permite ejercer el derecho al crédito fiscal, ni sustentar el costo o gasto para efecto tributario. Si el importe de la venta o el servicio prestado supera el monto de S/ 700.00 por operación, se deberá de exigir los datos del cliente, además se debe de entregar este comprobante si realiza actividades propias de la empresa. Tener en cuenta que si el ingreso de este comprobante no sobrepasa los S/ 5.00 no existe la obligación emitirlo. Siempre y cuando el contribuyente lo solicite. (Parraguez Limo, 2021)

d) Contribuyente: “Persona natural, jurídica, empresa o sucesión indivisa que realiza una actividad económica, que, de acuerdo con la Ley, constituye un hecho generador, dando lugar al pago de tributos y al cumplimiento de obligaciones formales” (Sunat, 2017).

e) Comprobantes de Venta: Son documentos de soporte autorizados por el Servicio de Rentas Internas, que abalizan la compra y venta de un bien o servicio gravado con tributos. (Villegas Yagual, 2019)

f) Contribuciones: Es una cuantía que se retribuye a un ente público por los servicios brindados. (Villegas Yagual, 2019)

g) Código Tributario: Es un conjunto de normativas vigentes en materia tributaria, el fin de esta normativa es regular, controlar y apoyar al Sistema Tributario Nacional, que rige para todo el país. (Choquehuanca Salas, 2021)

h) Comercio Informal: Sector apartado del comercio formal, implicado para recibir los mismos beneficios que los demás ciudadanos, pero sin pagar la retribución obligatoria. (Villegas Yagual, 2019)

i) Conciencia Tributaria: Es la actitud del ciudadano frente a las obligaciones o deberes respecto a la tributación, consiste en cumplir voluntariamente sus obligaciones tributarias. (Choquehuanca Salas, 2021)

j) Conocimiento de Tributación: Opinión, comprensión y conducta respecto al aspecto tributario por parte de los contribuyentes. (Choquehuanca Salas, 2021)

k) Contribuyente: Según (SUNAT, Código Tributario - Libro I - La Obligación Tributaria Art. N° 8), persona natural o jurídica que asume compromisos tributarios, impuestas por la legislación tributaria. (Choquehuanca Salas, 2021)

l) Cultura Tributaria: Aptitudes, discernimiento y postura por parte de los partícipes de una sociedad, con relación a la legislación tributaria que rige en esta. (Choquehuanca Salas, 2021)

m) Cumplimiento Tributario Voluntario: El contribuyente realiza el acto de cumplir sus responsabilidades tributarias por voluntad propia, sin implicarse la administración tributaria. (Choquehuanca Salas, 2021)

n) Deudor Tributario: “Es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable” (Sunat, 2017).

o) Educación Tributaria: Es una formación acerca de la cultura fiscal y normativa de un país; se implementa desde temprana edad para concientizar el compromiso frente a las obligaciones generando conciencia social frente a los impuestos. (Choquehuanca Salas, 2021)

p) **Evasión tributaria:** Disminución del monto establecido a pagarse o incumplimiento del valor total de los impuestos establecidos en la Ley. (Villegas Yagual, 2019)

q) **Factura:** SUNAT (2019) nos indica que es un comprobante de pago que recibirás por parte de tus proveedores o se entrega a los clientes, cuando se necesite validar el gasto o costo para efecto tributario. Además, se sustenta el pago del IGV en las compras, para ejercer el derecho del reconocimiento del IGV que corresponde a la operación efectuada. (Parraguez Limo, 2021)

r) **Formalización:** Es seguir lo que la ley nos manda para poder desarrollar Determinada actividad económica, para que sea considerada legal y además formal, gozando de los beneficios que el Régimen brinda (Villegas Yagual, 2019)

s) **Fiscalización:** procedimiento administrativo de la SUNAT, que tiene como finalidad comprobar la correcta determinación de las obligaciones tributarias, así como a las obligaciones formales relacionadas a ellas. (Mamani Caceres & Espinoza Coa, 2022)

t) **Impuesto:** Responsabilidad pecuniaria a favor del acreedor tributario (Estado) con el propósito de financiar el coste público. (Choquehuanca Salas, 2021)

u) **Infracciones tributarias:** se le conoce como toda acción que lleve a poder omitir normas en el ámbito tributario, los cuales siempre están consideradas como tal, y se pongan en conocimiento en el Código Tributario, así también en las leyes y también en los decretos legislativos que dispone la normativa peruana. (Mamani Caceres & Espinoza Coa, 2022)

v) **IGV:** según sus siglas se traduce como Impuesto General a las Ventas, es aquel tributo que se aplica a todo consumidor final, el cual se encuentra en general en el precio o importe de las compras que un usuario realice. El IGV es considerado como aquel que grava y está implícito en todo acto comercial tanto de venta de bienes o la adquisición de servicios los cuales se realizan en un territorio. (Mamani Caceres & Espinoza Coa, 2022)

w) **Normatividad Tributaria:** Legislación que regula la administración de los tributos. (Choquehuanca Salas, 2021)

x) **Persona natural:** se considera a toda persona o individuo, que mediante acciones realiza actividades comerciales o mercantiles que generan algún ingreso propio. (Mamani Caceres & Espinoza Coa, 2022)

y) **Persona jurídica:** se considera a todo individuo que mediante actos legales adquiere obligaciones y derechos de carácter comercial, debido a su creación debe tener un fin y ejercer de manera adecuada. (Mamani Caceres & Espinoza Coa, 2022)

z) **Obligación Tributaria:** Según (MEF, 2013, pág. 3) en el Libro Primero y Artículo 1, es la obligación de toda persona de contribuir y participar en la recaudación de contribuciones por medio de los impuestos según lo dispone la ley. (Choquehuanca Salas, 2021)

aa) **Registro de compra y venta:** SUNAT (2019) lo considera como un documento imprescindible, donde se registran en forma ordenada y consecutiva todos aquellos documentos por las adquisiciones de productos o servicios, que la compañía ha hecho durante un determinado periodo de tiempo.

bb) **RUC:** es considerado como aquel instrumento o herramienta que tiene la finalidad de poder registrar y reconocer a los contribuyentes con fines legales para proporcionar dichos datos al ente tributario de cada nación. Así mismo tiene la función de poder desarrollar una actividad económica de manera ocasional o recurrente. (Mamani Caceres & Espinoza Coa, 2022)

cc) **Sanción Tributaria:** Acto de incumplimiento que implica la infracción o transgresión de la normatividad fiscal. (Choquehuanca Salas, 2021)

dd) **SUNAT:** es la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Es un organismo técnico especializado del Perú adscrito al Ministerio de Economía y

Finanzas. El ente fiscalizador tributario tiene el objetivo de poder dar un buen uso o manejo de los tributos que un gobierno capta, debido a los tributos que se establecen por ley, o algunos convenios entre instituciones, brindando los recursos fiscales necesarios para los fines. (Mamani Caceres & Espinoza Coa, 2022)

ee) Tributo: “Prestación generalmente pecuniaria que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio, en virtud de una ley, para cubrir gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines. El Código Tributario rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos. Para estos efectos, el término genérico tributo comprende impuestos, contribuciones y tasas” (Sunat, 2017).

ff) Valoración de los Tributos: Actitud del contribuyente respecto a los tributos y como se administran ellos por parte del Estado. (Choquehuanca Salas, 2021)

2.3. ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN (ESTADO DEL ARTE)

2.3.1. Antecedentes Internacionales

a) (Burgos Zavala, 2020) en su artículo titulado “La cultura tributaria de los pequeños productores rurales en la feria libre de Jipijapa” de la Universidad Estatal del Sur de Manabi.

Tiene como objetivo relacionar la cultura tributaria y el cumplimiento tributario con los pequeños productores rurales que expenden sus productos en la feria libre de la ciudad de Jipijapa-Ecuador, estudio de nivel exploratorio-descriptivo, no experimental, de corte transversal, utilizó la técnica de la encuesta, la misma que fue aplicada a los productores para obtener información primaria, considerando una muestra de 127 pequeños productores rurales. La misma que concluye mencionando que el 77,17% de los pequeños productores no conocen sobre la cultura tributaria y no están inscritos en ninguno de los regímenes tributarios, por otro lado, el 22,83% si conoce que es cultura tributaria y están inscritos en algún régimen tributario. Por esto, entre los factores que

inciden en esta problemática, es la falta de orientación por parte de funcionarios del SRI sobre el procedimiento y los tipos de regímenes al cual deben acogerse los pequeños productores rurales, además se suma el miedo a pagar altos valores, a que se les quite beneficios como el bono a la esposa o esposo y el miedo por ser personas de la tercera edad. (Burgos Zavala, 2020)

b) (Villegas Yagual, 2019) en su proyecto de investigación “Desconocimiento de la cultura tributaria en los comerciantes de la feria libre de la ciudad de Naranjito”.

Tiene como objetivo analizar la influencia en el desconocimiento tributario a nivel de pago de impuestos de los comerciantes de la feria libre de la ciudad de Naranjito-Ecuador, con una muestra de 44 locales de comerciantes de la ciudad de Naranjito-Ecuador, a quienes se les aplicó la encuesta para obtener información sobre la cultura tributaria y buscar posibles soluciones. La misma que concluye que el desconocimiento tributario que existe en los comerciantes les ha impedido que reconozcan cuáles son sus derechos y obligaciones con el estado. (Villegas Yagual, 2019)

2.3.2. Antecedentes Nacionales

a) (Parraguez Limo, 2021) en su tesis titulado “Estrategias tributarias para promover la formalización tributaria de los productores de arroz de la ciudad de Ferreñafe 2020” para optar al título profesional de Contador Público de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

La presente investigación estudia las estrategias tributarias para promover la formalización tributaria de los productores de arroz de la ciudad de Ferreñafe, debido a la informalidad de este sector, es que surgen ciertos factores tributarios como: poco conocimiento del tema y la disconformidad con el sistema tributario por parte de los productores de arroz; además, de los diversos factores económicos que influyen en ellos. La investigación es cuantitativa de nivel descriptivo y tipo aplicada, contando con variables como Estrategias y Formalización tributarias,

cuya población analizada son los agricultores de arroz; usando técnicas como la encuesta y observación con sus respectivos instrumentos como la guía de encuesta y guías de análisis documental. El resultado indicó que las actuales estrategias tributarias que se aplican han logrado promover parcialmente la formalización tributaria en los productores de arroz de la ciudad de Ferreñafe, haciendo que se inscriban en el registro único de contribuyente de la Administración Tributaria. Por último, se concluyó que tienen poco conocimiento respecto a las estrategias tributarias generando así poco grado de formalidad tributaria, lo cual derivó en el diseño de estrategias tributarias. (Parraguez Limo, 2021)

b) (Manayay Guevara & Quesquén Chozo, 2019) en su tesis titulado “Estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019” para optar al título profesional de Contador Público de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

El presente estudio tiene como finalidad formular estrategias tributarias que contribuyan a incentivar el cumplimiento de las obligaciones fiscales entre los comerciantes del Mercado Modelo. La población de análisis estuvo constituida por los 1815 comerciantes que integraban este centro de abastos en el año 2019. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo y transversal; además, por la finalidad que persigue, se clasifica como propositiva. Para la recolección de datos se aplicó una encuesta compuesta por preguntas cerradas dirigidas a los comerciantes, con el objetivo de obtener información relevante sobre la problemática estudiada. Los resultados permitieron identificar y evaluar el estado actual de la tributación en el mercado, evidenciándose diversas deficiencias. Una proporción significativa de comerciantes desconoce las estrategias destinadas a mejorar la recaudación, lo que explica el incremento sostenido de la informalidad y la persistencia de la evasión tributaria. Asimismo, se

detectaron limitaciones en las acciones de información y orientación al contribuyente, pues la mayoría de comerciantes no está familiarizada con las estrategias implementadas por la SUNAT para optimizar la recaudación (63.4% manifiesta no conocerlas). (Manayay Guevara & Quesquén Chozo, 2019)

c) (Calderón Bardales, 2021) en su tesis titulado “Estrategias tributarias para optimizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la Empresa Corporacion Agromundo S.A.C., Chepen – 2019” para optar al título profesional de Contador Público de la Universidad Señor de Sipán.

