

# **ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN**

**MAESTRÍA EN  
DERECHO DE LA EMPRESA**



**“Factores que inciden en la cultura tributaria del sector  
económico servicios en Huancayo–Junín, 2021”**

**Tesis  
Para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Derecho de la Empresa

**Autor:**  
Bach. Castro Pérez, Luis Alvaro

**Docente Guía:**  
Dra. Bahamondes Rosado, María Emilia

**TACNA – PERÚ**

**2023**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Portada	
Índice General	ii
Índice de Tablas	iv
Índice de Figuras	v
Resumen	vi
Introducción	vii

### CAPÍTULO I

#### ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.1. Título del Tema	11
1.2. Planteamiento del Problema	11
1.3. Formulación del Problema	12
1.4. Hipótesis	13
1.5. Objetivos	14
1.6. Justificación	14
1.7. Metodología	15
1.8. Definiciones	18
1.9. Alcances y Limitaciones	20

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

2.1. Conceptualización de las variables	22
2.2. Importancia de las variables	23

2.3. Modelos de las variables	23
2.4. Análisis comparativo	27
2.5. Análisis crítico	30

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO REFERENCIAL**

3.1. Reseña histórica	32
3.2. Presentación de actores	34
3.3. Diagnóstico sectorial	40

### **CAPÍTULO IV**

#### **RESULTADOS**

4.1. Marco Metodológico	43
4.2. Resultados	51

### **CAPÍTULO V**

#### **SUGERENCIAS**

5.1. Sugerencias	72
Conclusiones	75
Bibliografías	76
Anexos	

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. <i>Análisis de los indicadores de la dimensión Factores que inciden favorablemente</i>	27
Tabla 2. <i>Análisis de los indicadores de la dimensión Factores que inciden perjudicialmente</i>	29
Tabla 3. <i>Resultados de la variable cultura tributaria</i>	51
Tabla 4. <i>Resultados de la dimensión factores que inciden favorablemente</i>	53
Tabla 5. <i>Resultados de la dimensión factores que inciden perjudicialmente</i>	54
Tabla 6. <i>Resultados del indicador beneficios tributarios</i>	57
Tabla 7. <i>Resultados del indicador carácter fiscalizador</i>	59
Tabla 8. <i>Resultados del indicador principio de publicidad</i>	60
Tabla 9. <i>Resultados del indicador educación tributaria</i>	62
Tabla 10. <i>Resultados del indicador informalidad</i>	65
Tabla 11. <i>Resultados del indicador baja confianza en las autoridades</i>	66
Tabla 12. <i>Resultados del indicador escaso hábito tributario</i>	68

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. <i>Resultados de la variable cultura tributaria</i>	52
Figura 2. <i>Resultados de la dimensión factores que inciden favorablemente</i>	53
Figura 3. <i>Resultados de la dimensión factores que inciden perjudicialmente</i>	55
Figura 4. <i>Resultados del indicador beneficios tributarios</i>	58
Figura 5. <i>Resultados del indicador carácter fiscalizador</i>	59
Figura 6. <i>Resultados del indicador principio de publicidad</i>	61
Figura 7. <i>Resultados del indicador educación tributaria</i>	62
Figura 8. <i>Resultados del indicador informalidad</i>	65
Figura 9. <i>Resultados del indicador baja confianza en las autoridades</i>	67
Figura 10. <i>Resultados del indicador escaso hábito tributario</i>	68

## RESUMEN

La presente investigación titulada “Factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico servicios en Huancayo–Junín, 2021”, presentó como problema ¿cuáles son los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021? Su objetivo general fue determinar los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 y como específicos: identificar los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 e identificar los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, diseño descriptivo simple y el instrumento aplicado fue el cuestionario de encuesta. La población radicó en las personas que realizan actividades dentro del sector económico servicios de la provincia de Huancayo, perteneciente a la Región Junín, la misma que es una población infinita y la muestra fue compuesta por 384 personas. Se arribó a como resultado, a que los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son el carácter fiscalizador, educación tributaria, baja confianza en las autoridades, principio de publicidad, informalidad, beneficios tributarios y escaso hábito tributario.

**Palabras clave:** Factores, cultura tributaria, sector económico, servicios.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico servicios en Huancayo-Junín, 2021” parte a razón de la problemática que la cultura tributaria en el Perú muestra deficiencias en la aplicación práctica, dado que los contribuyentes no presentan el hábito de realizarlo por diversos motivos que radican desde el desconocimiento hasta la mala fe, pasando por la desconfianza que se evidencia a las autoridades; todo esto genera deficiencias y grietas en el aparato estatal, incertidumbre en la población y desconfianza en los contribuyentes.

Por ello, la presente investigación se basa en el estudio de determinar cuáles son esos factores que presentan mayor realce en la incidencia de la cultura tributaria del sector económico de servicios o terciarios, tanto de forma favorable como desfavorable, de tal forma que pueda identificarlos y de esta manera las instancias recaudadoras correspondientes adopten las medidas para su aplicación en la praxis laboral, desarrollando planes y estrategias como fomento de la cultura tributaria para con los contribuyentes y colectividad.

En cuanto a trabajos preliminares se puede señalar a Davirán (2022), con el objetivo de identificar la influencia de la cultura tributaria sobre el desarrollo económico del distrito de San Juan de Lurigancho de los años 2019-2020, arribando a que en el Perú el problema no radica en la economía informal, sino que esta recae en el Estado, por la incompetencia de legalizar a las zonas más pobres, asimismo que el sistema tributario presenta un mecanismo de favorecer al cumplimiento voluntario y que cultura tributaria



radica en la conexión sólida de valores éticos y morales, así como o la ciudadanía responsabilidad y la valoración del mismo trabajo.

Baldeón (2019) presenta como objetivo el de determinar la relación existente entre cultura tributaria y recaudación fiscal en las municipalidades distritales de la provincia de Huancayo, en el año 2018. Concluyendo que existe una relación positiva significativa y alta entre ambas variables, además indica que a mayor cultura tributaria en la ciudadanía generará mayor recaudación fiscal.

Gutiérrez (2021) presenta como objetivo determinar la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los comerciantes del Centro Comercial Polvos Rosados. Concluyendo que presenta un alto grado de relación, donde afirma que la elevada cultura tributaria de los contribuyentes se llegará a mejorar la percepción que se tiene de las obligaciones tributarias.

Rafael (2018) con el objetivo de determinar el nivel de repercusión de la cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones de tributos de los comerciantes de calzados de Juliaca - 2017. Concluyendo que el nivel de repercusión en cuanto a la cultura tributaria en referencia al cumplimiento de las obligaciones tributarias llega a ser significativa, además que esto evidencia que el contribuyente no tiene arraigada la obligación de pagar sus tributos esto como algo inherente a la ciudadanía que tiene vínculo.

Méndez (2019) con el objetivo de determinar si la actitud, capacidad contributiva y cultura tributaria son las causas de evasión de ISR de las personas físicas con actividades empresariales y profesionales en la zona rural conurbada de Altamirano, Tampico y Cd. Madero Tamaulipas. Concluyendo que las actitudes hacia la evasión y el cumplimiento de las obligaciones con el fisco radican en los factores individuales que tienen los

contribuyentes, en el rango objetivo y subjetivo, además de las condiciones y el entorno que presentan los sistemas tributarios, así como la actitud evasora.

Ramírez (2021) con el objeto de estudiar las diferencias estrategias implementadas por el SAT para fomentar cultura tributaria en México, y con ello promover en la población el correcto y oportuno cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Concluyendo que el analfabetismo fiscal es entendido como aquel desconocimiento existente en la sociedad con referencia a cumplir con sus obligaciones fiscales, acompañado con una negativa percepción que presentan hacia la administración tributaria, así como el destino que tendrán los impuestos. Por ello, para menguar el analfabetismo tributario, es necesario implementar la cultura tributaria con el aporte de la educación fiscal, de tal manera que se les brinde información y herramientas adecuadas donde se promueva el correcto y oportuno cumplimiento de forma voluntaria de las obligaciones con el fisco, así se pretende disminuir o evitar la informalidad.

Puigví (2022) desarrolla la importancia que tiene la educación fiscal y el fomento de la pedagogía tributaria como eje estratégico en la lucha contra el fraude fiscal y la mejora de la conciencia tributaria en los ciudadanos. Concluyendo que se debe abordar una visión transparente y la actitud de colaboración y confianza entre los que administran los tributos y las contribuyentes, para ello se tiene que educar mediante diversos canales de comunicación y todos los formatos posibles, usando las redes sociales y las nuevas tecnologías, de esta forma se divulgará y educará las buenas prácticas tributarias a la colectividad.

En la resolución y desarrollo de la investigación se acude al uso del instrumento para recoger los datos y luego el procesamiento de los mismos, la elaboración de tablas y gráficos, así como la revisión de la hipótesis, de esta manera los resultados llegan a ser

adecuados. Esto permite que el análisis descriptivo que se desarrolla a cada una de las dimensiones y sus indicadores de la variable cultura tributaria sean denotados en los instrumentos trabajados.

Se evidencia que existen factores que favorecen a la cultura tributaria, tales como: beneficios tributarios, el carácter fiscalizador, principio de publicidad y la educación tributaria. Asimismo, existen factores que desfavorecen esta cultura: informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario. Estos son desarrollados en el sector económico de servicios dentro de la población donde radica en estudio.

La investigación está compuesta por cinco capítulos, los cuales son: Capítulo I: antecedentes del estudio; título del tema, planteamiento del problema, formulación del problema, hipótesis, objetivos, justificación, metodología, definiciones y alcances y limitaciones. Capítulo II: marco teórico; conceptualización de las variables, importancia de las variables, modelos de las variables, análisis comparativo y análisis crítico. Capítulo III: marco referencial; reseña histórica, presentación de actores y diagnóstico sectorial. Capítulo IV: resultados, marco metodológico y resultados. Capítulo V: sugerencias; sugerencias, conclusiones y bibliografías.

El autor

# CAPÍTULO I

## ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

### 1.1. Título del Tema

Factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico servicios en Huancayo–Junín, 2021

### 1.2. Planteamiento del Problema

La cultura tributaria en nuestro país presenta deficiencias en su aplicación práctica, dado que, gran parte de la población no posee el hábito de pagar sus impuestos (tributos) y el argumento va desde el desconocimiento hasta el mal empleo de sus aportes al Estado; en el sector servicios, la situación no varía, ya que las personas (naturales y/o jurídicas) que ofrecen sus servicios asumen como si todo lo que reciben de pago les pertenece y no tienen porqué tributar.

De seguir en uso y práctica de estos hábitos, se llegan a suscitar mayores problemas, tanto para el Estado, los ciudadanos y la colectividad; el primero, no puede recaudar pertinentemente y se generan forados en el erario nacional; los segundos, pueden caer en deudas y multas tributarias, a razón de su desconocimiento o negativa de tributar y; el tercero, no recibe la atención requerida y necesaria por parte del Estado ocasionando molestias y descontento.

En cuanto a la recaudación del sector servicios tuvo una mejoría con respecto a años anteriores (2019) hasta alcanzar un incremento del 11% en el año fiscal 2021, reportado por la SUNAT (El Peruano, 2022). En Huancayo, la recaudación

del impuesto sufrió una caída entre los años 2019 y 2020, de 17 995 862.00 soles a 13 902 784.39 soles (MEF), generando una proyección de una mayor caída para el 2021, un motivo por la cual SATH ofrece beneficios tributarios hasta el 90%, por ende, la morosidad llega a incrementarse notoriamente y es allí, donde la cultura tributaria tiene su grado de incidencia.

La importancia de la cultura tributaria incentivada por la SUNAT, remarca con ahínco en trabajo con estudiantes, profesores, emprendedores y MYPES –micro y pequeñas empresas- (SUNAT, 2022). Por lo tanto, se hizo necesario el estudio de la cultura tributaria, para avizorar las posiciones, funciones, atribuciones y obligaciones de cada ente participante, además al estudiar los factores de incidencia se posibilita desarrollar en futuros estudios, planes y estrategias para el fomento de la cultura tributaria; en el caso servicios, en puntual, es importante porque permite la interacción y práctica directa con las personas naturales y jurídicas que pertenecen a este rubro, tanto del sector formal como del sector informal, para con el Estado y la colectividad.

La interacción y la recolección de las perspectivas en base a las dimensiones que posee la cultura tributaria describe una fotografía de la comunidad huancaína con respecto a la cultura tributaria y sus factores que benefician y perjudican.

### **1.3. Formulación del Problema**

#### **1.3.1. Problema general**

¿Cuáles son los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021?

### **1.3.2. Problemas específicos**

- ¿Qué factores inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021?
- ¿Qué factores inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021?

## **1.4. Hipótesis**

### **1.4.1. Hipótesis general**

Los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son el carácter fiscalizador, educación tributaria, baja confianza en las autoridades, principio de publicidad, informalidad, beneficios tributarios y escaso hábito tributario.

