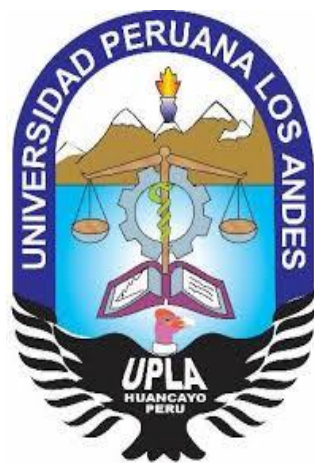


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas



TESIS

**Cultura Tributaria del Consumidor Final de Servicios de Salud y
Obligación de Emisión de Comprobantes de Pago de los
Contribuyentes, Huancayo 2019**

Para Optar : Título Profesional de Contador Público

Autor(as) : Bach. Rosa Verónica Campos Herrera
Bach. Cisari Yheny Palomino Juipa

Asesor : Mg. Fernando Polo Orellana

Línea de Investigación
Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y
Culminación : 22.02.2021 al 21.01.2022

Huancayo - Perú
2021

Hoja de aprobación de jurados

TESIS

**Cultura Tributaria del Consumidor Final de Servicios de Salud y
Obligación de Emisión de Comprobantes de Pago de los
Contribuyentes, Huancayo 2019**

PRESENTADA POR:

Bach. Campos Herrera Rosa Verónica

Bach. Palomino Juipa Cisari Yheny

PARA OPTAR EL TITULO DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS:

PRESIDENTE : CPC. Santa María Chimbor Luis Fernando

PRIMER MIEMBRO : Mtro. Ramos Aylas Cosme Dennis

SEGUNDO MIEMBRO : Mtra. Rosado Rojas Yensi

TERCER MIEMBRO : Mtra. Dolories Agruirre Carmen Rosa

Huancayo, 9 de Setiembre de 2021

Falsa portada

Asesor

Mtro. Fernando Polo Orellana

Dedicatoria

A mi madre, hija, esposo y hermanos, inagotables
fuentes de amor e inspiración.

A mi amada hermana Katty, a Rubén mi querido
padre y abuelita Yaya, quienes desde el cielo velan
por mí.

Rosa

A mis padres, hermano y hermanas por el apoyo
incondicional que siempre me han brindado.

A mi abuelita Teodosia, mis tíos Nestor y Zenaida
por sus consejos y ayuda desinteresada.

A Iván por su gran amor y apoyo en todo el proceso.

Cisari

Agradecimiento

A nuestra alma máter, la Universidad Peruana los

Andes.

Rosa y Cisari

Contenido

Hoja de aprobación de jurados	i
Falsa portada	ii
Asesor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Contenido	vi
Contenido de tablas	x
Contenido de gráficos	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Introducción	xiv
CAPÍTULO I	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1. Descripción de la realidad problemática	16
1.2. Delimitación del Problema	20
1.2.1. Delimitación Espacial	20
1.2.2. Delimitación Temporal	20
1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática	20
1.3. Formulación del problema	20
1.3.1. Problema General	20
1.3.2. Problemas Específicos	20
1.4. Justificación	21
1.4.1. Social	21
1.4.2. Teórica	21

1.4.3. Metodológica	21
1.5. Objetivos	22
1.5.1. Objetivo General	22
1.5.2. Objetivos Específicos	22
CAPÍTULO II	23
MARCO TEÓRICO	23
2.1. Antecedentes (nacionales e internacionales)	23
2.1.1. A nivel Internacional	23
2.1.2 A Nivel Nacional	25
2.2 Bases Teóricas o Científicas	28
2.1.3 Cultura tributaria	28
2.1.4 Obligación de emisión de comprobantes de pago	35
2.3 Marco Conceptual	40
CAPÍTULO III	44
HIPÓTESIS	44
3.1 Hipótesis General	44
3.2 Hipótesis Específicas	44
3.3 Variables	44
3.3.1 Variable Independiente	44
3.3.2 Variables Dependiente	44
3.3.3 Operacionalización de Variables	45
CAPÍTULO IV	47
METODOLOGÍA	47
4.1 Método de Investigación	47
4.1.1 Métodos Generales:	47

4.1.2 Métodos Específicos:	48
4.2 Tipo de Investigación	49
4.3 Nivel de Investigación	49
4.4 Diseño de Investigación	49
4.5 Población y Muestra	50
4.5.1 Población	50
4.5.2 Muestra	51
4.5.3 Técnicas de muestreo	52
4.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	52
4.6.1 Técnicas de Recolección de Datos	52
4.6.2 Instrumentos de Recolección de Datos	53
4.6.3 Validación y confiabilidad	53
4.7 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	54
4.8 Aspectos Éticos de la Investigación	54
CAPÍTULO V RESULTADOS	55
5.1 Descripción de resultados	55
5.1.1 Resultados de la encuesta	55
5.2 Contraste de hipótesis	59
5.2.1 Contrastación de la Hipótesis General	60
5.2.2 Contrastación de la Primera Hipótesis Específica	61
5.2.3 Contrastación de la Segunda Hipótesis específica	63
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	65
CONCLUSIONES	70
RECOMENDACIONES	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74

ANEXOS	79
Anexo 1: Matriz de Consistencia	80
Anexo 2: Matriz de Operacionalización de Variables	82
Anexo 3: Matriz de Operacionalización del Instrumento	84
Anexo 4: Instrumento de Medición	86
Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento	88
Anexo 6: La data del procesamiento de datos	92
Anexo 7: Consentimiento Informado	94
Anexo 8: Fotos de la aplicación del instrumento	96

Contenido de tablas

Tabla 1 <i>Ingresos Tributarios del Gobierno Central 2014-2018</i>	16
Tabla 2: <i>Técnicas de Recolección de Datos</i>	52
Tabla 3 <i>Estadísticos de fiabilidad cultura tributaria</i>	53
Tabla 4 <i>Estadístico de fiabilidad obligación de emisión de comprobantes de pago</i>	53
Tabla 5 <i>Escala de Vellis</i>	54
Tabla 6 <i>Prueba de normalidad</i>	55
Tabla 7: <i>Resultados del promedio de la variable cultura tributaria</i>	55
Tabla 8 <i>Resultados del promedio de la dimensión conocimiento tributario</i>	56
Tabla 9 <i>Resultados del promedio de la dimensión actitud frente a los tributos</i>	57
Tabla 10 <i>Resultado de la variable obligación de emision de comprobantes de pago</i>	58
Tabla 11 <i>Escala de correlación</i>	59
Tabla 12 <i>Correlación entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes</i>	61
Tabla13 <i>Correlación entre el conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago</i>	62
Tabla14 <i>Correlación entre los tributos del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago</i>	636

Contenido de gráficos

Gráfico 1 <i>Ingresos Tributarios Netos: 2019-2020</i>	17
Gráfico 2 <i>Impuesto General a las Ventas: 2019 – 2020</i>	18
Gráfico 3 <i>Distribución de la variable cultura tributaria</i>	56
Gráfico 4 <i>Distribución de la dimensión conocimiento tributario</i>	57
Gráfico 5 <i>Distribución de la dimensión actitud frente a los tributos</i>	58
Gráfico 6 <i>Distribución de la variable obligación de emisión de comprobantes de pago</i>	59

Resumen

La investigación titulada “Cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes, Huancayo 2019”, tuvo como problema general: ¿Qué relación existe entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes?, el objetivo general fue: Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes. El enfoque de investigación fue cuantitativo, tipo de investigación aplicada, nivel correlacional, diseño no experimental. La muestra se conformó por 133 consumidores finales de servicios de salud. Para la medición de las variables se utilizó el cuestionario, en la escala ordinal de tipo Likert, los cuales fueron validados por el juicio de expertos, y la confiabilidad sometida al estadístico Alfa de Cronbach. La conclusión principal fue: La cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva muy alta en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes, con un “ r ” = 0,979, lo cual permite aseverar que, a mayor cultura tributaria por parte de los consumidores finales de servicios de salud de las cuadras 10, 11 y 12 de la Av. Daniel Alcides Carrión, mayor será la emisión de comprobantes de pago por parte del prestador de servicios o contribuyentes del sector salud.

Palabras Clave: Cultura tributaria y obligación de emisión de comprobantes de pago.

Abstract

The research entitled "Tax culture of the final consumer of health services and the obligation to issue proof of payment of taxpayers, Huancayo 2019", had as a general problem: What relationship exists between the tax culture of the final consumer of health services and compliance with the obligation to issue proof of payment of taxpayers?, the general objective was: Determine the relationship that exists between the tax culture of the final consumer of health services and compliance with the obligation to issue proof of payment of the taxpayers. The research approach was quantitative, type of applied research, correlational level, non-experimental design. The sample was made up of 133 final consumers of health services. For the measurement of the variables, the questionnaire was used, in the Likert-type ordinal scale, which were validated by the judgment of experts, and the reliability submitted to the Cronbach's Alpha statistic. The main conclusion was: The tax culture of the final consumer of health services has a very high positive relationship in compliance with the obligation to issue taxpayers payment receipts, with an "r" = 0.979, which allows us to assert that, the greater the tax culture by the final consumers of health services in blocks 10, 11 and 12 of Av. Daniel Alcides Carrión, the greater the issuance of payment receipts by the service provider or health sector taxpayers.

Keywords: Tax culture and obligation to issue payment vouchers.