El objetivo principal de esta investigación es formular estrategias tributarias para optimizar las obligaciones tributarias en Corporación Agromundo S.A.C., Chepen-2019. El tipo de investigación es descriptiva y su diseño no experimental porque se realiza sin variables manipuladas. Las herramientas de recolección de datos han sido verificadas mediante juicio de expertos, las técnicas utilizadas son: guía de entrevista y guía de observación con el contador y gerente general de la empresa que me hicieron comprender la situación actual de la empresa. Mediante el uso de técnicas de investigación, se determinó los errores tributarios de la empresa, como el uso de créditos tributarios indebidos, el uso de recibos de compra no deducidos y los recibos de compra superiores a S / 3,500.00 que no utilizan el sistema financiero, las declaraciones de impuestos enviadas después de la fecha límite, los impuestos no se pagaron a tiempo y el número de atrasos en los libros contables superó el atraso determinado por la Administración Estatal de Tributación. Finalmente, las conclusiones encontradas se presentan deficiencias en el área de contable relacionado al aspecto tributario ya que no tienen un personal capacitado para asumir esos cargos, no tienen conocimiento sobre las normas tributarias vigentes y por otro lado en cuanto a la planificación no cuentan con políticas para que se mejore el control tributario de la empresa

en cuanto a las declaraciones mensuales. Por tanto, se han propuesto estrategias tributarias para mejorar el cumplimiento de los deberes tributarios. (Calderón Bardales, 2021)

d) (Delgado Díaz, 2021) en su tesis titulado “Implementación de estrategias tributarias para la Municipalidad Distrital De Bellavista 2019” para optar al grado académico de bachiller en Administración de la Universidad Señor de Sipán.

La presente investigación tuvo como objetivo general Determinar el nivel que presentan las estrategias tributarias de la Municipalidad Distrital de Bellavista, 2019. Para el desarrollo de la investigación se utilizó el alcance descriptivo, con un diseño no experimental, para la recolección de datos se hizo uso de la técnica de la encuesta, con un cuestionario construido en base a 10 preguntas de tipo cerrada con escala de likert. La población fueron los contribuyentes del padrón de la Municipalidad Distrital de Bellavista, los cuales suman 8989, a los cuales se les aplicó un muestreo simple aleatorio, quedando una muestra de 369 contribuyentes. La investigación obtiene las siguientes conclusiones el 54% de los contribuyentes encuentra un nivel bajo en las estrategias tributarias que aplica la Municipalidad Distrital de Bellavista. De acuerdo con la recolección de datos las estrategias tributarias que favorecen a la recaudación tributaria son: la estrategia de cobranza, y la estrategia de control y fiscalización. Las estrategias que no favorecen la recaudación tributaria son las estrategias comunicativas y las estrategias de concertación. (Delgado Díaz, 2021)

e) (Montalvo Chives & Rijalva Navarro, 2022) en su tesis titulado “La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el centro comercial Muruhuay” para optar al título profesional de Contador Público de la Universidad de Ciencias y Humanidades.

El presente estudio tiene como objetivo general determinar si la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del centro comercial Muruhuay en el Cercado de Lima, en el año 2019. La metodología empleada en la tesis fue el

enfoque cuantitativo, el alcance explicativo, se aplicó la técnica de la encuesta, teniendo al cuestionario con escala de Likert como instrumento. Como principal resultado se obtuvo que, entre la cultura tributaria de los comerciantes encuestados y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los mismos, existe una influencia significativa, puesto que, su valor de significancia es menor al 0.05, y a su vez, esta influencia es positiva al tener un valor Beta de +0.99. En conclusión, la cultura tributaria influye positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la galería en estudio, por tanto, se resuelve que un adecuado nivel de cultura tributaria causa u origina que los comerciantes cumplan a cabalidad con sus obligaciones tributarias. (Montalvo Chives & Rijalva Navarro, 2022)

2.3.3. Antecedentes Locales

a) (Choquehuanca Salas, 2021) en su tesis titulado “La cultura tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Molino I – Distrito De Santiago – Cusco, primer semestre 2021” para optar al título profesional de Contador Público de la Universidad Andina del Cusco.

El estudio tiene como objetivo general “Describir la cultura tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Molino I, distrito de Santiago – Cusco, primer semestre 2021”. La metodología del presente estudio es la siguiente, tiene enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance descriptivo, y la población de estudio es conformado por los comerciantes del Centro Comercial Molino I, los cuales brindan los datos a través de un cuestionario instrumento para recolectar información necesaria para la presente investigación. Se concluye el estudio obteniendo los siguientes resultados referente a la variable cultura tributaria que el, 72% de los comerciantes tienen un alto grado sobre cultura tributaria, por consiguiente también tienen conciencia tributaria, el 64.7% de la población de estudio no tienen educación tributaria, mostrando escasez, que se da por diferentes factores como poca o nula orientación tributaria, y no siendo de

fácil entendimiento la normativa tributaria, no realizar oportunamente las responsabilidades tributarias, por consiguiente conlleva a infracciones tributarias. Por lo que, la baja educación tributaria ayuda a buscar posibles soluciones que permitan promover la cultura tributaria y valoración de los tributos. (Choquehuanca Salas, 2021)

b) (Layme Siccuy & Tupahuacaylo Chamorro, 2023) en su tesis titulado “Cumplimiento de obligaciones tributarias en la venta de viandas típicas cuy al horno por los emprendedores del poblado de Tipón Oropesa Cusco 2020” para optar al título profesional de Contador Público de la Universidad Andina del Cusco.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: Describir el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la venta de viandas típicas cuy al horno por los emprendedores del poblado de Tipón Cusco periodo 2020. La presente investigación no presenta hipótesis por plantear una investigación de alcance descriptivo, en donde solo se describieron las características y comportamiento de la variable cumplimiento de las obligaciones tributarias. La investigación propone la siguiente metodología: Tiene el enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, la población y muestra está conformada por la totalidad de emprendedores dedicadas a la venta de viandas típicas cuy al horno del poblado de Tipón Oropesa Cusco en número de (31) emprendedores y revisión documentaria de comprobantes de pago y registros ventas y compras para verificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, considerándose la muestra de tipo no probabilística y por conveniencia intencional del investigador. Concluyo la investigación como sigue: Respecto al grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la venta de viandas típicas cuy al horno por los emprendedores del poblado de Tipón Cusco periodo 2020, los resultados muestran dentro de la escala de valoración un grado de cumplimiento “BAJO”, sobre el cumplimiento de las obligaciones tanto formales y sustanciales, conforme se evidencia en los

resultados de la investigación tabla N° 18, donde se observa que el 54.34% de los emprendedores no cumplen con sus obligaciones tributarias, el 44.17% si cumple con sus obligaciones y el 1.49% a veces cumplen con sus obligaciones tributarias en la venta de viandas típicas caso de cuy al horno por los emprendedores del poblado de Tipón Oropesa Cusco periodo 2020. (Layme Siccu & Tupahuacayllo Chamorro, 2023)

c) (Buenas Abarca, 2021) en su tesis titulado “Cultura tributaria en los comerciantes de la Asociación Mercado Ferial El Molino II y la recaudación tributaria en el nuevo RUS - Cusco, años 2017 – 2019” para optar al título profesional de Abogado de la Universidad Andina del Cusco.

El presente trabajo tiene como objetivo general “Determinar la relación entre la cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación Mercado Ferial El Molino II y la recaudación tributaria en el Nuevo RUS”, proponiendo como hipótesis general la existencia de una relación significativa entre ambas variables. La investigación posee un enfoque mixto u holístico, con un alcance correlacional, con un diseño básico, no experimental, transversal o transeccional, con una población de 1,081 comerciantes, ubicados en 36 pabellones, con una muestra de 284 comerciantes obtenida de la aplicación de una fórmula estadística para poblaciones finitas, la obtención de datos cualitativos y cuantitativos se obtiene por medio de la utilización de la entrevista con el diseño de su guía de entrevista y la encuesta con el diseño de su cuestionario obtener permitiendo información relevante para alcanzar los objetivos y demostrar las hipótesis planteadas; Todo ello, a través del análisis de datos mediante el programa estadístico IBM® SPSS que garantiza la confiabilidad de los resultados. Seguido a ello, se realizó la discusión de resultados dando el soporte a los datos encontrados dentro de la investigación, las conclusiones se realizaron en base a los objetivos de estudio y las recomendaciones fueron otorgadas en base a la justificación y conclusiones de investigación. (Buenas Abarca, 2021)

d) (Tacuri Quejía & Paucar Vilca, 2018) en su tesis titulado “Comercio informal y los componentes determinantes para la formalización de los comerciantes de la “Asociación de Comerciantes Feria del Altiplano” del distrito de Wanchaq, Cusco periodo 2016” para optar al título profesional de Contador Público de la Universidad Andina del Cusco.

El propósito de esta investigación fue identificar los factores que influyen en la práctica del comercio informal dentro de la “Asociación de Comerciantes Feria del Altiplano”, ubicada en el distrito de Wanchaq, Cusco, durante el año 2016. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y se enmarcó en un diseño de investigación - acción, dado que busca promover cambios sociales mediante la toma de conciencia por parte de los propios actores involucrados; en este caso, se pretende que los comerciantes informales comprendan la vigencia de los tributos y la obligación de cumplir con las normas fiscales. Los hallazgos permitieron concluir que el comercio informal emerge principalmente como una alternativa frente al desempleo y la exclusión socioeconómica. Factores como la falta de recursos, la baja formación educativa, el género y la ausencia de capacitación influyen de manera directa en la incorporación de las personas a actividades informales. A ello se suman otros elementos como los trámites burocráticos y costosos, la existencia de múltiples impuestos y la escasa cultura tributaria, los cuales se encuentran estrechamente vinculados con la informalidad y afectan el desarrollo social y económico del país. El estudio evidenció que la situación socioeconómica es un factor decisivo en la adopción del comercio informal. La mayoría de comerciantes son mujeres entre 20 y 35 años, dedicadas principalmente a la venta de ropa, con entre uno y cuatro años de experiencia en el rubro. Asimismo, se constató que el 65% posee solo educación secundaria y que muchos cuentan con recursos económicos limitados, lo que dificulta su formalización. En relación con los trámites administrativos, los resultados indican que estos no inciden significativamente en el incremento

de la informalidad, pues el 57% de los comerciantes realizó los procedimientos necesarios para formalizarse, aunque manifestaron que la información proporcionada por la SUNAT no fue del todo clara. El grupo restante no realizó dichos trámites o los delegó a terceros. Por otro lado, la existencia de diversos impuestos sí influye de forma considerable en la elección por la informalidad, ya que muchos comerciantes, al conocer la carga impositiva que implica la formalización, optan por evitarla por temor a la SUNAT, así como a posibles multas y sanciones. Del mismo modo, se concluye que la limitada cultura tributaria constituye un factor determinante en la persistencia de la informalidad, dado que los comerciantes no cuentan con los conocimientos, valores ni actitudes que favorezcan el cumplimiento fiscal. Esto se ve agravado por el hecho de que la SUNAT no estaría cumpliendo adecuadamente con sus funciones de orientación e información dirigidas a este sector. (Tacuri Quejía & Paucar Vilca, 2018)

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. HIPÓTESIS

3.1.1. Hipótesis General

Las estrategias tributarias indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.

3.1.2. Hipótesis Específicos

- a) Las estrategias de información y orientación al contribuyente indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.

- b) Las estrategias de educación cívica tributaria indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.
- c) Las estrategias de simplicidad indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.
- d) Las estrategias de incentivos tributarios indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco – 2024.