### **1.4.2. Hipótesis específicas**

- Los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son los beneficios tributarios, el carácter fiscalizador, principio de publicidad y la educación tributaria.
- Los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son la informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Identificar los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021.
- Identificar los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021.

## **1.6. Justificación**

### **1.6.1. Teórica**

Al desarrollar la investigación se hizo necesario el uso de la literatura científica y técnica para referenciar y sustentar el estado del arte del trabajo, dentro de ellos se hace mención a Carrasco, Hernández, Fernández y Baptista, Arroyo, Orellana, Tamayo y, Martín, Huamaní, Santillán, tanto para la investigación como para el marco teórico, respectivamente. Asimismo, fue fundamental el estudio de la norma, las definiciones en cuanto a cultura, tributación, sector servicios. Con todo ello, se sustentó teóricamente la investigación.

### **1.6.2. Metodológica**

Con el desarrollo de la investigación se recurrió al uso del instrumento para recoger los datos, donde se empleó el cuestionario de encuesta, así como el programa para el uso de tablas y gráficos para poder dilucidar los resultados a los que se arribó; también, inciden la observación y el análisis documental para abstraer la información.

### **1.6.3. Práctica**

Con el desarrollo de la investigación se logró beneficiar a las empresas del sector servicios, dado que pudieron saber cuáles son los beneficios de cultura tributaria; asimismo, las instituciones del Estado que regulan la materia tributaria, pueden tener una data especializada en cuanto a la cultura tributaria y específicamente en el sector servicios, para que de esta manera puedan aplicar estrategias en pro de una buena recaudación a favor del erario nacional.

## **1.7. Metodología**

### **1.7.1. Tipo de investigación**

Descriptiva

### **1.7.2. Diseño de investigación**

Descriptivo simple



$$M \text{ ---- } O_1$$

**Donde:**

**M:** Muestra del Sector económico servicios

**O<sub>1</sub>:** Observación o medición de la variable Cultura tributaria

### 1.7.3. Instrumentos

Cuestionario de encuesta

### 1.7.4. Población y muestra

La población de la investigación fue compuesta por todas las personas que se desenvuelven en el sector económico de servicios de la provincia de Huancayo perteneciente a la región Junín, dado que es el conjunto donde están todos los elementos que forman parte del trabajo a investigar (Carrasco, 2009); por lo que, la cantidad de personas que se desarrollan en este rubro es desconocida en su número, la población es infinita, dado que no solo las personas que viven en Huancayo se desenvuelven dentro de ella, sino que personas de otras localidades brindan servicios dentro de la ciudad, a ello se aúna que no todos son formales, por lo que no están registrados en la SUNAT como tales.

La muestra radicó en 384 personas que realizan actividades dentro del sector servicios en Huancayo, tal como lo demuestra la siguiente fórmula:

$$N = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$
$$N = \frac{(1.96)^2 (0.25)}{(0.05)^2}$$

$$N = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$N = 384$$

La elección de esta responde a la no probabilística, dado que se basa en el propósito y la decisión del investigador (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), asimismo, el muestreo fue el intencionado, al respecto Tamayo (2003) refiere que “el investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos” (p. 178).

#### **1.7.5. Procedimientos para el cumplimiento de objetivos**

Para el cumplimiento del objetivo general de la investigación se desarrolló un análisis descriptivo de cada uno de los elementos que lo componen, en base a él se pudo determinar los factores de incidencia de la cultura tributaria, además para el análisis se trabajó con una encuesta y así recolectar la información, la misma que fue tratada en el estudio de la hipótesis general y las dos hipótesis específicas para su validez o no, en el desarrollo de los resultados de la investigación, donde se llegó a concluir con los objetivos.

En marco al objetivo específico 1 de la investigación, se trabajó en identificar y así llegar a describir los indicadores que se basan en las incidencias favorables en cuanto a la cultura tributaria de los que conforman el sector económico de servicios, asimismo el instrumento fue el cuestionario de

encuesta para poder recolectar los datos que fueron expuestos en los resultados.

En cuanto al objetivo específico 2, con el fin de identificar las incidencias perjudiciales de la cultura tributaria se propuso el análisis descriptivo de sus componentes, para la recolección de datos se empleó la estrategia de la encuesta, la misma que fue desarrollada con la técnica del cuestionario quien proporcionó la data necesaria para arribar al cumplimiento del segundo objetivo.

## **1.8. Definiciones**

- **Cultura tributaria**

Se refiere a la interrelación que existe entre: conocimiento de tributos, importancia de cumplirlos, necesidad de valorar el buen vivir de la comunidad en obediencia a los principios de la ética; por consiguiente, es necesario la responsabilidad de los ciudadanos para que el Estado pueda atender adecuadamente a la sociedad (Santillán, Jaramillo, Torres, Fernández y Ormaza, 2019).

- **Administración tributaria**

Institución del Estado que tiene por encargo recaudar los tributos como su función primordial, estas están en cada nivel de gobierno, en el ámbito nacional la SUNAT es el administrador (SUNAT, 2021).

- **Sector servicios**

Técnicamente este sector incluye a las actividades que producen un bien intangible, los mismos que no se pueden almacenar ni adquirir su propiedad, además son de corta duración (Economipedia, 2022).

- **Cultura fiscal**

Comprende la cultura tributaria y aduanera, cúmulo de conocimientos, valores y actitudes que comparten los miembros de una comunidad en base a la tributación para el Estado (SUNAT, 2021).

- **Sector económico**

“cada una de las partes resultantes de la división de la actividad económica de un país, generalmente, teniendo en cuenta diferentes factores como el valor añadido de los bienes o servicios producidos” (Economipedia, 2022).

- **Obligación tributaria**

Es el vínculo que existe entre dos personas (deudor y acreedor) establecido por la ley y tiene que ser cumplido, en este caso se presenta la figura de acreedor tributario –Estado– y deudor tributario –contribuyente– (SUNAT, 2021).

- **Tributo**

Hace mención a la obligatoriedad del pago económico hacia el Estado y que es regulado por la ley (SUNAT, 2021).

## 1.9. Alcances y Limitaciones

- **Geográfica**

Distrito de Huancayo de la provincia de Huancayo perteneciente a la región Junín.

- **Sectoriales**

Sector económico de servicios, el mismo que comprende a las actividades que producen beneficios intangibles, tanto a la sociedad como a la empresa, dentro de ellos se puede mencionar al comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, transporte y almacenamiento, actividades de alojamiento y servicios de comida, información y comunicaciones, actividades financieras y de seguros, actividades inmobiliarias, actividades profesionales, científicas y técnicas, actividades de servicio administrativo y de apoyo, administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria, enseñanza, actividades de atención de la salud humana y de asistencia social, actividades artísticas de entretenimiento y recreación, otras actividades de servicios (Clasificación Industrial Internacional Uniforme-revisión 4 [CIIU], INEI, 2010); comercio, actividad bancaria, salud, educación, cultura (Instituto Peruano de Economía [IPE], 2013); transporte y almacenamiento, restaurantes, alojamiento, telecomunicaciones y otros servicios de información, financiero y seguros, servicios prestados a empresas, educación, salud, servicios inmobiliarios, recreación, turismo (Banco Central de Reservas del Perú [BCRP], 2022) y; comercio, restaurantes, servicios prestados a empresas (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2022). Cabe recalcar

que este sector también es conocido como el terciario y en el que se trabajó pertenece al sector privado y no al sector estatal, dado que solo los que conforman el primer sector son los que más tributan al erario nacional.

Ahora bien, desarrollando una contrastación con las diversas formas de clasificación presentada se llegó a un abstract de todas ellas y se regentó por la Clasificación Industrial Internacional Uniforme-revisión (CIIU-4).

- **Tiempo**

1 año, año fiscal 2021

- **Limitación de recursos financiera**

El financiamiento estuvo solventado por el investigador.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Conceptualización de la variable**

La “cultura tributaria” es “la interrelación existente entre el conocimiento de los tributos, la importancia de su conocimiento y la necesidad de valorar principios éticos que propendan en buen vivir en comunidad; todos éstos traducidos en una conducta que implica manifiesta responsabilidad ciudadana” (Santillán, Jaramillo, Torres, Fernández, Ormaza, 2019, p. 41), asimismo se conceptúa como “aquella condición del fuero interno del ciudadano que, a pesar de reconocer el legítimo derecho a la utilidad individual, incluyó también al respeto y el compromiso por el bien común, la solidaridad, valor que es el fundamento de la tributación” (Benavides, 2001 como se citó en Montiel, Peña y Martínez, 2020, p. 98); dado que esta “se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones” (Armas, como se citó en Amasifuen, 2015 y este se citó en Cárdenas, 2020, p. 255); por su parte, la cultura tributaria para (Roca, 2008 como se citó en Cabrera, Sánchez-Chero, Cachay, Rosas-Prado, 2021) es el “conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación” (Pp. 206-207); con estas conceptualizaciones se

puede enmarcar a la variable de estudio, dado que ella es la que se aplicó con los sujetos, en el espacio y tiempo determinado.

## **2.2. Importancia de la variable**

La cultura tributaria, tanto en el ámbito formativo, informativo, de conocimiento como en la praxis son de vital importancia dentro del sector económico de servicios, ya que estas actividades producen bienes intangibles (Economipedia, 2022), son casi imposibles de ubicarlos físicamente, entonces para su accionar tributario para con la administración radica en su buena fe y el hábito cultural, problema que en escenario de estudio es evidente. Por lo tanto, el estudio de la variable tiene vital importancia dentro del sector económico servicios, por la naturaleza y funcionalidad de esta y se requirió de su estudio para poder identificar las oportunidades de mejora en cuanto a su actuar.

Por ello, con la distribución de las dimensiones (factores que inciden favorablemente y factores que inciden perjudicialmente), se fortalece la variable con respecto al sector económico de estudio, así como en la población y el grupo muestral de la presente investigación.

## **2.3. Modelos de las variables**

Santillán, Jaramillo, Torres, Fernández y Ormazá (2019) señalan que la cultura tributaria es la interrelación que existe entre conocimiento de tributos, importancia de cumplirlos, necesidad de valorar el buen vivir de la comunidad en obediencia a los principios de la ética; por consiguiente, es necesario la responsabilidad de los ciudadanos para que el Estado pueda atender adecuadamente a la sociedad;



asimismo, la SUNAT (2021) refiere que la cultura fiscal se va a traducir en cumplir constantemente los deberes basados en la razón, confianza y afirmación de sus valores éticos personales, con respeto fehaciente a la ley, tener responsabilidad ciudadana y ser solidarios con la sociedad; con ello, se puede determinar el rol de ciudadano en cuanto a la acción tributaria.

Sin embargo, no solo son los ciudadanos los sujetos en la cultura tributaria, sino que es el mismo Estado quien actúa dentro de su promoción y su fortalecimiento, es por ello que la administración tributaria, al respecto la SUNAT (2021) emana que, “es la entidad del poder público nacional o municipal a quien se le ha encomendado la labor principal de recaudar tributos” (p. 187) entre ellas se reconocen a la SUNAT y la SATH (Servicio de Administración Tributaria Huancayo) como entes que reciben esta labor, el primero para el ámbito nacional y el segundo, para el local.

Ahora bien, quiénes se encargan de velar porque se empleen adecuadamente los tributos (SUNAT, 2021) en el plano gubernamental está la Contraloría General de la República, quien supervisa, vigila y verifica el adecuado gasto público, a ellos se suma la población (ciudadanos) como parte de su participación ciudadana y democrática; por todo ello, se llega a puntualizar que en la cultura tributaria participan tanto las instituciones como la comunidad.

Dentro de la cultura tributaria, se puede identificar a dos elementos (dimensiones), los que son los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria y los factores que inciden perjudicialmente. El factor (RAE, 2021) alude al elemento que actúa junto a otros, para poder para arribar a un estado determinado o determinable; así como, la incidencia (RAE, 2021) se vincula con la repercusión de generar un efecto de un hecho a otro. Mientras que, favorecer (RAE, 2021) hace alusión a la

ayuda, apoyo o mejora de un aspecto y; perjudicar (RAE, 2021) es menoscabar, causar un daño a un elemento. Por lo tanto, son estas dos, las dimensiones que describe la investigación.

En la dimensión: factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria se tiene a los beneficios tributarios, al carácter fiscalizador, principio de publicidad y educación tributaria.

La facultad de fiscalización según en segundo párrafo refiere que “incluye la inspección, investigación y control del cumplimiento de obligaciones tributarias, incluso de aquellos sujetos que gocen de inafección, exoneración o beneficios tributarios” (TUO del Código Tributario, 2013), por lo tanto, este indicador permite que la administración pueda ejercer de forma discrecional la norma para hacer cumplir el carácter tributario en la ciudadanía.

