

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE CONTABILIDAD



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO

Conciencia tributaria y su influencia en la determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

Línea de Investigación:

Tributación

Autor (es):

Br. Ruiz Vásquez, Flor Elena.

Br. Tello Osorio, Sonia María.

Asesor:

Ms. Panibra Flores, Oscar.

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5788-0262>

TRUJILLO - PERÚ

2022

Fecha de sustentación: 2022/12/28

La presente tesis ha sido revisada y aprobada por el siguiente jurado:

Presidente : Mg León Mantilla Ricardo Miguel.

Secretario : Mg. Juan Manuel Granda Fernández.

Vocal : Mg. Rafael Paredes Tejada.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: *Conciencia tributaria y su influencia en la determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021*, desarrollado con el fin de obtener el título profesional de Contador Público. El objetivo principal es ***determinar cómo la conciencia tributaria influye en la correcta determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.***

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen correspondiente que se haga merecedor el presente trabajo.



Br. Ruiz Vásquez
Flor Elena



Br. Tello Osorio
Sonia María

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres Santiago y Flor por apoyarme incondicionalmente y por su confianza, a mis hermanos Cesar, Manuel y Rodrigo por ser mi motivación, en ser una profesional.

Ruiz Vásquez, Flor Elena.

Este trabajo se lo dedico a Dios, a mi madre Irina Osorio y a mi hermanita Edith Tello, quiénes me brindan amor, fuerza y aliento para superarme cada día y no rendirme en el periplo de la vida.

Tello Osorio, Sonia María.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecemos a Dios por siempre guiarnos y no desampararnos en cada momento de nuestras vidas, a nuestras familias, por apoyarnos incansablemente con sus consejos, valores inculcados y motivaciones, con la finalidad de seguir adelante hasta lograr el primer peldaño de nuestros proyectos.

Agradecer profundamente a nuestro asesor Mg. Panibra Flores Oscar, por su dedicación y paciencia, sin sus correcciones e indicaciones no habiésemos llegado hasta este momento tan anhelado. Gracias por su guía y conocimientos, lo llevaremos en la memoria.

Asimismo, a nuestros docentes de la Universidad Privada Antenor Orrego, por transmitirnos los conocimientos necesarios para hoy estar aquí, sus enseñanzas y consejos estarán presentes permanentemente en nuestras vidas. Y, por último, pero no menos importantes, a nuestros compañeros de aula, quienes se convirtieron en nuestros cómplices y hermanos, gracias por las horas compartidas y las historias vividas.

Las autoras.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal, establecer cómo la conciencia tributaria influye en la correcta determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021; siendo de vital importancia comprender el nivel de conocimiento fiscal referente al impuesto general a las ventas que poseen los contribuyentes, y cuán importante es el cumplimiento de este mismo. Esta investigación es descriptiva y correlacional, se aplicó un cuestionario con una escala tipo Likert a una muestra probabilística de 132 comerciantes, los hallazgos indicaron que el 78% de los comerciantes encuestados tienen una baja conciencia tributaria, influyendo de manera directa en la correcta determinación del pago del impuesto general a las ventas. Por otro lado, se muestra que la conciencia tributaria es alta en solo 3.1% de la población encuestada. Estos resultados obtenidos muestran que la conciencia tributaria influye de manera directa en la determinación y el pago del impuesto general a las ventas, esto se debe a la falta de conocimiento fiscal e iniciativa por parte de los comerciantes, concluyendo que, en el sector comercial no todos los contribuyentes asumen con responsabilidad el pago de sus tributos, por no tener una adecuada conciencia tributaria, la contrastación de la hipótesis se aplicó por medio de la prueba estadística de confiabilidad Alfa de Cronbach, evidenciando un valor de $P < 0.083$, demostrando que la influencia es significativa, por lo que se acepta la hipótesis.

Palabras clave: conciencia, impuesto, educación, desarrollo.

ABSTRACT

The main objective of this investigation was to establish how tax awareness influences the correct determination and payment of the general sales tax in grocery marketing companies, urbanization Palermo, Trujillo 2021; being of vital importance to understand the level of tax knowledge regarding the general sales tax that taxpayers have, and how important compliance with it is. This research is descriptive and correlational, a questionnaire with a Likert-type scale was applied to a probabilistic sample of 132 merchants, the findings indicated that 78% of the surveyed merchants have a low tax awareness, directly influencing the correct determination of the tax. payment of general sales tax. On the other hand, it is shown that tax awareness is high in only 3.1% of the surveyed population. These results obtained show that tax awareness directly influences the determination and payment of the general sales tax, this is due to the lack of tax knowledge and initiative on the part of the merchants, concluding that, in the commercial sector, there is no All taxpayers responsibly assume the payment of their taxes, due to not having an adequate tax awareness, the contrasting of the hypothesis was applied through the statistical test of Cronbach's Alpha reliability, evidencing a value of $P < 0.083$, demonstrating that the influence is significant, so the hypothesis is accepted.

Keywords: awareness, tax, education, development.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Formulación del Problema	13
1.1.1. Realidad Problemática.....	13
1.1.2. Enunciado del Problema.....	16
1.2. Justificación	16
1.3. Objetivos	17
1.3.1. Objetivo General	17
1.3.2. Objetivos Específicos.....	18
II. MARCO DE REFERENCIA	20
2.1. Antecedentes	20
2.1.1. A nivel internacional.....	20
2.1.2. A nivel nacional.....	21
2.1.3. A nivel local.....	23
2.2. Marco Teórico	23
2.2.1. Conciencia Tributaria	23
2.2.2. Impuesto general a las ventas:	32
2.3. Marco Conceptual	39
2.4. Hipótesis	41
2.5. Variables:	42
III. MATERIAL Y MÉTODOS	45
3.1. Material	45
3.1.1. Población	45
3.1.2. Marco muestral	45
3.1.3. Unidad de análisis.....	45
3.1.4. Muestra.....	45
3.2. Métodos	46
3.2.1. Diseño de contrastación.....	46

3.2.2.	Técnicas e instrumentos de colecta de datos:	46
3.2.3.	Procesamiento y análisis de datos:.....	47
IV.	PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	48
4.1.	Presentación de resultados.....	48
4.2.	Discusión de resultados	60
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS	67
ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 *Variación del nivel de conciencia tributaria*.....53

TABLA 2 *Influencia de la conciencia tributaria frente a la correcta determinación del pago del impuesto general a las ventas*..... 58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Tiene conocimiento de las declaraciones presentadas mensualmente</i>	48
Figura 2 <i>Sabe cuál es el destino de los ingresos recaudados por SUNAT</i>	49
Figura 3 <i>Asiste a las charlas dadas por SUNAT</i>	49
Figura 4 <i>SUNAT le dio alguna capacitación este 2021</i>	50
Figura 5 <i>Comprende cuando los trabajadores de SUNAT les dan información tributaria</i>	51
Figura 6 <i>Las normativas tributarias del pago del impuesto general a las ventas son fáciles de entender</i>	51
Figura 7 <i>¿Antes de abrir un negocio usted se informa sobre los regímenes tributarios que debe acogerse una empresa?</i>	52
Figura 8 <i>Conoce sobre el Impuesto General a las Ventas</i>	54
Figura 9 <i>Conoce la fecha de declaración del IGV</i>	55
Figura 10 <i>Conoce el destino del crédito fiscal</i>	55
Figura 11 <i>¿Cree usted que el IGV aumentará la recaudación tributaria?</i>	56
Figura 12 <i>Hay efectos positivos para su empresa en el pago puntual del Impuesto General a las Ventas</i>	57

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad Problemática

Bonell (2018), sostiene que, el tema de la informalidad tributaria por parte de los adultos es la falta de socialización en temas tributarios desde la primera edad en varios países de Latinoamérica, puesto que el hecho fiscal viene siendo de vital importancia en España, Suecia, Noruega, Estados Unidos y Reino Unido, donde incorporan en su educación el significado y la importancia de las normas tributarias. Así, se puede considerar que la conciencia tributaria es la razón ética y moral que van de la mano. Este autor también considera que, la asimilación del pago de impuestos se dará desde la exigencia de un comprobante de pago, porque mostrará la capacidad de diferenciación del conocimiento.

Durán-Sindreu (2016), sostiene que, el fraude fiscal en España se da principalmente por la falta de educación de las personas, pues el cumplimiento de este tributo no solo es una obligación, sino es la solidaridad hacia una sociedad que busca el crecimiento social, económico y cultural de un país. Además, toda esta conciencia debe estar asociada a una legislación clara y precisa que pueda comprenderse con facilidad ante una sociedad que tenga la voluntad hacia sus compatriotas.

El Perú es considerado uno de los países con mayores empresas a nivel de Latinoamérica, motivando la iniciativa de pequeños emprendedores creativos quienes generan ganancias inmediatas. Según informes de Global Entrepreneurship Watch GEM (2018), el índice del espíritu emprendedor de Perú, ocupa el primer lugar en la región y el quinto en el mundo con 0.37, este resultado coloca al Perú en un nivel regional de 0,10, ocupando el segundo y tercer lugar con el 0,29 de Colombia y el 0,28 de Chile y Ecuador.

En el 2019 se realizó una encuesta a la población adulta y expertos en negocios del Perú, donde el 56% de ellos creía que tienen la oportunidad de hacer negocios en la zona donde viven cada 6 meses. Para iniciar negocios en su zona, 71,8% de las personas piensa que tienen el entendimiento y las habilidades necesarias para iniciar un negocio, y el 30,2% tiene miedo al fracaso a la hora de iniciar un negocio; sin embargo, el

65,7% piensa que el emprendimiento es una mejor opción en el Perú, y el 62.4% piensa que un emprendimiento exitoso proporciona estatus y prestigio; por lo tanto, el 39.7% de las personas considera generar ingresos a través de sus carreras en los próximos 3 años. (Global Entrepreneurship Watch GEM, 2018).

Según De Soto (1989), la informalidad se define como la constitución de empresas, actividades y trabajadores, las cuales tienen sus respectivos marcos legales y normativas en las que se rigen las actividades económicas, pero esto no significa que no cuentan con protección del Estado.

Saldarriaga (2017), señala que los países con menor tasa de informalidad presentan mayor PBI per cápita, no obstante, Perú tiene 20 puntos porcentuales mayores en informalidad a los que sugeriría su PBI. Pero esto se debe a las regulaciones excesivas y rígidas dadas por el Estado. Sin embargo, es importante considerar el nivel de educación de los ciudadanos, ya que esto permite que la conciencia tributaria se vea reflejada en nuestra iniciativa hacia el pago de impuestos. Las estadísticas demuestran que a mayores cursos tributarios en años de estudio de educación secundaria, es menor el impacto en la informalidad. También puede estar ligada la demografía, por ejemplo, el mayor ingreso del PBI es el sector agrícola, pero representa la mayor informalidad debido al régimen laboral rígido que lo sustenta. Tengamos presente que los países con mayor población rural suelen tener mayor informalidad y como consecuencia el incumplimiento del pago del impuesto general a las ventas.

Es importante incidir respecto a la conciencia tributaria empezando por los lugares más alejados y con potencialidad emprendedora del Perú, como es la sierra y sus provincias. Pues, son los lugares más vulnerables debido a que el estado es incapaz de cubrir o satisfacer sus necesidades. Aquí es cuando nos damos cuenta que la legalidad es un privilegio para quién tiene poderío económico, la única alternativa para las clases populares es la ilegalidad. (De Soto, 2006).

No obstante, la conciencia tributaria juega un papel fundamental en la iniciativa voluntaria por parte de los ciudadanos, pues, les mostraría la importancia de cumplir con los pagos tributarios dados por el Estado, y cómo esta iniciativa ayudaría a recaudar mayores ingresos para el desarrollo

social, económico y cultural de nuestro país. Por eso, es importante que se plasmen normativas de conciencia en los jardines, escuelas y colegios, para que de esta manera sepan de qué trata el ejercicio tributario de la ciudadanía.

Según Gómez y Macedo (2016), la concientización de una buena cultura tributaria mejorará las capacidades y aptitudes básicas de tolerancia y responsabilidad, así como también, el reconocimiento mutuo de deberes y derechos que buscan la solidaridad, la cooperación, el cumplimiento de compromisos y sobre todo haya conciencia democrática y ciudadana. Es importante la difusión de estos aspectos, porque son el motor que impulsa a todo un país.