3.2.IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

3.2.1. Variable Independiente

X. ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS

3.2.2. Variable Dependiente

Y. CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| VARIBALES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES |
|----------------------------|-------------------------|---|---|--|
| VARIABLE INDEPENDIENTE (X) | ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS | <p>Las estrategias tributarias son herramientas empleadas por la administración tributaria con el propósito de optimizar la recaudación de impuestos. Mediante estas estrategias, se permite analizar de manera directa los indicadores relacionados con la tributación en el país, tales como las culturas tributarias, la evasión y la fiscalización y entre otros aspectos, el objetivo principal es evaluar diversas alternativas que fomenten la conciencia necesaria en los ciudadanos para que cumplan con sus obligaciones tributarias de manera efectiva. (Castro Silva, Mormontoy Atauchi , & Paredes Salgado, 2019).</p> | <p>Son mecanismos que ayudan a una entidad a mejorar y optimizar el cobro de los distintos tributos, de esta manera promover el pago de los contribuyentes, para que estos sean utilizados de buena manera en beneficio de la sociedad.</p> | <p>X.1 Estrategias de información y orientación al contribuyente X.2 Estrategias de educación cívica tributaria X.3 Estrategias de simplicidad X.4 Estrategias de incentivos tributarios</p> |
| | | | | <p>X.1.1 Orientación al contribuyente X.1.2 Difusión Tributaria X.2.1 Regímenes tributarios X.2.2 Medios de comunicación X.2.3 Impuestos a pagar X.3.1 Comercio formal X.3.2 Requisitos para formalizar un negocio X.4.1 Incentivos y/o beneficios por buen pagador</p> |

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| | Una obligación tributaria es un enlace entre el acreedor y el deudor tributario según lo establecido por la ley, asimismo tiene como fin el cumplimiento de la prestación tributaria siendo exigible coactivamente, es decir la obligación tributaria surge como consecuencia de la necesidad de pagar tributos para el sostenimiento de los gastos del estado. (Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024, 2024) | La obligación tributaria nace en el momento que se genera la obligación de pagar el Impuesto General a la Ventas (IGV). (Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024, 2024) | Y.1 Obligaciones formales Y.2 Obligaciones sustanciales | Y.1.1 Inscripción en el RUC Y.1.2 Emisión de comprobantes de pago y Registro de Compras y Registro de Ventas. Y.1.3 Presentación y declaración de impuesto Y.1.4 Declaraciones informativas Y.1.5 Actualización de información Y.2.1 Pago de los tributos Y.2.2 Fraccionamiento Y.2.3 Aplazamiento Y.2.4 Infracciones Y.2.5 Sanciones |
| VARIABLE DEPENDIENTE (Y) | | | | |
| CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS | | | | |

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. ÁMBITO DE ESTUDIO: LOCALIZACIÓN POLÍTICA Y GEOGRÁFICA



4.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

4.2.1. Tipo de investigación

Para la presente investigación hemos aplicado la investigación aplicada. La investigación aplicada se explora con el fin de hacer, actuar, construir y modificar, con el objetivo de conocer la realidad económica, cultural, política y social de un área determinado, proponiendo soluciones fáciles y reales, necesarias a los problemas identificados.

El presente trabajo es de tipo aplicada ya que su objetivo es resolver problemas prácticos para satisfacer las necesidades de la sociedad, estudiando hechos y fenómenos de utilidad práctica, el problema está establecido y es conocido por el investigador. (Hernandez Sampieri, 2018)

4.2.2. Nivel de Investigación

La siguiente investigación está bajo el enfoque cuantitativo, con un nivel de investigación descriptivo y explicativo.

El enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio cada etapa precede a la siguiente y no se puede saltar pasos. El orden es riguroso; parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones (Hernandez Sampieri, 2014 pag 4)

4.2.2.1. Nivel descriptivo

Orientada al descubrimiento de las propiedades particulares del hecho o situación problemática y también a la determinación de la frecuencia con que ocurre el hecho o situación problemática. (Dueñas, 2013) .

La investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población (Hernandez Sampieri, 2014 pag 92).

4.2.2.2. Nivel explicativo

A través del nivel explicativo se busca encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste. Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo (Hernandez Sampieri, 2018).

4.3. UNIDAD DE ANÁLISIS

Para el desarrollo del trabajo de investigación la unidad de análisis que se tomó en consideración a los 960 empresarios del centro comercial el Molino I.

4.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO

La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones, Lepkowski (2008) citado por Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014) (p.174)

La población estará constituida por s 960 empresarios del centro comercial el Molino I.

| Nº | Actividad Económica | Cantidad |
|----|------------------------|----------|
| 1 | Artefactos | 40 |
| 2 | Celulares y accesorios | 100 |
| 3 | Ropa | 250 |
| 4 | Calzado | 180 |
| 5 | Bazar | 55 |
| 6 | Juguería | 80 |
| 7 | Plastiquerías | 40 |
| 8 | Piñaterías | 55 |
| 9 | Perfumería | 60 |
| 10 | Abarrotes | 35 |
| 11 | Ferretería | 55 |
| 12 | Alimentos | 10 |

4.5. TAMAÑO DE MUESTRA

La muestra se entiende como una parte específica de la población o universo de estudio, seleccionada con la finalidad de permitir la generalización de los resultados obtenidos. En esta investigación se empleó una muestra de tipo intencional, caracterizada por la selección no probabilística de los participantes, sin aplicar fórmulas estadísticas, sino basada en el juicio del investigador, quien busca elegir a los elementos que mejor representen a la población. Para ello, es indispensable que el investigador conozca de manera objetiva las particularidades del grupo

estudiado. Como señalan Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014, p. 175), una muestra constituye básicamente un segmento de la población, es decir, un conjunto reducido de elementos que comparten las características del grupo total definido como población.

La muestra que se seleccionó para llevar a cabo la investigación estuvo compuesta por 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, tomando a 10 comerciantes de cada actividad económica.

4.6. TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE MUESTRA

Hernández señalan que “el muestreo cualitativo es propositivo. Las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionamos el contexto, en el cual esperamos encontrar los casos que nos interesan”. que se empleó una fórmula estadística para determinarla (Hernandez Sampieri, 2018).

4.7. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En la presente investigación se utilizará la técnica de la encuesta o del vaciado de datos que nos permitirá obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias y análisis cuantitativo del contenido de datos.

4.7.1. Encuesta

Para poder determinar una solución a la problemática se realizará una encuesta, la cual es un cuestionario con preguntas cerradas para conseguir de un método dinámico recopilación de los datos.

Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, los cuestionarios se utiliza en todo de tipo de encuestas por ejemplo para calificar un desempeño, conocer las necesidades de un hábitat de futuros compradores, etc. (Hernandez Sampieri, 2014 pag 217)

4.7.2. Búsqueda de información bibliográfica

El objetivo de esta técnica es proporcionar información y asesoramiento a sus usuarios facilitando la localización, el acceso y la utilización de los recursos documentales existentes, facilitando la obtención de referencias bibliográficas sobre cualquier tema de interés (Hernandez Sampieri, 2018).

4.7.3. Trabajo de campo

Es uno de los instrumentos que día a día nos permite sistematizar nuestras prácticas investigativas; además, nos permite mejorarlas, enriquecerlas y transformarlas. Según Bonilla y Rodríguez “el trabajo diario de campo debe permitirle al investigador un monitoreo permanente del proceso de observación. Puede ser especialmente útil al investigador en él se toma nota de aspectos que considere importantes para organizar, analizar e interpretar la información que está recogiendo” (Bonilla castro, Elssy - Rodriguez Sehk, Penelope, 1997)

4.8. TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

“La estadística inferencial nos permite dar respuestas a preguntas (hipótesis) sobre poblaciones grandes a partir de datos de grupos pequeños o muestras” Los cuestionarios son un plan formal para recabar información y alcanzar los objetivos de la investigación, el cuestionario nos permite uniformizar y estandariza la información recopilada. Se va aplicar procesamiento estadístico elemental, para cuantificar las frecuencias de respuesta y porcentajes que representan éstas; así como Estadígrafos o gráficas estadísticas, para facilitar la observación y la comparación de resultados ya matematizados para ello utilizaremos el programa Microsoft Excel. (Hernandez Sampieri, 2018)

4.8.1. Cuestionarios

Un cuestionario es un instrumento de investigación que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados.

Un cuestionario es un instrumento de investigación compuesto por una serie de preguntas estructuradas y otras indicaciones, cuyo propósito es obtener información de los participantes sobre diversos aspectos relevantes para el estudio. Según Hernández Sampieri (2018), el cuestionario es utilizado en un procedimiento estandarizado de interrogación, lo que permite obtener mediciones cuantitativas comparables sobre diversos factores, tanto objetivos como subjetivos. Este instrumento facilita la recolección sistemática de datos, permitiendo el análisis de tendencias y patrones en las respuestas de los encuestados. (Hernandez Sampieri, 2018)

4.9. TÉCNICAS PARA DEMOSTRAR LA VERDAD O FALSEDAD DE LAS HIPÓTESIS PLANTEADAS

Utilizando el programa estadístico SPSS, “se demostrará la hipótesis mediante la técnica de la hipótesis nula que es la afirmación que se pondrá a prueba. Y mediante intervalos de confianza que es un método de comprobación de hipótesis, y se basa en una estimación de los parámetros de la misma. En este tipo de prueba, la fórmula consiste en encontrar la media de la muestra y se compara con el error estándar para determinar cuál es mayor y aceptar la hipótesis nula. En otras palabras, esto se aproxima a cuán seguro (o convencido) se está de la hipótesis y el nivel de confianza”. (Hernandez Sampieri, 2018)

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1.1. Encuesta - realizada de acuerdo a las variables

1. ¿Alguna vez usted ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios?

Tabla 1

Alguna vez usted ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios

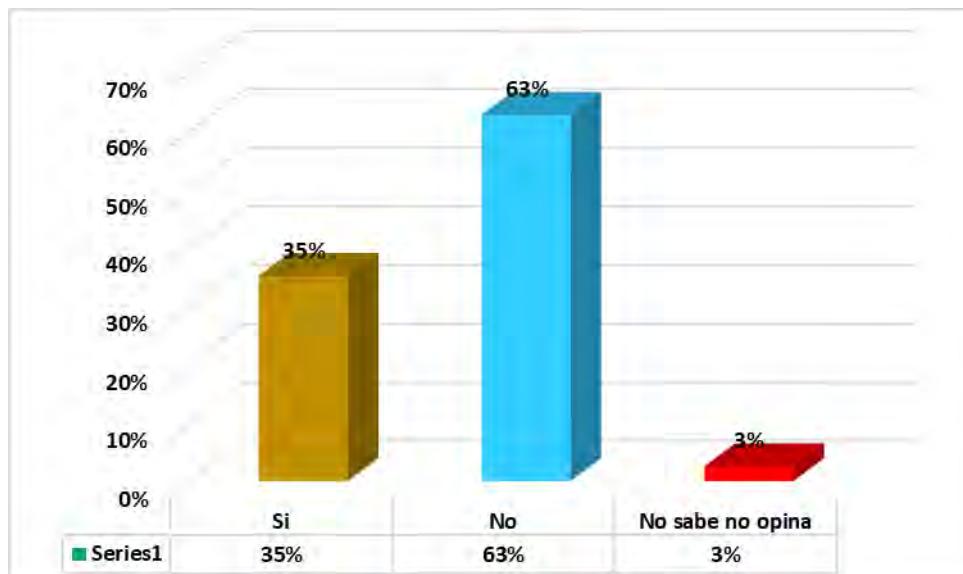
| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 42 | 35% |
| No | 75 | 63% |
| No sabe no opina | 3 | 3% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada

Elaboración propia

Figura 6

Alguna vez usted ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios



Nota: Encuesta aplicada

Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 1 y figura N° 6 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 35% indicó que, si ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios, por otro lado, el 63% indicó que no ha sido orientado por parte de las SUNAT en temas tributarios, esto evidencia una deficiencia en la implementación de esta estrategia. La falta de conocimiento en estos temas lleva a que un mayor número de comerciantes adopte comportamientos evasivos, lo que resalta la importancia de fortalecer la cultura tributaria.

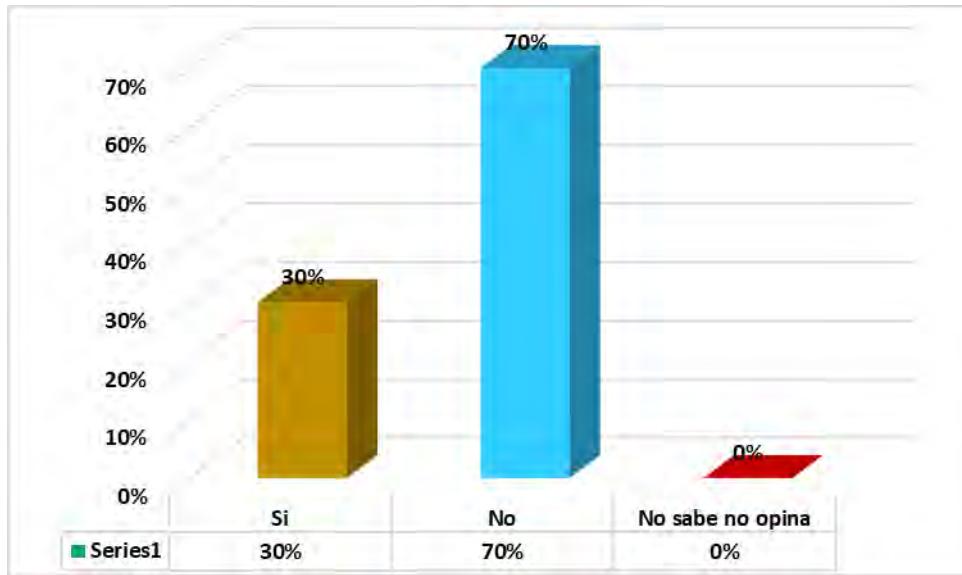
2. ¿Usted ha participado de charlas informativas sobre tributación?