El principio de publicidad, según el Artículo 3° de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, en sus incisos 2 y 3 refieren que “El Estado adopta medidas básicas que garanticen y promuevan la transparencia en la actuación de las entidades de la Administración Pública, El Estado tiene la obligación de entregar la información que demanden las personas en aplicación del principio de publicidad”, por lo tanto, en mérito a lo vertido la Ley 27806 actúa de forma supletoria a la Norma IX del Título Preliminar del TUO del Código Tributario; por ello, se hace de conocimiento de la ciudadanía las acciones y con esto se acerca a la Institución de recaudación tributaria con la colectividad.

La educación tributaria es desarrollada por diversos mecanismos que informan a la comunidad, desarrollan programas y proyectos en pro de fomentar la conciencia fiscal, SUNAT (2021), la misma que dispone de órganos como la Gerencia de

Cultura Tributaria, quien trabaja en coordinación con el MINEDU para fomentar esta práctica desde la escuela, con estas actividades se incentiva a la población económicamente activa y la futura la importancia y el hábito tributario.

En la dimensión: factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria se tiene a la informalidad, baja confianza en las autoridades y al escaso hábito tributario, siendo estas últimas sus indicadores con respecto al sector servicios.

La informalidad (SUNAT, 2021) refiere que es uno de los mayores problemas que presenta el Perú, ya que su economía se ubica entre las más informales del orbe, asimismo expresa que “los sectores donde existe mayor informalidad son el sector agropecuario, la pesca, transporte y comunicaciones, construcción y comercio” (p. 192), con lo expuesto, se ratifica que la práctica recurrente de la informalidad deteriora a la cultura tributaria.

Por su parte, la confianza en las autoridades está deteriorada, en parafraseo a lo que Montiel, Peña y Martínez (2020) refieren con respecto a las instituciones estatales, que esta ocurre en la siguiente data: el 76.7% alude a la corrupción, el 11.1% señala al bajo desempeño de las personas-órgano, el 8.8% por la falta de castigo a aquellos delitos de cuello blanco y, el 3.3% se presenta por el tráfico de influencias; estos datos estadísticos evidencian los factores que alejan a la población con sus instituciones, deteriorando a la cultura y hábito tributario.

Lo mismo ocurre en cuanto al escaso hábito tributario que en parafraseo con la escasa cultura tributaria, donde Montiel, Peña y Martínez (2020) señalan que el 50.0% es por la falta en la formación básica en cuanto a los deberes tributarios y ciudadanos, el 22.2% se da por el mal ejemplo de los gobernantes al manejar los recursos, el 15.6% refiere a la falta de confianza que le tienen a las entidades y, el

12.2% alude a la corrupción; como se puede apreciar, esta variable también refleja cuantitativamente la incidencia educacional con respecto a la cultura tributaria.

## 2.4. Análisis comparativo

En la tabla 1 se realiza un análisis en base a los indicadores que posee la dimensión factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria, estos indicadores presentan diversas fuentes como sustentos, los mismos que sirvieron en la elaboración del instrumento.

Tabla 1.

*Análisis de los indicadores de la dimensión Factores que inciden favorablemente*

<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Comentario</b>
Cultura tributaria	Factores que inciden favorablemente	Beneficios tributarios (TUO del Código Tributario)	Para la incidencia de forma favorable o benéfica en cuanto a la consolidación de la cultura tributaria y por ende acrecentamiento de la recaudación dentro de la población de la investigación, fue consolidada en razón de 4 indicadores: los beneficios tributarios que permiten al contribuyente acceder a pagar sus
		Carácter fiscalizador (TUO del Código Tributario) Principio de publicidad (TUO	

del Código Tributario)	tributos, dado que recibirán ciertos beneficios que van desde sorteos hasta descuentos; el carácter fiscalizador, es un mecanismo de coacción y coerción de la norma que hace uso de la facultad discrecional; el principio de publicidad facilita el conocimiento masivo de los tributos, su carácter nacional, los alcances que estos
Educación tributaria (SUNAT, 2021)	tienen en pro del desarrollo social y la facilidad que permite para su cumplimiento; la educación tributaria plantea su accionar para que todas las generaciones tengan conocimiento, rol, importancia y beneficios de la cultura tributaria. Todos estos producen un <i>animus</i> favorable en cuanto a la práctica de la cultura tributaria dentro de la sociedad.

En la tabla 2 se realiza un análisis en base a los indicadores que posee la dimensión factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria, estos indicadores

presentan diversas fuentes como sustentos, los mismos que sirvieron en la elaboración del instrumento para la recolección de los datos.

Tabla 2.

*Análisis de los indicadores de la dimensión Factores que inciden perjudicialmente*

<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Comentario</b>
Cultura tributaria	Factores que inciden perjudicialmente	Informalidad (SUNAT, 2021)	Los indicadores aquí señalados son los que tienen una gran incidencia que perjudican la consolidación de la cultura tributaria en todos sus aspectos: la informalidad es un hábito que en la sociedad está arraigada, la costumbre de no tributar es uno de los elementos que
		Baja confianza en las autoridades (Montiel, Peña y Martínez, 2020)	daña, puesto que se dan servicios y en la contraprestación no se toma en cuenta el rango tributario; la baja confianza en las autoridades tiene varios elementos como la corrupción, el desempeño de los funcionarios, las sanciones a los delitos que se presentan en la administración y el tráfico de
		Escaso hábito	influencias y; el escaso hábito tributaria que tiene sus puntos

tributario álgidos en la falta de formación (Montiel, cívica y tributaria, el accionar de los Peña y funcionarios, como la confianza Martínez, hacia las autoridades y la 2020) corrupción. Todos estos generan un detrimento a la cultura tributaria y a su *animus* de su praxis.

---

## 2.5. Análisis crítico

Del análisis realizado se arriba a las siguientes conclusiones que servirán para desarrollar la investigación:

En cuanto a la variable Cultura Tributaria, la investigación adoptará lo expuesto por Santillán, Jaramillo, Torres, Fernández y Ormazza (2019) quienes aluden que es la interrelación que existe entre: conocimiento de tributos, importancia de cumplirlos, necesidad de valorar el buen vivir de la comunidad en obediencia a los principios de la ética; por consiguiente, es necesario la responsabilidad de los ciudadanos para que el Estado pueda atender adecuadamente a la sociedad.

Mientras que las dos dimensiones que presentará la investigación son los factores que inciden favorablemente y los factores que inciden perjudicialmente a la cultura tributaria en el sector servicios.

En cuanto a los indicadores de la primera dimensión se adoptaron: a los beneficios tributarios, dado que el TUO del Código Tributario señala a los beneficios como elemento de poder acudir a cumplir de forma más accesible a la entidad tributaria; carácter fiscalizador, el mismo TUO adopta el carácter de inspección, la

investigación y al control como mecanismos para su cumplimiento favorable; principio de publicidad, en base a la Ley 27806 se hace alusión a que la entidad tiene la obligación de asistir al administrado en cuanto a su competencia y; educación tributaria, la SUNAT (2021) enfoca los puntos de informar, desarrollar proyectos y programas para poder sensibilizar a la población en cuanto a lo que concierne la cultura tributaria.

En la misma línea, la segunda dimensión abarca indicadores como: la informalidad, como lo refiere la SUNAT (2021) es un problema mayor en la economía nacional, ubicándonos como uno de los países más informales en el planeta; baja confianza en las autoridades, Montiel, Peña y Martínez (2020) hacen referencia a las instituciones estatales donde enuncian a la corrupción, al bajo rendimiento de los servidores, inoperancia de castigos penales a los funcionarios y al tráfico de influencias como los elementos que agudizan esta situación y; el escaso hábito tributario, donde se refiere con escasa cultura tributaria los mismos Montiel, Peña y Martínez (2020) señalan a la falta de formación en el sector por parte de la población, el pésimo ejemplo de las autoridades, la desconfianza hacia las autoridades y a la corrupción como agentes que deterioran a la cultura tributaria y su ejercicio práctico por parte de la ciudadanía.



## **CAPÍTULO III**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **3.1. Reseña histórica**

Desde la creación de la SUNAT en el Perú, se empezó a ordenar los rubros económicos en base a los aspectos tributarios de carácter nacional, dentro de ellos se afianzó la doctrina económica en los sectores económicos-productivos, tal como lo es el sector servicios, los mismos que fueron recogidos en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, en la anterior revisión 3 y la actual revisión 4 (CIIU-4) enmarcadas desde el 2008.

Con la mejora de la economía en el país, después de la debacle económica sufrida en la década de los 80 e inicios de los 90, acompañado de la apertura de los mercados y la disminución de las empresas estatales en varios sectores. Generó que se llegue a impulsar empresas en el sector privado para cubrir los focos que el panorama estaba presentando, a la par se suma el actuar de personas naturales que se dedicaron a diversos rubros del sector servicios.

Ya entrados los años 2000 se afianzó el sector privado dentro de los rubros de servicios, sin embargo, el ámbito estatal sigue brindando servicios a la colectividad, en tal sentido la coexistencia de ambos permite cubrir las necesidades de la comunidad. Es necesario señalar que en el sector privado se encuentran empresas de diversas formas de constitución y personas naturales, entre formales e informales.

Con la masificación de la tecnología e internet, culminando el primer quinquenio del siglo XXI y la explosión que ocurrió a partir del 2010, las filas del sector servicios no solo se vincularon de la forma tradicional, sino que emigraron a la web y esto permitió que no solo se realice esta actividad en un solo lugar, como tradicionalmente se desarrollaba, sino que los mercados empezaron a hacerse globales, facilitando a que los servicios desarrollados en una localidad (Huancayo) pueda tener proveedores y consumidos en otras localidades de la región, país o de forma internacional.

El panorama que se presentó en esta década, facilitó que los mercados y los diversos rubros del sector servicios en Huancayo, empezaran a incrementarse exponencialmente, dado que la interacción no solo se daba con los locales, sino que empezaba a interactuar holgadamente en diversas aristas como: la forma de atender, brindar servicios, comunidad física y virtual, competencia, proveedores, usuarios, educación, costumbres, hábitos, vinculación con las autoridades de forma heterogénea, estimulando a que la cultura tributaria presente factores que los perjudiquen como beneficien en su afianzamiento, tanto a contribuyentes, vecinos, colectividad y Estado.

Un hito importante para remarcar, es que Huancayo, es una urbe que está en constante crecimiento, desarrollo y su ubicación geográfica –centro del país– que causa que las necesidades se incrementen y las posibilidades de engrosar la fila de los que brindan servicios sea más atrayente con respecto a los que se desenvuelven en otras zonas geográficas, donde el crecimiento económico y demográfico no lo asemejen.

Con la llegada de la pandemia y el aislamiento en marzo de 2020, varios rubros tuvieron dificultades, dentro de ellos el sector servicios como alojamientos, actividades artísticas, de entretenimiento, recreativas, reparación y transporte, mientras que otras mutaron la forma de brindarlas, tales como educación, comercio, financieras, servicios administrativos, profesionales, entre otras al afianzamiento de la digitalización, remoto o virtual; mientras que otras acrecentaron significativamente, como son comunicaciones, información y esencialmente el rubro de salud.

Durante el 2020, tanto con la reactivación económica y la búsqueda de oportunidades para subsistir a la cuarentena prolongada, la población huancaína empezó a engrosar el sector servicios, dado a que varios perdieron sus empleos o sus sectores menguaron económicamente; esto generó que la informalidad creciera dentro del sector servicios, aunado a que elementos como la escasa educación tributaria y el hábito de no ser proactivos con la tributación.

A razón de ello, en el 2021, el sector servicios dentro de Huancayo, distrito, no superan los 5000 registrados en ese año fiscal, tanto en personas jurídicas como naturales, lo curioso es que la actividad informal en el sector servicios no cobertura data dentro de los registros de tributación.

### **3.2. Presentación de actores**

En la actualidad dentro de Huancayo existen contribuyentes que corresponden al sector económico de servicios, los mismos que se desarrollan en marco a las actividades terciarias, trabajando, compitiendo y generando movimiento económico dentro de la ciudad.

Es necesario remarcar que existen varios vecinos que no están formalizados, sin embargo, desarrollan actividades dentro del sector, haciendo que la data manejada por la SUNAT llegue a ser limitada, dado que existe un registro nulo de ellos y aumentando de forma geométrica la población. No por ello, se les tienen que excluir, puesto que su actividad y su perspectiva forman parte del estudio y la manifestación de la cultura tributaria en la localidad.

Ahora bien, en la ciudad de Huancayo, los subsectores del sector económico de servicios están agrupados principalmente de la siguiente manera:

### **3.2.1. Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas**

Dentro de este bloque de usuarios, se pueden enfocar a aquellos que se encargan de la venta al por mayor y menor, pero sin transformar los productos, así como la prestación de servicios que son accesorios con la venta de los productos, es necesario remarcar que se llaman también mercancías a los productos comprados y vendidos (INEI, 2010).