En el norte del país, las pequeñas empresas tienen dificultades para alcanzar la formalización por parte de sus emprendedores. Se puntualiza que, casi el 96.25% de los comerciantes del mercado zonal Palermo en la ciudad de Trujillo tiene un nivel medio de conocimiento tributario, pero debido a sus inconsistentes respuestas, se denota que buscan mayor ingreso sin ser partícipes de los pagos obligatorios impuestos por el Estado. (Gálvez – Shioda, 2021).

Según Villalobos (2018), el 72.92% de los comerciantes del mercado Palermo (ex modelo) presentan respuestas con falta de veracidad frente a su condición tributaria, lo cual demostraría su falta de conciencia tributaria o su falta de iniciativa contributiva al ente recaudador.

Es por este motivo, que la investigación se realizará en las empresas comercializadoras de abarrotes de la urbanización Palermo - 2021, demostrando que su falta de conciencia tributaria influye de manera directa en el pago correspondiente del impuesto general a las ventas. Además indicará si estas empresas comercializadoras de abarrotes respetan los procedimientos para brindar comprobantes, además de la importancia del cálculo porcentual del 18% para su respectivo pago en la Administración Tributaria y la entrega voluntaria de dicho documento sustentatorio. Teniendo en cuenta estos datos, se verificará la conciencia tributaria por parte de los empresarios de abarrotes de la urbanización Palermo, ya que, se hará un análisis de sus conocimientos tributarios, los cuales serán contrarrestados con las diferentes encuestas que logremos recopilar.

También argumentaremos que, debido al desconocimiento en normas tributarias por parte de los comerciantes de abarrotes, hay una tendencia al incumplimiento del pago del IGV, llegando a casos extremos como la fiscalización por parte de SUNAT; los resultados mostrarán cuán alta esta la conciencia tributaria por parte de las empresas de abarrotes de la urbanización Palermo, y así determinar el pago del IGV.

1.1.2. Enunciado del Problema

¿Cómo la conciencia tributaria influye en la correcta determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo -2021?

1.2. Justificación

- Teórica:

La presente investigación estudia un problema que viene siendo polémica durante muchos años la cual no tiene alternativas de solución hasta el momento, por esta razón, hay que encontrar el porqué de tanta informalidad en el Perú, ya que el Estado desarrolla diferentes mecanismos de fiscalización y control, pero, aun así, hay mucha inconsistencia en la recaudación por parte de la administración tributaria. La responsabilidad de lograr un desarrollo social y económico parte principalmente de la sociedad, pues son ellos quienes deberían tener la iniciativa de cumplir con sus obligaciones tributarias sin necesidad de ser obligados. Por medio de la conciencia tributaria, los ciudadanos entienden que los tributos que son recaudados por el Estado son de beneficio para la sociedad, los cuales son devueltos en forma de bienes y servicios que para mejorar el estilo de vida de las personas. Por lo tanto, la falta de pago del IGV genera menos recaudación fiscal, evitando que la población obtenga mayores beneficios sociales. (Carhuamaca, L. 2020).

- Práctica:

La presente investigación, busca concientizar el pago de tributos a través de la concientización de manera voluntaria por parte de los comerciantes de abarrotes de la urbanización Palermo, sin tener miedo a pertenecer a la data de empresas formales en la administración

tributaria y así no trasgredir la ley. Por ende, obtendrán información de cuán importante es el cumplimiento del pago de impuestos y cuáles son los principales beneficios sociales, culturales y económicos; como se sabe, en Latinoamérica la fuente principal de desarrollo son los impuestos cobrados en todos los regímenes tributarios.

- Metodológica:

En la presente investigación, se pretende demostrar los objetivos de como la conciencia tributaria influye en la correcta determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021, por lo que, se acudirá a ciertas técnicas de investigación como la encuesta validada y el procesamiento de la data en un software, que nos permita medir el grado de influencia directa entre estas dos variables; de esta manera, se logrará conocer el porcentaje de conciencia tributaria en los empresarios de abarrotes de la urbanización Palermo, y lograr encontrar una solución para el pago puntual y acorde a ley del IGV. Además, esta investigación servirá como materia de consulta para profesionales que estén interesados en investigar estos temas importantes para el desarrollo de un país.

- Social:

Esta investigación beneficiará a los principales actores del desarrollo de un país que son: los ciudadanos y el Estado, pues, si logramos que los primeros entiendan cuán importante es la conciencia tributaria del pago del IGV sin ser coaccionados por el estado, verán las mejoras en educación, servicios, infraestructura, disminución de la pobreza y muchos factores que hacen crecer a un país; y para el segundo actor, ayudará a buscar una solución de cómo llegar al entendimiento de todas las personas y qué medidas tomar para que la recaudación fiscal sea mayor cada año.

1.3. Objetivos:

1.3.1. Objetivo General.-

Determinar cómo la conciencia tributaria influye en la correcta determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

1.3.2. Objetivos Específicos.-

- Identificar el nivel de conciencia tributaria en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.
- Analizar la aplicación del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.
- Determinar la influencia de la conciencia tributaria en la correcta determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

CAPÍTULO II

MARCO DE

REFERENCIA

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes:

2.1.1. A nivel internacional.-

Ordoñez y Tenesaca (2017), en su investigación “La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador”, artículo científico de la revista Yachana, tiene como objetivo principal identificar los factores importantes de la conciencia tributaria y la informalidad en sus contribuyentes ecuatorianos, para así mostrar cuál es la causalidad de la evasión tributaria. Aplicaron como método principal, la recopilación documentaria y como instrumento las encuestas enmarcadas en una investigación descriptiva y observación de campo. Concluye que, la influencia de la informalidad de los contribuyentes de renta de cuarta categoría en la recaudación fiscal, provincia de Tambopata, 2017-2018, es la desidia por parte de los actores del problema o contribuyentes que es muy delicada, pues el estado debe recuperar la confianza por parte de sus ciudadanos, tal y como lo está haciendo Ecuador. Por lo tanto, la informalidad no solo se da a nivel de empresa, sino también a nivel de trabajador y comprador, ya que, estos brindan y adquieren servicios en las empresas de forma independiente sin que emitan o exijan algún comprobante de sus servicios, en consecuencia, la administración tributaria desconoce de esta actividad económica. No olvidar que, la no exigencia del comprobante de pago por parte de la persona que recibe el servicio o de la que lo brinda, también cuenta como irresponsabilidad tributaria.

Según Palacios (2018), en su artículo científico, “Consecuencias de la informalidad”, tiene por objetivo detectar las principales deficiencias que trae la informalidad a una sociedad, usando un enfoque cuantitativo y el nivel de investigación es descriptivo e interpretativo. Especifica que, uno de los males que empeoran un país, es la informalidad y la falta de conocimiento causada por la falta de conciencia tributaria, porque el estado no puede cubrir con todas las necesidades de la población, eso implica educación, infraestructura, servicios básicos y entre otros. Por este motivo, aclara que los países de Latinoamérica deberían tener un sistema de fiscalización y beneficios tributarios que ayuden a la formalización de empresas. Por

consiguiente, se puede afirmar que en Latinoamérica se prioriza la informalidad frente a la formalización tributaria.

Paredes (2017), en su tesis de grado, “La evasión tributaria y la recaudación generada por los comerciantes informales de ropa del Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato, Ecuador”, para obtener el título en Ingeniera en Contabilidad y Auditorías CPA. Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador, aplicó un diseño correlacional como muestra a 374 personas, quienes son comerciantes informales del mercado mayorista de la ciudad de Ambato. Tuvo como objetivo principal, determinar su impacto de acuerdo a la evasión y recaudación de los tributos que es generada por los comercios informales de ropa del mercado mayorista de la ciudad de Ambato. Los datos fueron colectados a través de encuestas y análisis de documental validado por expertos. Como conclusión, se determinó que la mayoría de factores evasores fiscales en los encuestados no generan una distribución fiscal efectiva, por lo tanto, el entorno socioeconómico empresarial se ve afectado por la desinformación ya que esta no permite el cumplimiento.

2.1.2. A nivel nacional.-

Según Carhuamaca (2020), en su investigación “La cultura tributaria en los micro y pequeños empresarios informales y su incidencia en la formalización de mypes en el distrito de San Juan de Lurigancho 2019”, trabajo de investigación para obtener el título profesional de Contador Público; Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, tuvo como objetivo explicar la forma en que la cultura tributaria influye en la formalización de MYPES en el distrito de San Juan de Lurigancho 2019. El método del investigador fue de tipo aplicado a un nivel descriptivo, su fundamentación se basa en una conciencia tributaria influyente de manera directa en la informalidad de los pequeños empresarios de San Juan de Lurigancho según la prueba de Spearman realizada, donde da como resultado un valor de 0,667; con este dato, se da por hecho que la conciencia social y los valores morales son fundamentales en los pequeños empresarios, pues muestran que hay un compromiso frente a la formalización. Por este motivo, concluye que, se debería incidir en la cultura tributaria de todos los empresarios a nivel

nacional, dando a conocer cuán importante es la recaudación de tributos y de esta manera se logra obtener confianza hacia el estado y resultados positivos de cumplimientos voluntarios y sin coacción. Entonces, se muestra que los empresarios peruanos desean cumplir con sus obligaciones tributarias, solo necesitan orientación y la recuperación de su confiabilidad en sus autoridades.

Según Alvear y Quispe (2020), en su investigación “La Cultura Tributaria, un instrumento importante para la recaudación de tributos, Perú - 2020”, trabajo para obtener el grado de Bachiller en Contabilidad y Gestión Tributaria - Universidad Peruana Unión; tuvo por objetivo, describir a la cultura tributaria como un instrumento importante para la recaudación de impuestos. Este trabajo de investigación, tiene un diseño no experimental porque no se mueven variables. Sostiene que, la Administración Tributaria está enfocada en el cobro o sanción de los tributos por parte de empresas a través de la renta de tercera categoría, sin mostrar atención a la informalidad generada por los trabajadores, quienes deberían pagar renta de cuarta o quinta categoría, donde considera que el subempleo y desempleo son otros de los grandes factores que ocasiona la informalidad en el país, ya que, siempre se genera mayores puestos de trabajo, pero eso no significa que tendrán una inserción laboral con derechos laborales, trayendo como consecuencia tributos que nunca podrán ser detectados por la Administración Tributaria, debido a que son impagables. Resulta que, hay empresas que son formales, sin embargo, de manera indirecta contratan personal informal, ya sea, para disminuir gastos o costos de personal formal donde se necesita pagar beneficios sociales y horas extras.

Según Brown (2020), en su tesis de investigación, “La cultura tributaria y la informalidad de las mypes del sector comercial de la Urbanización San Roque, distrito de Santiago de Surco, en el año 2019 – Lima”. Tesis para obtener el grado de Maestro en Tributación - Universidad Nacional Federico Villarreal, realizó una tesis no experimental transeccional/correlacional, porque describe las variables en un momento determinado, siendo una investigación básica, utilizando como instrumento primordial la encuesta, y teniendo por objetivo principal relacionar la cultura tributaria con la informalidad de las mypes del sector comercial de la Urbanización San

Roque, distrito de Santiago de Surco, en el año 2019, llegando a la conclusión principal, que hay ausencia significativa de conciencia tributaria, por lo que se tendría que mejorar las estrategias para una interrelación con los comerciantes y así cumplan con sus obligaciones tributarias.

2.1.3. A nivel local.-

Agreda (2018), en su tesis titulada, “Conciencia Tributaria y su Incidencia en la Evasión de Impuestos en las Empresas Mypes Constructoras de Trujillo, año 2017”. Tesis para obtener el grado académico de Bachiller en Contabilidad - Universidad César Vallejo, realiza una investigación correlacional, porque permite conocer la relación entre las dos variables, teniendo un diseño no experimental, y utilizó como instrumento la encuesta. Su objetivo principal es la determinación del nivel de conciencia tributaria por parte de las empresas Mypes constructoras de Trujillo, además de analizar la complejidad de la normativa tributaria. Su fundamentación se basa en 10 gerentes de las empresas constructoras de la ciudad de Trujillo, llegando a la conclusión que existe conciencia tributaria por parte de los gerentes; sin embargo, señalaron la ausencia tributaria por parte de las empresas que dirigen, debido a la competencia desleal.

2.2. Marco teórico:

2.2.1. Conciencia tributaria.-

2.2.1.1. Definiciones.-

Según Bravo (2011), la conciencia tributaria es la motivación propia de cada individuo para realizar el pago de impuestos.