Tabla 2
Usted ha participado de charlas informativas sobre tributación

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|--------------------------|-------------------|
| Si | 36 | 30% |
| No | 84 | 70% |
| No sabe no opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 7
Usted ha participado de charlas informativas sobre tributación



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 2 y en la figura N° 7, luego de encuestar a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 30% indicó que sí ha participado en charlas informativas sobre tributación, mientras que el 70% señaló que no ha participado. Esto sugiere que es muy probable que estos contribuyentes incurran en evasión tributaria, ya sea como formales (aquellos que tienen RUC, pero no emiten sus comprobantes de pago o no realizan sus pagos de manera puntual) o como informales, debido a que carecen de un conocimiento adecuado sobre el sistema tributario peruano, su función y finalidad. Además, esta situación se ve agravada por la percepción negativa que tienen los contribuyentes respecto a la corrupción de los funcionarios públicos en el cumplimiento de sus deberes tributario.

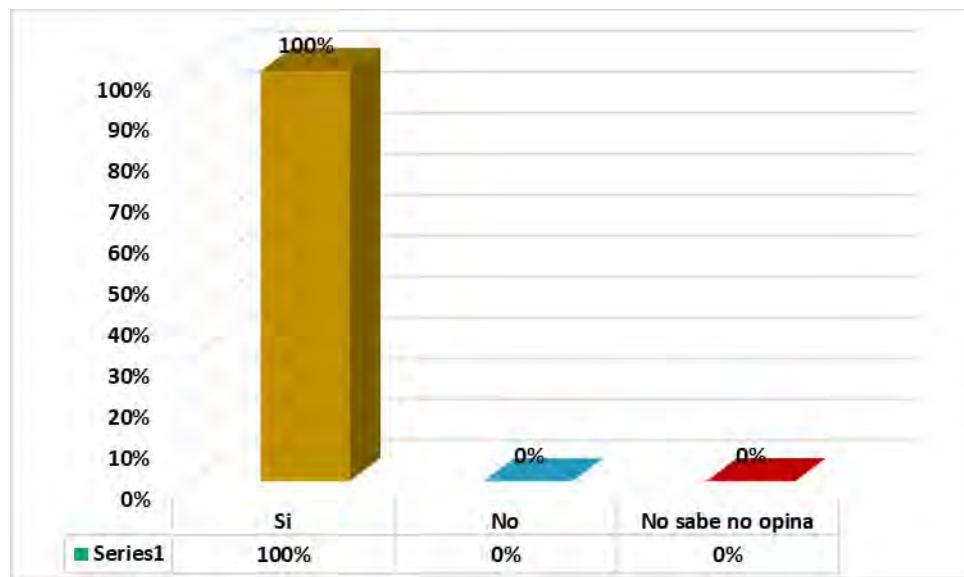
3. ¿Le gustaría a Ud. ser informado y orientado sobre temas tributarios?

Tabla 3
Le gustaría a Ud. ser informado y orientado sobre temas tributarios

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 120 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| No sabe no opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 8
Le gustaría a Ud. ser informado y orientado sobre temas tributarios



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 3 y figura N° 8 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 100% indicó que si le gustaría ser informado y orientado sobre temas tributarios. A pesar del alto índice de evasión e informalidad, se percibe un deseo de cambio por parte de los comerciantes. Esto sugiere que una de las razones por las cuales no cumplen con sus obligaciones tributarias es la falta de conocimiento e información sobre tributación.

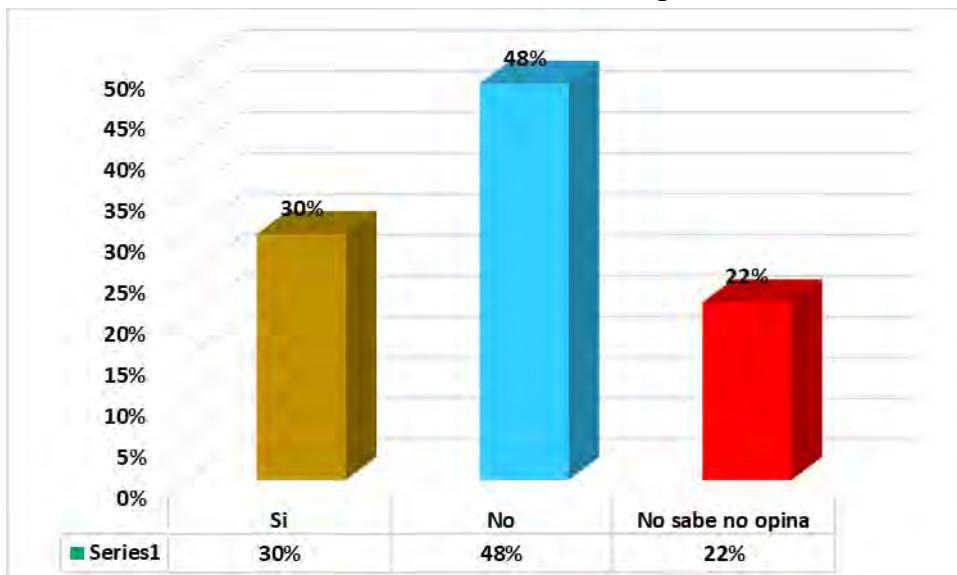
4. ¿Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano?

Tabla 4
Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 36 | 30% |
| No | 58 | 48% |
| No sabe no opina | 26 | 22% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

Figura 9
Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano



Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 4 y figura N° 9 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 30% indicó que, si conoce sobre el sistema tributario peruano, por otro lado, el 48% indicó desconocer del tema y el 22% no sabe no opina. Entonces podemos concluir que los comerciantes realizan sus actividades comerciales sin tener bien claro sus obligaciones o beneficios que tienen para con el Estado.

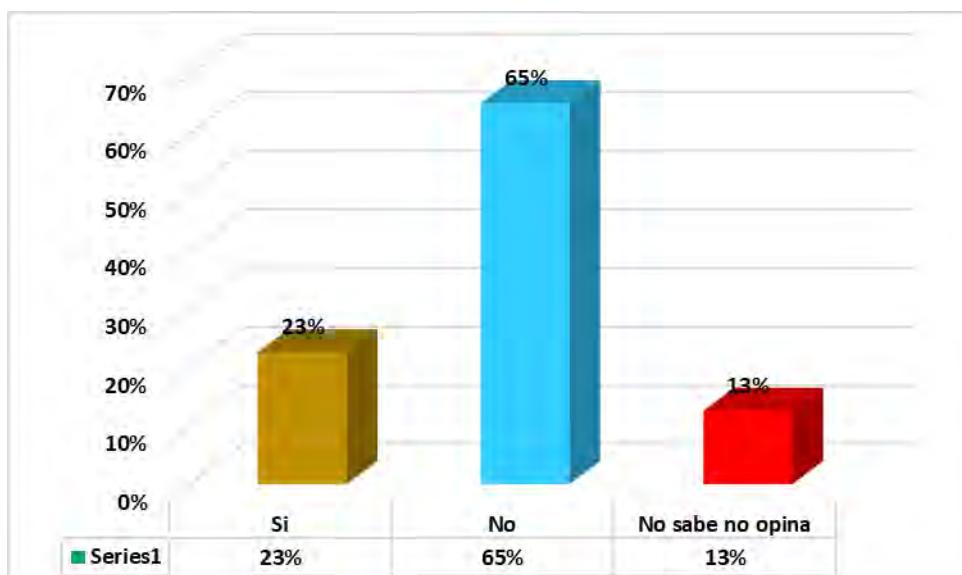
5. ¿Sabe Ud. qué otros impuestos existen aparte del IGV?

Tabla 5
Sabe Ud. qué otros impuestos existen aparte del IGV

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 27 | 23% |
| No | 78 | 65% |
| No sabe no opina | 15 | 13% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 10
Sabe Ud. qué otros impuestos existen aparte del IGV



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION

Como se observa en la tabla N° 5 y figura N° 10 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 23% indicó que, si sabe acerca de otros impuestos que existen aparte del IGV, por otro lado, el 65% indicó que no conoce acerca de otros impuestos y el 13% no sabe no opina del tema. Entonces podemos concluir que, en su gran mayoría, los comerciantes han escuchado sobre el IGV, sin embargo, como se

sabe, no es el único impuesto que se debe pagar, es así que para éstos muchas veces resulta complicado realizar las declaraciones o pagos por otros impuestos, ya que al final consideran que pagan mucho y no saben a dónde va ese dinero que recauda la Sunat u otras instituciones como las municipalidades.

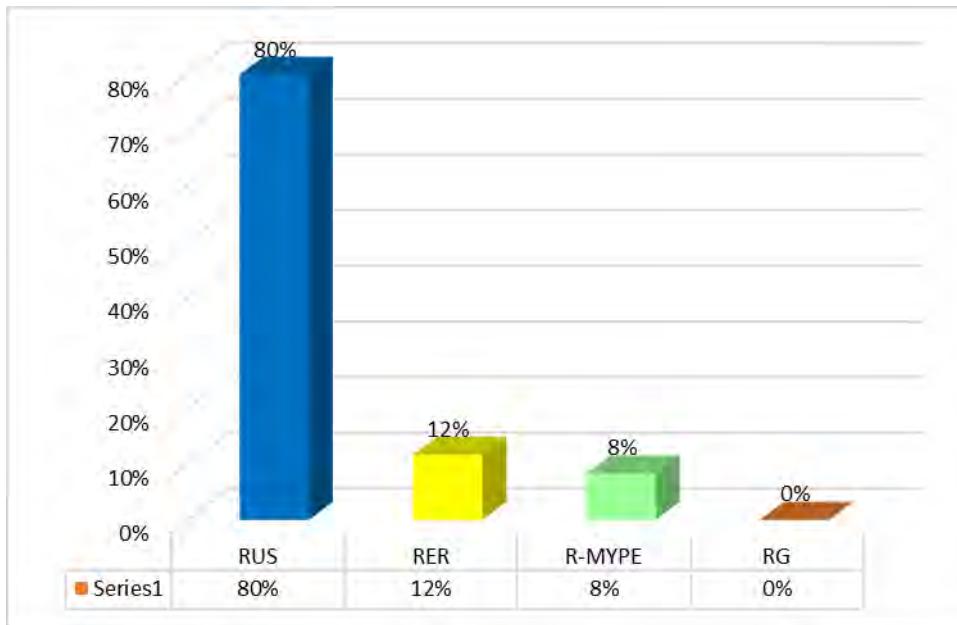
6. ¿A qué régimen tributario pertenece usted?

Tabla 6
A qué régimen tributario pertenece usted

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|--------------------------|-------------------|
| RUS | 96 | 80% |
| RER | 14 | 12% |
| R-MYPE | 10 | 8% |
| RG | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 11
A qué régimen tributario pertenece usted



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 6 y figura N° 11 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 80% indicó que pertenece al Régimen NRUS, el otro 12% indicó pertenecer al RER y el 8% pertenece al MYPE, en la realidad, estos comerciantes no emiten los respectivos comprobantes de pago por todas las ventas que realizan, es por ello que se hace necesario el incremento de fiscalizaciones para poder controlar estas actividades

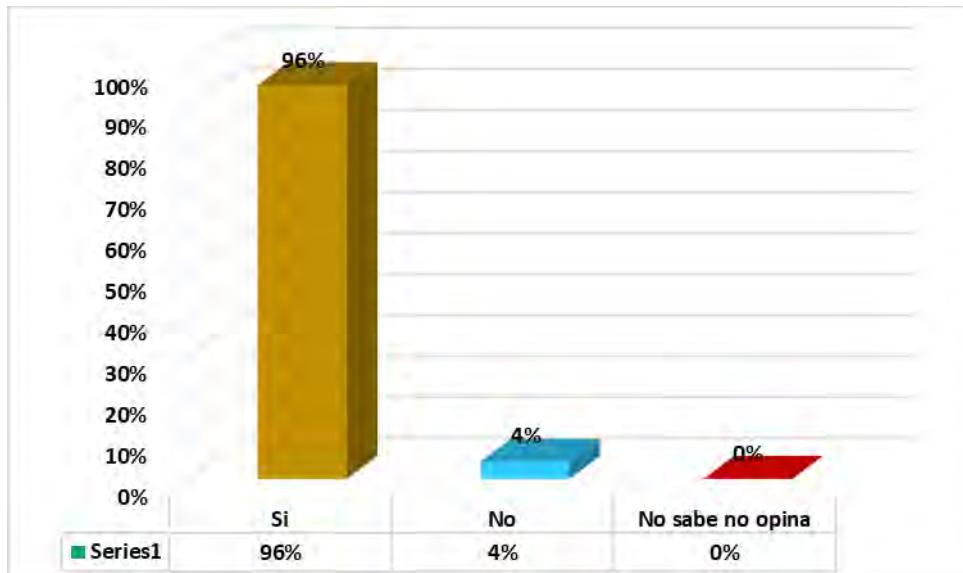
7. ¿Usted considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación?