La venta al por mayor al que se refiere radica en las personas que se dedican a la reventa sin transformación, tanto de bienes nuevos como usados a los minoristas, industriales, usuarios, institucionales, comerciales, otros mayoristas, profesionales, o actuar como intermediario entre las personas señaladas (INEI, 2010).

La venta al por menor, se enfoca en las personas que revenden sin transformación de aquellos bienes nuevos y usados al público en general, -ya sea para su consumo, uso personal, doméstico- realizado en las

tiendas, comercios grandes, ventas por correo, puestos de venta, vendedores ambulantes, buhoneros, casa de subastas, cooperativas de consumidores, entre otros; gran parte de estos minoristas son propietarios de lo que venden, sin embargo hay quienes realizan por consignación o comisión (INEI, 2010).

Además, se incluyen a aquellos que realizan la reparación de vehículos automotores y motocicletas (INEI, 2010).

### **3.2.2. Transporte y almacenamiento**

Las personas que se desarrollan en esta actividad son aquellos que realizan transporte de carga o de pasajeros, de forma regular o no, para ello emplean el ferrocarril, carretera, vía aérea, acuática; así como transportar la carga por tubería, además de actividades conexas que refieren a los servicios que se da en el terminar o estacionamientos, almacenamiento y manipulación de carga; además del alquiler de equipos de transporte con operador o conductor; este subsector circunscribe también a lo referido a la mensajería y postales (INEI, 2010).

### **3.2.3. Actividades de alojamiento y servicios de comida**

Las personas que se dedican a este subsector son los que desarrollan actividades que ofrecen el servicio de alojamiento con estancias de corto tiempo para aquellos visitantes y viajeros, así como alojamiento por un período más largo como en los casos de trabajadores, estudiantes,

entre otros; este servicio puede ser solo por el alojamiento o también puede incluir la alimentación como la recreación (INEI, 2010).

En cuanto a la preparación de comidas completas y bebidas están para ser consumidas de forma inmediata, las que se realizan en mesas o para que ellos mismos se puedan servir; estas pueden ser consumidas en el mismo local, o sean para llevar o entrega a domicilio, en vehículos motorizados o no; por lo general, comprenden restaurantes, cafeterías, ambulantes, puestos de mercados, entre otros (INEI, 2010).

#### **3.2.4. Información y comunicaciones**

Dentro de este subsector, se les incluye a aquellos que se dedican a producir y distribuir información, producción cultural y el de suministrar los medios para que sean transmitidos o distribuidos, así también comunicaciones o datos, actividades que procesan datos, tecnologías de la información y otras que tengan que ver con el servicio de información; las que están inmersas son las edición, programación y transmisión de televisión y radio, telecomunicaciones, tecnologías de la información y otras que brinden servicios de información (INEI, 2010).

#### **3.2.5. Actividades financieras y de seguros**

En este subsector se encuentran los realizan los servicios financieros, seguros, reaseguros, fondos de pensiones y sus actividades auxiliares (INEI, 2010).

### **3.2.6. Actividades inmobiliarias**

Dentro de estos se pueden contar con aquellos que arriendan o alquilan inmuebles, compra o venta de bienes raíces, tasaciones inmobiliarias o depositarios; los que se dedican a esta actividad pueden ser propietarios, arrendatarios, a cambio de retribuciones o por contrato; asimismo, se encuentran los que construyen estructuras combinadas con el mantenimiento de la propiedad o el alquiler de la misma estructura (INEI, 2010).

### **3.2.7. Actividades profesionales, científicas y técnicas**

Aquellos que prestan servicios técnicos, científicas y profesionales especializados, donde unen el conocimiento y sus aptitudes especializadas (INEI, 2010).

### **3.2.8. Actividades de servicios administrativos y de apoyo**

Contemplado por aquellas actividades de apoyo a la gestión empresarial en general, no obstante, no incluye la transferencia del conocimiento especializado como son las actividades profesionales, científicas y técnicas (INEI, 2010).

### **3.2.9. Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria**

Actividades comprendidas en la administración pública (INEI, 2010).

### **3.2.10. Enseñanza**

Referido a la enseñanza en cualquier para cualquier profesión y los niveles, ya sea escrita u oral, por radio, televisión u otro medio de comunicación; se incluyen enseñanza de adultos, alfabetización, deportivas, esparcimiento y las actividades de apoyo a la enseñanza (INEI, 2010).

### **3.2.11. Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social**

Incluidos a los que prestan servicios en la atención de salud y la asistencia social, ya sea a corto o largo plazo, en una institución o como consultoría o acompañamiento en lo que corresponde a la prestación de la salud y la prestación de la asistencia social directamente con los beneficiarios (INEI, 2010).

### **3.2.12. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas**

Contemplado con aquellos que desarrollan diversas actividades culturales de forma variada en cuanto a los intereses y manifestaciones, entretenimiento y recreativos para el público en general, actividades de lugares históricos y museos, espectáculos en vivo, juegos de azar, actividades recreativas y deportivas (INEI, 2010).

### **3.2.13. Otras actividades de servicios**

En este subsector se encuentran las personas que brindan servicios no clasificados en otra parte, ya que es una categoría residual (INEI, 2010).



### **3.3. Diagnóstico sectorial**

El sector servicios dentro de la localidad de Huancayo, se desarrolla en diversas actividades como se señaló en la presentación de actores (comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; actividades de alojamiento y servicios de comida; información y comunicaciones; actividades financieras y de seguros; actividades inmobiliarias; actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades de servicios administrativos y de apoyo; administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria; enseñanza; actividades de atención de la salud humana y de asistencia social; actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas y; otras actividades de servicios) ahora bien, dentro de estas actividades se cuenta con personas jurídicas y naturales, además que desarrollan sus actividades tanto formal como informalmente. En el diagnóstico se avizora desde el ángulo que permite el FODA, dado que permite tener un panorama más amplio con respecto a otras herramientas de diagnóstico para la casuística presente, tanto de ámbito interno como externo.

El sector servicios presenta fortalezas, que son propias del ámbito interno de este sector económico, entre ellas se tiene que es un grupo económico que cobertura varias actividades, que el acceso para ser parte de este sector no necesita de una especialización prolongada (aunque hay rubros que sí) dado que su conocimiento puntual y aptitud al realizar la actividad lo amalgama, incluye a personas naturales como a personas jurídicas, una actividad económica rentable en la colectividad, uso adecuado del conocimiento acerca de la cultura tributaria

beneficia a los que la poseen, el uso de créditos y educación para su crecimiento empresarial y cognitivo.

El sector servicios presenta debilidades internas de los que ejercen el sector, entre las debilidades más resaltantes se puede mencionar a la informalidad de un grupo considerable de ciudadanos, escaso conocimiento en cuanto a la cultura tributaria, carencia del hábito tributario y desconocimiento de los beneficios tributarios que ofrece ser forma y conocerlos, falta de especialización en el rubro que se desenvuelven, dentro de este sector se encuentran a menores de edad, extranjeros no documentados, empresas que no desarrollan su actividad en el lugar del registro tributario y que existen personas que cambian de rubro de forma constante y/o por temporadas.

El sector servicios presenta oportunidades desde el exterior, tales como que el mercado está en constante cambio, desarrollo y emergente, la población crece exponencialmente, por lo que se crean más oportunidades y la ampliación del rubro, el avance de la tecnología forma mayores sectores para experimentar, la SUNAT genera beneficios para que se puedan formalizar y tributar, asimismo la fiscalización de la SUNAT empuja a formalizarse a todos los que forman parte de este sector, además el principio de publicidad se traduce en el que la cultura tributaria se masifica, los dictados de cursos sobre cultura tributaria en diversos sectores y el empleo de la ampulosa gama de medios de comunicación permite que se conozca más y de forma progresiva acerca de la cultura tributaria en el sector servicios en Huancayo.

El sector servicios presenta amenazas externas, tales como el escaso hábito tributario de casi todos los sectores productivos, falta de masificación de creación

de actividades formales, competencia desleal entre uno que no tributa y otro que sí, la desconfianza que generan las autoridades, la poca presencia que tuvieron los ciudadanos en cuanto a la educación tributaria en todos los niveles de educación, la falta de comunicación por el sector estatal, burocracia en la formalización y el peligro de quiebra al ser una empresa incipiente formal.

En base al diagnóstico se llegó a referenciar elementos para la gestión del instrumento, tanto en las dimensiones como en los indicadores, dado que los aspectos internos y externos que presenta el sector servicios dentro de la localidad se reflejan en la actuar cotidiano de los que se dedican a los diversos rubros del sector económico de servicios en Huancayo.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Marco Metodológico

##### 4.1.1. Tipo y Diseño de Investigación

El tipo de investigación desarrollado en la investigación fue la descriptiva, dado que presenta como propósito describir la realidad del objeto, los elementos componentes con el fin de corroborar o comprobar un enunciado o la hipótesis planteada en el estudio (Niño, 2011), así se concluirán en base a la descripción del comportamiento de la variable (Arroyo, 2020).

En tal sentido, el diseño de investigación responde al tipo y fue la descriptiva simple, de tal manera que el esquema se presenta de la siguiente forma gráfica:

M ---- O<sub>1</sub>

**Donde:**

**M:** Muestra del Sector económico servicios

**O<sub>1</sub>:** Observación o medición de la variable Cultura tributaria

##### 4.1.2. Población

La población de la investigación fue compuesta por todas las personas que se desenvuelven en el sector económico de servicios de la provincia de Huancayo perteneciente a la región Junín, dado que es el conjunto

donde están todos los elementos que forman parte del trabajo a investigar (Carrasco, 2009); por lo que, la cantidad de personas que se desarrollan en este rubro es desconocida, la población es infinita, dado que no solo las personas que viven en Huancayo se desenvuelven dentro de ella, sino que personas de otras localidades brindan servicios dentro de la ciudad, a ello se aúna que no todos son formales, por lo que no están registrados en la SUNAT como tales.

#### 4.1.3. Muestra

La muestra radicó en 384 personas que realizan actividades dentro del sector servicios en Huancayo, tal como lo demuestra la siguiente fórmula:

$$N = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.25)}{(0.05)^2}$$

$$N = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$N = 384$$

La elección de esta responde a la no probabilística, ya que se basa en el propósito y la decisión del investigador (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), asimismo, el muestreo fue el intencionado, al respecto Tamayo (2003) refiere que “el investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos” (p. 178).

#### **4.1.4. Instrumento**

La técnica empleada en la investigación fue la encuesta, puesto que la recolección de datos mediante esta técnica permite que se recoja la información en base a lo que el sujeto siente, piensa o hace con respecto a la variable (Orellana, 2016).

En cuanto al instrumento empleado fue el cuestionario, donde se llegó a construir un grupo de interrogantes con respecto a la variable, además está comprendida por las instrucciones, las categorías –opciones de respuesta– y las interrogantes (Orellana, 2016).

El instrumento presenta como opciones de marcado a la escala de Guttman, dado que presenta 3 opciones de repuesta: nunca (1), a veces (2) y, siempre (3); está dividida mediante las dos dimensiones de la investigación y subdividida en base a los indicadores que cada una de estas dimensiones presenta –cuatro y tres, respectivamente–; en total, evidencia 37 reactivos o ítems; además, el nombre que se le asignó fue de cuestionario de encuesta sobre cultura tributaria.

El cuestionario de encuesta que se empleó para la investigación fue el siguiente:

#### **Cuestionario de encuesta sobre cultura tributaria**

##### **Instrucciones:**

☞ Estimado encuestado, el cuestionario lleva por objetivo recopilar información con respecto a la cultura tributaria, quien es variable de

estudio de la tesis “Factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico servicios en Huancayo–Junín, 2021”.

- ☞ Por lo tanto, se le suplica que de acuerdo a su criterio marque con un aspa (x) en una de las opciones.
- ☞ Mencionarle que su identidad será reservada y no se llegará a divulgar, puesto que, lo desarrollado es con fin investigativo en cuanto a la cultura tributaria en la ciudad de Huancayo.
- ☞ De antemano, el investigador está muy agradecido con usted, por la colaboración brindada en el estudio.
- ☞ Las opciones de respuesta son:
  - ☞ Nunca (1)
  - ☞ A veces (2)
  - ☞ Siempre (3)
- ☞ Recuerda marcar solo una opción:

<b>VARIABLE: CULTURA TRIBUTARIA</b>			
<b>Dimensión: Factores que inciden favorablemente</b>		<b>ESCALA/</b>	
<b>N°</b>	<b>ÍTEM</b>	<b>OPCIONES</b>	
<b>Indicador: beneficios tributarios</b>		<b>1</b>	<b>2</b>
1	Consideras que los beneficios tributarios que ofrece la SUNAT son un motivo para pagar los tributos.		
2	Consideras que los contribuyentes conocen acerca de los beneficios tributarios que ofrece la SUNAT.		