Burga (2015), se basa en la conciencia que toma cada persona reflejada en sus actitudes y creencias, motivando su voluntad a contribuir y disminuyendo los fraudes, porque estas acciones son valores inherentes de cada persona. Por ello, se opta por desarrollar una conciencia tributaria apoyando la cultura, lo que permitirá un significativo desarrollo de la política fiscal del País.

Sadith (2014), lo define como una actitud interna del individuo. Por otro lado plantea que se dan condiciones para el cumplimiento del acto fiscal por medio del “querer contribuir” y que está a disposición de

cada individuo efectuar la contribución de acuerdo a las normas existentes según SUNAT.

Burga (2015), menciona que la conciencia tributaria se ve reflejada en las actitudes y creencias de cada individuo, ya que tiene que ver con los valores de cada persona; entonces se dice que la conciencia tributaria es la motivación esencial para realizar el pago de impuestos para optar y poder desarrollar una buena conciencia que permita un logro importante para la política fiscal del país.

2.2.1.2. Mecanismos para crear conciencia.-

Alva (2015), señala que luego de las modificaciones en la norma tributaria, se observa una incógnita concerniente a los depositarios que ocuparon verdaderamente un raciocinio tributario. Por otro lado, en el país no se ve que existan orientaciones para una mejor conciencia tributaria.

Según lo mencionado, es esencial incentivar la conciencia tributaria para elevar el cobro de un tributo.

2.2.1.3. Educación Cívica.-

En la educación a nivel nacional se debe tener en cuenta la enseñanza del pago de impuestos, por lo que en la niñez y adolescencia es la etapa donde el conocimiento se asimila rápidamente con comportamientos y valores éticos.

2.2.1.4. Análisis de la conciencia tributaria en el Perú.-

La Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), tiene diferentes funciones como la determinación y fiscalización tributaria. Estos tributos recaudados ayudan a contribuir al sostenimiento y desarrollo del país; asimismo, que asegure que los tributarios lleguen a cumplir de forma voluntaria el pago de sus obligaciones; de este modo se busca ampliar la cifra de contribuyentes que abonan y declaran; percibiendo los tributos con eficacia y eficiencia, y así poder combatir la sanción por el incumplimiento.

En conclusión, la conciencia o cultura tributaria pretende concientizar al bien común, de manera que desde los diferentes sistemas

educativos se busque formar ciudadanos con valores, que sean capaces de hacer cumplir las normas, pero depende mucho más de cada enseñanza que reciban desde los maestros y en la familia, para poder llegar a tener un país mejor y transparente. Todo esto conlleva a incorporar cada esfuerzo en la enseñanza de un niño donde se le promueva que sea justo y participativo, que sea sensato, imaginativo, paciente, para que haga una transformación directa en la sociedad.

2.2.1.5. Construyendo conciencia tributaria.-

SUNAT (2010), indica que es la noción que tiene una persona o individuo y es empleado para tomar una postura referida al tributo, refiriéndose a 2 dimensiones:

- **Proceso:** Es referida a como es creada la conciencia tributaria en los individuos en cuanto a su socialización, en su entorno, en la familia y en su infancia, por ende, se obtiene los valores en general, especialmente el vínculo que se tiene con la sociedad y el Estado. Por lo que, se concluye que esto conlleva a las personas a que adopten una buena postura, ya sea positiva o negativa.
- **Contenido:** Se relaciona con los métodos informativos, valores, códigos y principios que se orientan al comportamiento de los individuos relacionado a los tributos.

Para Alva (2015), la interiorización en los ciudadanos de cumplir con los deberes tributarios respecto a la conciencia por las leyes, está basado en cumplirlos voluntariamente, comprendiendo que el cumplir será de mucha utilidad para todo ciudadano en general.

2.2.1.6. Desde el ámbito de la educación básica.-

Nos indica que se encuentra un pacto entre instituciones, el cual está firmado con el Ministerio de Educación para que haya una influencia en la curricular educativa del pueblo, y se pueda brindar ayuda a los maestros, con la difusión en algunos medios para que se inculque

a los que contribuyen, buenos valores y así poder generar conciencia a futuro.

Según la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE), la educación básica es la educación primaria, por lo que viene a ser la primera etapa básica; seguidamente es la enseñanza secundaria que es la segunda etapa.

2.2.1.7. Desde el ámbito de la comunicación y formación.-

Las personas en general que se encuentran dentro de una cultura formada por su ámbito familiar, social y de educación, tienden a requerir un cambio de postura referido al pago de los tributos. Para este hecho se requiere que colaboren diferentes factores ya sean privados, públicos y sociales para poder trabajar unidos y lograr implementar buenos proyectos, un buen desarrollo de conocimientos, anunciando campañas para las mejoras en el pueblo, aplicar acciones que otorguen legalidad al rol que recaudan.

2.2.1.8. Importancia de la educación fiscal.-

Delgado (2015), indica que faciliten la educación fiscal en los jóvenes con proyectos que tengan referencia al compromiso fiscal, para que puedan contribuir con conocimiento dentro de la sociedad democrática.

2.2.1.9. Dimensiones de la educación tributaria.-

SUNAT (2012), señala las siguientes dimensiones:

- **Proceso:** Se refiere a cómo se va formando la conciencia tributaria en los individuos, referenciado con su socialización en su entorno familiar y social desde su infancia, que está expuesto a ciertos valores en relación con la Sociedad y el Estado. Todo esto influye en el resultado de la formación de cada persona que les conlleva a adoptar una postura positiva o negativa.
- **Contenido:** Tiene que ver con los métodos informativos, valores, códigos y principios que se encuentran

orientados al comportamiento de los individuos respecto a la tributación.

2.2.1.10. Elementos de la conciencia tributaria.-

Alva (1995), señala dos pilares fundamentales que son:

- **Interiorización del deber tributario:** Donde se busca que cada contribuyente poco a poco vaya conociendo sobre el tema tributario, saber también los beneficios que se obtiene y que por mérito propio sepan que es de mucha utilidad cumplir con la ley tributaria.
- **Cumplimiento voluntario:** Donde los contribuyentes por sí solos verifiquen sus obligaciones que les impone la ley y puedan cumplirlas para beneficio de la Sociedad.

El deudor tributario que paga de manera oportuna, podrá observar y disfrutar de todos los beneficios que tiene para él y para la sociedad en general, ya que el Estado podrá solventar los servicios públicos eficazmente.

2.2.1.11. Bases de la generación de la conciencia tributaria.-

Según Solórzano (2011), una persona al nacer, inicia su aprendizaje en la colectividad para poder convertirse en un miembro de la sociedad, es ahí cuando inicia en primer lugar a socializarse, para que así se le permita formarse y tener una idea del otro, además de aceptar la realidad en que está expuesto. En esta etapa no se es autónomo, por esta razón, no es posible elegir cuales van a ser las fórmulas merecedoras de una buena confianza que hará posible que aprenda y le permita interpretar el manejo de las cosas y las personas.

Cuando ya entra a la escuela, comienza la segunda fase que es entrar a la secundaria, donde las relaciones de afecto que proporcionaban los padres, empiezan a ser intrascendentes para el aprendizaje en la sociedad. En esta base se empieza a reemplazar por el tratamiento de pedagogía, para que se aprenda a interiorizar los submundos especiales.

Es de gran importancia tener en cuenta algunos elementos que nos ayuden a fomentar la concientización, por ende, hemos planteado como estrategias: la conciencia y educación tributaria.

2.2.1.12. Estrategias para generar conciencia tributaria.-

Desde el ámbito de la educación básica existe el acuerdo entre instituciones, el cual está firmado por el Ministerio de Educación para que exista una influencia en la educación y de esta manera se pueda brindar ayuda para que los maestros puedan fomentar o incentivar a la contribución, con buenos actos, valores y se pueda generar conciencia en un futuro.

Desde el ámbito de la comunicación y formación, este hecho necesita la colaboración de todos en general, donde se trabaje en equipo, unidos, y que se pueda implementar proyectos para un buen desarrollo de conocimientos; así mismo anunciar campañas para la mejoría del pueblo.

Tanzi y Zee (2001), señalan que en los países en desarrollo es más difícil implementar un sistema tributario eficiente porque:

- En su mayoría, los trabajadores se dedican a la agricultura o tienen pequeñas empresas informales, esto da cabida a que los salarios no sean fijos, el pago en efectivo no se contabilice por falta de un sistema contable que impide el cálculo exacto de las ventas y sus inventarios, impidiendo la obtención del pago del Impuesto sobre la Renta. Esto excluye perjudicialmente al Estado, porque no le permite tener altos niveles de ingresos tributarios para el gasto público, desencadenando el endeudamiento externo.
- Es imposible establecer una buena administración tributaria si no se cuenta con el personal educado y capacitado, ya que, la falta de dinero evita que los funcionarios a cargo de la recaudación tributaria no cuenten con adecuados, sistemas telefónicos o de correos, limitando su capacidad para llevar las cuentas de los contribuyentes en general. Sin embargo, los gobiernos siempre ponen resistencia al cambio, porque deberían implantar estructuras

racionales, eficientes y modernas.

- A causa de la informalidad y las limitaciones financieras, las instituciones encargadas de generar las estadísticas de los impuestos encuentran dificultades para que estas sean confiables, impidiendo la formulación de políticas que cambien o potencialicen el sistema tributario, debido a eso solo se opta por introducir cambios marginales perpetuando la ineficiencia en las estructuras tributarias.
- Debido a que la mayor carga tributaria lo tienen los ricos en los países en desarrollo, estos son lo que evitan las reformas tributarias, ya que, aumentarían sus cargas tributarias, de esta manera, utilizan su poder económico y político para impedir que ciertas reformas sean aprobadas o aceptadas por el poder correspondiente. Es por esto, que los países en desarrollo no han explotado en su totalidad la renta física de las personas y los impuestos que se aplican a las propiedades para lograr un país progresista no es real; quiere decir, que los ricos deberían pagar mayores impuestos.

Estos autores colaboradores del FMI (Fondo Monetario Internacional), llegan a la conclusión que, los países en desarrollo solo buscan “el arte de lo posible” y no “los fines óptimos”. Por eso, no es sorpresa que la literatura tributaria existente no logre funcionar o haya tenido un efecto insignificante en el diseño tributario.

Según Cabrera (2007), señala que, si el pueblo percibiera que sus funcionarios se preocupan por ellos, se lograría tener mayor credibilidad y confianza al gobierno. Sin embargo, no se tiene ninguna voluntad por parte de los ciudadanos, ya que, no ven los beneficios del pago de impuestos, porque no cuentan con buenos servicios de salud, educación, infraestructura y ayudas sociales. Esta desigualdad es lo que esperan muchos países que nos brindan los préstamos externos, pues no se podrá pagar esta deuda y los intereses seguirán subiendo, y así es como nos encontramos en una esclavitud económica, donde las potencias mundiales son los hacendados.

Según Nerré (2001), señala que se esperaba que la globalización haya traído consigo la moda de la Conciencia Tributaria, así como la Administración de empresas ha traído consigo sus últimos hallazgos en sociología y psicología; sin embargo, esto es difícil de conseguir para la economía tributaria, ya que deberían intervenir las disciplinas como la economía, la sociología y la historia, pero rara vez se encuentra en la literatura económica estos hallazgos. En los últimos años las consideraciones tributarias se han vuelto más obvias a causa del fracaso de las transformaciones tributarias.

2.2.1.13. Iniciativa tributaria en el Perú.-

Gonzáles (2018), expone que la inquietud por el fortalecimiento de la cultura tributaria en el Perú, inició en 1993 a 1998, donde se implementaron temas tributarios en los colegios, sin embargo, resultó de difícil comprensión para los docentes y alumnos, por lo que, no se obtuvieron los resultados esperados. Así fue como en 1999 esta tarea solo se enfocó en los ciudadanos y empresas, la cual persistente hasta nuestros días.

Cárdenas (2019), sustenta que, para lograr una mejor recaudación fiscal, se debería hacer de manera voluntaria por parte de los ciudadanos, ya que, de esta manera asumirían el compromiso de sus deberes y derechos tributarios. No obstante, los esfuerzos hechos donde la administración es insuficiente o efectivo para lograr una concientización tributaria, se debe a la incredulidad de la población hacia sus autoridades, pues la corrupción ha impedido que los ciudadanos tributen sin coacción.