Tabla 7
Usted considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 115 | 96% |
| No | 5 | 4% |
| No sabe no opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 12
Usted considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 7 y figura N° 12 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 96% indicó que, si considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación, los comerciantes

reconocen la importancia de la educación cívica tributaria como instrumento para erradicar la evasión, pero esta estrategia debe permanecer en el tiempo, no solamente debe aparecer por temporadas, sino que debe ser un proceso continuo hasta que la población logre formar una cultura tributaria sólida, por otro lado el 4% indicó estar en desacuerdo.

8. ¿Usted ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación?

Tabla 8

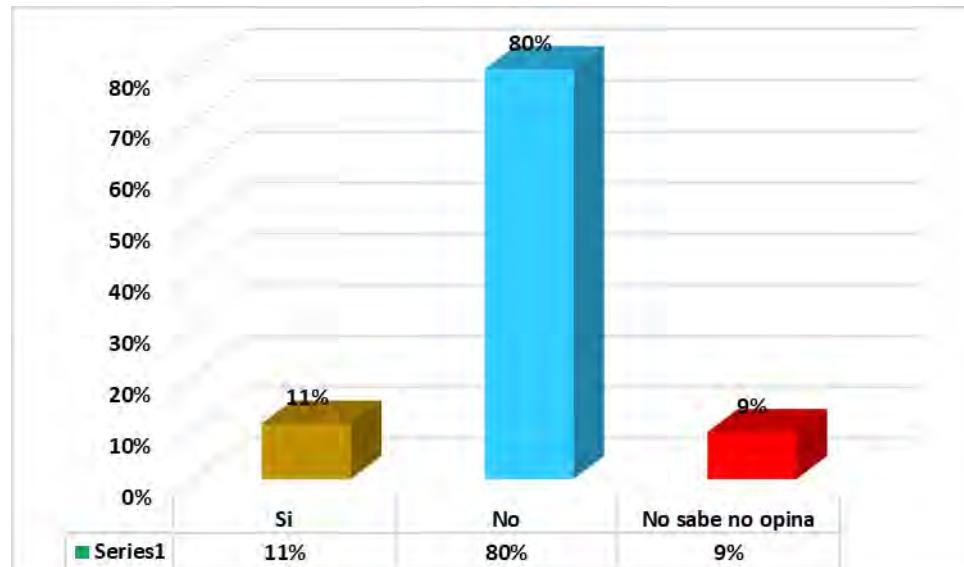
Usted ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 13 | 11% |
| No | 96 | 80% |
| No sabe no opina | 11 | 9% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

Figura 13

Usted ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación



Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 8 y figura N° 13 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 11% indicó que, si ha visto o escuchado publicidad sobre tributos en los medios de comunicación, por otro lado, el 80% indicó no haber escuchado temas tributarios en la radio y el 9% no sabe ni opina del tema. A pesar de que la publicidad se ha convertido en una herramienta de gran impacto en la sociedad, es fundamental que las instituciones públicas enfoquen sus esfuerzos e inviertan en campañas de propaganda y publicidad para proporcionar información tributaria, ya que esto también puede contribuir a generar conciencia.

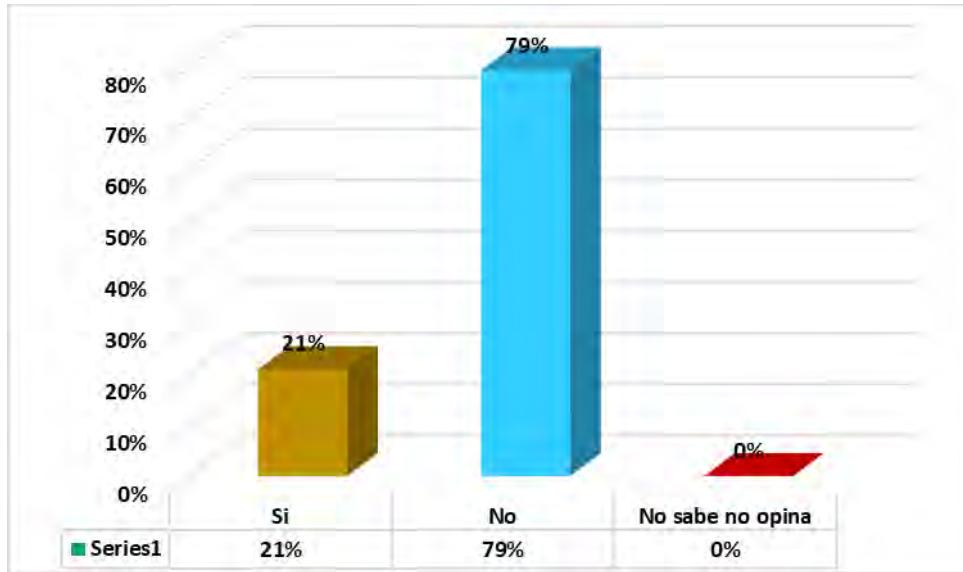
9. ¿Usted considera que formalizar un negocio es sencillo?

Tabla 9
Usted considera que formalizar un negocio es sencillo

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|--------------------------|-------------------|
| Si | 25 | 21% |
| No | 95 | 79% |
| No sabe ni opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 14
Usted considera que formalizar un negocio es sencillo



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 9 y figura N° 14 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 21% considera que formalizar un negocio si es sencillo, por otro lado, el 79% indicó que no es sencillo. El gran dilema al momento de formalizar un negocio o empresa es la falta de claridad sobre por dónde empezar, cuánto tiempo tomará el proceso y cuál será el costo. Lo único que se sabe es que implica muchos gastos, los cuales, en muchas ocasiones, los comerciantes o empresarios no están dispuestos a asumir. Por esta razón, surge la necesidad de establecer leyes, normas y políticas claras y sencillas, que sean fácilmente accesibles para los contribuyentes.

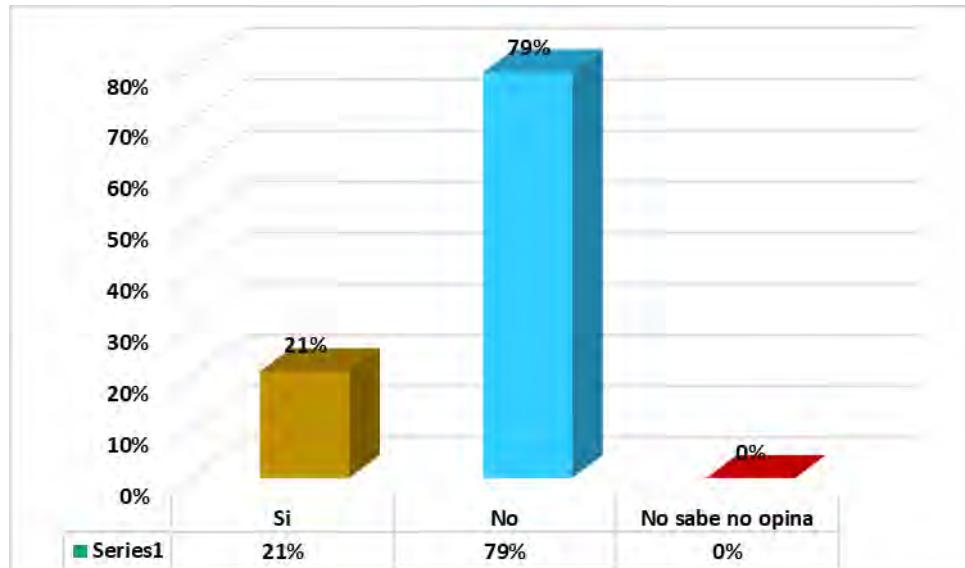
10. ¿Usted tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio?

Tabla 10
Usted tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 25 | 21% |
| No | 95 | 79% |
| No sabe no opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 15
Usted tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 10 y figura N° 15 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 21% indicó que si tiene conocimiento y el 79% indica que no tiene conocimiento.

11. ¿Conoce Ud. que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador?

Tabla 11

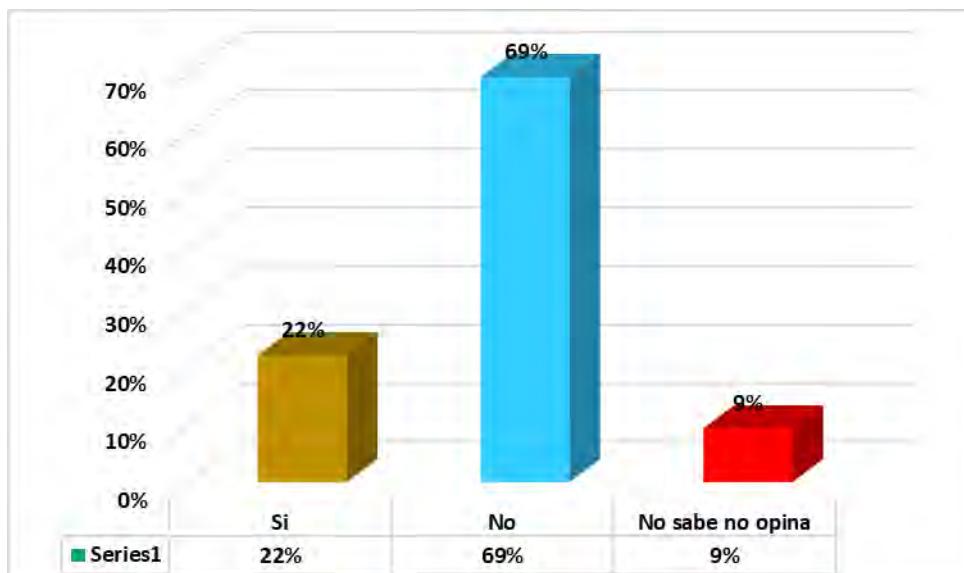
Conoce Ud. que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 26 | 22% |
| No | 83 | 69% |
| No sabe no opina | 11 | 9% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

Figura 16

Conoce Ud. que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador



Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 11 y figura N° 16 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 22% indicó que si conoce los incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador, por otro lado, el 69% indicó

desconocer los beneficios para el buen pagador y el 9% restante no sabe no opina del tema. En la actualidad pocos son los que conocen los beneficios e incentivos tributarios que ofrece tanto la Sunat como las demás instituciones públicas para poder cumplir adecuadamente con las obligaciones tributarias. No obstante, también existen contribuyentes que esperan algún incentivo, descuento, perdón de la deuda para continuar con sus actividades.

12. ¿Considera Ud. que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias?

Tabla 12

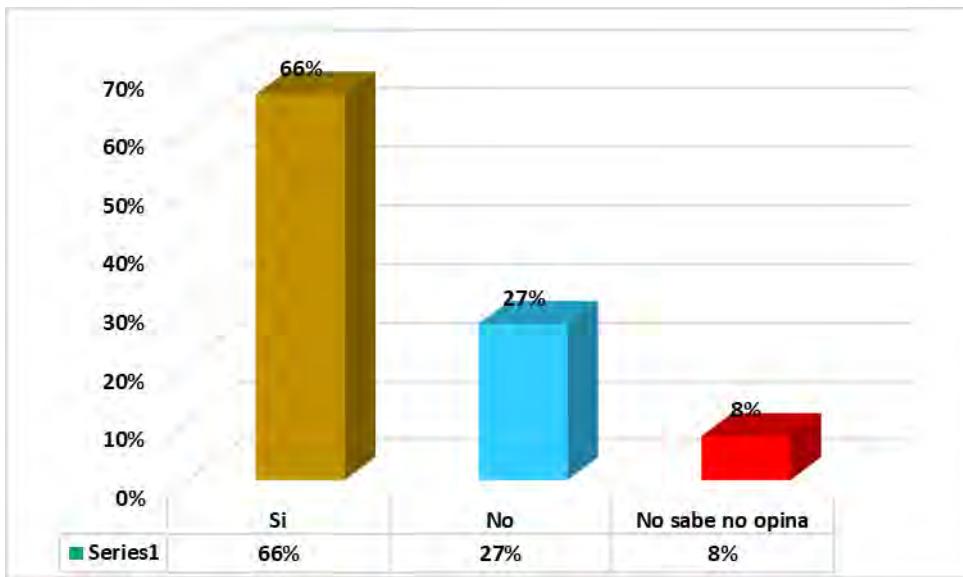
Considera Ud. que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 79 | 66% |
| No | 32 | 27% |
| No sabe no opina | 9 | 8% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

Figura 17

Considera Ud. que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias



Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 12 y figura N° 17 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 66% indicó que, si considera que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el otro 27% indicó que no siempre con incentivos y beneficios se lograra que cumplan con el pago de impuestos.