3	Consideras que los beneficios tributarios fomentan la cultura tributaria en los contribuyentes.			
4	Consideras que los beneficios tributarios permiten que se recaude una mayor cantidad en tributos.			
5	Consideras que en tu rubro se debe fortalecer los beneficios tributarios.			
<b>Indicador: carácter fiscalizador</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
6	Consideras que el carácter fiscalizador que tiene la SUNAT es un motivo para pagar los tributos.			
7	Consideras que el carácter fiscalizador es una medida de coerción y/o coacción tributaria.			
8	Consideras que la fiscalización fomenta la cultura tributaria en el país.			
9	Consideras que la fiscalización es un buen mecanismo para que los contribuyentes desarrollen su cultura tributaria.			
10	Consideras que en tu rubro los contribuyentes conocen el rol de la fiscalización tributaria.			
<b>Indicador: principio de publicidad</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
11	Consideras que el principio de publicidad que posee la SUNAT en cuanto a los tributos es un motivo para efectuar el pago tributario.			



12	Consideras que el principio de publicidad facilita el conocimiento masivo de los tributos.			
13	Consideras que el principio de publicidad forja en los contribuyentes la cultura tributaria.			
14	Consideras que la SUNAT emplea el principio de publicidad de forma masiva en la comunidad.			
15	Consideras que es fundamental que los contribuyentes de tu rubro accedan a la información tributaria para afianzar su cultura tributaria.			
<b>Indicador: educación tributaria</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
16	Consideras que la educación tributaria que presentan los contribuyentes del sector servicios es un motivo para el pago de sus tributos.			
17	Consideras que la educación tributaria está bien desarrollada en la población.			
18	Consideras que la educación tributaria es un factor que fortalece la cultura tributaria.			
19	Consideras que la educación tributaria debe desarrollarse en las escuelas y colegios del país.			
20	Consideras que en tu rubro la SUNAT debe dictar cursos sobre educación tributaria.			

<b>Dimensión: Factores que inciden perjudicialmente</b>				
<b>Indicador: informalidad</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
21	Consideras que todos los que realizan alguna actividad económica de servicios tienen su número de ruc.			
22	Consideras que la informalidad es un hábito que está arraigado en la sociedad.			
23	Consideras que los ciudadanos son informales por evitar el tributo.			
24	Consideras que los ciudadanos son informales porque no cuentan con el hábito de tributar.			
25	Consideras que los ciudadanos son informales porque no cuentan con educación tributaria.			
26	Consideras que en tu rubro existe la informalidad.			
<b>Indicador: baja confianza en las autoridades</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
27	Consideras que los contribuyentes tienen una baja confianza en las autoridades.			
28	Consideras que un motivo por el cual los contribuyentes evitan pagar sus tributos es la baja confianza que tienen hacia las autoridades.			
29	Consideras que la baja confianza en las autoridades se debe a elementos como la corrupción y bajo			

	desempeño en el cumplimiento de sus funciones con relación al uso de los tributos.			
30	Consideras que la baja confianza en las autoridades es una excusa para no pagar sus tributos.			
31	Consideras que la deficiente educación tributaria hace que los ciudadanos creen que las autoridades se apropiarán los tributos.			
32	Consideras que en tu rubro los ciudadanos presentan una baja confianza en las autoridades.			
<b>Indicador: escaso hábito tributario</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
33	Consideras que la ciudadanía presenta un escaso hábito tributario.			
34	Considera que el hábito tributario de los contribuyentes se vincula directamente con el pago de sus tributos.			
35	Consideras que el escaso hábito tributario es producto de la formación incipiente en cuanto a los deberes tributarios y ciudadanos.			
36	Consideras que el hábito tributario de los contribuyentes se refleja en que creen que lo que ganan solo les pertenece ellos.			
37	Consideras que en tu rubro los ciudadanos presentan un escaso hábito tributario.			

Gracias por participar.

## 4.2. Resultados

### 4.2.1. Desarrollo del objetivo general

#### Objetivo

Determinar los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021.

Para determinar los factores que inciden en la cultura tributaria propuesta en el objetivo general, se desarrolló con dos dimensiones los que son factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria y factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria.

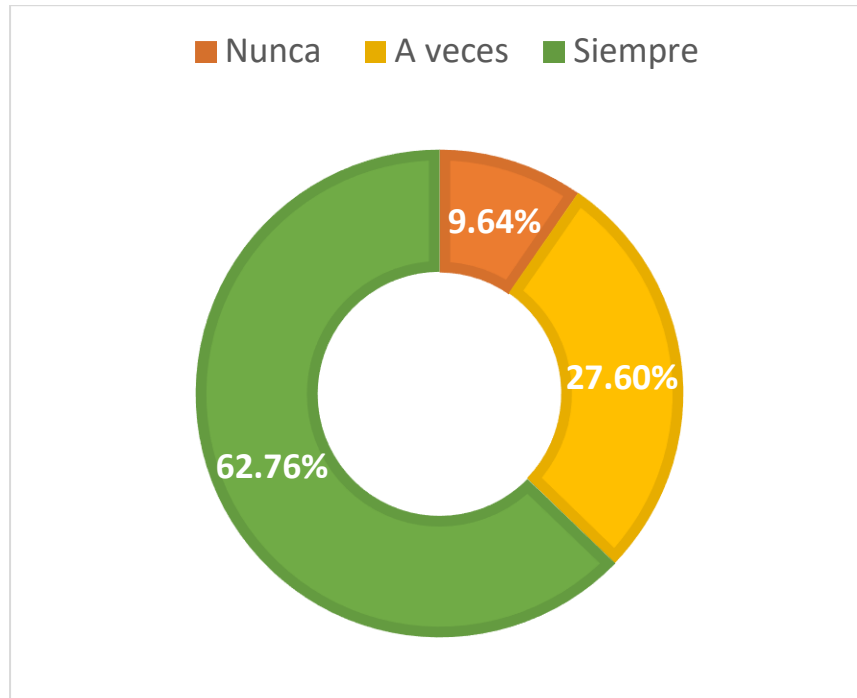
En los resultados presentados se manifiestan en 3 grandes grupos: variable cultura tributaria, factores que inciden favorablemente y factores que inciden perjudicialmente, en base a lo obtenido se llega a manifestar que:

Tabla 3  
*Resultados de la variable cultura tributaria*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	37	9.64%
A veces	106	27.60%
Siempre	241	62.76%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 1

*Resultados de la variable cultura tributaria*



Como se muestra en la Tabla 3 y Figura 1, los resultados alcanzados con respecto a la variable Cultura tributaria, el 62.76% de las personas refieren que la cultura tributaria en el sector servicios de Huancayo está dotada de dos elementos, los que los favorecen y perjudican, al mismo que el 27.60% de las personas indican que solo a veces estas dimensiones son el reflejo de lo que contiene la cultura tributaria en el sector servicios de Huancayo. Y un escaso 9.67% señalan que no hay reflejo de esas dos dimensiones dentro de la cultura tributaria en Huancayo con respecto al sector económico servicios.

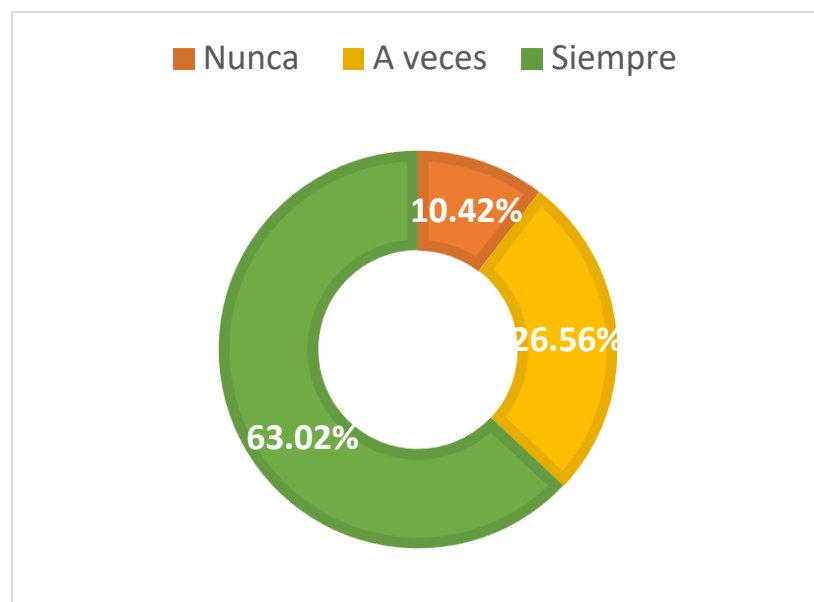
Los componentes de lo que inciden dentro de la cultura tributaria en Huancayo se reflejan con lo que presentan factores como el carácter fiscalizador, educación tributaria, baja confianza en las autoridades,

principio de publicidad, informalidad, beneficios tributarios y escaso hábito tributario, tanto en la incidencia de favorecer o perjudicar, como descriptivamente refieren los datos alcanzados; esto está desentrañado en los siguientes resultados que se muestra en las tablas y figuras posteriores detalladamente.

Tabla 4  
*Resultados de la dimensión factores que inciden favorablemente*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	40	10.42%
A veces	102	26.56%
Siempre	242	63.02%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 2  
*Resultados de la dimensión factores que inciden favorablemente*



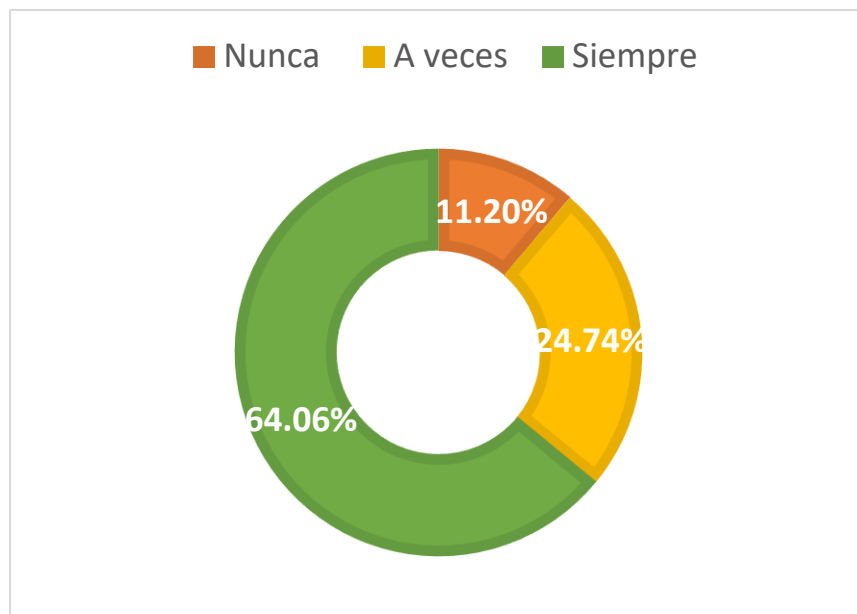
Como se muestra en la Tabla 4 y Figura 2, los resultados alcanzados con respecto a la dimensión factores que inciden favorablemente, se llega a señalar que el 63.02% de las personas señalan que los beneficios tributarios, el carácter fiscalizador, principio de publicidad y la educación tributaria son elementos que inciden favorablemente en la cultura tributaria de Huancayo; por su parte el 26.56% mencionan que solo a veces estos elementos inciden favorablemente en la cultura tributaria de la localidad. Y un escaso 10.42% señalan que estos elementos no favorecen a la cultura tributaria de Huancayo-Junín dentro del sector económico de servicios.

El resultado alcanzado por esta dimensión tiene elementos señalados en la hipótesis general, asimismo que más del sesenta por ciento indican que siempre estos factores inciden favorablemente generan un ambiente de aceptabilidad con referente a la cultura tributaria.

Tabla 5  
*Resultados de la dimensión factores que inciden perjudicialmente*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	43	11.20%
A veces	95	24.74%
Siempre	246	64.06%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 3  
*Resultados de la dimensión factores que inciden perjudicialmente*



Como se muestra en la Tabla 5 y Figura 3, los resultados alcanzados con respecto a la dimensión factores que inciden perjudicialmente, se llega a referir que el 64.06% de las personas señalan que la informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario son elementos que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria de Huancayo; por su parte el 24.47% mencionan que solo a veces estos elementos inciden perjudicialmente en la cultura tributaria de la localidad. Y un escaso 11.20% señalan que estos elementos no perjudican a la cultura tributaria de Huancayo-Junín dentro del sector económico de servicios.

El resultado alcanzado por esta dimensión tiene elementos señalados en la hipótesis general, asimismo que más del sesenta por ciento indican que siempre estos factores inciden perjudicialmente generan un ambiente relacionado con lo referente a la cultura tributaria huancaína.