Introducción

Nuestro país podría crecer de manera sostenida si la población y sus autoridades asumen con responsabilidad el rol que le corresponde dentro de la sociedad, entre ellas, su deber de aportar con recursos para lograr el desarrollo anhelado, eso es, procurando una adecuada cultura tributaria.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) estima que “existe un forado fiscal de más de S/23,000 millones (veintitrés mil millones de soles) anuales bajo diversas modalidades de evasión, siendo una de ellas la omisión de ventas, que consiste en no declarar la totalidad del monto correspondiente a las operaciones de venta efectuadas en un periodo determinado”.

Entre los rubros con mayor porcentaje de omisión en la entrega de comprobantes de pago se encuentran los servicios de salud.

En tal sentido y frente al crecimiento de los consultorios que brindan servicios de salud en determinadas zonas de la ciudad de Huancayo, se investigó la relación que existe entre la cultura tributaria de los consumidores de servicios de salud (pacientes) y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes, que brindan dichos servicios, en las cuadras 10, 11 y 12 de la Avenida Daniel Alcides Carrión del distrito de Huancayo, en el año 2019.

Como herramienta de investigación se aplicó una encuesta, elaborada considerando las dimensiones de cada variable de estudio, con ésta se obtuvo resultados fiables que fueron analizados y planteados en conclusiones.

Capítulo I: En este capítulo se describió la realidad problemática, se identificó el problema general y los problemas específicos, se planteó el objetivo general y los objetivos específicos; además de la justificación social, teórica y metodológica de la investigación. También se estableció la delimitación espacial, temporal y temática.

Capítulo II: En este capítulo se desarrolló el marco teórico, que describió los conceptos más relevantes de las variables de investigación y sus correspondientes dimensiones. En primer lugar, se abordó los antecedentes, vale decir, los estudios relacionados con esta investigación, realizados por otros investigadores, tanto en el ámbito internacional como nacional; la base teórica comprendió los conceptos de las variables, formulados por diversos autores, los mismos que se tomaron de base para la construcción del instrumento de medición que hizo posible contrastar la hipótesis.

Capítulo III: En este capítulo se desarrolló las hipótesis de la investigación y la operacionalización de las variables.

Capítulo IV: “Este capítulo presenta la metodología utilizada en la presente investigación, es decir, el método, tipo, nivel, diseño de la investigación, así como la población y técnicas de recolección de muestras y datos, instrumentos de recolección de datos (cuestionario), procedimiento de recolección de datos, técnicas de procesamiento y análisis de datos”.

Capítulo V: En este capítulo se desarrolló “el análisis y la discusión de los resultados obtenidos, utilizando el software SPSS versión 25”. Este software estadístico confirmó la validez y confiabilidad del instrumento de investigación (cuestionario). La validez del instrumento se confirmó por juicio de expertos. Por último, para la prueba de hipótesis de investigación, se utilizó el estadístico Rho de Spearman.

Las autoras

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

“Los ingresos tributarios del Perú, han ido mostrando una tendencia decreciente en los últimos años, situándonos por debajo del promedio de los países de América Latina. Nuestros ingresos tributarios fueron 15% del PBI en el año 2018 (leve alza tras 3 años de constante caída). La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), estima que, para lograr alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible, se requiere una base tributaria de por lo menos 20% del PBI”.

Tabla 1
Ingresos Tributarios del Gobierno Central 2014-2018
(%PBI)

	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos Tributarios	16.6	14.8	13.6	13.0	15.0
Impuesto a la Renta	7.0	5.7	5.7	5.3	5.9
A la Producción y Consumo	9.7	9.4	8.9	8.7	9.7
A la Importación	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
Otros Ingresos	1.5	1.3	1.2	1.2	1.5
Devoluciones	-1.9	-1.9	-2.5	-2.5	-2.4

Fuente: SUNAT

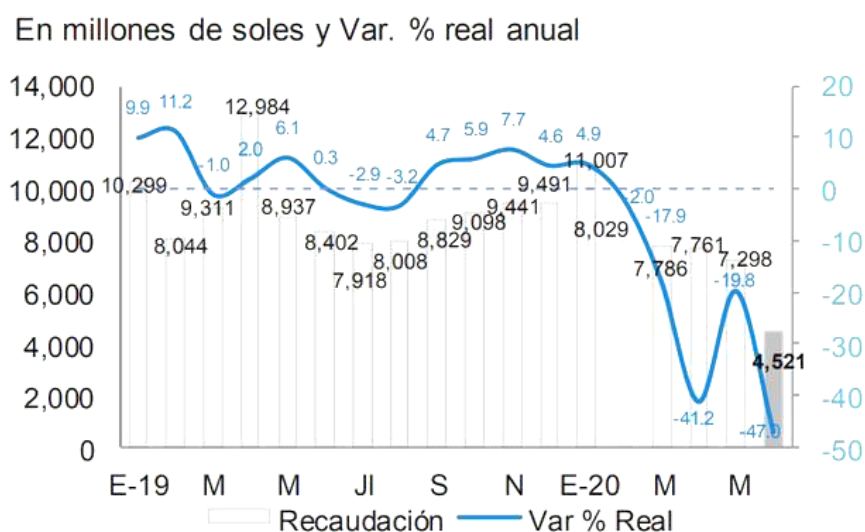
“Por otro lado, nuestra estructura tributaria es regresiva. Gran parte de esta recae en los impuestos indirectos, principalmente en el impuesto general de las ventas (IGV), impuesto selectivo al consumo; y no en los impuestos a la renta o ganancias”.

Según el Ministerio de Economía y Finanzas, la caída en “los niveles de recaudación entre los años 2013 y 2017, se debieron principalmente a los mayores niveles de evasión y elusión tributaria”. Es así, que aumentaron los niveles de incumplimiento en el pago de IGV e Impuesto a la Renta, lo cual se reflejó en la disminución del 30% de los ingresos tributarios en esos años.

Según indicó la SUNAT al diario Perú 21 el 06 de diciembre de 2018, “la evasión tributaria del IGV mediante la omisión de ventas supera anualmente los S/ 1,100 millones, de los cuales S/ 519 millones corresponderían al sector comercio al por mayor y menor”.

Tras la crisis producida por la pandemia de la COVID19 y la declaración del “Estado de Emergencia Nacional”, la recaudación tributaria del Perú, ha sufrido una gran caída, es así que según SUNAT “La recaudación tributaria del Gobierno Central en junio fue de S/4,521 millones (descontando las devoluciones de impuestos), lo cual representa S/3,881 millones menos que lo obtenido en junio de 2019, una recaudación de -47%”.

Gráfico 1
Ingresos Tributarios Netos: 2019-2020



Fuente: SUNAT

De otro lado, gran parte de la recaudación tributaria de nuestro país recae en los impuestos indirectos, especialmente en el impuesto general de las ventas (IGV), e impuesto selectivo al consumo; y no en los impuestos a la renta o ganancias, es así que, la SUNAT reportó que en cuanto a la recaudación de Impuesto General a las Ventas (IGV) éste “registró una recaudación de S/3,327 millones, importe que representa S/ 1,773 millones menos con respecto al obtenido en junio de 2019.”

Gráfico 2

Impuesto General a las Ventas: 2019 – 2020

En millones de soles y Var. % real anual



Fuente: SUNAT

De otro lado, el ente recaudador del Perú estima que “existe un forado fiscal de más de S/23,000 millones anuales bajo diversas modalidades de evasión, siendo una de ellas la omisión de ventas, que consiste en no declarar la totalidad del monto correspondiente a las operaciones de venta efectuadas en un periodo determinado”.

Frente a esta problemática, consideramos que se deben impulsar las políticas tributarias orientadas a mejorar la cultura tributaria de los ciudadanos de nuestro país. La cultura tributaria comprende “un conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una población respecto a la tributación y a la observancia de las leyes”, todo ello de la mano con la confianza y credibilidad que inspire el gobierno de turno.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) durante el primer trimestre del año 2014, detectó en sus intervenciones en la ciudad de Lima que el “61% de los contribuyentes intervenidos no cumplían con la entrega de comprobantes de pago... Las actividades con mayor porcentaje de incumplimiento fueron las de educación (78%), hoteles y restaurantes (76%), **servicios de salud (73%)**”.

Tras esas terribles estadísticas la SUNAT ha venido tomando algunas medidas para reducir esas tasas, es así, que “en el marco del Plan Verano 2019, en el que se realiza inspecciones para verificar que la información declarada en el RUC sea correcta, así como validar la emisión del

comprobante de pago, la SUNAT detectó, tras más de 1,000 intervenciones realizadas en establecimientos comerciales y de servicios ubicados en las principales playas y balnearios de Lima, incluyendo el exclusivo Boulevard de Asia (Cañete), que el 45% de los establecimientos no cumplía con la entrega de comprobantes de pago y que 23% de los contribuyentes intervenidos mantenía inconsistencias en los datos declarados en el RUC”.

En la ciudad de Huancayo, esta estadística podría ser aún más alarmante, aunque no existen reportes estadísticos que midan el porcentaje de evasión tributaria de los contribuyentes del sector salud de nuestra ciudad, podemos apreciar que son muy pocos los establecimientos que entregan comprobantes de pago y que existe una alta indiferencia frente a la solicitud de comprobantes de pago, por parte de los consumidores finales de servicios de salud.

No solicitar comprobantes de pago, trae como consecuencia que el prestador de servicios de salud no declare las ventas o ingresos obtenidos, se apropió del IGV pagado por el consumidor final y no pague el impuesto a la renta correspondiente.

En ese sentido, el ex jefe de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat), Víctor Shiguiyama, indicó que “los ciudadanos pueden contribuir con el desarrollo del país, si se mejora su cultura tributaria”, asimismo, señaló que: “... el tema de mejorar los niveles de recaudación tributaria en el país es integral y cada ciudadano debe comprometerse desde la posición que se encuentre... Si todos los días cuando compra exige su boleta ya está haciendo un gran aporte al desarrollo, porque la suma de cosas pequeñas hace la gran diferencia”.