- **Presión Tributaria.-**

La presión tributaria, o también llamada carga fiscal, es un indicador cuantitativo el cual mide los ingresos obtenidos de la tributación en un país con respecto al Producto Bruto Interno (PBI).

Este indicador cuantitativo es crucial para la toma de decisiones respecto a las nuevas políticas de recaudación (IPE, 2021).

- PBI (Producto bruto interno).-

Según el IPE (Instituto Peruano de Economía), el producto bruto interno es el valor que se le da a los bienes y servicios finales, ya que en el precio de estos productos están incluidos los precios intermedios. Además, se calcula a través de tres métodos que son: método del gasto, método de la producción y método del ingreso.

2.2.1.14. Problemas del sistema tributario:

- El bajo nivel de recaudación.-

Según Durand (2018), la transparencia fiscal en Perú es deficiente debido al secreto bancario, las reservas legales y la presión económica que tienen algunos sectores económicos frente a los cambios de fiscalización. Esta situación es preocupante, debido a las altas tasas de evasión y elusión tributaria, principales factores de desaceleración en el país.

- Corrupción en el Perú.-

Ponce (2014), la corrupción es un acto ilegal realizado por una persona con la finalidad de obtener beneficios económicos, políticos o sociales, abusando del poder que posee. Hay tres niveles de corrupción que son:

- Corrupción política. – Es la manipulación de los funcionarios públicos con referencia a las políticas, reglas y procedimientos de los recursos financieros.
- Corrupción mayor. – Actos ilegales, hechos por los niveles altos del gobierno, lo que ocasiona el distorsionamiento de políticas y funcionalidad del estado.
- Corrupción menor. – Es el acto ilegal hecho por los gobiernos bajos del estado, perjudicando a los ciudadanos comunes.

Por este motivo, se debe implementar normas que neutralicen a los evasores y delusores fiscales, y también evitar que las

grandes empresas tengan incidencia en las decisiones que el Estado pueda tomar con respecto a las reformas tributarias, evitar que defiendan el statu quo.

2.2.2. Impuesto general a las ventas:

2.2.2.1. Definiciones.-

Ramírez (2010), sostiene que, el IGV es el impuesto más usual, ya que se incluye desde que adquirimos un bien o un servicio, siendo este el principal impuesto de recaudación fiscal. En este impuesto está incluido el precio venta en el país como también se le aplica en las operaciones de venta y de importaciones de bienes.

Este impuesto grava:

- Toda venta de bienes muebles originados en el país.
- Toda importación de bienes.
- La prestación o utilización de servicios en el país.
- Todo contrato de construcción.
- La primera venta de inmuebles que sean realizados por los mismos.
- Cuando se realiza una venta.

2.2.2.2. Destino de los impuestos.-

Según la Tesorería de la República, el principal objetivo es financiar el gasto público del Gobierno como:

- Lograr asegurar el desarrollo y crecimiento del país.
- Lograr establecer políticas del gobierno frente a los gobiernos locales para establecer la igualdad, en educación, vivienda y salud.

2.2.2.3. Derechos y deberes tributarios.-

Artículo 92° del Código Tributario, se tienen los siguientes derechos:

- El deudor tributario debe ser tratado con respeto por el servidor público de la Administración Tributaria.
- Exigir el pago indebido o en exceso.
- Enmendar errores en sus declaraciones.
- El deudor tributario tiene todo el derecho de presentar reclamo, apelación, demanda contencioso-administrativa y cualquier medio impugnatorio.
- Como su derecho, puede conocer el estado de sus trámites tributarios, así como también, saber el nombre de los encargados.
- Pedir la ampliación del Tribunal Fiscal.
- Interponer queja por omisión o demora de resolución de procedimientos tributarios.

2.2.2.4. Requisitos formales.-

Según el artículo 19 del Impuesto General a las Ventas: Podrán ejercer el derecho al crédito fiscal, siempre y cuando cumplan con siguientes los requisitos formales:

- a. Que el tributo general se sitúe en cada comprobante apartado en donde se encuentre acreditado la compra de un bien, servicio, de un contrato de construcción, también en una nota de débito según sea el caso, y en una copia que sea emitido por la SUNAT, donde se acredite en la importación el pago de impuesto.
- b. Cada comprobante consigne el nombre y RUC del que lo emite, para que de esta manera no llegue a existir confusión alguna al ser contrastado con lo que se informa a SUNAT y que, el emisor se encuentre habilitado para así poder emitirlos desde su fecha emitida.
- c. En los recibos de pago, notas de débito, documentos que se encuentren emitidos por la SUNAT, en que se hace referencia al inciso a), o en la nota donde esté constatado el pago de impuesto que es utilizado por la prestación de

servicios de los no domiciliados, lo cual haya sido anotados por el individuo en su Registro de Compras. Este documento, debe ser legalizado antes de ser usado y tener todos los requisitos según indica el Reglamento.

El no cumplir o cumplir parcialmente, o en forma tardía de los deberes en el registro de compras, esto no implica una pérdida del derecho al crédito fiscal, que se ejerce al periodo correspondiente de la compra, sin daño alguno según está tipificado en el Código Tributario.

2.2.2.5. Requisitos sustanciales.-

Según el artículo 19 del Impuesto General a las Ventas: el crédito fiscal es encontrado según lo constituye el IGV, registrado, separado en el recibo, donde haya un respaldo en adquirir bienes, prestación y contratos de construcción. De esta manera son otorgados el derecho a crédito fiscal las compras de bienes, las utilizaciones de servicios, importaciones que tengan los siguientes requisitos:

- a. Que estén consignados como costo o gasto de la entidad, de acorde con la ley del impuesto, de igual modo si el contribuyente no se encuentre afecto. De acuerdo a los gastos de representación, indica que mensualmente se debe calcular el crédito fiscal mediante el procedimiento que se encuentra establecido en el reglamento.
- b. Que estén destinados para maniobras, por lo que se debe pagar impuesto.

2.2.2.6. Características.-

“Tiene denominación no acumulativa, ya que solo grava el valor agregado en el periodo económico, como también deduciéndose el impuesto”.

“Se encuentra en una estructura con el método de base de financiación del débito contra crédito, esto equivale a que el monto colocado es determinado con la resta del impuesto aplicado al valor de

lo vendido, con el impuesto que gravó de lo que se adquiere con los productos que se relacionan con el giro de la negociación”.

2.2.2.7. Rol social de la tributación.-

Según el artículo 4° del Reglamento de Organización y Funciones de la SUNAT, aprobado por Resolución de Superintendencia N° 122-2014/SUNAT) la función social es la siguiente:

- Dirigir los Tributos interiores del Gobierno Nacional, así como también, juicios tributarios y los no tributarios, cuya función sea encargada por Ley o algún acuerdo.
- Ofrecer al MEF la regulación de las normas de tributación, aduanas y entre otras que sea de su disputa.
- Dictar, dentro de un ámbito de disputa, ordenanzas en tema tributario y aduanera, y así poder establecer obligaciones en los que contribuyen, conscientes y/o consumidores de dicho servicio, disponiendo medidas que puedan conducir a la simplicidad de la tramitación que le corresponde, y también normar todo lo correspondiente y sean derivados de éstos.
- Promulgar ordenanzas en base de ordenamiento y administración del interior, en el ambiente competitivo.
- Clasificar, organizar la disposición, informe estadístico, negocio externo, con el fin de ofrecer información generalizada conforme a Ley.
- Festejar alianzas y pactos de ayuda burócrata en materia competitiva.
- Fomentar, clasificar y realizar actividades de colaboración sistemática, de indagación y perfección en materia tributaria en el interior o en el exterior.
- Conceder la prórroga o aplazamiento para una pronta liquidación de la deuda tributaria, conforme a la Ley.

- Requerir, ejecutar, y tomar provisiones dedicadas a precaver la percepción de tributación que organiza y deroga la pronta suspensión de las mismas, de acuerdo a lo que corresponde según Ley.
- Vigilar e inspeccionar las mercancías, cualquiera sea su procedencia y naturaleza en la que se encuentren a nivel Nacional.
- Examinar, chequear, controlar y dominar las compañías aduaneras, distribuidores, almacenamientos auténticos, terminales y fiscales, consignatarios y algunos medios especialmente el de transportes, que son utilizados para el tráfico de individuos, mercancías u otros a nivel internacional.
- Precaver, seguir y acusar al fraude, la estafa de utilidades de aduanas, la expoliación tributaria y el comercio ilícito de mercadería, así como el deber de asignar medidas para la protección del beneficio fiscal.
- Asignar Normas para verificar y comprobar la calidad, especie, cantidad, valor y clase de las mercaderías, con excepción a las que estén en circulación y transbordo.
- Organizar y desarrollar sistemas de indagación o análisis y fiscalizar los valores que son declarados por los consumidores del servicio de aduanas.
- Solucionar temas contenciosos y no contenciosos, es por eso que se debe dictaminar vías de administrar lo interpuesto por los responsables; elevando así los recursos apelados y dar por cumplido a las Resoluciones dispuestas por el Tribunal Fiscal, y por otro lado, de ser necesario el Poder de Justicia.

- Penalizar a los que infrinjan ordenanzas legalizadas y administrativas de índole tributaria y aduanero, de acuerdo a la Ley.
- Realizar sucesos y medidas de coerción esenciales para la recaudación de adeudo de acuerdo al concepto que se administra.
- Conservar en salvaguarda las mercaderías y bienes usurpados, confiscados o embargados, ejecutando el remate cuando ello proceda al ejercicio de su función u oficios.
- Entregar mercancías, referentes a Ley.
- Analizar temario de información, propagación e instrucción en materia tributaria.
- Publicar legalmente el Arancel a nivel nacional en el sistema aduanero actual, los acuerdos de índole aduanero, así como también los procesos establecidos para que así se dé el aprovechamiento generalizado.
- Decretar la justa adaptación y colecta de los tributos administrados y también cuya colecta o cobranza sea encargado, así mismo sean cobrados aquellos servicios prestados de acorde a ley.
- Dirigir las decisiones y propósitos asociados con la cadena de comercio externo, cuando se tiene uno o más elementos propios de las tareas aduaneras; el sector privado y público al coordinar, deberán ejecutar o llevar a cabo los procesos que se establezcan.
- Fiscalizar e inspeccionar la entrada, estadía, conducción y por último la fuga de los recursos, podrían usarse en lo ilícito, también en la preparación de narcóticos.

- Realizar todos los oficios o funciones que sean señalados por la Ley.

2.2.2.8. Impuestos y contribuciones recaudados por SUNAT.-

MEF (2016), señala que SUNAT es la entidad recaudadora de los impuestos nacionales desde el 2002, también tiene convenio con la Administración de las Contribuciones que generalmente está compuesto por los mismos ingresos individuales con lo que respectivamente atienden a los abonantes.

2.2.2.9. Impuesto a la renta.-

Gobierno del Perú (2018), Es la aplicación a las utilidades que dimanen de la capitalización, de lo trabajado o de lo aplicado para ambos. Este impuesto grava los ingresos percibidos anuales y están divididos en: rentas de primera categoría, segunda categoría, tercera categoría, cuarta categoría y quinta categoría. Las personas afectas a este impuesto son las personas naturales, sucesiones indivisas, personas jurídicas como también sociedades conyugales.

2.2.2.10. Impuesto selectivo al consumo (ISC).-

León (2008), señala que principalmente este tributo se encarga de grabar en la venta de combustible en su etapa de refinería, pero en los últimos tiempos por su parte el MEF prioriza los intereses como reducir la carga tributaria encomendada por ser altamente contaminantes como es el caso de DIESEL.

Este viene a ser un tributo en específico que grava la venta en el país de los siguientes productos:

- Combustibles, pisco, cerveza y cigarrillos.
- Vehículos, agua, vinos y aguardientes.
- Los juegos de azar y apuestas, sorteos y eventos hípicas.

2.2.2.11. Formación en normativa tributaria.-

Esta dada desde la infancia hasta la adultez y se podía moldear más adelante. El resultado obtenido de la formación de

conciencia tributaria, conlleva a que las personas adopten 2 posiciones distintas, una con buena conciencia y otra con mala. (Instituto de Administración Tributaria y Aduanera, 2012, p.176).