## **Hipótesis**

Los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son el carácter fiscalizador, educación tributaria, baja confianza en las autoridades, principio de publicidad, informalidad, beneficios tributarios y escaso hábito tributario.

## **Análisis de la hipótesis**

Como se llegó a plantear en la hipótesis, dentro de la cultura tributaria en el sector servicios de Huancayo existen dos factores que inciden en su desarrollo, estos son los que favorecen y perjudican a la cultura tributaria, dentro de ellos existen elementos, tales como carácter fiscalizador, educación tributaria, baja confianza en las autoridades, principio de publicidad, informalidad, beneficios tributarios y escaso hábito tributario, en el desarrollo con la estadística descriptiva se puede observar que la mayoría (sobre el sesenta por ciento) de las personas reconocen que estos son los factores que inciden para uno y para otro horizonte a la cultura tributaria dentro de la localidad de Huancayo; es con la aplicación del instrumento que se puede realizar la acción presenta en las tablas y los gráficos, tanto de la variable como de sus dos dimensiones, los mismos que arrojan resultados cuantitativos y porcentuales, corroborando a lo que refiere la hipótesis planteada.

## **Conclusión del objetivo general**

Con los resultados alcanzados en las tablas (3, 4 y 5) y los gráficos (1, 2 y 3), se llega a determinar que existen factores que inciden dentro de la cultura tributaria en Huancayo-Junín, dentro del año 2021, estos dos

factores son los que incide favorablemente y perjudicialmente, los mismos que arrojan resultados como el 62.76% en la variable que determinan que siempre existen factores que inciden en la cultura tributaria, desarrollándose en dos vertientes, una que favorece (63.02%) como indicador de siempre y otros que perjudican (64.06%) con el mismo indicador: siempre. De esto se abstrae que existen elementos que inciden dentro de la cultura tributaria huancaína, como son el carácter fiscalizador, educación tributaria, baja confianza en las autoridades, principio de publicidad, informalidad, beneficios tributarios y escaso hábito tributario, que se agrupan dentro de estos elementos que inciden favorable y perjudicialmente.

#### 4.2.2. Del objetivo específico 1

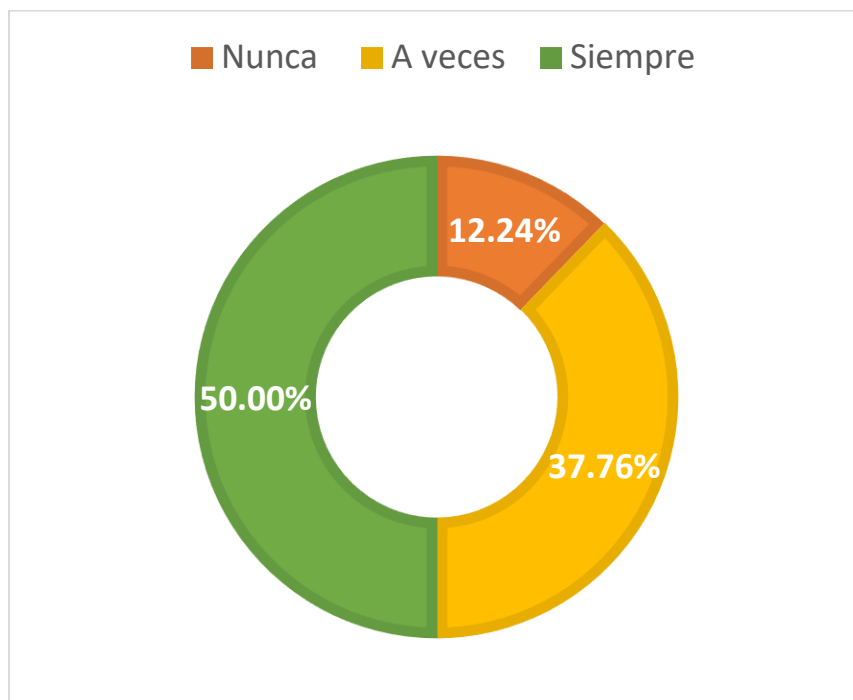
##### Objetivo

Identificar los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021.

Tabla 6  
*Resultados del indicador beneficios tributarios*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	47	12.24%
A veces	145	37.76%
Siempre	192	50.00%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 4  
*Resultados del indicador beneficios tributarios*



Como se muestra en la Tabla 6 y Figura 4, los resultados alcanzados con respecto al indicador beneficios tributarios como un factor que incide favorablemente en la cultura tributaria, se llega a referir que el 50.00% de las personas señalan que los beneficios tributarios siempre van a incidir favorablemente; mientras que el 37.76% mencionan que solo a veces es un factor favorable de incidencia en la cultura tributaria de la localidad y; un escaso 12.24% señalan que nunca es un elementos favorable en cuanto a incidencia de la cultura tributaria de Huancayo-Junín dentro del sector económico de servicios.

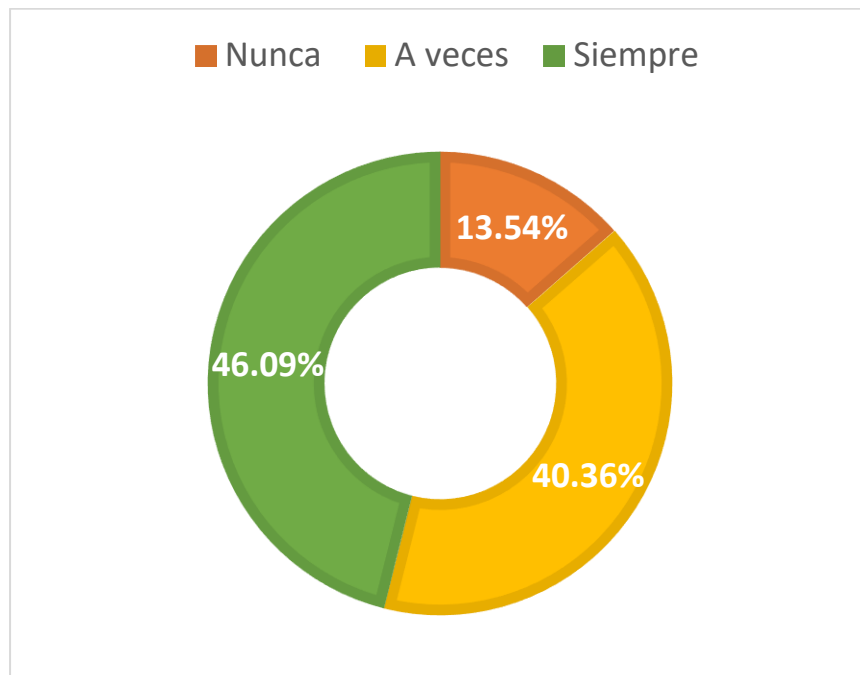
El resultado alcanzado por este indicador tiene asidero con lo presentado en la hipótesis, asimismo que la mitad de las personas indican

que siempre los beneficios tributarios inciden favorablemente genera un ambiente de relación a la cultura tributaria huancaína.

Tabla 7  
*Resultados del indicador carácter fiscalizador*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	52	13.54%
A veces	155	40.36%
Siempre	177	46.09%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 5  
*Resultados del indicador carácter fiscalizador*



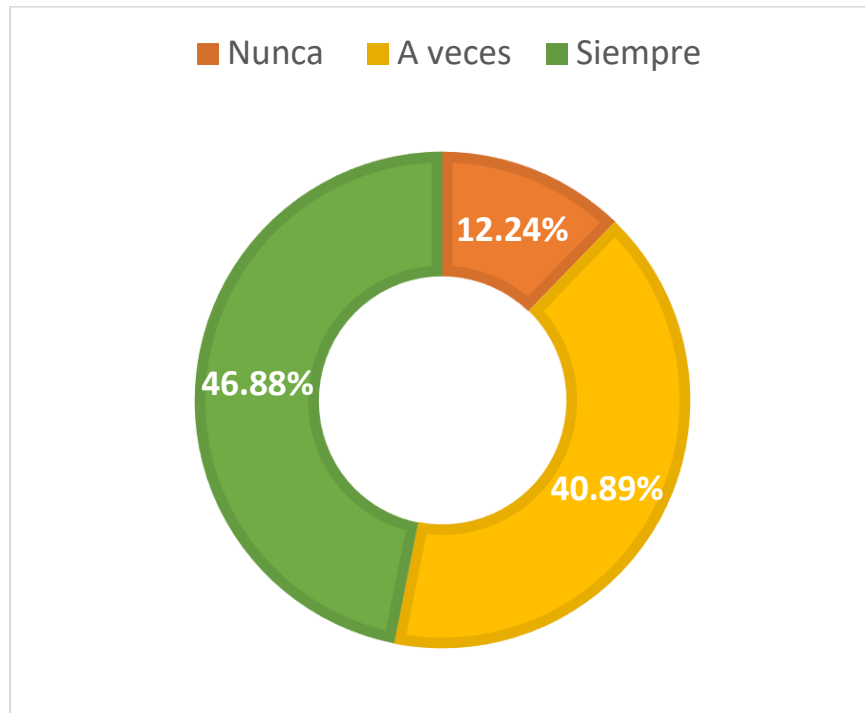
Como se muestra en la Tabla 7 y Figura 5, los resultados alcanzados con respecto al indicador carácter fiscalizador como un factor que incide favorablemente en la cultura tributaria, se llega a referir que el 46.09% de las personas señalan que el carácter fiscalizador de la SUNAT siempre va incidir favorablemente; mientras que el 40.36% mencionan que solo a veces es un factor favorable de incidencia en la cultura tributaria de la localidad y; un escaso 13.54% señalan que nunca es un elementos favorable en cuanto a incidencia de la cultura tributaria de Huancayo-Junín dentro del sector económico de servicios.

El resultado alcanzado por este indicador tiene asidero con lo presentado en la hipótesis, asimismo que casi la mitad de las personas indican que siempre el carácter fiscalizador incide favorablemente genera un ambiente de relación a la cultura tributaria huancaína.

Tabla 8  
*Resultados del indicador principio de publicidad*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	47	12.24%
A veces	157	40.89%
Siempre	180	46.88%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 6  
*Resultados del indicador principio de publicidad*



Como se muestra en la Tabla 8 y Figura 6, los resultados alcanzados con respecto al indicador principio de publicidad como un factor que incide favorablemente en la cultura tributaria, se llega a referir que el 46.88% de las personas señalan que el principio de publicidad siempre va a incidir favorablemente; mientras que el 40.89% mencionan que solo a veces es un factor favorable de incidencia en la cultura tributaria de la localidad y; un escaso 12.24% señalan que nunca es un elementos favorable en cuanto a incidencia de la cultura tributaria de Huancayo-Junín dentro del sector económico de servicios.

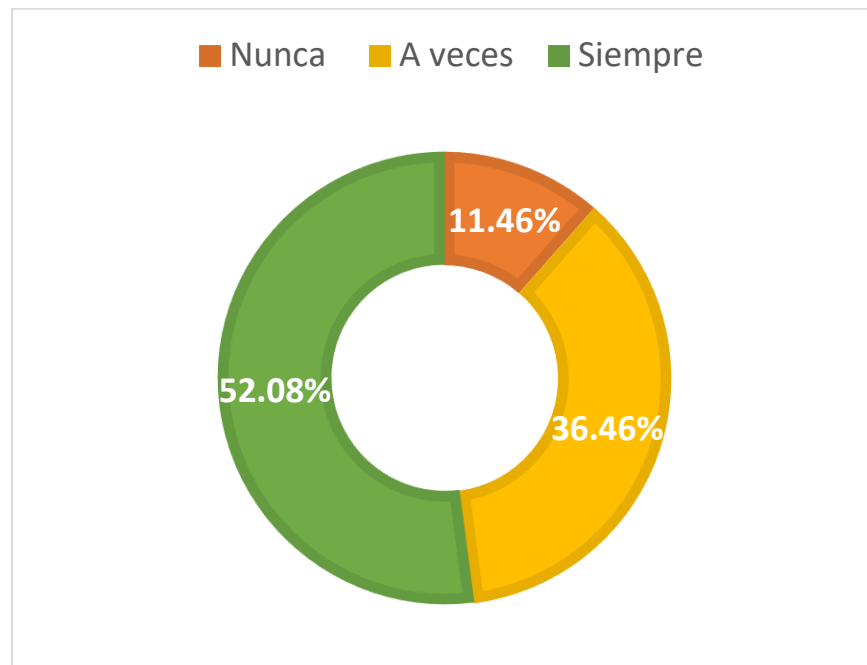
El resultado alcanzado por este indicador tiene asidero con lo presentado en la hipótesis, asimismo que casi la mitad de las personas

indican que siempre el principio de publicidad incide favorablemente genera un ambiente de relación a la cultura tributaria huancaína.