El Sr. Shiguiyama refirió que “si los ciudadanos pidieran sus boletas cuando compran, entonces se podría recaudar entre 2,000 millones y 3,000 millones de soles más al año”.

En ese orden de ideas y frente al crecimiento de los consultorios que brindan servicios de salud en determinadas zonas de la ciudad de Huancayo, se investigó la relación que existe entre la cultura tributaria de los consumidores finales de servicios de salud y el cumplimiento en la

obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes que brindan dichos servicios, en las cuadras 10, 11 y 12 de la Avenida Daniel Alcides Carrión del distrito de Huancayo, en el año 2019.

1.2. Delimitación del Problema

1.2.1. Delimitación Espacial

Este trabajo de investigación se llevó a cabo en las cuadras 10, 11 y 12 de la Avenida Alcides Carrión del distrito de Huancayo.

1.2.2. Delimitación Temporal

La investigación comprendió el periodo 2019.

1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática

El presente trabajo de investigación científica, estuvo delimitado por los fundamentos teóricos de la cultura tributaria y el cumplimiento de obligación de emisión de comprobantes de pago.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes?

1.3.2. Problemas Específicos

- a) ¿Qué relación existe entre el conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes?
- b) ¿Qué relación existe entre la actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes?

1.4. Justificación

1.4.1. Social

investigación, ejecutada y comprobada la hipótesis, repercutirá en la mejora de los programas de cultura tributaria, dirigida a los consumidores de servicios de salud (pacientes) de nuestra ciudad, que pretenda llevar a cabo la SUNAT.

1.4.2. Teórica

El tema de investigación es relevante teóricamente porque, contribuye con el estudio y descripción del conocimiento que tiene la población que consume servicios de salud, acerca de la cultura tributaria y su relación con la obligación de emitir comprobantes de pago de parte del contribuyente o proveedor del servicio, mediante un estudio objetivo de campo, que se realizó en las cuadras 10, 11 y 12 de la avenida Daniel Alcides Carrión del distrito de Huancayo.

Los resultados de esta investigación pueden ser tomados como referencia e inferidos a otras actividades similares por la SUNAT para el desarrollo o perfeccionamiento de programas orientados a mejorar la cultura tributaria de la población.

1.4.3. Metodológica

Metodológicamente con esta investigación se aportó al diseñar, construir y validar un instrumento que recogió datos, que permitió medir el nivel de la cultura tributaria de los consumidores de servicios de salud (pacientes) de las cuadras 10, 11 y 12 de la avenida Daniel Alcides Carrión de la ciudad de Huancayo; instrumento que puede ser utilizado para medir el nivel de la cultura

tributaria de los consumidores de cualquier otro sector económico en nuestra ciudad u otro lugar del país.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

1.5.2. Objetivos Específicos

- a) Determinar la relación que existe entre el conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.
- b) Determinar la relación que existe entre la actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes (nacionales e internacionales)

2.1.1. A nivel Internacional

Montoya & Yeslin, (2015), en su trabajo de investigación titulada *“Lineamientos para Optimizar el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en Materia de Impuesto Sobre la Renta en la Empresa Agro-Industrias Jb, C.A.”* sustentó en la universidad de Carabobo: Su nivel investigativo fue el descriptivo, tuvo por objetivo de estudio la propuesta de ciertos lineamientos tributarios, con el propósito de optimizar el debido cumplimiento de las obligaciones tributarias en referencia al impuesto a la renta, la población conformada por seis (6) trabajadores de la empresa donde laboraba, arribo a la siguiente conclusión, la entidad carece de un departamento que verifique el cumplimiento tributario, por lo que recomienda la creación del mismo; asimismo recomiéndala la revisión documentaria, y la creación de manuales y normas en cumplimiento de las normas tributarias.

Tirape & Velastegui, (2016) en su investigación titulada: *“Incidencia de la Cultura Tributaria en el Sector Informal de la Provincia de Santa Elena 2016”*. Tesis para “optar grado de Economista en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de Ecuador”. Concluye: En la provincia de Santa Elena del sector informal, el Estado no incita a las capacitaciones en cuanto al cumplimiento de las obligaciones tributarias debido a que no han recibido una educación acerca de los tributos, su función y sus beneficios para la sociedad. Además, gran porcentaje de las personas no tienen conocimiento de cómo funciona la economía en su país y se piensa que los impuestos que ellos dan no se devuelven en obras o simplemente no son percibidos, el cuestionario

se aplicó a un total de 305 personas y muestra que un 69% no sabe de algún tipo de impuesto, es decir no tributa o cancela y el 31% simplemente no conoce de impuestos y esto además que no cuentan con RUC ni comprobantes que se ellos puedan emitir, es decir, no se cuenta con una adecuada información tributaria del Estado hacia los comerciantes.

Decimavilla & Rios, (2017) de la universidad de Guayaquil en su tesis titulada: ***“Análisis del Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de la Empresa DELICIAS S.A. en el Período Fiscal 2016”***. Plantearon como objetivo: “Explicar la gestión tributaria de la empresa DELICIAS ubicada en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2016, para proponer actividades correctivas que mejoren la gestión. En la presente investigación se analizó el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa DELICIAS S.A”. Su principal conclusión fue: “La empresa DELICIAS S.A. mantuvo incumplimiento de obligaciones tributarias por falta de formalidades en la entrega de documentos de ventas y comprobantes de retención se cumple parcialmente ya que al revisar en el SRI la fecha de presentación y pago de sus declaraciones se puede evidenciar que se declara y paga en algunas ocasiones después de la fecha permitida además al realizar las preguntas del cuestionario tributario se pudo evidenciar con mayor claridad que las facturas las emiten y reciben tarde siendo esto un problema”.

Cartagena & Gómez, (2020) sustentaron en la universidad Cooperativa de Colombia, su tesis titulada ***“La cultura tributaria de una parte de la población de los tenderos en el municipio de Envigado, Caldas y parte de la ciudad de Medellín”***, que tuvo como objetivo general “Conocer si algunos tenderos en el Municipio de Envigado, parte de la ciudad de Medellín y parte del Municipio de Caldas cuentan con una cultura tributaria,

en caso de que no la tengan, comprender a profundidad cuales son las razones, teniendo en cuenta sus preocupaciones personales, económicas o sociales para crear una iniciativa que la fomente en dichos Municipios”. Su aporte principal fue “facilitar el conocimiento en materia tributaria con el fin de generar un acercamiento con algunos tenderos de la ciudad de Medellín, el municipio de Envigado y algunos municipios o sectores aledaños sirviendo de ejemplo para los demás municipios y departamentos del país, llevando a cada tienda unos folletos informativos de todos los tramites que estos establecimientos requieran; además fortalecer una conciencia tributaria y sobre todo dar a conocer a estos grupos de apoyo de la NAF para que posteriormente la gente se acerque a los puntos más cercanos o nos contacte para recibir mucha más asesoría”.

Pérez, (2017) en su tesis denominada: *“El gobierno electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias”*. Se planteó como objetivo principal: “Analizar al Gobierno Electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias con la finalidad de determinar su relación”. Los tipos de investigación fueron: “Investigación exploratoria, investigación descriptiva y la investigación correlacional o asociación de variables”. Llegó a la siguiente conclusión: “La Administración Tributaria cuenta con una data de información muy importante en nuestro país, sin embargo, existe todavía falencias en cuanto a la interconexión de la información con otros entes públicos y privados proveedores de información, que le impiden que se capten los datos desde la fuente que los genera”.

2.1.2 A Nivel Nacional

Varona, (2020) en su investigación titulada *“Cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los prestadores de servicios, en el hospital de Huaycán, Ate 2020”* con el que obtuvo el título profesional de contador público, empleó como “diseño

de investigación el diseño no experimental de tipo correlacional, mientras que el enfoque fue cuantitativo. La población estuvo integrada 250 prestadores de servicios del Hospital de Huaycán, aplicando la formula estadísticas, se determinó una muestra de 152 prestadores de servicios entre Locadores y Contrato Administrativo de Servicios (CAS)". Su conclusión fue: "Existe una relación significativa de 77.6 % entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los prestadores de servicio del hospital de Huaycán, lo cual indica que ambas variables presentan una relación directa, es decir que, mientras mayor sea la cultura tributaria, mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias".

Manrique (2015) en su investigación titulada: "***Cultura Tributaria del Consumidor Final y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias del Contribuyente de Ventanilla***". Tesis para obtener el título de Contador Público en la Universidad Nacional del Callao. Planteó como objetivo general: "Determinar que la cultura tributaria del consumidor final impacta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente de Ventanilla". El estudio tuvo el enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, concluye que, existe una relación entre las variables.

Altamirano & Ibérico, (2018), en su tesis denominada: "***La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPEs del sector confecciones en el Parque Industrial N° 1 de Huaycán – Ate, Lima 2018***". Tesis con la que obtuvieron el título profesional de licenciado en Contador Público en la Universidad Peruana Unión, Lima, Perú. Alcanza las siguientes conclusiones: Después de la encuesta aplicada y haber obtenido los resultados, se concluyó que "existe una correlación positiva media y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias

en las MYPEs del sector confecciones en el Parque Industrial N° 1 de Huaycán – Ate, Lima 2018”. Esta primera conclusión proviene de que “el nivel de conocimiento de los sujetos analizados y menor cuantía de sus actitudes y valores como complementos”. La siguiente conclusión fue que “existe una correlación positiva considerable y significativa entre la dimensión conocimiento tributario y la variable cumplimiento de las obligaciones tributarias pues si la personas conocieran más sobre los tributos podrían cumplir correctamente sus obligaciones”. Finalmente sostuvieron que, “si los empresarios percibieran una mala gestión de los tributos y una excesiva carga tributaria, esto no intervendría directamente en su nivel de cumplimiento”.