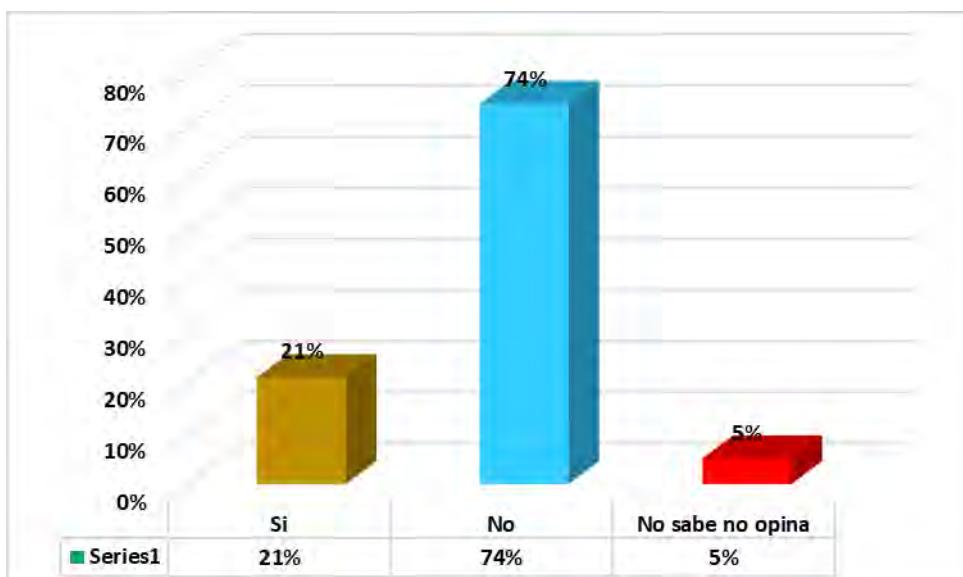
13. ¿Conoce Ud. que se puede declarar y pagar tributos por internet?

Tabla 13
Conoce Ud. que se puede declarar y pagar tributos por internet

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 25 | 21% |
| No | 89 | 74% |
| No sabe no opina | 6 | 5% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 18
Conoce Ud. que se puede declarar y pagar tributos por internet



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 13 y figura N° 18 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 21% indicó que, si conoce que se puede declarar y pagar tributos por internet, mientras que el 74% restante indicó que no conoce, por ello es importante capacitar a los comerciantes sobre el uso adecuado de esta tecnología para optimizar recursos como tiempo y dinero.

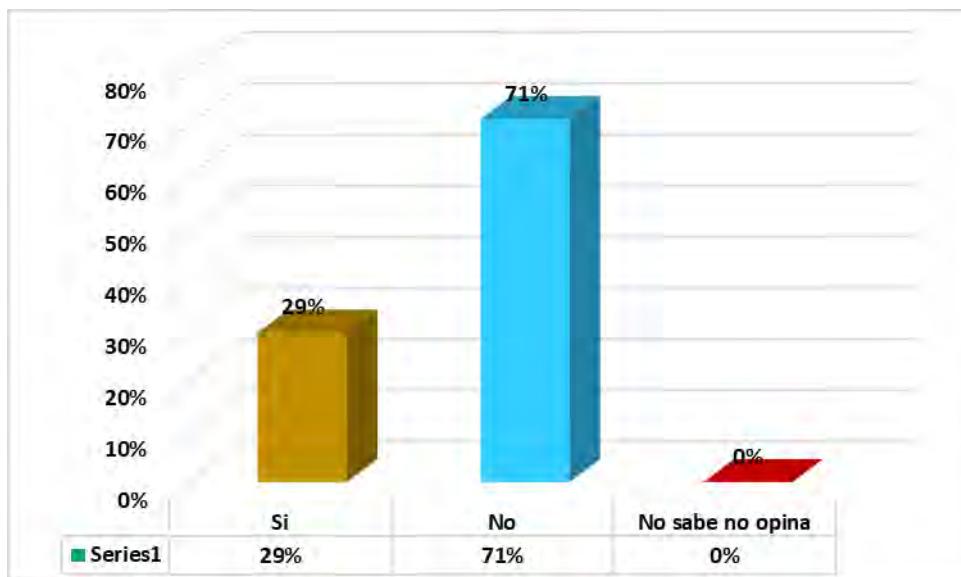
14. ¿Usted tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos?

Tabla 14
Usted tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 35 | 29% |
| No | 85 | 71% |
| No sabe no opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 19
Usted tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 14 y figura N° 19 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 29% indicó que si tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos, por otro lado, el 71% indicó no tener conocimiento de cómo se realiza el pago de tributos.

15. ¿Usted se encuentra inscrito en el RUC?

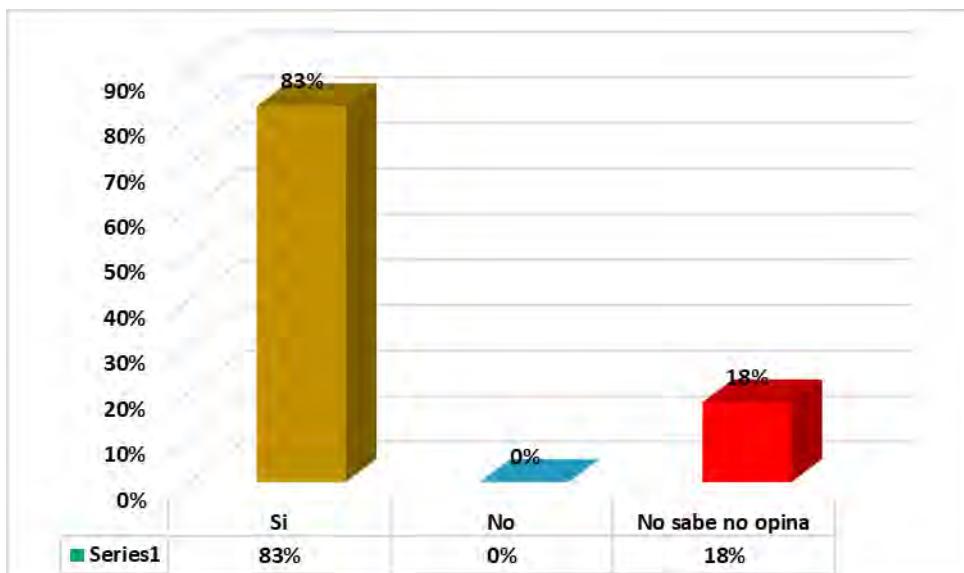
Tabla 15
Usted se encuentra inscrito en el RUC

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 99 | 83% |
| No | 0 | 0% |
| No sabe no opina | 21 | 18% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada

Elaboración propia

Figura 20
Usted se encuentra inscrito en el RUC



Nota: Encuesta aplicada

Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 15 y figura N° 20 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 83% indicó estar inscritos en el RUC, mientras que el otro 18% indicó desconocer del tema, prefirió no opinar.

16. ¿Usted emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza?

Tabla 16

Usted emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza

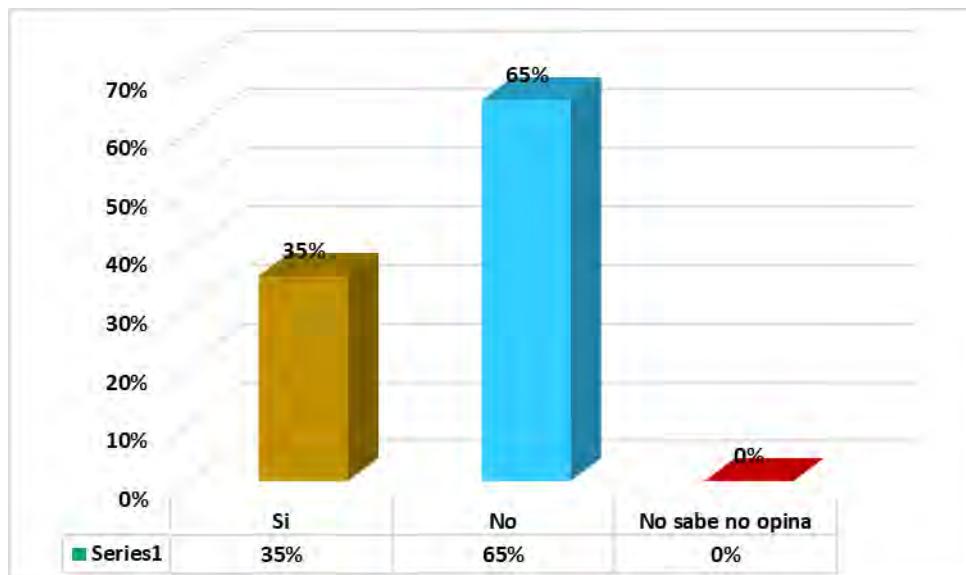
| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 42 | 35% |
| No | 78 | 65% |
| No sabe no opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada

Elaboración propia

Figura 21

Usted emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza



Nota: Encuesta aplicada

Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 16 y figura N° 21 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 35% indicó que, si emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza, por otro lado, el 65% manifiestan que no emiten los comprobantes de pago correspondientes por sus ventas, lo que se refleja en la recaudación, ya que actualmente deben millones a la Sunat. Este es un problema que se ha arrastrado durante décadas en la ciudad de Cusco.

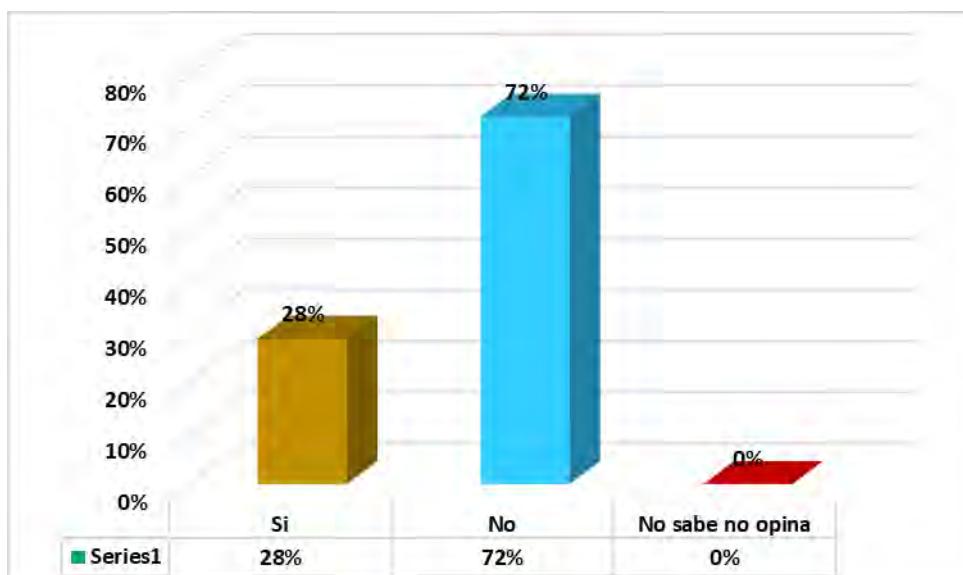
17. ¿Ud. paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat?

Tabla 17
Ud. paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 34 | 28% |
| No | 86 | 72% |
| No sabe no opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 22
Ud. paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 17 y figura N° 22 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 28% manifestó que, si paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat, el otro 72% indicó que no lo realiza en los plazos establecidos. Algunos motivos por lo que los contribuyentes no pagan sus tributos dentro de los plazos establecidos, es por falta de liquidez, falta de tiempo, falta de conocimiento en la

forma de pago y los plazos asignados para las declaraciones y pagos, poco incentivo por tributar, percepción negativa ante la recaudación, entre otros.