Esta formación evitaría que la sociedad se sienta más comprometida y solidaria con su entorno, lo que a largo plazo disminuiría la corrupción por parte de la nueva generación. Tengamos en cuenta que una buena educación fiscal impartida en los colegios, ayudaría a buscar el crecimiento social, de infraestructura y cultural. El alto índice de corrupción se debe a la falta de compañerismo y humanidad por las personas que llegan al poder, sin embargo, también se debe actuar de acuerdo a los valores desde casa, puesto que, los conocimientos también pueden ser utilizados de una manera no idónea, tener en cuenta que “el conocimiento es poder”, pero solo va a depender de la persona que tenga ese poder para tomar decisiones. (De La Cruz, R. Ramos, G. (2020)).

2.2.2.12. Fiscalización del IGV.-

Ruiz (2006), menciona que son ejercidos los controles con el fin de evitar comportamientos que sean apartados del derecho, los cuales pueden ejercerse por el estado o por entidades que buscan evitar algún comportamiento anormal. Por lo que, cada administración tributaria tiene el manejo de información y su sistema de penalización de incumplimiento tributario.

2.3. Marco conceptual:

- Cultura tributaria.-

SUNAT (2017), Se puede definir como un grupo de entendimiento e importancia, que son como apoyo para la colecta de los tributos y el sustento del País, esto es un mecanismo importante que se basa en cumplir el deber tributario, con ayuda de las virtudes de la ética de cada contribuyente. Es un conjunto de valores que van a orientar al buen comportamiento del que contribuye, al conocer las normas de tributación.

- **Cumplimiento fiscal.-**

Grado en el que se contribuye, cumple o incumple las normas de tributación del País, esto se da con el cumplimiento de las obligaciones de tributación: formales y sustanciales, dadas por la ley.

Es la forma en la que se razona para poder obtener un grado de beneficio más alto a un menor costo, el cual es la ocasión de diferentes contribuyentes que solo buscan pagar un importe inferior a lo establecido o simplemente dejan de hacerlo. (Argandoña, 2014).

- **Declaraciones determinativas.-**

Vienen a ser las declaraciones en el que los que contribuyen declaran, o logran la determinación del importe que tiene que abonar.

SUNAT (2015), Viene a ser en el que se declara y se va a determinar la base imponible y la deuda que se encuentra a su cargo.

- **Declaraciones informativas.-**

Son aquellas declaraciones en la cuales se informa de las operaciones a pedido de la administración de la tributación y en las que no se encuentra ninguna deuda. Los programas en los cuales se desarrollan estas declaraciones se le llaman PDT informativos.

SUNAT (2015), Define en donde se declara y va a informar sus operaciones o las de otros, a la administración en el cual no se ve deuda alguna.

- **Elusión tributaria.-**

Se le denomina elusión a toda acción por la vía legal que de cierto modo evite el pago de los impuestos, como también se aproveche de vacíos legales para que el contribuyente obtenga ventajas.

Serrano (2012), Señala que viene a ser la utilización de medios no ilícitos, quiere decir que no sean prohibidos por la ley, con el objeto de minimizar la carga de los pagos de impuestos.

- **Evasión tributaria.-**

Es toda falta global o parcial de todo contribuyente en la notificación de impuestos, como también en el pago de toda obligación basado en actos

indebidos que son considerados como el disminuir o evitar dicho pago, violando las leyes tributarias que son consideradas como delito o infracción.

Esto no significa que genera una pérdida de ingresos en toda prestación de servicios públicos, sino más bien sufre desviación de acorde con el sistema tributario, donde todo aquel que evade pueda llegar a obtener ventajas que le beneficie en contra del que llega a cumplir y tributar. (Tapia, G. 2005).

- **Infracción tributaria.-**

Es la acción o falta de toda infracción de la norma tributaria, que se haya tipificado en el presente título como también en leyes o decreto.

Todo acto o importe que se omita de las normas tributarias, siempre que esté tipificado como tal en el presente título o en otras leyes o decreto legislativo'. (Decreto supremo n° 133-13-EF, Texto Único Ordenado del Código Tributario, art.164°).

- **Obligación tributaria.-**

Toda obligación tiene una vinculación entre acreedor y deudor tributario que está ordenado por ley, con el fin de cumplir con la prestación tributaria y es exigido por la Administración Tributaria, en donde toda vulneración tiene una sanción tributaria.

Vara (2010), señala que es aquel vínculo que está establecido entre el estado y las personas ya sean naturales o jurídicas, cuyo objeto es el cumplir con la prestación de tributos.

2.4. Hipótesis:

Un alto nivel de conciencia tributaria influye significativamente en la correcta determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

2.5. Variables:

2.5.1. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Ítem	Escala de medición
Variable Independiente Conciencia Tributaria	Interiorización en los sujetos de las asignaciones tributarias fijadas por las leyes, de esta manera para poder cumplirlos voluntariamente, conociendo que el cumplimiento traerá un beneficio común para todo ciudadano en general. Fuente: Alva Matteucci (1995, p. 18) Revista Análisis tributario.	Es aquel comportamiento que los ciudadanos toman con respecto a sus actitudes, las cuales están orientadas al logro de una sociedad democrática más justa y solidaria, en donde cada ciudadano se comprometa actuar con una mejor responsabilidad y transparencia.	Conocimiento de las normas Tributaria.	-Medición de la Tributación.	Ordinal	Razón
				-Medición de la Conciencia Tributaria.		
			-Difusión y orientación en base tributaria.			
			-Medición de la tributación.			
			Cumplimiento de las obligaciones tributarias.	-Aplicación de cada norma.		
				-Seguimiento y control.		

Variable dependiente	Este impuesto grava las fases del ciclo de producción y distribución, que es asumido por el consumidor final, que normalmente se encuentra establecido en el precio de compra de los productos que se adquiere.	Muestra la importancia que tiene la recaudación fiscal de todos los contribuyentes a nivel nacional. Ya que, con este tipo de tributo se logran generar presupuestos anuales de desarrollo nacional.	-Importancia del crédito fiscal. -Cumplimiento de las obligaciones formales. -Cumplimiento de las obligaciones sustanciales Pago del impuesto Fiscalización según normativa	-Medición del cumplimiento -Medición de la ausencia tributaria -Pago de impuestos.	Ordinal	razón
-----------------------------	---	--	---	--	---------	-------

Fuente: Elaboración propia de los autores.

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN Y
DISCUSIÓN DE
RESULTADOS

III. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Material

3.1.1. Población:

Según el Servicio de Administración de Inmuebles Municipales de Trujillo (SAIMT), hasta junio del 2020, en el Mercado Zonal Palermo se reportan 200 empresas de abarrotes debidamente registradas.

3.1.2. Marco muestral:

Está constituida por la relación de empresas registradas en el SAIMT hasta junio del 2020.

3.1.3. Unidad de análisis:

Constituido por cada uno de los propietarios de los establecimientos de las empresas de abarrotes de la urbanización Palermo.

3.1.4. Muestra:

Se aplicó el muestreo probabilístico, para determinar el tamaño de la muestra aplicando la siguiente fórmula:

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

Donde:

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

Nivel de confianza = 95%

E = Error permitido = 5% = 0.05

$$e^2 = 0.0025$$

N = Tamaño de la población = 200 comerciantes de las empresas de abarrotes de la urbanización Palermo.

n = Tamaño de la muestra = 132 comerciantes de las empresas de abarrotes de la urbanización Palermo.

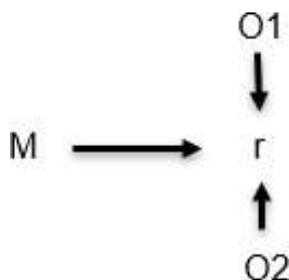
Los 132 participantes fueron elegidos de manera aleatoria simple.

3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de contrastación

El método que se empleó para contrastar la hipótesis es el método Descriptivo-correlacional por ser una investigación en donde se analizan y describen las variables y su relación.}

Descriptivo – Correlacional



Donde:

M: Muestra

O1: Observación de la conciencia tributaria de las empresas de abarrotes de la urbanización Palermo – Trujillo, periodo - 2021.

O2: Observación de la determinación del pago del impuesto a las ventas en las empresas de abarrotes de la urbanización Palermo – Trujillo, periodo - 2021.

r: Influencia entre la conciencia tributaria y la determinación del impuesto general a las ventas en las empresas de abarrotes de la urbanización Palermo – Trujillo, periodo - 2021.

3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos:

Encuesta: Se aplicó para determinar los requerimientos que demanda la recolección de datos relacionados con la conciencia tributaria de los responsables de las empresas de abarrotes ubicadas en Palermo.

Instrumento:

Cuestionario constituido por 12 preguntas dividido en 2 secciones; la primera fue dirigida a identificar la conciencia tributaria de los comerciantes de la urbanización Palermo, y la segunda se aplicó para

lograr el correcto pago del impuesto general a las ventas. Este cuestionario fue validado en su consistencia interna y externa mediante la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach, así como criterio de experto.

3.2.3. Procesamiento y análisis de datos:

Esta información fue organizada a través de tablas y figuras, donde fueron procesados y analizados a través de una hoja de cálculo de MS Excel con ayuda de cuadros estadísticos; esto permitió la descripción de las variables, las cuales son de interés de nuestra investigación.

Para contrastar la hipótesis se aplicó la prueba estadística del Chi cuadrado a un nivel de confianza del 95% y una significancia de 0.05 ($p < 0.05$).

IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

4.1.1. Identificar el nivel de conciencia tributaria en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

A continuación, se muestra los datos obtenidos de la encuesta (anexo 1) presentada a las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

Figura 1

Tiene conocimiento de las declaraciones presentadas mensualmente.



Nota: Esta figura muestra si los comercializadores de abarrotes conocen sobre la presentación de las declaraciones mensuales del IGV.

Tal y como se observa en la figura 1, los comerciantes de la zona urbana de Palermo tienen conocimiento acerca de las declaraciones mensuales del impuesto general a las ventas. El 23% tiene información clara sobre la presentación de este impuesto; sin embargo, el 12% desconoce, y esto se debe en gran parte a la informalidad de nuestro país.

Figura 2

Sabe cuál es el destino de los ingresos recaudados por SUNAT.

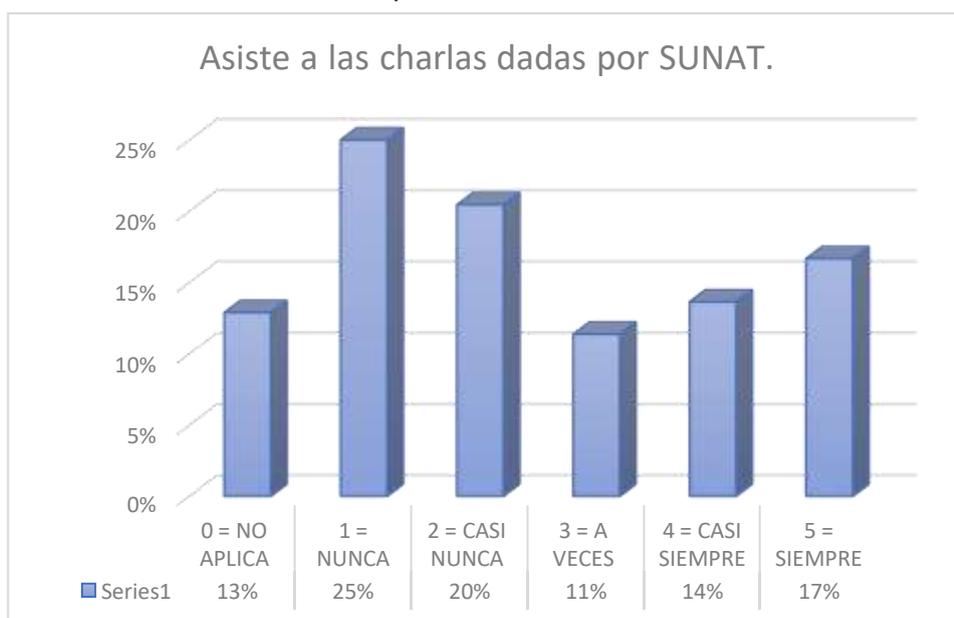


Nota: Esta figura muestra si los comerciantes de abarrotes tienen conocimiento acerca de los ingresos recaudados por SUNAT.

Como se aprecia, el 20% de los comerciantes encuestados a veces conocen el destino del impuesto general a las ventas. Por lo que, se deduce que no tienen conocimiento concreto respecto al tema. Esto genera la falta de recaudación para el progreso y crecimiento del país, puesto que, solo el 11% conoce del destino del IGV.