Torres, (2018) presentó la tesis *“Cultura tributaria del consumidor final de los contribuyentes del distrito de San Felipe, provincia Jaen, región Cajamarca - 2018”*, la presente investigación tuvo como objetivo: “determinar el nivel de Cultura tributaria del consumidor final de los contribuyentes del distrito de San Felipe – 2018”, la metodología utilizada fue de tipo descriptivo propositiva correlacional, con un diseño no experimental. Su conclusión principal fue “ El nivel de la cultura tributaria de los consumidores finales en el distrito de San Felipe es bajo, ya que, al aplicar la encuesta en la población, los resultados arrojaron sus principales problemas como son que no tienen conocimiento adecuado sobre los comprobantes de pago, falta de valoración de los impuestos, no tienen conciencia de que al no exigir comprobantes de pago están contribuyendo al incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. Por lo que se puede afirmar que este conjunto de acciones y deficiencias repercuten directamente en el incumplimiento de las obligaciones tributarias en consecuencia la evasión de impuestos”.

Janampa, (2014) presento la tesis: *“Cultura tributaria como medio de formalización de las micro y pequeñas empresas (MYPES) de la provincia de Huancayo”* La presente investigación tiene como objetivo: “ Conocer la situación actual y perspectivas de la cultura tributaria como medio de formalización de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) de la Provincia de Huancayo” concluyó que: “El nivel de cultura tributaria de los microempresarios del Mercado Mayorista Ruez Patiño – Huancayo es débil y consideran que la informalidad y otras formas de eludir sus responsabilidades tributarias es normal para los contribuyentes, incidiendo negativamente en la formalización de las MYPES”.

2.2 Bases Teóricas o Científicas

2.1.3 Cultura tributaria

2.2.2.1 Tributo

El tributo puede definirse como “la prestación obligatoria, generalmente pecuniaria, establecida por ley, cuya finalidad es proporcionar recursos al Estado o entes públicos para el cumplimiento de sus fines.” (Huamaní, 2005, p.24)

Realizando una revisión histórica del tributo, podemos concluir que, “en el Perú Antiguo, el tributo tomó la representación de mita, ayni y minka, el que era entregado por los ayllus al curaca o al inca a cambio de protección”, en la Edad Media en Europa “con este tributo, el señor feudal mantenía el ejército, entre otras cosas”.

El tributo ha ido evolucionando, actualmente se paga porque lo establece la ley, es así que “el tributo se entrega al Estado para cubrir los gastos que requiera el cumplimiento de sus fines, siendo exigible coactivamente ante su incumplimiento”.

Características del tributo

- El tributo tiene las siguientes características:
- Se crea solamente por Ley.

- Se paga en dinero (algunas excepciones en especie).
- Obligatorio ante el poder tributario que tiene el estado.
- Debe ser utilizado por el Estado para el cumplimiento de sus obligaciones.
- El estado lo cobra coactivamente si la persona obligada a pagarlo incumple.

Funciones del tributo

- Función Fiscal, busca aumentar los ingresos del Estado para que éste financie el gasto público siempre y cuando cuente con recursos a partir de la recaudación de impuestos.
- Función Económica, busca colocar la economía en un sentido determinado, es así que se pueden elevar o bajar los tributos para proteger ciertos sectores económicos.
- Función Social, los tributos que pagan los contribuyentes regresan a la ciudadanía mediante servicios públicos, programas sociales y obras públicas.

Actualmente en el Perú, la entidad encargada de administrar, fiscalizar y recaudar los tributos es la Superintendencia Nacional de Administración tributaria y Aduanas (SUNAT).

Finalmente, podemos afirmar que los tributos tienen una gran importancia para el desarrollo de todos los Estados, ya que sin ellos no se podrían satisfacer las necesidades de la población. Por tal razón, es indispensable que los ciudadanos nos preocupemos por conocer más sobre los tributos y tomemos una actitud responsable frente al pago de los mismos.

2.2.2.2 Cultura

La conceptualización del término “cultura” ha variado con el transcurrir del tiempo. Etimológicamente, la palabra cultura proviene del latín “*cultus*” que significa “cultivo” o “cultivado”. Este término es el participio pasado de la palabra “*colere*” que significa “cultivar”.

Actualmente, la Real Academia de la Lengua Española (2020) define a la cultura como el “Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”, también como “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grados de desarrollo artísticos, científico, industrial, en una época, grupo social”.

Para Herrero (2002) la cultura es “el conocimiento adquirido que las personas utilizan para interpretar su experiencia y generar comportamientos”.

De todo lo dicho podemos concluir que, en toda sociedad existe cultura y que ésta se aprende y comparte de generación en generación a través de la interrelación de las personas que comparten conocimientos, habilidades, valores, creencias y actitudes. Siendo así que, una sociedad es igual a su cultura.

2.2.2.3 Cultura Tributaria

El CPCC José Luis García, docente de la Universidad de Ciencias y Humanidades (Perú), señala que, “la cultura tributaria es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributarias”.

Roca (2008) conceptualiza a la cultura tributaria como “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”. (p.5)

En ese orden de ideas, la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT, 2018) señala que la cultura tributaria “es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes”.

La cultura tributaria es formar una “conciencia de que la tributación no sólo es una obligación legal, sino un deber ciudadano”.

La Teoría de la cultura tributaria dada por Villagómez (2011), donde expresa “que la cultura tributaria es el proceso de largo plazo que tiene por objetivo elevar el nivel de conciencia cívica respecto del cumplimiento tributario de los ciudadanos”, también indica que “es un conjunto de rasgos distintivos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una sociedad respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria”.

La administración tributaria peruana tiene claro que “es necesario trabajar para que la sociedad revalorice la función social del tributo; es decir, reconozca los beneficios sociales derivados de la recaudación tributaria y, a la vez, que acepte que los delitos tributarios son perjudiciales para el conjunto de la comunidad”.

Asimismo, se debe considerar que, “un estímulo (o desestímulo) importante para la tributación lo constituye el manejo y destino de los fondos públicos, aparte de que, para muchos ciudadanos, tributar es un acto discrecional, relacionado con su percepción positiva o negativa sobre el uso de los fondos”.

“Uno de los objetivos de la educación fiscal debe ser, precisamente, romper ese círculo vicioso y hacer conciencia de que la tributación no sólo es una obligación legal, sino un deber de cada persona ante la sociedad. Además, se le debe convencer de que cumplir con tal responsabilidad le confiere la autoridad moral necesaria para exigir al Estado que haga un uso correcto y transparente de los recursos públicos. A efecto de fortalecer la Cultura Tributaria, se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributaria”.

Finalmente podríamos decir que, “si la cultura es conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes de un determinado grupo social”; la cultura tributaria es el

conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como el nivel de conciencia, que tiene la sociedad, respecto de los deberes y derechos que se derivan de la relación tributaria.

2.2.2.3.1 Dimensiones de la cultura tributaria del consumidor final

Tiempo atrás, la cultura tributaria se definía bajo tres enfoques: cognitivo, normativo y afectivo (Altamirano e Iberico 2018); sin embargo, investigaciones recientes integran estos tres enfoques en una sola definición; en esa línea en la 42va Asamblea General del Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT) la señora Carolina Roca Ruaño en su ponencia “Estrategias para la formación de la cultura tributaria” indicó que: “Si concebimos a la cultura como el conjunto de conocimientos, modos de vida y costumbres de una sociedad determinada, o bien como el conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo, por cultura tributaria entenderíamos al conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, pero más importante aún, al conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”.

Así también, María Elena Armas y Miriam Colmenares (2009) en su artículo titulado “Educación para el desarrollo de una cultura tributaria”, manifiestan que la cultura tributaria es “un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen...”

Para identificar las dimensiones de la cultura tributaria del consumidor final de bienes o servicios, se requiere comprender el concepto de conciencia tributaria.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2012) indica que “la conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos”.

También, la SUNAT, nos refiere que la conciencia tributaria tiene 2 dimensiones:

- a) Como proceso: Referido a la formación de la conciencia tributaria en la persona; vale decir, a la concurrencia de diferentes hechos que justifican el comportamiento de la persona frente a la tributación.
- b) Como contenido: Referido “a los sistemas de información, códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores del comportamiento del ciudadano respecto de la tributación”. Todo ello determina los parámetros normativos que delimitan la actuación de los contribuyentes.

De lo antes expuesto, podemos concluir que, por lo general, la conciencia tributaria es la relación del pensamiento más la acción.

Tomando como referencia a los autores antes citados, se desprenden las siguientes dimensiones de la cultura tributaria del consumidor final:

- Conocimiento tributario.
- Actitud frente a los tributos.

2.2.2.3.2 Conocimiento Tributario

Para Altamirano e Iberico (2018) esta dimensión de la cultura tributaria “puede definirse como el nivel de información que los contribuyentes poseen en relación a los deberes, restricciones y sistema tributario vigente”. Esta definición concuerda con lo planteado por autores que consideran al conocimiento tributario como la información que manejan los ciudadanos en materia de tributos, referido especialmente a los derechos y obligaciones que como ciudadanos tenemos en materia tributaria.