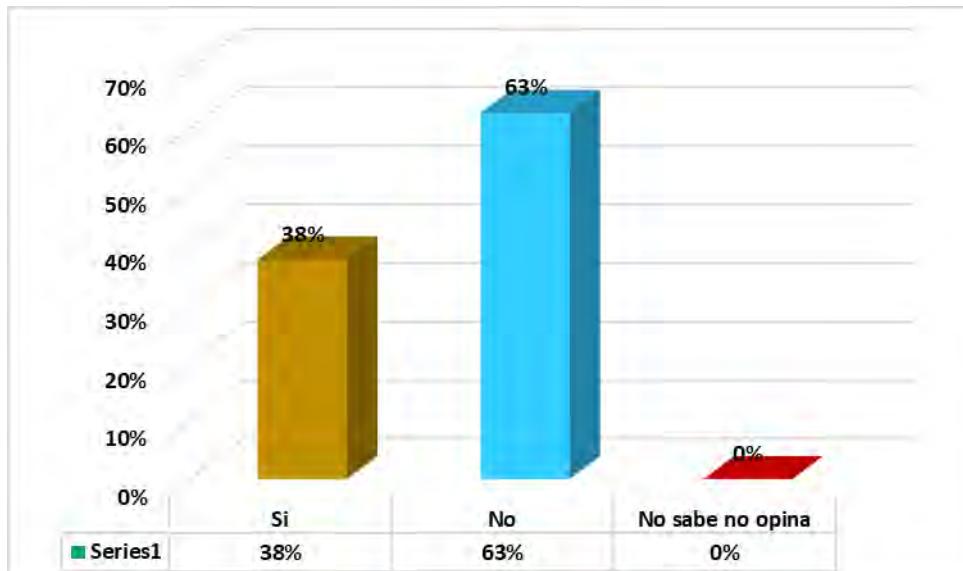
18. ¿Ud. paga sus tributos de manera voluntaria?

Tabla 18
Ud. paga sus tributos de manera voluntaria

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 45 | 38% |
| No | 75 | 63% |
| No sabe no opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

Figura 23
Ud. paga sus tributos de manera voluntaria



Nota: Encuesta aplicada
Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 18 y figura N° 23 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 38% indicó que, si paga sus tributos de

manera voluntaria, por otro lado el 63% indicó que no lo hace de manera voluntaria. Lamentablemente el contribuyente a menudo desconoce el destino del dinero recaudado a través de los tributos, lo que resulta en que paga sus impuestos de manera voluntaria solo en raras ocasiones.

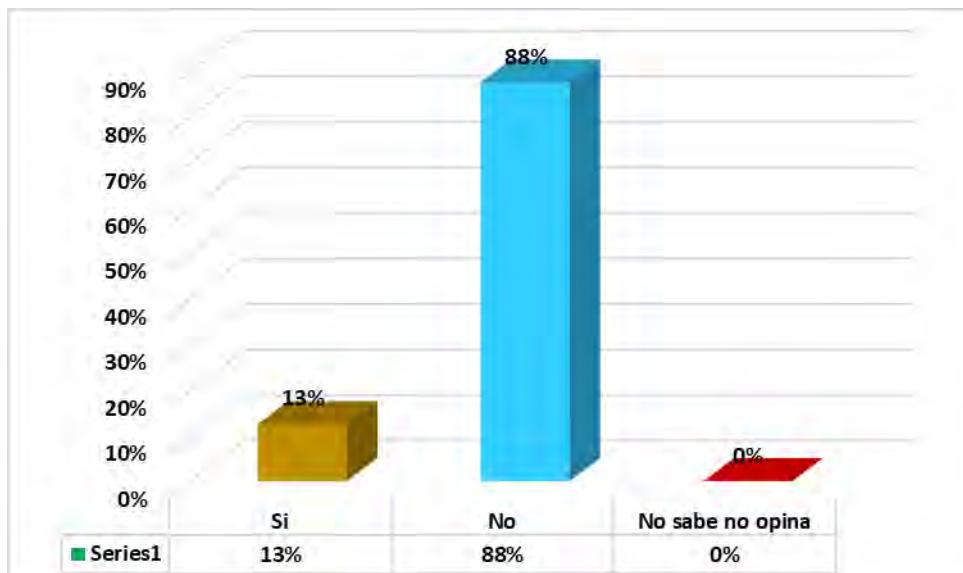
19. ¿Alguna vez usted ha sido fiscalizado por la Sunat?

Tabla 19
Alguna vez usted ha sido fiscalizado por la Sunat

| Respuesta | Nº de encuestados | Porcentaje |
|------------------|-------------------|-------------|
| Si | 15 | 13% |
| No | 105 | 88% |
| No sabe no opina | 0 | 0% |
| TOTAL | 120 | 100% |

Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

Figura 24
Alguna vez usted ha sido fiscalizado por la Sunat



Nota: Encuesta aplicada
 Elaboración propia

INTERPRETACION:

Como se observa en la tabla N° 19 y figura N° 24 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 13% indicó que, si ha sido fiscalizado por SUNAT, por otro lado, el 88% indicó que no ha sido fiscalizado por SUNAT. Podemos concluir que hay deficiencias en la estrategia de control. La mayoría de los comerciantes temen ser fiscalizados, y prefieren esperar a que ocurra una inspección para cumplir con sus obligaciones, lo que no fomenta ni una conciencia ni una cultura tributaria.

5.2. CONTRATACIÓN Y CONVALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Hipótesis General

Las estrategias tributarias indican significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.

APLICACIÓN DEL PROGRAMA ESTADÍSTICO IBM SPSS STATISTICS V. 25

De los resultados obtenidos en el trabajo de campo según las encuestas, a continuación, confrontamos la hipótesis utilizando el programa estadístico IBM SPSS Statistics V.25:

Arribando a los siguientes resultados:

Tablas cruzadas

Prueba de Hipótesis – Chi Cuadrado

Resumen de procesamiento de casos

| | Válido | | Casos Perdido | | Total | |
|---|--------|------------|---------------|------------|-------|------------|
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| Incidencia de las estrategias tributarias * Cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024 | 120 | 97,6% | 3 | 2,4% | 123 | 100,0% |

Prueba de Hipótesis – Chi Cuadrado

Tabla cruzada Incidencia de las estrategias tributarias*Cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024

| | | | Cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024 | | | Total |
|---|------------------|---|---|-------|------------------|--------|
| | | | Si | No | No sabe no opina | |
| Incidencia de las estrategias tributarias | Si | Recuento | 26 | 0 | 0 | 26 |
| | | % dentro de Incidencia de las estrategias tributarias | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | No | Recuento | 53 | 30 | 0 | 83 |
| | | % dentro de Incidencia de las estrategias tributarias | 63,9% | 36,1% | 0,0% | 100,0% |
| | No sabe no opina | Recuento | 0 | 2 | 9 | 11 |
| | | % dentro de Incidencia de las estrategias tributarias | 0,0% | 18,2% | 81,8% | 100,0% |
| | Total | Recuento | 79 | 32 | 9 | 120 |
| | | % dentro de Incidencia de las estrategias tributarias | 65,8% | 26,7% | 7,5% | 100,0% |

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | df | Significación asintótica (bilateral) |
|------------------------------|----------------------|----|--------------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 111,109 ^a | 4 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 78,232 | 4 | ,000 |
| Asociación lineal por lineal | 49,494 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 120 | | |

a. 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,83.

Prueba de Hipótesis – Chi Cuadrado

Medidas simétricas

| | Valor | Significación aproximada |
|---------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Nominal por Nominal | Coeficiente de contingencia | ,693 ,000 |
| N de casos válidos | | 120 |

HIPÓTESIS GENERAL

Ha: Hipótesis alterna

Ho: Hipótesis Nula

Ha: Las estrategias tributarias indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.

Ho: Las estrategias tributarias no indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024.

$P = \text{Sig.}=0.000 < 0.05$  se acepta Ha.

ANALISIS.

Del resultado obtenido $P = \text{Sig.}=0.000 < 0.000$ se comprueba la hipótesis

CONCLUSIONES

PRIMERO: Se concluye que se logró cumplir con el objetivo de determinar de qué manera las estrategias tributarias indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. Como se observa en la tabla N° 7 y figura N° 12 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 96% indicó que, si considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación, los comerciantes reconocen la importancia de la educación cívica tributaria como instrumento para erradicar la evasión, pero esta estrategia debe permanecer en el tiempo, no solamente debe aparecer por temporadas, sino que debe ser un proceso continuo hasta que la población logre formar una cultura tributaria sólida, por otro lado el 4% indicó estar en desacuerdo.

SEGUNDO: Se concluye que se logró cumplir con el objetivo de determinar de qué manera las estrategias de información y orientación al contribuyente indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. Como se observa en la tabla N° 3 y figura N° 8 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 100% indicó que si le gustaría ser informado y orientado sobre temas tributarios. A pesar del alto índice de evasión e informalidad, se percibe un deseo de cambio por parte de los comerciantes. Esto sugiere que una de las razones por las cuales no cumplen con sus obligaciones tributarias es la falta de conocimiento e información sobre tributación.

TERCERO: Se concluye que se logró cumplir con el objetivo de determinar de qué manera las estrategias de educación cívica tributaria indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. Como se observa en la tabla

Nº 2 y en la figura Nº 7, luego de encuestar a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 30% indicó que sí ha participado en charlas informativas sobre tributación, mientras que el 70% señaló que no ha participado. Esto sugiere que es muy probable que estos contribuyentes incurran en evasión tributaria, ya sea como formales (aquellos que tienen RUC, pero no emiten sus comprobantes de pago o no realizan sus pagos de manera puntual) o como informales, debido a que carecen de un conocimiento adecuado sobre el sistema tributario peruano, su función y finalidad. Además, esta situación se ve agravada por la percepción negativa que tienen los contribuyentes respecto a la corrupción de los funcionarios públicos en el cumplimiento de sus deberes tributario.

CUARTO: Se concluye que se logró cumplir con el objetivo de determinar de qué manera las estrategias de simplicidad indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. Como se observa en la tabla Nº 9 y figura Nº 14 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 21% considera que formalizar un negocio si es sencillo, por otro lado, el 79% indicó que no es sencillo. El gran dilema al momento de formalizar un negocio o empresa es la falta de claridad sobre por dónde empezar, cuánto tiempo tomará el proceso y cuál será el costo. Lo único que se sabe es que implica muchos gastos, los cuales, en muchas ocasiones, los comerciantes o empresarios no están dispuestos a asumir. Por esta razón, surge la necesidad de establecer leyes, normas y políticas claras y sencillas, que sean fácilmente accesibles para los contribuyentes.

QUINTO: Se concluye que se logró cumplir con el objetivo de determinar de qué manera las estrategias de incentivos tributarios indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias

en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. Como se observa en la tabla N° 12 y figura N° 17 después de realizada la encuesta a 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, el 66% indico que, si considera que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el otro 27% indico que no siempre con incentivos y beneficios se lograra que cumplan con el pago de impuestos.

RECOMENDACIONES

PRIMERO: Se recomienda a los comerciantes y/o dueños realizar charlas y campañas informativas para reforzar la cultura tributaria en base al cumplimiento de las obligaciones tributarias, desarrollando mecanismos de verificación de las operaciones que sustentan la generación del valor agregado de esta manera poder tener mejores resultados en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

SEGUNDO: Se recomienda a los comerciantes y/o dueños tomen la iniciativa de buscar orientación tributaria proporcionada por profesionales contables, gremios empresariales, cursos, charlas virtuales, u otros medios que ofrezcan una guía clara, sencilla y práctica. Esto les ayudará a cumplir con sus obligaciones tributarias, comprender la importancia de hacerlo y conocer las sanciones asociadas al incumplimiento de las normas tributarias.

TERCERO: Se recomienda a los comerciantes y/o dueños implementar las estrategias tributarias propuestas en esta investigación para incentivar a los ciudadanos a cumplir voluntariamente con sus obligaciones fiscales. Esto contribuirá al desarrollo de la ciudad de Chiclayo y del Perú, ya que los ingresos recaudados permitirán beneficiar a un mayor número de personas, mejorando su calidad de vida.