Figura 3

Asiste a las charlas dadas por SUNAT.



Nota: La figura 3 muestra si los comerciantes de la urbanización de

Palermo asisten a las charlas dadas por SUNAT.

Un 25% de los encuestados responden que nunca han asistido a las charlas dadas por SUNAT, deduciendo así que, puede que el órgano fiscalizador no tenga una buena difusión sobre los pequeños comerciantes para que estén informados de las diferentes normativas tributarias. Aunque, el 17% de los comerciantes encuestados están informados de estas charlas, y puede que se deba al tipo de difusión que SUNAT está dando a las personas en general.

Figura 4

SUNAT le dio alguna capacitación este 2021.



Nota: la figura 4 muestra si los comerciantes de abarrotes han recibido alguna capacitación por parte de SUNAT el año 2021.

La figura 4 muestra que el 20% de los encuestados no están enterados respecto a estas charlas brindadas por SUNAT, es por este motivo que, al colocar no aplica, porque nunca recibieron información sobre los alcances tributarios que les pueden dar.

Figura 5

Comprende cuando los trabajadores de SUNAT les dan información tributaria.

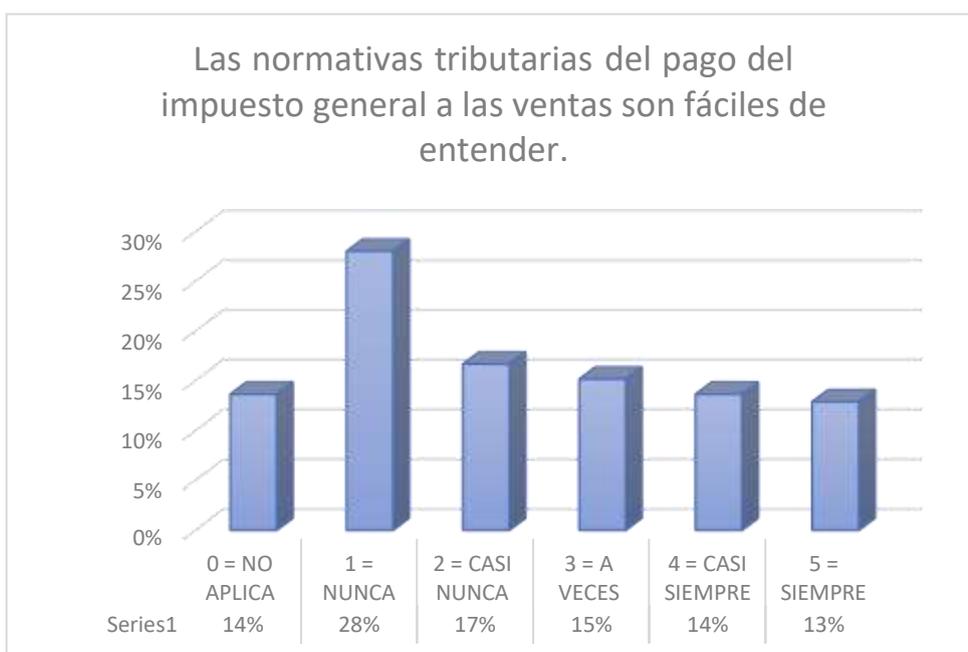


Nota: la figura 5 muestra si los comerciantes de abarrotes comprenden cuando piden información con los trabajadores de SUNAT.

Denotamos que el 24% de los encuestados han respondido que no se aplica a su realidad, pues refieren que no se han acercado a pedir información al momento de aperturar su negocio. Esto demuestra que no hay una regularización por parte del estado para la creación de comercios.

Figura 6

Las normativas tributarias del pago del impuesto general a las ventas son fáciles de entender

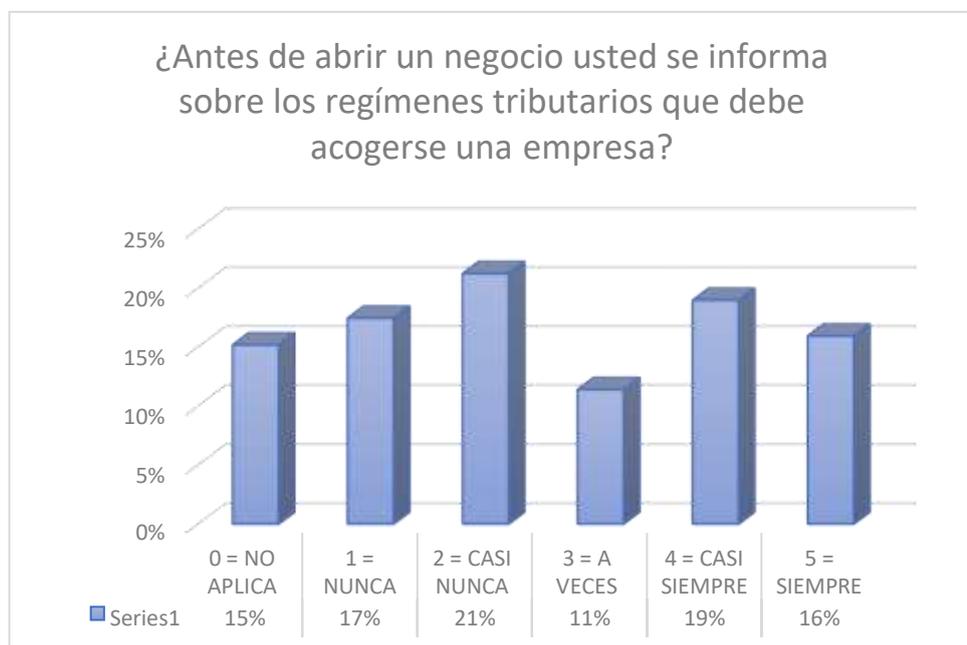


Nota: La figura 6 muestra si las normativas tributarias son fáciles de entender por parte de los comerciantes de abarrotes de la urbanización Palermo.

Según el gráfico, el 28% de los encuestados sostienen que nunca entienden las normativas tributarias referentes al pago del impuesto general a las ventas. Pues, se deduce que debido a esta complejidad, muchos de los negocios prefieren no ser formales en su totalidad.

Figura 7

¿Antes de abrir un negocio usted se informa sobre los regímenes tributarios que debe acogerse una empresa?



Nota: La figura 7 muestra si los comerciantes de las empresas de abarrotes están informados sobre los regímenes tributarios antes de abrir un negocio.

El 21% de los encuestados respondieron que desconocen de los regímenes tributarios al momento de constituir una empresa, y esto puede ser en parte a la gran informalidad que existe en nuestro país. Solo el 16% de los encuestados sabe el régimen al que debe acogerse cuando empezaron sus negocios.

Como se muestra en las encuestas, se realizó una escala de Likert con una puntuación del 1 al 5, si al responder de 6 a 7 de las 7 preguntas establecidas para este objetivo, obtiene un puntaje alto de 20 a 25, si

solo responde 5, su conocimiento será medio y si es menor a 5, su conocimiento será bajo.

Tabla 1

Variación del nivel de conciencia tributaria.

Nivel de conciencia tributaria.	Variación de nivel.	Cantidad	Porcentaje
Alto	Entre 20 y 25	2	2
Medio	Entre 15 y 19	25	18
Bajo	Menor a 14	105	80
TOTALES		132	100

Nota: la tabla 1 muestra la variación de la conciencia tributaria por parte de los comerciantes de la urbanización Palermo.

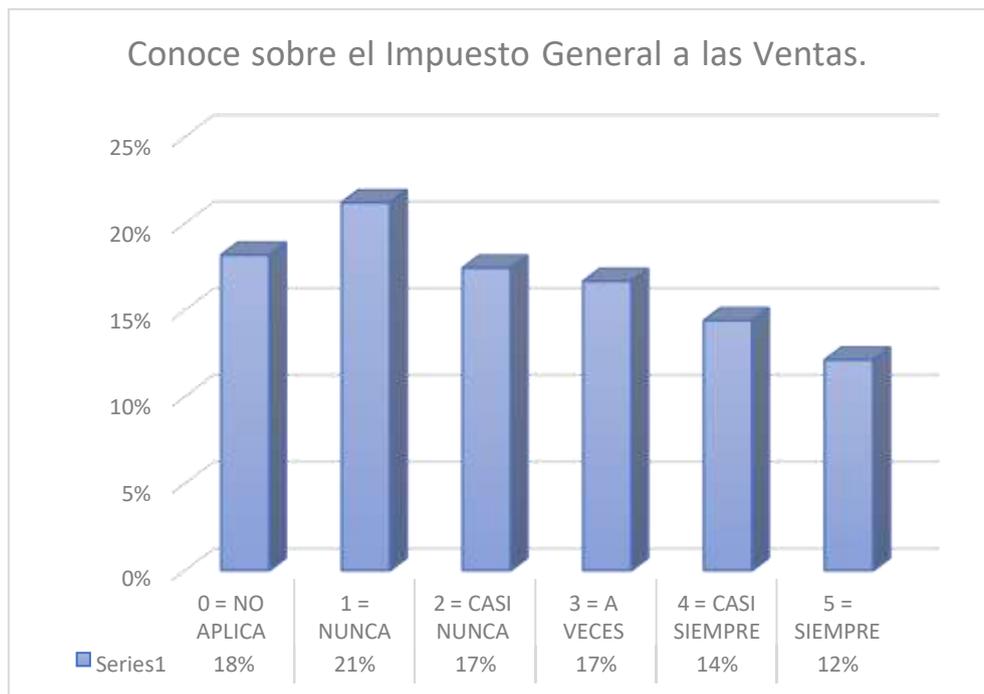
Según los datos calculados, el 80% de los encuestados tiene un nivel de conciencia tributaria baja, pues tienen una puntuación menor de 14, lo que significa que 105 de los encuestados respondió de manera satisfactoria a solo 3 o 4 preguntas de un total de 7 preguntas.

4.1.2. Analizar la aplicación del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

A continuación, se muestra los datos obtenidos de la encuesta (anexo 1) presentada a las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

Figura 8

Conoce sobre el Impuesto General a las Ventas.

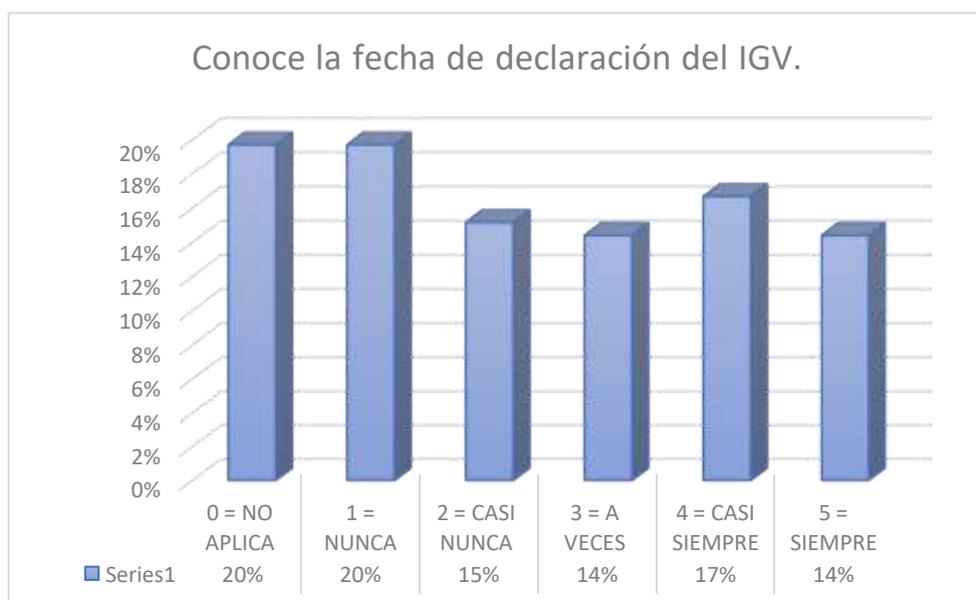


Nota: La figura 8 muestra el conocimiento de los comerciantes de las empresas de abarrotes referente al impuesto general a las ventas.

Denotamos que el 21% de los encuestados respondieron que nunca tienen conocimiento con respecto al IGV, esto demuestra el motivo por el que incumplen con el pago de este impuesto.