El conocimiento tributario, que el ciudadano debe tener, “involucra la comprensión del funcionamiento del sistema tributario, en el que el fisco recauda un porcentaje de los recursos de la población a fin de devolverlos por medio de la prestación de servicios públicos (Silva, 2011). La responsabilidad de instruir a la población en materia de tributos recae sobre la administración tributaria que está en la obligación de orientar, informar, educar y asistir al contribuyente en este aspecto, para lo que debe desarrollar procesos que faciliten y promuevan la capacitación y educación tributaria” (Vera, 2017).

Las personas deben estar informadas y debidamente orientadas sobre temas tributarios, comprendiendo la importancia de sus responsabilidades, pues así la ciudadanía ejerce sus derechos y cumple con sus obligaciones comprendiendo la importancia de esta.

La información tributaria es importante para poder mantener un sistema justo e imparcial para todos, y subvencionar los programas y servicios que enriquecen nuestra vida.

Finalmente, mientras la población esté informada acerca de temas tributarios, estos podrán cumplir con sus obligaciones tributarias y así mejorar la recaudación tributaria de nuestro país.

2.2.2.3.3 Actitud frente a los tributos

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2012), cuando se refiere a la conciencia tributaria de los ciudadanos la precisa “como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo”, vale decir, la actitud de las personas frente al tributo.

En ese sentido, para Altamirano e Iberico (2018) “la actitud, en el ámbito tributario, es un análisis subjetivo sobre la forma de proceder de la administración tributaria y el funcionamiento del sistema tributario... En el caso de la tributación, las creencias que

las personas tengan sobre las entidades o funcionarios que las dirigen tendrán repercusión en su actitud, por ejemplo, en Perú, la reputación del Estado y de otras instituciones ha estado manchada con actos de corrupción, administración deficiente de recursos, enriquecimiento ilícito y pobre aporte al desarrollo de la sociedad, por lo que genera una actitud de resistencia a las normativas o programas que el gobierno de turno desee establecer... Este escenario se agrava más cuando las percepciones de injusticia, ineficiencias y corrupción se elevan y la conducta elusiva deja de ser considerada como delictiva, dado que dichas percepciones vienen a ser excusas o justificación para el incumplimiento fiscal, siendo así, los contribuyentes evaden el pago de sus tributos para incrementar sus utilidades y justifican su accionar usando como argumento la corrupción o la injusticia del sistema tributario...”.

Por último, la cultura tributaria es la forma que los ciudadanos actúan frente a sus obligaciones tributarias, pero en un país como el Perú no es fácil tener una actitud positiva frente a los tributos, pese a que la SUNAT se ha esforzado para que los contribuyentes no evadan impuestos, esta situación se sigue dando, es así que se debe ver al consumidor final como un aliado en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

2.1.4 Obligación de emisión de comprobantes de pago

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (2019) señala que la emisión y entrega de comprobantes de pago es una obligación formal del contribuyente y un derecho del usuario o adquirente.

Así mismo, el Decreto Ley N° 25632 – Ley Marco de Comprobantes de Pago, en su artículo 1° establece que “Están obligados a emitir comprobantes de pago todas las personas que transfieren bienes, en propiedad o en uso, o presten servicios de cualquier

naturaleza. Esta obligación rige aun cuando la transferencia o prestación no se encuentre afecta a tributos”.

2.2.3.1 Obligaciones Tributarias

En el artículo 1° del Título I del Libro Primero del Código Tributario define a la obligación tributaria como:

“La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente”.

La obligación tributaria “constituye una relación jurídica que liga a dos o más personas, en virtud de la cual una de ellas, llamada deudor, debe cumplir una prestación a favor de la otra, llamada acreedor, para satisfacer un interés de este último digno de protección”.

2.2.3.2 Nacimiento de la Obligación Tributaria

En el artículo 2° del Título I del Libro Primero del Código Tributario se especifica que “La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación”.

De lo establecido en la ley, podemos inferir que, “no existe ninguna obligación tributaria que no nazca de la realización de un hecho imponible”.

En el artículo 3° del Título I del Libro Primero del Código Tributario se establece la Exigibilidad de la Obligación Tributaria.

“La obligación tributaria es exigible:

- i) Cuando deba ser determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por Ley o reglamento, y a falta de este plazo, a partir del décimo sexto día del mes siguiente al nacimiento de la obligación, y tratándose de tributos administrados por la SUNAT, desde el día siguiente

al vencimiento del plazo fijado en el artículo 29 del Código Tributario o en la oportunidad prevista en las normas especiales en el supuesto contemplado en el inciso e) de dicho artículo.

- ii) Cuando deba ser determinada por la Administración Tributaria, desde el día siguiente al vencimiento del plazo para el pago que figure en la resolución que contenga la determinación de la deuda tributaria. A falta de este plazo, a partir del décimo sexto día siguiente al de su notificación”.

2.2.3.3 Elementos de las obligaciones tributarias

Dentro de la teoría general de las obligaciones, los elementos de la obligación tributaria son los sujetos y el objeto.

- **Sujeto activo (el acreedor):** “es aquel a favor del cual debe realizarse la prestación tributaria (el Estado; el Gobierno Central, los Gobiernos Regionales, los Gobiernos Locales y otras entidades de derecho público)”.
- **Sujeto pasivo (el deudor tributario):** “Es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente; hay que indicar que, de acuerdo con lo establecido por nuestra legislación, como deudor tributario también se incluye al responsable”.
- **El objeto:** “Es la prestación que debe cumplir el sujeto pasivo; el tributo a pagar. Nuestro código señala que la obligación tiene como objeto el cumplimiento de la prestación tributaria”.

2.2.3.4 Comprobantes de Pago

El Decreto Ley N° 25632 – Ley Marco de Comprobantes de Pago, en su artículo 2° establece que: “Se considera comprobante de pago, todo documento que acredite la transferencia de bienes, entrega en uso o prestación de servicios, calificados como tal por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT”.

2.2.3.5 Tipos de comprobantes de pago

Conforme el Reglamento de Comprobantes de Pago existen los siguientes tipos:

- a) **Facturas:** Entregado a contribuyentes que cuentan con Registro Único de Contribuyentes (RUC) y si éstos lo solicitan.
- b) **Boleta de Venta:** Entregado a consumidores finales de bienes y servicios.
- c) **Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras:** Se emiten:
 - En operaciones con consumidores finales, no da derecho a ejercer crédito fiscal ni a sustentar costo o gasto para efecto tributario.
 - En operaciones realizadas por los sujetos del RUS (Régimen único Simplificado).
- d) **Liquidaciones de compra:** “Serán emitidas por las personas naturales y jurídicas por las adquisiciones que efectúen a personas naturales productoras y/o acopiadoras de productos primarios derivados de la actividad agropecuaria, pesca artesanal y extracción de madera, de productos silvestres, minería aurífera artesanal, artesanía, desperdicios y desechos metálicos, desechos de papel y desperdicios de caucho, siempre que estas personas no otorguen comprobantes de pago por carecer de número de RUC”.
- e) **Comprobante de Operaciones – Ley N° 29972:** Podrán emitirla las cooperativas agrarias, siempre que adquieran de sus socios bienes muebles y/o servicios, de conformidad con la Ley N° 29972. Permiten sustentar gasto o costo para efectos tributarios.
- f) **Documentos autorizados:** Estos documentos permiten sustentar costo o gasto para efecto tributario y ejercer derecho a crédito fiscal. Los documentos autorizados por el Reglamento de Comprobantes de Pago son:
 - “Boletos de viaje”.

- “Boletos de transporte aéreo”.
- “Cartas de porte aéreo”.
- “Conocimiento de embarque”.
- “Recibos emitidos por servicios públicos”.
- “Documentos emitidos por las administradoras de fondos de pensiones”.
- “Documentos emitidos por las empresas del sistema financiero y de seguros”.
- “Pólizas de adjudicación emitidas con ocasión del remate o adjudicación de bienes por venta forzada”.
- **Recibos por honorarios:** Son emitidos por personas naturales que prestan de manera personal e independiente servicios.

2.2.3.6 El Ciudadano común y el Impuesto General a las Ventas (IGV)

Cuando una persona realiza una compra, está pagando el IGV, aun cuando el vendedor no le entregue el comprobante de pago. La diferencia entre una compra con o sin comprobante de pago, es la siguiente:

- a) “Si el comerciante le entrega el comprobante de pago al comprador, entonces este puede estar seguro que el IGV que ha pagado será entregado a la SUNAT”.
- b) “Si el comerciante no le entrega el comprobante de pago, puede estar seguro que este se apropiará del IGV que ha pagado”.

2.2.3.7 Importancia de los comprobantes de pago

La SUNAT, da a conocer a la población que: “los comprobantes de pago son necesarios por lo siguiente:

- Acreditar la realización de una operación comercial, los montos y los impuestos pagados.
- Con ellos se puede demostrar la propiedad de un producto o servicio.

- Permiten realizar un reclamo, solicitar el cambio o la devolución del dinero cuando los productos adquiridos están defectuosos.
- Ayudan a evitar la evasión tributaria (evasión es cuando el vendedor paga menos tributos al Estado de los que debería”).

Según la SUNAT (2019) siete de cada diez ciudadanos no acostumbra pedir comprobantes de pago, especialmente, boletas de venta. Resultando perjudicial para el Estado.

2.3 Marco Conceptual

Bienes y Servicios

Los bienes y servicios son mercancías, objetos y actividades que resultan del esfuerzo de las personas para satisfacer las necesidades de otros seres humanos.

Los bienes son objetos tangibles que pueden ser tocados y vistos, tales como ropa, artefactos, menajes, etc.

Los servicios son bienes intangibles ofrecidos por personas, tales como: abogados, contadores, médicos, etc.

Capacidad Contributiva

Barrios (1966) define como “La capacidad contributiva es la capacidad económica de poder contribuir a los gastos públicos, que originan los servicios generales proporcionados por el Estado y que benefician a la colectividad”.