CUARTO: Se recomienda a los comerciantes y/o dueños del Centro Comercial Molino incrementen su nivel de educación tributaria. Se sugiere que, al realizar sus ventas, entreguen los comprobantes de pago correspondientes y cumplan con las declaraciones y pagos tributarios de manera oportuna, con el fin de evitar infracciones fiscales que puedan resultar en multas, cierre de locales y otros costos innecesarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Aldana Gomez, S., & Paucar Tovar, E. (2014). *Análisis de estrategias tributarias aplicadas para la recaudación de tributos en la Intendencia Regional – Junín*. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Obtenido de <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/3319/Aldana%20Gomez-Paucar%20Tovar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Anchaluisa Barona, D. (2016). La cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta del sector comercial de la ciudad de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/19779>
- Bonilla castro, Elssy - Rodriguez Sehk, Penelope. (1997). Más allá de los métodos. La investigación en ciencias sociales. colombia: Norma.
- Buenas Abarca, F. (2021). Cultura tributaria en los comerciantes de la Asociación Mercado Ferial El Molino II y la recaudación tributaria en el nuevo RUS - Cusco, años 2017 – 2019. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/4223>
- Burgos Zavala, M. (2020). La cultura tributaria de los pequeños productores rurales en la feria libre de Jipijapa. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9489235>
- Calderón Bardales, O. (2021). *Estrategias tributarias para optimizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la empresa Corporación Agromundo S.A.C., CHEPEN - 2019*. Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8336/Calder%c3%b3n%20Bardales%20Olmer%20Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castro Silva, J., Mormontoy Atauchi , E., & Paredes Salgado, A. (2019). *El modelo de desarrollo peruano en la integración al Asia-Pacífico.* (O. Vidarte Arevalo , Ed.) Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.

Choquehuanca Salas, D. (2021). La cultura tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Molino I – Distrito De Santiago – Cusco, primer semestre 2021. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4658/Diana_Tesis_bachiller_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, 2024. (2024). CODIGO TRIBUTARIO.

Delgado Díaz, G. (2021). Implementación de estrategias tributarias para la Municipalidad Distrital De Bellavista 2019 . Obtenido de file:///C:/Users/USER/Desktop/TESIS%20TRABAJADAS/A%C3%B1o%202024/ESIS%20PREGRADO/12/Delgado%20D%C3%ADaz%20Greice%20Samira.pdf

Dueñas, C. d. (2013). *Estadistica Aplicada* . Lima: Moshera S.R.L.

Ernesto, M. L. (2009). *Métodos y Técnicas de Investigación*. México: Editorial TRILLAS .

Garcia Fernando, M. (1977). *el analisis de la realidad social, metodos y tecnicas*. Madrid: la encuenta.

Hernandez Sampieri, R. (2018). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Layme Siccuy, E., & Tupahuacayllo Chamorro, E. (2023). Cumplimiento de obligaciones tributarias en la venta de viandas típicas cuy al horno por los emprendedores del poblado de Tipón Oropesa Cusco 2020. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/5978>

Mamani Caceres, H., & Espinoza Coa, O. (2022). Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Pacocha - Ilo 2021. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Desktop/TESIS%20TRABAJADAS/A%C3%B1o%20202024/ESIS%20POSGRADO/Gedeon%20Florez%20Lope/IV_FCE_310_TE_Mamani_Espinoza_2022.pdf

Manayay Guevara, J. C., & Quesquén Chozo, V. D. (2019). Estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo - 2019. (*Tesis para obtener el Titulo Profesional de Contador Público*). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, Perú. Obtenido de <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/5456/BC-4041%20MANAYAY%20GUEVARA-QUEQUEN%20CHOZO.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Manayay Guevara, J., & Quesquén Chozo, V. (2019). Estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019. Obtenido de <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/5456>

Montalvo Chives, J., & Rijalva Navarro, D. (2022). La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones. Obtenido de

https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/694/Montalvo_JA_Rijalva_D_tesis_contabilidad_finanzas_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Parraguez Limo, S. (2021). Estrategias tributarias para promover la formalización tributaria de los productores de arroz de la ciudad de Ferreñafe 2020. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6973/1/TL_ParraguezLimoSonia.pdf

Sunat. (2017). Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/>

Tacuri Quejía, G., & Paucar Vilca, R. (2018). Comercio informal y los componentes determinantes para la formalización de los comerciantes de la “Asociación de Comerciantes Feria del Altiplano” del distrito de Wanchaq, Cusco periodo 2016. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/1884>

Villegas Yagual, D. (2019). Desconocimiento de la cultura tributaria en los comerciantes de la feria libre de la ciudad de Naranjito. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-DesconocimientoDeLaCulturaTributariaEnLosComercian-9168814.pdf

ANEXOS
ANEXO N° 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA
“ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA FOMENTAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOLINO I, CUSCO - 2024”

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES E INDICADORES | POBLACIÓN Y MUESTRA | METODOLOGÍA |
|--|--|---|---|--|--|
| PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera las estrategias tributarias indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024? | OBJETIVO GENERAL Determinar de qué manera las estrategias tributarias indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. | HIPÓTESIS GENERAL Las estrategias tributarias indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. | VARIABLE INDEPENDIENTE X. ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS | POBLACIÓN La población estará constituida por s 960 empresarios del centro comercial el Molino I. | METODOS DE INVESTIGACIÓN • Cuantitativo |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS a) ¿De qué manera las estrategias de información y orientación al contribuyente indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del | OBJETIVOS ESPECÍFICOS a) Determinar de qué manera las estrategias de información y orientación al contribuyente indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del | HIPÓTESIS ESPECÍFICOS a) Las estrategias de información y orientación al contribuyente indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias | DIMENSIONES X.1 Estrategias de información y orientación al contribuyente X.2 Estrategias de educación cívica X.3 Estrategias de simplicidad X.4 Estrategias de incentivos tributarios | MUESTRA La muestra que se seleccionó para llevar a cabo la investigación estuvo compuesta por 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, tomando a 10 comerciantes de cada actividad económica. | NIVEL DE INVESTIGACIÓN • Descriptivo – explicativo |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024? | Mercado Molino I, cusco - 2024. | en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. | | <ul style="list-style-type: none"> • Microsoft Office Excel. |
| b) ¿De qué manera las estrategias de educación cívica tributaria indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024? | b) Determinar de qué manera las estrategias de educación cívica tributaria indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. | b) Las estrategias de educación cívica tributaria indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. | VARIABLE DEPENDIENTE Y. CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS | <ul style="list-style-type: none"> • IBM SPSS Statistics 21 |
| c) ¿De qué manera las estrategias de simplicidad indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024? | c) Determinar de qué manera las estrategias de simplicidad indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. | c) Las estrategias de simplicidad indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. | DIMENSIONES | <p>Y.1 Obligaciones formales</p> <p>Y.2 Obligaciones sustanciales</p> |
| d) ¿De qué manera las estrategias de incentivos tributarios indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024? | d) Determinar de qué manera las estrategias de incentivos tributarios indicen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. | d) Las estrategias de incentivos tributarios indicen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Molino I, cusco - 2024. | | |

Mercado Molino I, cusco en los comerciantes del
- 2024.

Mercado Molino I,
cusco - 2024.

ANEXO N° 02**ENCUESTA N° 01****Instrucciones:**

La Técnica de la Encuesta, está orientada a buscar información de interés sobre el tema **“ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA FOMENTAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOLINO I, CUSCO - 2024”**; al respecto, se le pide a los 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, que en las preguntas que a continuación se acompaña, elegir la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin con un aspa (X) al lado derecho, tu aporte será de mucho interés en este trabajo de investigación. Se le agradece su participación.

DATOS GENERALES:

a) Edad: años

b) Sexo:

Masculino

Femenino

GRADO DE INSTRUCCIÓN:

a) Primaria

b) Secundaria Incompleta

c) Secundaria Completa

d) Superior Incompleto

e) Superior Completo

1. ¿Alguna vez usted ha sido orientado por la Sunat u otra institución en temas tributarios?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

2. ¿Usted ha participado de charlas informativas sobre tributación?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

3. ¿Le gustaría a Ud. ser informado y orientado sobre temas tributarios?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

4. ¿Conoce Ud. sobre el sistema tributario peruano?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

5. ¿Sabe Ud. qué otros impuestos existen aparte del IGV?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

6. ¿A qué régimen tributario pertenece usted?

- a) RUS ()
- b) RER ()
- c) R-MYPE ()
- d) RG

Justifique su respuesta:

.....
.....

7. ¿Usted considera importante que se imparta temas tributarios en todos los niveles de educación?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

8. ¿Usted ha visto o escuchado algún tipo de publicidad sobre tributos en los medios de comunicación?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

9. ¿Usted considera que formalizar un negocio es sencillo?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

10. ¿Usted tiene conocimiento sobre los requisitos necesarios para formalizar un negocio?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....

.....

11. ¿Conoce Ud. que existen incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente que es buen pagador?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....

.....

12. ¿Considera Ud. que a través de incentivos y/o beneficios tributarios para el contribuyente se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

13. ¿Conoce Ud. que se puede declarar y pagar tributos por internet?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

ANEXO N° 03**ENCUESTA N° 02****Instrucciones:**

La Técnica de la Encuesta, está orientada a buscar información de interés sobre el tema **“ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA FOMENTAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOLINO I, CUSCO - 2024”**; al respecto, se le pide a los 120 empresarios del Centro Comercial El Molino I, que en las preguntas que a continuación se acompaña, elegir la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin con un aspa (X) al lado derecho, tu aporte será de mucho interés en este trabajo de investigación. Se le agradece su participación.

DATOS GENERALES:

c) Edad: años

d) Sexo:

Masculino

Femenino

GRADO DE INSTRUCCIÓN:

f) Primaria

g) Secundaria Incompleta

h) Secundaria Completa

i) Superior Incompleto

j) Superior Completo

1. ¿Usted tiene conocimiento sobre cómo se pagan los tributos?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

2. ¿Usted se encuentra inscrito en el RUC?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

3. ¿Usted emite todos sus comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realiza?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

4. ¿Ud. paga sus tributos dentro de los plazos asignados por la Sunat?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

5. ¿Ud. paga sus tributos de manera voluntaria?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

6. ¿Alguna vez usted ha sido fiscalizado por la Sunat?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe no opina ()

Justifique su respuesta:

.....
.....

ANEXO N° 04**MATRIZ DE VALIDACIÓN****VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS MEDIANTE
CRITERIO DE EXPERTOS EN LA ESPECIALIDAD.****G U I A:**

El presente documento, tiene por finalidad el de recabar la información útil de personas experto y especializadas en el tema de la investigación. La validez y la confiabilidad del instrumento de recolección de datos se componen de (9) ítems según prelación y con la respectiva escala de estimación que a continuación se indica:

- Indica una ausencia de elementos que absuelven la interrogante planteada.
- Representa una absolución escasa de la interrogante.
- Significa la absolución de los ítems en términos intermedios.
- Representa estimación que el trabajo de investigación absuelve en gran medida la interrogante planteada.
- Representa el mayor valor de escala y debe ser asignado cuando se aprecie que el ítem es absoluto por el trabajo de investigación de una manera totalmente suficiente.

Marque con una X en la escala que se consigna a la derecha de cada ítem según la opción que le corresponde el instrumento de investigación.

| | | Escala de validación | | | | |
|----------|---|-----------------------------|--|--|--|--|
| 1 | ¿Considera Ud. que los ítems de los instrumentos de recolección de datos miden lo que pretende medir? | | | | | |
| 2 | ¿Considera Ud. que la cantidad de ítems formulados en esta versión son suficientes para tener una compresión del tema en estudio? | | | | | |
| 3 | ¿Considera Ud. que los ítems consignados en este instrumento son una muestra representativa del universo materia de estudio? | | | | | |
| 4 | ¿Considera Ud. que todos y cada uno de los ítems contenidos en este instrumento se orienta a los objetivos planteados? | | | | | |
| 5 | ¿Considera Ud. que si aplicamos en reiteradas oportunidades este instrumento a muestras similares obtendríamos datos también similares? | | | | | |
| 6 | ¿Considera Ud. que los conceptos y/o términos utilizados en este instrumento son todos y cada uno de ellos propios de las hipótesis y variables de estudio? | | | | | |
| 7 | ¿Considera Ud. que el lenguaje utilizado en el presente instrumento es claro sencillo y no da lugar a diferentes interpretaciones? | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|
| | ¿Considera Ud. ¿Que la estructura del presente instrumento es adecuada al tipo de usuario a quien se dirige el instrumento? | | | | |
| 8 | ¿Estima Ud. que las escalas de medición utilizadas son pertinentes a los objetos materia de estudio? | | | | |

10.- ¿A su criterio qué aspectos se tiene que modificar o qué ítems se tendrían que incrementarse o disminuir, para mejorar el instrumento de recolección de datos?

.....

.....

.....