Figura 9

Conoce la fecha de declaración del IGV.



Nota: La figura 9 muestra si los comerciantes de las empresas de abarrotes conocen la fecha de pago del impuesto general a las ventas.

En el gráfico observamos que 20% de los encuestados respondieron que no aplica para su negocio y también que nunca saben sobre las fechas exactas referente al día de declaración. Esto se debe a que estas empresas contratan a un contador que está pendiente del manejo del negocio y solo dejan esta responsabilidad.

Figura 10

Conoce el destino del crédito fiscal.

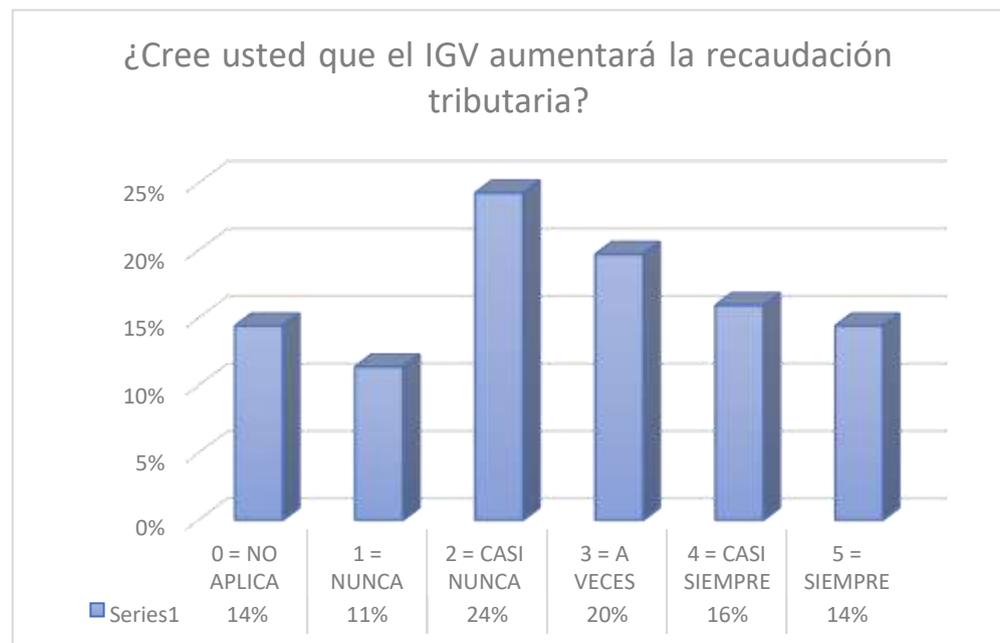


Nota: La figura 10 muestra si los comerciantes de abarrotes conocen del destino del crédito fiscal.

El 18% de los encuestados desconoce que sus impuestos tienen un destino presupuestal. En cambio, el otro 18% de los encuestados, conocen de estos impuestos que son destinados por el gobierno para la mejora de un país.

Figura 11

¿Cree usted que el IGV aumentará la recaudación tributaria?



Nota: La figura 11 muestra si los comerciantes de las empresas de abarrotes creen que el IGV aumenta la recaudación tributaria.

Denotamos que el 24% de los encuestados respondieron que casi nunca el pago de IGV aumenta la recaudación fiscal, esto se debe a la corrupción que existe en nuestro país, así como también, la falta de infraestructura, educación y cultura.

Figura 12

Hay efectos positivos para su empresa en el pago puntual del Impuesto General a las Ventas.



Nota: La figura 12 muestra si los comerciantes de las empresas de abarrotes conocen de los efectos positivos del pago puntual del impuesto general a las ventas.

El 20% de los encuestados desconoce de los efectos positivos del pago puntual del IGV para su empresa; esto se debe a su informalidad y su falta de compromiso.

4.1.3. Determinar la influencia de la conciencia tributaria en la correcta determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

A continuación, se muestra los datos obtenidos de la encuesta (anexo 1) presentada a las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021.

Tabla 2

Influencia de la conciencia tributaria frente a la correcta determinación del pago del impuesto general a las ventas.

Conciencia Tributaria	Correcta determinación del pago del impuesto general a las ventas.						Total
	Alto		Medio		Bajo		
	Nro	%	Nro	%	Nro	%	
Alta	0	0	0	0	2	1.94	2
Media	1	25	5	20	19	18.44	25
Baja	3	75	20	80	82	79.62	105
Total	4	100	25	100	103	100	132

Nota: La tabla 2 muestra la influencia por parte de la conciencia tributaria en el correcto pago del impuesto general a las ventas de los comerciantes de la urbanización Palermo.

Como podemos observar en la tabla 2, corresponde a la correcta determinación del pago del impuesto general a las ventas, tenemos que solo un 3.1% del total de encuestados cumple de manera voluntaria con el pago de este impuesto. Estos resultados muestran que una buena conciencia tributaria por parte de los empresarios, determina un correcto pago del impuesto general a las ventas. No obstante, solo 4 empresarios comercializadores de abarrotes, tienen conocimiento acerca de la importancia del pago del IGV.

También observamos que, el 18.9% de los encuestados, tienen un nivel medio, esto se debe a que solo buscaron a un profesional contable que se dedique al pago de los impuestos correspondientes, pero no están informados de lo que engloba el impuesto general a las ventas.

Por último, y con el mayor porcentaje, se encuentran lo de baja conciencia tributaria, siendo el 78% del total de encuestados. Estos datos preocupan, porque pueden ser causantes para diferentes infracciones o acciones que van en contra de los valores morales. Por este motivo, se debe tener en cuenta lo que ocasiona la falta de conciencia tributaria.

La contrastación de la hipótesis se obtuvo $P = 0.083$.

Al aplicar la prueba estadística del Chi cuadrado a un nivel de confianza del 95% se obtuvo el valor de $P < 0.083$, demostrando así que la influencia de la conciencia tributaria es significativa frente al correcto pago del impuesto general a las ventas. Esto se puede apreciar en la respuesta de cada uno de los encuestados referente a sus conocimientos y la iniciativa frente a las normas tributarias que son imprescindibles en el momento de crear una empresa.

4.2. Discusión de resultados:

El objetivo principal de esta investigación fue determinar cómo la conciencia tributaria influye en la correcta determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021, donde hemos aplicado diferentes procedimientos y técnicas para la obtención de los resultados. Con el primer objetivo, se logró determinar que algunos de los comerciantes de las empresas de abarrotes tienen la iniciativa de formalizar su negocio para contribuir en el desarrollo del país; esto corrobora los resultados de Carhuamaca (2020), que concluye en la importancia de la cultura tributaria de todos los empresarios a nivel nacional, dando a conocer cuán importante es la recaudación de tributos y de esta manera se logra obtener confianza hacia el estado y resultados positivos de cumplimientos voluntarios y sin coacción.

Según Palacios (2018), especifica que, uno de los males que empeoran un país es la informalidad y el desconocimiento causado por la falta de conciencia tributaria, pues, los pequeños empresarios desconocen de las oportunidades de una buena orientación fiscal. Esto se ve reflejado en el 24% de encuestados que no se sienten comprometidos con el manejo fiscal, porque piensan que el pago del IGV no les ayuda, además, sostienen que la vía de consulta SUNAT, no es comprendida. También se tuvo en cuenta que, el 28% de los encuestados no tienen conocimiento de las normas tributarias debido a que son difíciles de entender, puesto que, ellos no tienen ninguna base tributaria que los ayude a comprender de una manera fácil. Así, corroboramos la conclusión de Paredes (2017), donde sostiene que el principal factor de la informalidad por parte de los comerciantes es el desconocimiento de las normativas, lo cual, no se cultiva en las empresas. Alva (2015), sostiene que hay mecanismos para concientizar el pago de impuestos sin coaccionar, como la información y la educación cívica; en nuestros resultados nos damos cuenta que el 21% de los encuestados no cuentan con una identificación cultural hacia el aporte voluntario, porque desconocen de los beneficios que puede obtener la sociedad.

El segundo objetivo fue analizar la aplicación del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo 2021. Aquí observamos que el 21% de los encuestados no conoce acerca del impuesto general a las ventas, Ordoñez y Tenesaca (2017), sostienen que este desconocimiento se da por parte de los que brindan y compran bienes o servicios, porque no emiten o exigen el comprobante correspondiente para generar el pago al fisco. Por ende, el 20% de los encuestados nunca cumple con el cronograma de pago impartido por la administración tributaria. Delgado (2015), sostiene que una buena educación fiscal, ayuda a los jóvenes a ser más conscientes de cómo y para qué sirve el crédito fiscal, puesto que, de los encuestados solo el 18% conoce el destino y como es el manejo del impuesto general a las ventas. De La Cruz, Ramos (2020), sostienen que las personas no ven que haya una buena acogida referente al pago del impuesto general a las ventas debido a la corrupción, el 20% de los encuestados no creen que haya efectos positivos con el pago puntual del IGV, esto se debe al bajo crecimiento cultural, de salud y de infraestructura; el otro 20% de los encuestados no saben que el estado recauda esos impuestos para que sean destinados a todo el Perú a través de presupuestos anuales. Esto demuestra que, muy aparte de concientizar el pago de tributos, deberíamos trabajar en los valores desde casa y el colegio, ya que, según datos macroeconómicos (2022), señala que el Perú se encuentra liderando el ranking de corrupción, demostrando que la persona puede ser muy leída y capaz de conocer la importancia del IGV; sin embargo, si no hay valores, vamos a seguir repitiendo el mismo patrón siempre. En la constatación de la hipótesis se determinó que $P < 0.083$, afirmando así que, existe una influencia directa de la conciencia tributaria frente al pago del impuesto general a las ventas.

No obstante, de los resultados obtenidos tenemos que el 1.94% de la población tiene conciencia tributaria, por ende, existe la determinación y el pago voluntario del IGV por parte de este porcentaje de encuestados. Podemos deducir que, un porcentaje de esta población se preocupa por el pago correcto y el beneficio que tiene el destino de estos impuestos. A pesar que sean pocos, tienen iniciativa de responsabilidad y cumplimiento con

respecto al pago del IGV. Con este resultado, nos percatamos que no podemos generalizar al momento de aplicar esta encuesta, porque, así como en este rubro de abarrotes hay personas que tienen bien plasmados su iniciativa tributaria, puede suceder en otros rubros de negocios. Tengamos claro que mientras haya más formalidad, el trabajo y el crecimiento del país irán de la mano. Por ende, al tener estos resultados, deberíamos preguntar por qué esta población si tienen esa iniciativa, porque los resultados de este trabajo no deberían ser al contrario o que la hipótesis se rechace. La falta de conciencia tributaria, la informalidad y la evasión, son temas que a pesar de los años siguen perennes y en todas partes del mundo, sin embargo; según los antecedentes y la realidad y problemática se acentúa de sobremanera en Latinoamérica. Solo falta encontrar el principal motivo para el cambio de estos resultados, y a futuro la incidencia de la falta de pago sea menor a un 80% en todos los sectores empresariales.

CONCLUSIONES

1. Los hallazgos encontrados en este trabajo de investigación muestran que, hay una gran influencia de la conciencia tributaria en la determinación y pago del impuesto general a las ventas, esto se debe al alto desconocimiento tributario por parte de los empresarios de abarrotes, quienes no están informados de los beneficios sociales que pueden tener este impuesto. Este desconocimiento se ve reflejado en su falta de interés tributario, sin embargo, el 18% de los encuestados tiene una conciencia media, quiere decir, que cumplen con el pago de este impuesto, ya sea, porque tienen una persona a cargo de su contabilidad y ellos saben a grandes rasgos lo que respecta al IGV. No obstante, este resultado no quita la influencia y la conciencia tributaria que deben tener, porque según las encuestas planteadas sus conocimientos sobre tributación son escasas.
2. Con respecto al nivel de conciencia tributaria por parte de los comerciantes de abarrotes, tenemos que, el mayor porcentaje obtenido se da a un nivel bajo con respecto a la determinación y pago del igv, demostrando que, la gran mayoría de la población no tiene conocimiento respecto a tributación, ya sea por desinformación o falta de interés. Esto se debe, a la ausencia de capacitación por parte de los encuestados en normas tributarias.
3. Referente al análisis de la aplicación del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras, se obtuvo el mayor porcentaje en el nivel bajo con respecto a la determinación del pago del impuesto general a las ventas. Pues, solo el 3.1% del total de la población encuestada paga de manera voluntaria y con conocimiento de los beneficios que traen consigo el cumplimiento mensual de este impuesto. Generando así, que el incumplimiento del pago del IGV resta el gasto público para la mejora de nuestro país.
4. Finalmente se demostró que el principal factor del incumplimiento del pago del IGV, es la falta de conciencia tributaria anexada a varios motivos como el desconocimiento, la cultura, la informalidad y la falta de

identificación civil, demostrado así la hipótesis con un nivel de confianza del 95% que hay una influencia significativa y directa entre conciencia tributaria y el correcto pago del impuesto general a las ventas.