Tabla 9  
*Resultados del indicador educación tributaria*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	44	11.46%
A veces	140	36.46%
Siempre	200	52.08%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 7  
*Resultados del indicador educación tributaria*



Como se muestra en la Tabla 9 y Figura 7, los resultados alcanzados con respecto al indicador educación tributaria como un factor que incide favorablemente en la cultura tributaria, se llega a referir que el 52.08% de las personas señalan que la educación tributaria siempre va a incidir favorablemente; mientras que el 36.46% mencionan que solo a veces es un factor favorable de incidencia en la cultura tributaria de la localidad y; un escaso 11.46% señalan que nunca es un elementos favorable en cuanto a incidencia de la cultura tributaria de Huancayo-Junín dentro del sector económico de servicios.

El resultado alcanzado por este indicador tiene asidero con lo presentado en la hipótesis, asimismo que más de la mitad de las personas indican que siempre la educación tributaria incide favorablemente genera un ambiente de relación a la cultura tributaria huancaína.

### **Hipótesis específica 1**

Los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son los beneficios tributarios, el carácter fiscalizador, principio de publicidad y la educación tributaria.

### **Análisis de la hipótesis**

La hipótesis plantea que entre los factores que inciden de forma favorable en la cultura tributaria de Huancayo con respecto al sector económico de servicios son 4, los mismos que fueron estructurados dentro



del instrumento y luego fueron presentados mediante la estadística descriptiva en las tablas (6, 7, 8 y 9) y las figuras (4, 5, 6 y 7) con ello, se puede corroborar lo que menciona la hipótesis, dado que los resultados alcanzados en estas evidencias estadísticas de la dimensión 1 son reflejados cuando alrededor del cincuenta por ciento de las personas refieren que estos siempre son elementos que indican a favor de la cultura tributaria en la localidad, por lo tanto lo mencionado en la hipótesis es corroborada con lo que presenta la estadística descriptiva en las tablas y figuras presentadas.

### **Conclusión del objetivo específico 1**

El objetivo específico 1 plantea identificar los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria de Huancayo en el 2021, para ello el instrumento detalla los elementos que estadísticamente los identifican, siendo estos: los beneficios tributarios, el carácter fiscalizador, principio de publicidad y la educación tributaria, que alrededor del cincuenta por ciento de las personas mencionan que estos indicadores siempre inciden favorablemente en la cultura tributaria de la localidad, muy por encima de los que refieren que nunca inciden ellos en la cultura tributaria, donde el porcentaje no supera el catorce por ciento que indican que estos elementos no favorecen la cultura tributaria. Por lo tanto, se llega a concluir que los factores que inciden de forma favorable en la cultura tributaria dentro de Huancayo son 4 y ellos son: beneficios tributarios, el carácter fiscalizador, principio de publicidad y la educación tributaria, los mismos que son respaldados por la estadística descriptiva, a lado de la doctrina y normativa.

### 4.2.3. Del objetivo específico 2

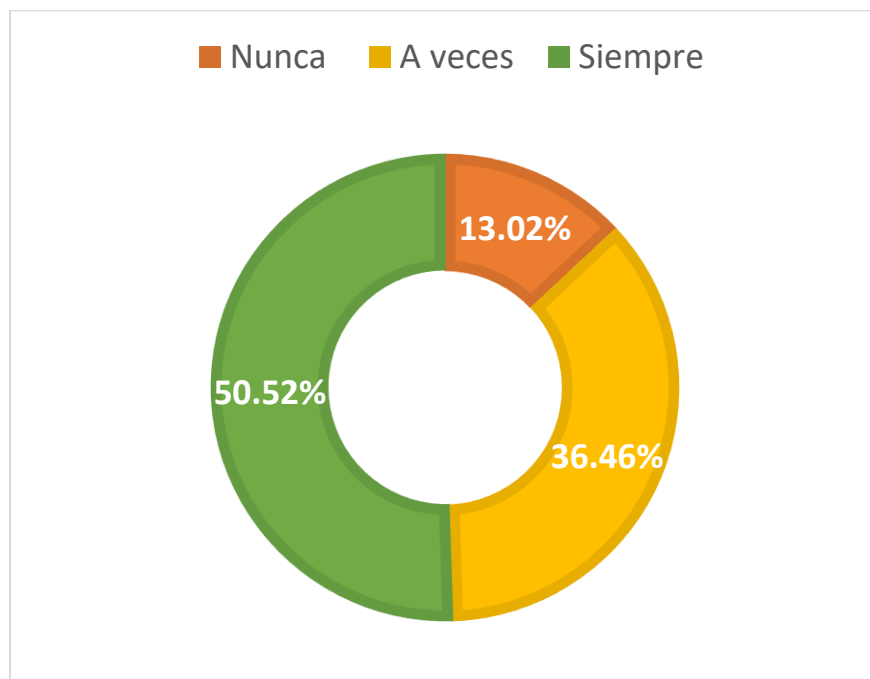
#### Objetivo

Identificar los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021.

Tabla 10  
*Resultados del indicador informalidad*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	50	13.02%
A veces	140	36.46%
Siempre	194	50.52%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 8  
*Resultados del indicador informalidad*



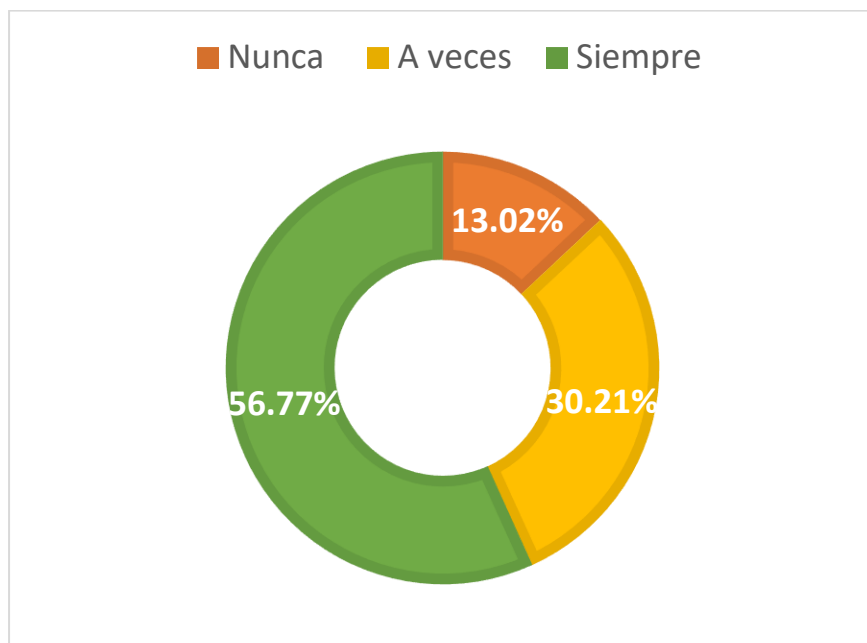
Como se muestra en la Tabla 10 y Figura 8, los resultados alcanzados con respecto al indicador informalidad como un factor que incide perjudicialmente en la cultura tributaria, se llega a referir que el 50.52% de las personas señalan que la informalidad siempre va a incidir perjudicialmente; mientras que el 36.46% mencionan que solo a veces es un factor perjudicial de incidencia en la cultura tributaria de la localidad y; un escaso 13.02% señalan que nunca es un elemento perjudicial en cuanto a incidencia de la cultura tributaria de Huancayo-Junín dentro del sector económico de servicios.

El resultado alcanzado por este indicador tiene asidero con lo presentado en la hipótesis, asimismo que más de la mitad de las personas indican que siempre la informalidad incide perjudicialmente atañe un ambiente de relación a la cultura tributaria huancaína.

Tabla 11  
*Resultados del indicador baja confianza en las autoridades*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	50	13.02%
A veces	116	30.21%
Siempre	218	56.77%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 9  
*Resultados del indicador baja confianza en las autoridades*



Como se muestra en la Tabla 11 y Figura 9, los resultados alcanzados con respecto al indicador baja confianza en las autoridades como un factor que incide perjudicialmente en la cultura tributaria, se llega a referir que el 56.77% de las personas señalan que la baja confianza en las autoridades siempre va a incidir perjudicialmente; mientras que el 30.21% mencionan que solo a veces es un factor perjudicial de incidencia en la cultura tributaria de la localidad y; un escaso 13.02% señalan que nunca es un elemento perjudicial en cuanto a incidencia de la cultura tributaria de Huancayo-Junín dentro del sector económico de servicios.

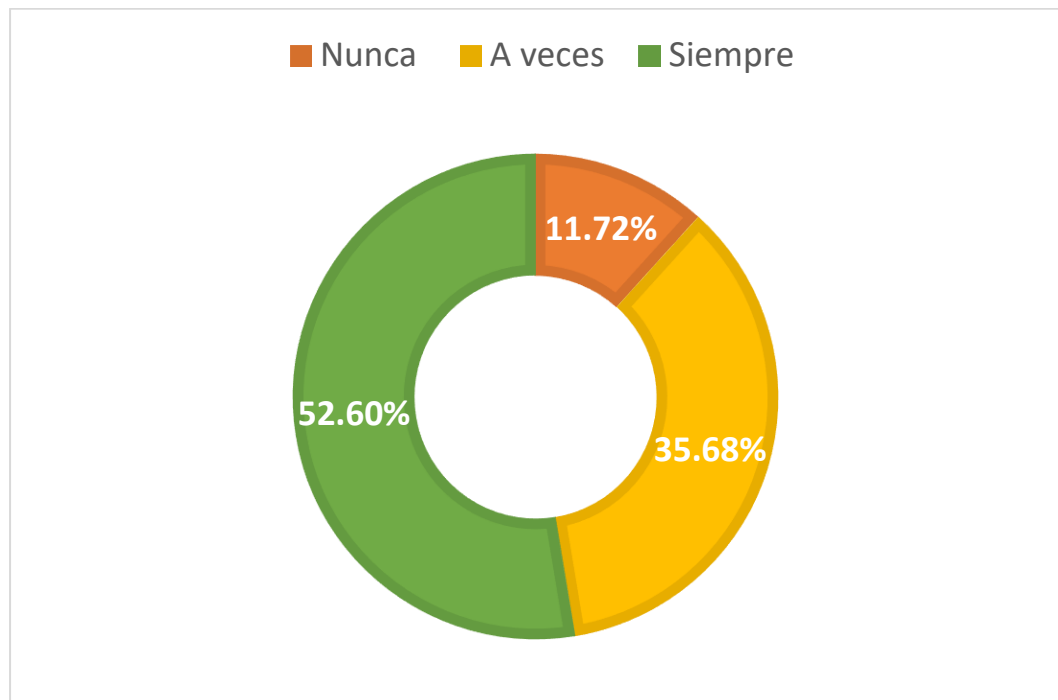
El resultado alcanzado por este indicador tiene asidero con lo presentado en la hipótesis, asimismo que más de la mitad de las personas indican que siempre la baja confianza en las autoridades incide

perjudicialmente atañe un ambiente de relación a la cultura tributaria huancaína.

Tabla 12  
*Resultados del indicador escaso hábito tributario*

<b>Categoría</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	45	11.72%
A veces	137	35.68%
Siempre	202	52.60%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>

Figura 10  
*Resultados del indicador escaso hábito tributario*



Como se muestra en la Tabla 12 y Figura 10, los resultados alcanzados con respecto al indicador escaso hábito tributario como un factor que incide perjudicialmente en la cultura tributaria, se llega a referir que el 52.60% de las personas señalan que el escaso hábito tributario siempre va a incidir perjudicialmente; mientras que el 35.68% mencionan que solo a veces es un factor perjudicial de incidencia en la cultura tributaria de la localidad y; un escaso 11.72% señalan que nunca es un elemento perjudicial en cuanto a incidencia de la cultura tributaria de Huancayo-Junín dentro del sector económico de servicios.

El resultado alcanzado por este indicador tiene asidero con lo presentado en la hipótesis, asimismo que más de la mitad de las personas indican que siempre el escaso hábito tributario atañe un ambiente de relación a la cultura tributaria huancaína.

### **Hipótesis específica 2**

Los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son la informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario.

### **Análisis de la hipótesis**

Con respecto a lo que plantea la hipótesis específica 2 que los factores que inciden de forma perjudicial en la cultura tributaria de Huancayo con respecto al sector económico de servicios son la informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario, los mismos que fueron estructurados dentro del instrumento y luego fueron

presentados mediante la estadística descriptiva en las tablas (10, 11 y 12) y las figuras (8, 9 y 10) con ello, se puede corroborar lo que menciona la hipótesis, dado que los resultados alcanzados en estas evidencias estadísticas de la dimensión dos son reflejados cuando alrededor del cincuenta por ciento de las personas refieren que estos siempre son elementos que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria en la localidad, por lo tanto lo mencionado en la hipótesis es corroborada con lo que presenta la estadística descriptiva en las tablas y figuras presentadas.