Conciencia

Del latín “conscientia” la Real Academia de la Lengua Española la define como: “Conocimiento del bien y del mal que permite a la persona enjuiciar moralmente la realidad y los actos, especialmente los propios”.

Conciencia Tributaria

“Interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados”.

Consumidor Final

La Ley N.º 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor, define en su artículo IV, numeral 1.1. a los consumidores como: “Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional...”.

Consumidor Final de Servicios de Salud

Son aquellos individuos que hacen uso de los sistemas de atención orientados al mantenimiento, la restauración y la promoción de la salud. Son denominados también como “pacientes”.

Contribuyente

El artículo 8º del Texto Único Ordenado del Código Tributario señala que “Contribuyente es aquel que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria”.

El contribuyente es aquella persona natural o jurídica que debe cumplir con las obligaciones tributarias impuestas por las normas vigentes, es el sujeto pasivo de la obligación tributaria y deudor principal de la administración tributaria. Vale decir que, el contribuyente es la persona que realiza el hecho imponible.

Cultura Tributaria

Valero y Ramírez (2009) señalan que la cultura tributaria “se refiere al conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de conciencia

respecto a los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria”.

Elusión Tributaria

Cuando hablamos de elusión tributaria o elusión fiscal, nos estamos refiriendo a las conductas que algunos contribuyentes adoptan con el objeto de evitar el pago o pagar menos impuestos, empleando para ello estrategias o maniobras permitidas por la ley o por vacíos en ella, por lo tanto, esta conducta no es considerada ilegal.

Evasión Tributaria

Para Yañez (2015) “la evasión tributaria o evasión fiscal es una actividad ilícita que consiste en ocultar ingresos o bienes con la finalidad de pagar menos impuestos. Es una actividad considerada como un delito en la mayoría de legislaciones. Muchas empresas y personas naturales incurrir en este delito por considerar que el pago de impuestos es una especie de castigo para ellos, sin saber que gracias a este pago es que se mantiene gran parte de la economía de un país.” (p.173)

Impuesto

En la Norma II del Título Preliminar del Código Tributario, se define al impuesto como: “Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado”.

“El impuesto es el más importante recurso de que se sirve el Estado para obtener ingresos tributarios; algunos, aunque no solo por esta importancia, lo califican como el tributo típico o el tributo por antonomasia”.

Infracción Tributaria

El artículo 164° del Texto Único Ordenado del Código Tributario señala que: “Es infracción tributaria, toda acción u omisión que importe la violación de normas tributarias, siempre que se encuentre tipificada como tal en el presente Título o en otras leyes o decretos legislativos”.

Obligación Tributaria

En el artículo 1° del Texto Único Ordenado del Código Tributario se define a la Obligación tributaria como: “La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente”.

Recaudación

Acto por el cual la administración tributaria junta dinero u otro de valor similar, con la finalidad de ponerlos a disposición del gobierno, quien lo administrará en representación de la población.

Recaudación Tributaria

“Es aquella parte de los ingresos públicos que obtienen las distintas administraciones públicas a través de la exigencia de los tributos, establecidos de forma unilateral por el Estado a consecuencia del poder fiscal que el ordenamiento jurídico le ha conferido. Este tipo de recursos suponen la fuente más importante de obtención de recursos por parte de los entes públicos, constituyendo una fuente previsible y ordinaria de financiar el gasto público”.

Servicios de Salud

Los servicios de salud son “aquellas prestaciones que brindan asistencia sanitaria. Puede decirse, que la articulación de estos servicios constituye un sistema de atención orientado al mantenimiento, la restauración y la promoción de la salud de las personas”.

Tributo

Gerardo Ataliba, señala que: “Jurídicamente se define tributo como la obligación jurídica pecuniaria, *ex lege*, que no constituye sanción de acto ilícito, cuyo sujeto activo es, en principio una persona pública, y cuyo sujeto pasivo es alguien opuesto a esa situación por la voluntad de la ley”.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

La cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

3.2 Hipótesis Específicas

- a) El conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.
- b) La actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

3.3 Variables

3.3.1 Variable Independiente

Cultura Tributaria del consumidor final de servicios de salud.

3.3.2 Variables Dependiente

Obligación de Emisión de Comprobantes de Pago

3.3.3 Operacionalización de Variables

VARIABLE	D.CONCEPTUAL	D.OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
V1 Cultura tributaria	La cultura tributaria puede definirse como “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”. (Roca, Carolina, 2011, p. 6).	Para Altamirano e Iberico (2018) el conocimiento tributario “puede definirse como el nivel de información que los contribuyentes poseen en relación a los deberes, restricciones y sistema tributario vigente... Esta definición concuerda con lo planteado por autores que consideran al conocimiento tributario como la información que majean los ciudadanos en materia de tributos, referido especialmente a los derechos y obligaciones que como ciudadanos tenemos en materia tributaria”.	Conocimiento Tributario	Información sobre los impuestos.
				Información sobre el pago de tributos
				Información sobre destino de los tributos.
				Información sobre el rol de la SUNAT.
				Información sobre la importancia de tributar.
		La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2012), cuando se refiere a la conciencia tributaria de los ciudadanos la precisa “como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo”, vale decir, la actitud de las personas frente al tributo.	Actitud frente al tributo	Actitud frente a la importancia de tributar.
		Para Altamirano e Iberico (2018) “la actitud, en el ámbito tributario, es un análisis subjetivo sobre la forma de proceder de la administración tributaria y el funcionamiento del sistema tributario... En el caso de la tributación, las creencias que las personas tengan sobre las entidades o funcionarios que las dirigen tendrán repercusión en su actitud...”.		Actitud frente a las normas tributarias.

VARIABLE	D.CONCEPTUAL	D.OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<p style="text-align: center;">V2</p> <p>Obligación de emisión de comprobantes de pago</p>	<p>“La emisión y entrega de comprobantes de pago es una obligación formal del contribuyente y un derecho del usuario o adquirente”. (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2019).</p>	<p>“Sólo se consideran comprobantes de pago, siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos en el presente reglamento”. (Reglamento de Comprobantes de Pago Resolución de Superintendencia N.º 007-99/SUNAT, Artículo 2º).</p>	<p>Obligación de emisión de comprobantes de pago</p>	<p>Entrega comprobante de pago</p>
	<p>“Se considera comprobante de pago, todo documento que acredite la transferencia de bienes, entrega en uso o prestación de servicios, calificados como tal por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT”. (Decreto Ley N° 25632 – LEY MARCO DE COMPROBANTES DE PAGO, en su artículo 2º).</p>	<p>Pedir comprobantes de pago “nos ayuda a contribuir con el país, porque estamos asegurando que el vendedor pague sus impuestos y este dinero se destine a obras como postas médicas, colegios, seguridad, acceso a la justicia, entre otras”. (Tania Bances, 2014).</p>		<p>Solicitud de comprobante de pago.</p>
				<p>Reconoce un comprobante de pago.</p>
				<p>Grado de presión por parte del consumidor final.</p>
				<p>Importancia de pedir comprobante de pago.</p>

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Método de Investigación

4.1.1 Métodos Generales:

- **Método Científico:**

El método científico según el Oxford English Dictionary (OED, 2004) es:

“Un método o procedimiento que ha caracterizado a la ciencia natural desde el siglo XVII, que consiste en la observación sistemática, medición y experimentación, y la formulación, análisis y modificación de las hipótesis. El método científico sería el procedimiento mediante el cual podemos alcanzar un conocimiento objetivo de la realidad, tratando de dar respuesta a las interrogantes acerca del orden de la naturaleza. Por tanto, es un método ligado a la ciencia y al conocimiento científico”.

Para la presente investigación se consideró el método científico, puesto que se seguirán los pasos que corresponden a este método, vale decir, se iniciará con la observación, formulación del problema, planteamiento de hipótesis, composición del marco teórico o teorización, recolección de datos, tratamiento estadístico de los datos y se arribarán a conclusiones que podrían convertirse en teorías.

- **Método Inductivo - Deductivo:**

Según Bacon (citado por Dávila, 2006) “Afirmaba que para obtener conocimiento es imprescindible observar la naturaleza, reunir datos particulares y hacer generalizaciones a partir de ellos”

Consideramos el método inductivo, porque de hechos o fenómenos particulares podremos realizar generalizaciones, vale decir, que en nuestra investigación realizaremos una recolección de datos para poder analizarlos, sintetizarlos y arribar a conclusiones.

- **Método Análisis – Síntesis:**

Empleamos el método analítico cuando separamos las partes de un todo para examinarlas de manera individual, estableciendo de esa forma, las relaciones que las unen.

El método sintético consiste en “la reunión racional de los elementos dispersos de un todo para estudiarlos en su totalidad”.

El análisis síntesis constituye una unidad como método para el estudio de un problema, “el final del análisis marca el inicio de la síntesis, los dos procesos se encuentran reunidos en el estudio de realidades o problemas complejos”.

En nuestra investigación, mediante la observación, recolección de datos, análisis y procesamiento de dichos datos, emplearemos el análisis síntesis, puesto que, se separarán las partes de un todo para estudiarlas de forma individual y se reunirán de forma racional los elementos dispersos para estudiarlos en su totalidad.

Así mismo, este método nos permitirá conocer mejor la realidad a la que nos enfrentaremos, describirlas de una mejor forma y descubrir relaciones entre sus componentes.

4.1.2 Métodos Específicos:

- **Método Descriptivo:**

Para Montero, I y De La Cruz, M, el método descriptivo es “un conjunto de procedimientos que nos permiten señalar las características en forma detallada y ordenada del problema de estudio...”.