RECOMENDACIONES

1. La Administración Tributaria debe incluir en las currículas de los colegios, asignaturas de conocimiento de normas tributarias. Esta iniciativa se puede realizar tomando como ejemplo a Reino Unido o Suiza, países donde enseñar sobre normas tributarias a los niños y así ser buenos contribuyentes para lograr que su país crezca en cultura, economía, educación y salud. En estos países, todos los niños y adolescentes llevan una materia llamada “conciencia social tributaria”, donde los profesores se encargan de enseñar teoría y práctica fiscal. Además, que se imparte la identidad nacional y solidaria.
2. Con respecto a la conciencia tributaria por parte de los comerciantes de abarrotes, se recomienda que, las universidades con carreras económicas puedan realizar talleres y visitas gratuitas a los diferentes locales comerciales, para que puedan brindar información sobre el impuesto general a las ventas, de esta manera, los comerciantes tendrán datos exactos de los beneficios y la importancia de este impuesto. Estos talleres pueden contribuir al conocimiento del futuro egresado, además, que van a aprender de las irregularidades que pueden encontrar con respecto al pago de impuestos.
3. Para lograr que cumplan con la determinación y pago del impuesto general a las ventas, darles a conocer que su aportación va a ayudar al gasto público. Tengamos en cuenta que, la falta de iniciativa se da porque en su mayoría desconocen el porqué del pago del 18%, es por esto que, a través de videos interactivos de solo 2 minutos en todas las redes sociales y televisión, se dará a conocer la importancia de este cálculo, así como las mejoras que se pueden dar si todos los obligados a pagar IGV cumplieran, sin la necesidad de evadir. Estos videos se pueden realizar con la coordinación de SUNAT y las universidades privadas y públicas de nuestro país.
4. Para lograr que la conciencia tributaria influya de manera positiva en el pago de impuesto como IGV, contratar a un experto en temas tributarios

para realizar conversatorios con empresarios de trayectoria, donde se logre disertar temas importantes como la responsabilidad que tienen las empresas con el pago del IGV, lo cual va a ayudar al crecimiento de nuestro país. Tener en cuenta que, la experiencia de otras personas emprendedoras puede ser el aliciente que muchos de los pequeños empresarios necesitan para posicionarse en el mercado. Y así ellos logren adquirir mayores ingresos, lo que significa, mayores aportaciones tributarias y oferta laboral.

REFERENCIAS

- Agreda, C. (2018). Conciencia tributaria y su incidencia en la Evasión de Impuestos en las Empresas Mypes Constructoras de Trujillo, año 2017. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41926/B_
- Alvear, M. Quispe, R. (2020). La Cultura Tributaria, un instrumento importante para la recaudación de tributos, Perú – 2020. [Tesis de grado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional UPEU. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3877/Maricielo_Trabajo_Bachillerato_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Burga, A. (2015). Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las Empresas Comerciales del Emporio Gamarra, año 2014. [Tesis de Grado, Universidad San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/1577>.
- Brown, R. (2020). La cultura tributaria y la informalidad de las mypes del sector comercial de la Urbanización San Roque, distrito de Santiago de Surco, en el año 2019 – Lima. [Tesis de grado de Maestro, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV>.
- Bonell, R. (2018). Concientización Cívica – Tributario en el siglo XXI. *Just Culture. Anuario Jurídico y Económico*. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/.pdf>.
- Cabrera, H, (2007). Unidos para trabajar, con valores de vida para una sociedad educadora. [Http://www.armoniafamiliarperu.org/docs/pobreza_moral.html](http://www.armoniafamiliarperu.org/docs/pobreza_moral.html).
- Conferencia Anual de Ejecutivos, (01 de diciembre de 2018). Informalidad en la sierra llega a superar el 88%. *Voz informativa del Perú para el mundo*. <http://vozinformativa-pe.blogspot.com/2018/12/cade-2018-informalidad-en-la-sierra.html>.
- Cárdenas, G. (2019). La educación tributaria en el Perú: una alternativa para

mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. file:///C:/Users/Downloads/2307-8372-1-PB.pdf.

Carhuamaca, L. (2020). La cultura tributaria en los micro y pequeños empresarios informales y su incidencia en la formalización de mypes en el distrito de San Juan de Lurigancho 2019. [Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias e Informática]. Repositorio institucional. <http://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/302/TESIS%20PARA%20EMPASTADO%20FINAL%20LUIS%20ALBERTO%20CARHUAMACA%20BORDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Casas, C. (2016). Política Fiscal. Centro de Investigaciones de la Universidad del Pacífico, Lima - Perú.
https://www.cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/eje_2_1_dpcompleto_pfiscal-ccasas.pdf.

Cuellar, J. (06 de Marzo de 2018). ¿Por qué es importante la orientación al contribuyente? PQS - Pulso Tributario. Obtenido de PQS - Pulso Tributario: <https://www.pqs.pe/pulso-tributario/orientacion-contribuyente-sunat>.

De Soto, H. (1994). El otro sendero, la revolución informal en el tercer mundo. París. https://www.elcato.org/pdf_files/Prologo-Vargas-Llosa.pdf.

Decreto Supremo N.º 055-99-EF, Ley del Impuesto General a las Ventas. (27 de septiembre de 2011). Normas legales. Diario Oficial El Peruano.

Durán-Sindreu, A. (2016). Fraude fiscal y educación tributaria en España. Derecho y Sociedad. <https://revistas./index.php/derechoysociedad/article/download/12570/13128/>.

Gálvez R, Jose y Dolorier T, Javier (2020). Reciente informe de la SUNAT sobre la aplicación de las reglas que limitan la deducibilidad de los intereses (subcapitalización o EBITDA a partir del 1.1.2021) que se hayan devengado en etapa preoperativa: G&D Abogados. <http://gydabogados.com/boletin-al-dia-tributario/reciente-informe-de-la-sunat-sobre-laaplicacion-de-las-reglas-que-limitan-la-deducibilidad-de-los-interesessubcapitalizacion-o-ebitda-a-partir-del-1-1-2021-que-se->

hayan-devengado-en-etapapreopera/.

Gálvez, E. Shioda, G. (2021). Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Zonal Palermo de Trujillo, 2020. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65574/G%c3%a1lvez_JE_Shioda_CG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Global Entrepreneurship Watch GEM (03 de julio 2018). El Perú es el país con mayor espíritu emprendedor de la región LATAM y el quinto a nivel mundial. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/peru-es-el-pais-con-mayor-espiritu-emprendedor-de-la-region-latam-y-el-quinto-a-nivel-mundial>.

Gómez, L. Macedo. J. (2016). La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano. UNMSM. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/educa/article/download/6410/5632>.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2019). Demografía Empresarial en el Perú. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia_empresarial.pdf.

Ordoñez, E. Tenesaca, M. (2014). La cultura tributaria desde la informalidad de los comerciantes de la Bahía de Guayaquil. *YACHANA, Revista Científica*, 3(2), 76-87. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3766/1/La%20cultura%20tributaria%20desde%20la%20informalidad%20de%20los%20>.

OCDE (The International and Ibero-American Foundation for Administration and Public Policies). *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía. Guía sobre educación tributaria en el mundo*. París. https://read.oecd-ilibrary.org/taxation/fomentando-la-cultura-tributaria-el-cumplimiento-fiscal-y-la-ciudadania_9789264222786-es#page4.

- Nerré, B. (2001). *The Role of Tax Culture in Transformation Process – The Case of Russia*. Alemania, Hamburgo.
https://www.researchgate.net/profile/Birger-erre/publication/251735079_The_Role_of_Tax_Culture_in_Transformation_Processes_The_Case_of_Russia/links/0c960536cb30a29a0800000/The-Role-of-Tax-Culture-in-Transformation-Processes-The-Case-of-Russia.pdf.
- Palacios, N. (2018), en su artículo Consecuencias de la Informalidad. *Ideas 25 años*.
https://www.researchgate.net/publication/24121051_Causas_y_cias_de_la_informalidad_en_el_Peru.
- Paredes, M. (2017). La evasión tributaria y la recaudación generada por los comerciantes informales de ropa del Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato - Ecuador]. Repositorio Institucional UTA.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26186/1/T4083i.pdf>
- Ponce, M. (2014). Psicopatología de la corrupción.
https://peihap.gob.pe/documentos_up/SCI/4TA_EXP_CORRUPCIÓN
- Serida, J. Alzamora, J. (2019, 20 de febrero). Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Perú 2018 - 2019. *Esan*.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2070/GEM%20_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Saldarriaga, M. (07 de marzo de 2017). Informalidad. *Banco Central de Reserva del Perú, N°169 (34-38)*.
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda->
- Villalobos, T. (2018). La cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal de los comerciantes del Mercado Zonal Palermo (Ex mayorista), distrito de Trujillo, año 2018. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional UNT.
https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11583/villalobos_alcantara_thalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

ANEXOS:

CARTA DE PRESENTACIÓN

Sr. (a): Mg. Consuelo De La Rosa Díaz

Presente. -

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es grato dirigirnos a usted para expresarle un saludo cordial y al mismo tiempo hacer de su conocimiento que siendo Bachilleres de la Universidad Privada Antenor Orrego, sede Trujillo, requerimos validar el instrumento con el cual recogeremos información necesaria para llevar a cabo el desarrollo de nuestra investigación y así optar por el Título de Contador Público.

El título de nuestro proyecto de investigación es: **Conciencia tributaria y su influencia en la determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes, urbanización Palermo, Trujillo, 2021**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted ante su connotada experiencia en temas de investigación tributaria.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación
- Cuestionario de las dos variables principales: Conciencia Tributaria e Impuesto General a las Ventas.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención prestada.

Atentamente,



Br. Tello Osorio, Sonia María



Br. Ruiz Vásquez, Flor Elena

CUESTIONARIO

Se realizó un cuestionario sobre la conciencia tributaria y determinación y pago del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de abarrotes de la urbanización Palermo, en la cual tienen que responder las preguntas del cuadro, escribiendo con una (x), cual es de su preferencia.

Teniendo como escala:

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

Variable: Conciencia tributaria

Dimensiones / ítems	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1. Todas las declaraciones se presentan mensualmente, ¿usted obtiene información sobre este tema?					
2. Como contribuyente, ¿usted está interesado en informarse sobre el destino de los ingresos recaudados por SUNAT?					
3. Cuando se realizan charlas de información tributaria por parte de SUNAT, ¿asiste usted a ellas?					
4. En el periodo 2021, ¿en alguna oportunidad usted recibió capacitación por parte de la SUNAT?					
5. Cuando dan la orientación tributaria, ¿usted comprende adecuadamente a los trabajadores de la SUNAT?					
6. A su parecer, ¿las normas tributarias son fáciles de entender para el pago de los impuestos tributarios?					
7. ¿Antes de abrir un negocio usted se informa sobre los regímenes tributarios que debe acogerse una empresa?					

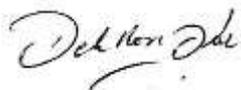
Variable: Impuesto general a las ventas

Dimensiones/ítems	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
8. ¿Usted conoce sobre la ley del IGV (impuesto general a las ventas)?					
9. ¿En las declaraciones mensuales, usted la cumple en la fecha establecida?					
10. ¿Conoce usted cómo funciona el crédito fiscal?					
11. ¿Cree usted que el IGV aumentará la recaudación tributaria?					
12. ¿Causa efectos el pago de Impuesto General a las Ventas en su empresa?					

Apellidos y nombres del juez validador:

Consuelo Isabel De La Rosa Díaz

- Especialidad del validador: Maestra en Ciencias Económicas con mención en Tributación.



Apellidos y nombres del juez validador:

NAVARRO CURAY JOSSELY ISABEL

- Especialidad del validador: Tributación.