### **Conclusión del objetivo específico 2**

Con lo que respecta al objetivo específico 2, se llegó a identificar que los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria de Huancayo-Junín en el año 2021 son la informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario; los mismos que alrededor del cincuenta por ciento de las personas mencionan que estos indicadores siempre inciden perjudicialmente en la cultura tributaria de la localidad, muy por encima de los que refieren que nunca inciden ellos en la cultura tributaria, donde el porcentaje no supera el catorce por ciento que indican que estos elementos no perjudican la cultura tributaria. Por lo tanto, se llega a concluir que los factores que inciden de forma perjudicial en la cultura tributaria dentro de Huancayo son 3 y ellos son: la informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario, los mismos que son respaldados por la estadística descriptiva, a lado de la doctrina y normativa.

Por lo mencionado en este acápite de los resultados, se llega a establecer que existen factores que inciden de forma favorable y perjudicial en cuanto se refiera a la cultura tributaria en Huancayo. Dentro de estos, los que favorecen son 4: los beneficios tributarios, el carácter fiscalizador, principio de publicidad y la educación tributaria. Mientras que los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria son 3: la informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario.



## **CAPÍTULO V**

### **SUGERENCIAS**

- A la SUNAT, afianzar la educación tributaria en la colectividad, para ello se realizará convenios con el MINEDU para que pueda difundir en los estudiantes la educación tributaria. Masificar la publicidad empleando todos los medios de comunicación masiva para que la colectividad conozca a mayor detalle sobre los beneficios, oportunidades y demás acciones que realizan, de tal manera se consolide el hábito tributario en la colectividad. Gerenciar de forma idónea el carácter fiscalizador, tanto en los contribuyentes registrados como en las personas que se desenvuelven en el sector informal, de tal manera que ellos tengan una proximidad a la entidad y sean convencidos que el tributo permite el desarrollo de toda la sociedad peruana. En cuanto a la tributación y la educación de la misma, fortalecer los canales y mecanismos que poseen de tal manera que la institución sea vista por la colectividad como una entidad más amical, horizontal, de fácil acceso y no meramente coaccionadora y coercidora para cualquier persona de a pie.
  
- A los contribuyentes, aproximarse a la SUNAT mediante todos los canales que ofrece, para que de esta manera estén informados sobre los beneficios que ofrece a los contribuyentes que están al día en sus tributos, asimismo para que intensifiquen su educación tributaria y compartan con los suyos y

vecinos acerca del rol de la cultura tributaria en el Estado. Ser conscientes que el carácter fiscalizador de la SUNAT es un mecanismo que tienen ellos para que puedan afianzar la recaudación tributaria y evitar la crecida de la informalidad en el sector servicios dentro de la colectividad. Exigir a la SUNAT que haga una masificación del principio de publicidad en cuanto a su accionar, rol, educación y demás fines que presenta, para que de esta manera el hábito, la educación generen una alta cultura tributaria en la sociedad peruana. Impulsar en la vecindad la formalidad de todos los servicios y sectores económicos. Y empezar a confiar en las autoridades con respeto estricto a la ley, cumpliendo el rol fiscalizador que también le corresponden.

- A la colectividad, recurrir a los servicios de personas formales e incentivar a la formalización de aquellas personas, no solo del sector servicios, a que lleguen a formalizarse. Exigir a las autoridades competentes que difundan la educación tributaria en todos los canales. Empezar a confiar en las autoridades con el carácter fiscalizador que también les compete a ellos, como ciudadanos en pro del desarrollo del país. Así como a las autoridades, recobrar la confianza que están menguada hacia ellos por parte de la población, para ello hacer un uso adecuado de los recursos y ser probos en el cumplimiento de sus funciones. Y a los investigadores, desarrollar estudios complementarios a este, de tal manera que exista una data suficiente para que los que trabajen en el sector tomen decisiones

pertinentes en cuanto a la tributación; así mismo, generar desarrollo de la cultura tributaria en la comunidad.

## CONCLUSIONES

1. Los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son el carácter fiscalizador, educación tributaria, baja confianza en las autoridades, principio de publicidad, informalidad, beneficios tributarios y escaso hábito tributario, los mismos que están clasificados en la incidencia favorable y perjudicialmente en cuanto a la cultura tributaria.
2. Los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son los beneficios tributarios, el carácter fiscalizador, principio de publicidad y la educación tributaria.
3. Los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son la informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario.

## BIBLIOGRAFÍAS

- Amasifuen Reátegui, M. (2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting power for business*, 1(1), 73-90.
- Arroyo Morales, A, (2020). *Metodología de la investigación en las Ciencias Empresariales*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco
- Baldeón Gutarra, R. E. (2019). *Cultura tributaria y recaudación fiscal en las municipalidades distritales de Huancayo, 2018* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional del Centro del Perú]. [https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6718/T010\\_44537443\\_M.pdf?sequence=1](https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6718/T010_44537443_M.pdf?sequence=1)
- Banco Central de Reservas del Perú [BCRP] (2022). *Notas de estudios del BCRP, N° 12. Actividad económica: diciembre 2021*. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2022/nota-de-estudios-12-2022.pdf>
- Cabrera Sánchez, M. A., Sánchez-Chero, M.J., Cachay Sánchez, L. C., Rosas-Prado, C. E. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales. Revista Científica*, XXVII (3), 204-218
- Cabrera-Álvarez, P. F., Narváes-Zurita, C. I., Erazo-Álvarez, J. C. (2020). Análisis de la cultura tributaria de los consumidores y comerciantes de productos cárnicos en el cantón Salta Isabel, provincia del Azuay. *Dominio de las Ciencias. Revista científica*, 6 (1), 340-368.

- Cárdenas, G. R. (2020). La Educación tributaria en el Perú: Una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. *In Crescendo. Revista científica*, 11(2), 241-258.
- Carrasco Díaz, S. (2009). *Metodología de la Investigación Científica*. San Marcos
- Carrera Alva, E. U. (2019). *Incidencia de la cultura tributaria y factores socioeconómicos en el cumplimiento tributario del impuesto predial en el distrito de Contumazá año 2019*. [Tesis, Universidad Nacional de Cajamarca].
- Condori Loayza, S., Mamani-Benito, O., Bernedo Moreira, D. H. (2020). Preferencias Eficacia del programa ¡Qué importante es tributar! En el desarrollo de cultura tributaria en adolescentes. *Apuntes Universitarios. Revista de Investigación*, 10 (1), 66-75.
- Davirán Turín, A. (2022). *La cultura tributaria y su relación en el desarrollo económico del distrito de San Juan de Lurigancho de los años 2019-2020* [Tesis de Maestría, Centro de Altos Estudios Nacionales].  
<http://repositorio.caen.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13097/241/TESIS%20ALDO%20DAVIRAN%20CULTURA%20TRIBUTARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Decreto Supremo N° 133-2013-EF. Texto único del Código Tributario (TUO del Código Tributario)
- Economipedia (2022). *Sectores terciarios o servicios*.
- El Peruano (2022). *Sunat: recaudación anual 2021 supera proyecciones y asciende a casi S/ 140,000 millones*. <https://elperuano.pe/noticia/136886-sunat-recaudacion-anual-2021-supera-proyecciones-y-asciende-a-casi-s-140000-millones>

- Esteba Tiquilloca, E. (2018). *La cultura tributaria, evasión tributaria y su influencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Laykakota de la ciudad de Puno, período 2016*. [Tesis, Universidad Nacional del Altiplano].
- Gómez Chipana, E. (2020). Análisis correlacional de la formación académico-profesional y cultura tributaria de los estudiantes de marketing y dirección de empresas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6).
- Gutiérrez Urrutia, S. J. (2021). *La cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los comerciantes del centro comercial “Polvos Rosados” – Tacna, 2019* [Tesis de Maestría, Universidad Privada de Tacna].  
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/2086/Gutierrez-Urrutia-Sandy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6° Ed.). McGrawHill
- Huamaní Cueva, R. (2013). *Código Tributario Comentado*. Jurista editores
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme. De todas las actividades económicas. CIIU Revisión 4*. Dirección Nacional de Cuentas Nacionales.  
[https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2022). *Boletín del sector servicios*. <https://m.inei.gov.pe/biblioteca-virtual/boletines/encuesta-mensual-del-sector-servicios-8536/1/#lista>
- Instituto Peruano de Economía [IPE] (2013). *Sectores productivos*.  
<https://www.ipe.org.pe/portal/sectores-productivos/>

- Luján Chininin, R. M. (2019). *La cultura tributaria y el comportamiento de los delitos tributarios en el Perú: período 2012-2016*. [Tesis, Universidad Nacional de Trujillo].
- Martín Queralt, J. (2013). *Curso de Derecho Financiero y tributario*. Tecnos.
- Méndez Ceja, M. A. (2019). *Causas determinantes del incumplimiento tributario del impuesto sobre la renta de las personas físicas con actividades empresariales y profesionales en Altamira, Tampico y Madero, Tamaulipas* [Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Nueva León].  
<http://eprints.uanl.mx/id/eprint/21362>
- Ministerio de Economía y Finanzas [MEF] (2021). *Recaudación 2019 y 2020 de impuesto predial de las municipalidades participantes en la meta 2 de PI del 2021*.
- Montiel Paternina, S., Peña Sánchez, A. J. y Martínez Carrascal, C. (2020). *Cultura Tributaria: Formas de mejorarla*. Universidad Libre Colombia.
- Neira-Galván, M. I. (2019). La cultura tributaria en la recaudación de los tributos. *Polo del Conocimiento*, 36(4),8, 203-212.
- Niño Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la investigación. Diseño y ejecución*. Ediciones de la U. Xpress Estudio Gráfico y Digital
- Ordoñez Vasquez, M. y Chapoñan Ramírez, E. (2020). Cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias. *UCV Hacer. Revista de Investigación y Cultura – Universidad César Vallejo*, 9(4), 77-84.
- Orellana Méndez, G. (2016). *Construcción de Instrumentos de Investigación en Ciencias Sociales*. Gaspar Orellana



- Puigví, T. M. (2022). La educación fiscal, una estrategia para mejorar la cultura fiscal: la experiencia de la Agencia Tributaria de Catalunya. *Revista de Educación y Derecho*, (9). 1-9. DOI 10.1344/REYD2022.26.40643
- Rafael Pari, J. B. (2018). *Cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de calzados Juliaca 2017* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez]. <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/1526>
- Ramírez Centella, S. (2021). *Del analfabetismo fiscal a la implementación de una cultura tributaria en México* [Tesis de Maestría, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla]. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/bitstream/handle/20.500.12371/15848/20211124081817-7295-T.pdf?sequence=1>
- Real Academia Española (2021). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/perjudicar?m=form>
- Ruiz Vásquez, J. (2017). La cultura tributaria y la gestión municipal. *Quipu Kamayoc*, 25(48), 49-60.
- Santillán Narváez, M. D., Jaramillo Cruz, V. G., Torres Farinango, J. E., Fernández Badillo, M. E. y Ormaza Morejón, M. F. (2019). La cultura tributaria en el sector artesanal y su efecto en el cumplimiento de obligaciones. *Visión Empresarial. Revista Científica*, (9). 41-50.
- Servicio de Atención Tributaria Huancayo (2021). *Descuento en multas tributarias*
- SUNAT (2021). *Cultura Tributaria y aduanera*. Sunat
- SUNAT (2022). *Cultura*. [sunat.gob.pe](http://sunat.gob.pe)

SUNAT (2022). *Informe de Gestión por Resultados - Año 2021*. Gerencia de  
Planeamiento y Control de Gestión

Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. (4° Ed.).  
Editorial Limusa, S.A.

## **Anexos**

## Anexo 1

### Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuáles son los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Qué factores inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021?</p> <p>¿Qué factores inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Identificar los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021.</p> <p>Identificar los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> Los factores que inciden en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son el carácter fiscalizador, educación tributaria, baja confianza en las autoridades, principio de publicidad, informalidad, beneficios tributarios y escaso hábito tributario.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b> Los factores que inciden favorablemente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son los beneficios tributarios, el carácter fiscalizador, principio de publicidad y la educación tributaria.</p> <p>Los factores que inciden perjudicialmente en la cultura tributaria del sector económico de servicios de Huancayo-Junín, 2021 son la informalidad, baja confianza en las autoridades y el escaso hábito tributario.</p>	<p><b>Tipo de investigación</b> Descriptiva</p> <p><b>Diseño de investigación</b> Descriptivo simple M ---- O<sub>1</sub></p> <p><b>Donde:</b> <b>M:</b> Muestra del Sector económico servicios <b>O<sub>1</sub>:</b> Observación o medición de la variable Cultura tributaria</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario de encuesta</p>