- **El Método Estadístico:**

“Es un procedimiento que se emplea por diversas ciencias, sobre todo en los diseños de investigación que hacen uso de muestras, en los que es necesario recurrir a técnicas de muestreo, además de las medidas cuantitativas en la organización y

análisis de datos. Así como la aplicación de las técnicas de significación estadística, y que son importantes para el proceso de interpretación posterior de tales datos”.

En nuestra investigación se empleará el método estadístico con los siguientes propósitos:

- Obtener información en cantidad necesaria.
- Organizar, resumir y presentar en forma adecuada la información obtenida.
- Analizar e interpretar la información obtenida.

4.2 Tipo de Investigación

Según (Sánchez & Reyes, 2009), “el tipo de la investigación fue de tipo Aplicada, debido a que nuestra investigación tiene fines prácticos; es decir nuestra investigación ayuda a la solución de un problema social por eso, este tipo de investigación es llamada también constructivista o utilitaria”

4.3 Nivel de Investigación

Según (Hernández et al., 2014), “el nivel de la investigación fue correlacional porque su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta” (p. 95).

La investigación corresponde al nivel correlacional, toda vez que el objetivo de investigación fue determinar el tipo de relación existente entre las dos variables de investigación, esto es, el tipo de relación que existe entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

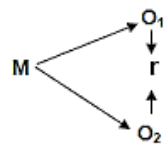
4.4 Diseño de Investigación

El diseño general es el no experimental que según (Hernández et al., 2014, p. 152) podría definirse “como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables

independientes para ver su efecto sobre otras variables. Son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”. “En investigaciones que no experimente, no es posible manipular las variables o asignar participantes o tratamientos al azar. De hecho, no hay condiciones planificadas o estímulos para administrar a los participantes del estudio”.

El diseño de investigación específico corresponde al diseño no experimental – transeccional; dicho diseño implica la recolección de datos en un solo momento, en un único tiempo, sin realizar la manipulación deliberada de las variables. “Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación”, es como “tomar una fotografía” de algo que sucede.

“El esquema del presente diseño será el siguiente”, según (Sánchez & Reyes, 2009):



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V.1.

O₂ = Observación de la V.2.

r = Correlación entre dichas variables.

4.5 Población y Muestra

4.5.1 Población

Según (Carrasco, 2016) “es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (p. 236).

En el caso de la presente investigación, la población estuvo constituida por los consumidores finales de servicios de salud de las cuadras 10,11 y 12 de la avenida Daniel Alcides Carrión del distrito de Huancayo. Con excepción de los pacientes, que hacen uso de los servicios de salud, de los consultorios que se encuentran dentro de la Clínica Ortega y Clínica Bilbao. Por lo tanto, habiendo realizado la consulta del flujo de clientes que

concurren por día, a los consultorios antes señalados, se ha estimado un aproximado de 203 pacientes.

4.5.2 Muestra

Según Arias (2012) la define como un “Subconjunto representativo y finito que se extrae de la población muestra” (p.83).

En este sentido al tratarse de una población finita, el tamaño de muestra que se utilizó en la investigación fue el resultado de la siguiente fórmula general para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$

Donde:

Z= nivel de confianza, 95% (1.96)

N= población (203)

p= probabilidad de éxito, o proporción esperada (0.5)

q= probabilidad de fracaso (0.5)

E= error estándar de la estimación (0.05)

$$n = \frac{1.96^2 \times 203 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 (203 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 133$$

Por lo tanto, la muestra estuvo conformada por 133 consumidores finales de servicios de salud de los consultorios independientes de las cuadras 10,11 y 12 de la avenida Daniel Alcides Carrión del distrito de Huancayo.

Criterio de inclusión

- Pacientes que aceptaron participar voluntariamente en el estudio.
- Pacientes que se atendieron en los consultorios independientes de las cuadras 10, 11 y 12 de la Avenida Daniel Alcides Carrión de Huancayo.

Criterio de exclusión

- Pacientes que no aceptaron participar voluntariamente en el estudio.
- Pacientes que se atendieron en los consultorios de las Clínicas: Bilbao y Ortega.

4.5.3 Técnicas de muestreo

Las técnicas de muestreo nos permiten seleccionar una muestra representativa de una población, puede ser probabilístico y no probabilístico.

Para nuestra investigación se empleó el muestreo no probabilístico de tipo intencionado.

4.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.6.1 Técnicas de Recolección de Datos

Según López (2013) señala que “Las técnicas son las diversas maneras de obtener la información, mientras que los instrumentos son las herramientas que se utilizan para la recolección, almacenamiento y procesamiento de la información recogida” (p 44).

Tabla 2:

Técnicas de Recolección de Datos

Variables	Técnicas	Instrumentos	Fuente
Cultura Tributaria	- Encuesta	-Cuestionario	Consumidores
Obligación de Emisión de Comprobantes de Pago	- Encuesta	-Cuestionario	Consumidores

Fuente: Elaboración propia

Encuesta

Según Naresh (2008): “Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado, dicho cuestionario está diseñado para obtener información específica”.

4.6.2 Instrumentos de Recolección de Datos

Cuestionario

Según Casas et al. (2003) “El instrumento básico utilizado en la investigación por encuesta es el cuestionario, que es un documento que recoge en forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta”.

4.6.3 Validación y confiabilidad

4.6.3.1 Validación

En la presente investigación, la validez de los instrumentos se realizó a través de la evaluación de juicio de expertos, que midió la suficiencia, claridad, coherencia y relevancia del instrumento, para lo cual se otorgó una planilla de juicio a cada uno de los expertos, conformado por profesores de la Universidad Peruana Los Andes.

4.6.3.2 Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad de cada variable de estudio se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach. A continuación, se presentan los valores obtenidos en las tablas siguientes.

Tabla 3
Estadísticos de fiabilidad cultura tributaria

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,862	14

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Tabla 4
Estadístico de fiabilidad obligación de emisión de comprobantes de pago

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,953	14

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Tabla 5
Escala de Vellis

“Por debajo de .60”	“Es inaceptable”
“De .60 a .65”	“Es indeseable”
“Entre .65 y .70”	“Es mínimamente aceptable”
“De .70 a .80”	“Es respetable”
“De .80 a .90”	“Es muy buena”

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Utilizando el programa SPSS versión 25, se calculó el nivel de confiabilidad del primer instrumento cultura tributaria, compuesto por 14 preguntas cuyo *Alfa de Cronbach* fue de 0.862 y de acuerdo a la escala de Vellis, es muy buena; de igual manera para el segundo instrumento obligación de emisión de comprobantes de pago se obtuvo un *Alfa de Cronbach* de 0,953 de los 14 elementos, que con la escala de Vellis, es muy buena.

4.7 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Para procesar y analizar los datos cuantitativos se empleó la estadística descriptiva e inferencial.

Los resultados de la estadística descriptiva se presentaron en tablas y gráficas.

El análisis inferencial se realizó utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

4.8 Aspectos Éticos de la Investigación

En cuanto a aspectos éticos se refiere:

- Las encuestas fueron confidenciales, no se divulgará la información de los consumidores a los cuales se les aplicó el cuestionario.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 Descripción de resultados

Si $N < 50$ entonces usamos Shapiro-Wilk

H_0 : La distribución es normal

H_1 : La distribución no es normal

Tabla 6
Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura tributaria	,152	133	,000	,910	133	,000
Obligación de emisión de comprobantes de pago	,197	133	,000	,867	133	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Con 133 encuestados con respecto a las dos variables, acorde con la Prueba de Kolmogorov-Smirnov, se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.05, Sig E $0,000 < 0,05$ Sig T, vale decir que, las distribuciones de los datos de la muestra no son normales, por lo tanto, se empleó para la prueba de hipótesis, el estadístico Rho de Spearman.

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta formulada a los 133 consumidores finales de servicios de salud de los consultorios independientes de las cuadras 10,11 y 12 de la avenida Daniel Alcides Carrión del distrito de Huancayo.

5.1.1 Resultados de la encuesta

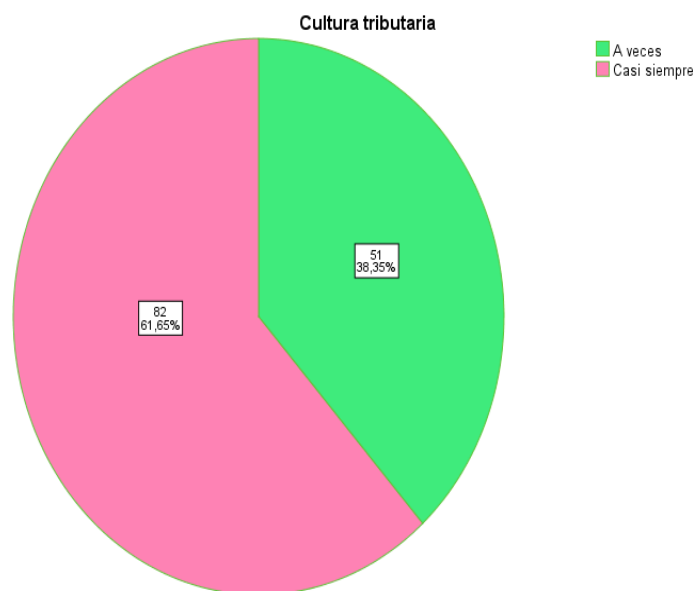
Tabla 7:
Resultados del promedio de la variable cultura tributaria

Cultura tributaria					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	51	38,3	38,3	38,3
	Casi siempre	82	61,7	61,7	100,0

Total	133	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Fuente: encuesta formulada a la muestra de investigación

Gráfico 3
Distribución de la variable cultura tributaria



Fuentes: Elaboración SSPS Versión 25

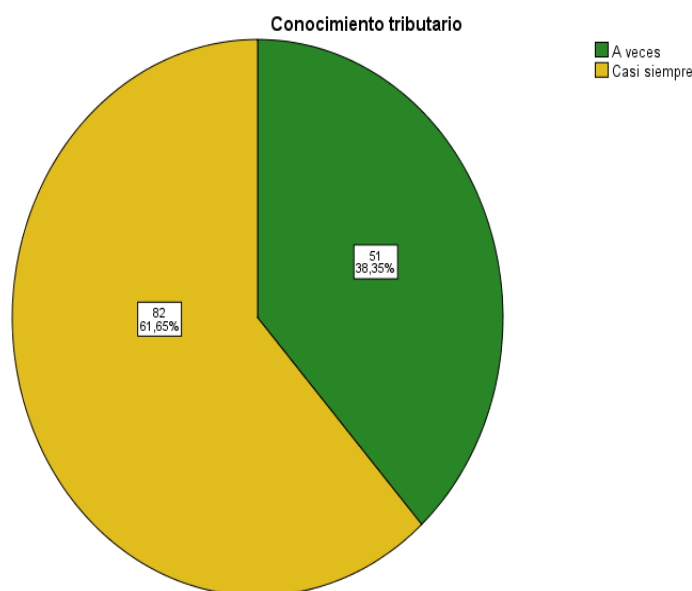
Luego de haber realizado las 133 encuestas que abarca nuestra investigación, se observó que el 61,7% (82) que son la mayoría, respondieron que casi siempre, es decir, que la mayoría de los consumidores finales de servicios de salud, encierran un “conjunto de valores, creencias y actitudes respecto a la tributación”; por lo tanto, muchos de ellos si tienen cierto conocimiento acerca de la responsabilidad que implica el cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tabla 8
Resultados del promedio de la dimensión conocimiento tributario

Conocimiento tributario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	51	38,3	38,3	38,3
	Casi siempre	82	61,7	61,7	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: encuesta formulada a la muestra de investigación

Gráfico 4
Distribución de la dimensión conocimiento tributario



Fuentes: Elaboración SSPS Versión 25

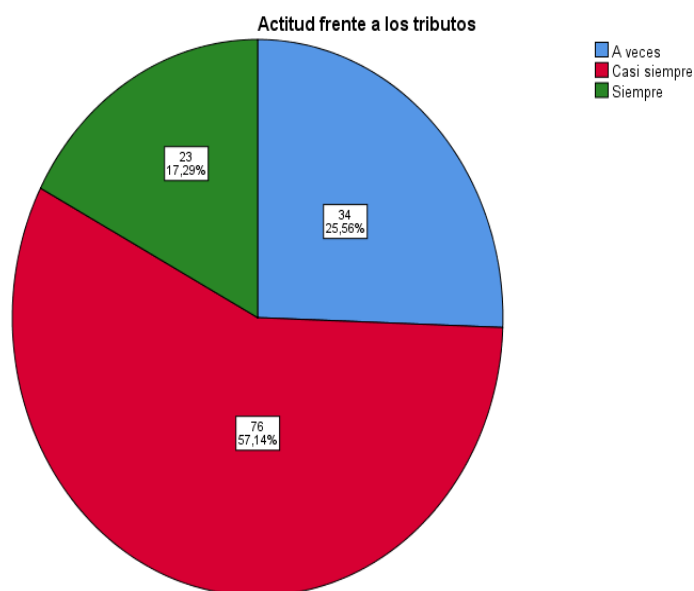
Luego de haber realizado las 133 encuestas que abarca nuestra investigación, se observó que el 61.7% (82) que son la mayoría, respondieron que casi siempre, es decir, que la mayoría de los consumidores finales de servicios de salud, tienen un entendimiento sobre los tributos, desde la perspectiva de una política fiscal responsable, asimismo, tienen cierto conocimiento sobre el destino que se le da a los tributos que se pagan al estado y lo que implicaría el no hacerlo.

Tabla 9
Resultados del promedio de la dimensión actitud frente a los tributos

Actitud frente a los tributos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	34	25,6	25,6	25,6
	Casi siempre	76	57,1	57,1	82,7
	Siempre	23	17,3	17,3	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: encuesta formulada a la muestra de investigación

Gráfico 5
Distribución de la dimensión actitud frente a los tributos



Fuentes: Elaboración SSPS Versión 25

Luego de haber realizado las 133 encuestas que abarca nuestra investigación, se observó que el 57.1% (76) que son la mayoría, respondieron que casi siempre, es decir, que la mayoría de los consumidores finales de servicios de salud, tienen una actitud positiva frente al pago de los impuestos, asimismo muchos de ellos consideran importante que su prestador de servicios de salud cumpla con sus obligaciones tributarias.

Tabla 10
Resultado de la variable obligación de emisión de comprobantes de pago

Obligación de emisión de comprobantes de pago					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	112	84,2	84,2	84,2
	A veces	21	15,8	15,8	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

Fuente: encuesta formulada a la muestra de investigación

Gráfico 6
Distribución de la variable obligación de emisión de comprobantes de pago



Fuentes: Elaboración SSPS Versión 25

Luego de haber realizado las 133 encuestas que abarca nuestra investigación, se observó que el 84.2% (112) que son la mayoría, respondieron que casi nunca, es decir, que la mayoría de los contribuyentes no emiten ni entregan de forma voluntaria los comprobantes de pago a sus pacientes. Asimismo, los consumidores finales de servicios de salud, en su mayoría, no reconocen a los comprobantes de pago que son considerados válidos tributariamente, empero, están de acuerdo con que sus prestadores de servicios de salud cumplan con sus obligaciones tributarias.

5.2 Contraste de hipótesis

Considerando que el nivel de la investigación realizada es el correlacional, se ha utilizado el Coeficiente de Correlación Rho de Spearman para realizar la contrastación de la hipótesis formulada, al ser ésta una prueba estadística inferencial que permite determinar y analizar la relación entre dos variables medidas.

Tabla 11
Escala de correlación

“-1”	“Relación negativa grande y perfecta”
“(-0,9 a - 0,99)”	“Relación negativa muy alta”
“(-0,7 a - 0,89)”	“Relación negativa alta”
“(-0,4 a - 0,69)”	“Relación negativa moderada”
“(-0,2 a - 0,39)”	“Relación negativa baja”
“(-0,01 a - 0,19)”	“Relación negativa muy baja”
“0”	“Nula”
“(0,0 a 0,19)”	“Relación positiva muy baja”
“(0,2 a 0,39)”	“Relación positiva baja”
“(0,4 a 0,69)”	“Relación positiva moderada”
“(0,7 a 0,89)”	“Relación positiva alta”
“(0,9 a 0,99)”	“Relación positiva muy alta”
“1”	“Relación positiva grande y perfecta”

5.2.1 Contrastación de la Hipótesis General

H_G: La cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

H₀: La cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud no tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

H₀: $\rho=0$

H₁: La cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

H₀: $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 12

Correlación entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes

		Correlaciones		
			Cultura tributaria	Obligación de emisión de comprobantes de pago
Rho de Spearman	Cultura tributaria	Coefficiente de correlación	1,000	,979**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	133	133
	Obligación de emisión de comprobantes de pago	Coefficiente de correlación	,979**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	133	133

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ se rechazó la H_0 y se aceptó la H_g : La cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes. Consecuentemente, se observó una correlación positiva muy alta con un “r” = 0,979, lo cual nos permite aseverar que, a mayor cultura tributaria por parte de los consumidores finales de los servicios de salud de las cuadras 10, 11 y 12 de la Av. Daniel Alcides Carrión, mayor será la emisión de comprobantes de pago por parte del prestador de servicio o contribuyentes del sector salud.

5.2.2 Contrastación de la Primera Hipótesis Específica

H_G: El conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

H₀: El conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud no tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

H₀: $\rho=0$

H₁: El conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

H₀: $\rho\neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 13

Correlación entre el conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago

		Correlaciones		
			Conocimiento tributario	Obligación de emisión de comprobantes de pago
Rho de Spearman	Conocimiento tributario	Coefficiente de correlación	1,000	,980**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	133	133
	Obligación de emisión de comprobantes de pago	Coefficiente de correlación	,980**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	133	133

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ se rechazó la H_0 y se aceptó la H_{e1} : El conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes. Consecuentemente, se observó una correlación positiva muy alta con un “ r ” = 0,980, lo cual nos permite aseverar que, a mayor conocimiento tributario por parte del consumidor final de servicios de salud, mayor será el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago por parte de los prestadores de servicios de salud.

5.2.3 Contrastación de la Segunda Hipótesis específica

H_G: La actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

H₀: La actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud no tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

H₀: $\rho=0$

H₁: La actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

H₀: $\rho\neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 14

Correlación entre los tributos del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago

		Correlaciones		
			Actitud frente a los tributos	Obligación de emisión de comprobantes de pago
Rho de Spearman	Actitud frente a los tributos	Coefficiente de correlación	1,000	1,000**
		Sig. (bilateral)	.	.
		N	133	133
	Obligación de emisión de comprobantes de pago	Coefficiente de correlación	1,000**	1,000
		Sig. (bilateral)	.	.
		N	133	133

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ se rechazó la H₀ y se aceptó la H₂: La actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

Consecuentemente, se observó una correlación positiva grande y perfecta con un “ r ” = 1,000, lo cual nos permite aseverar que, cuanto mejor sea la actitud frente a los tributos de los consumidores finales de servicios de salud, mayor será la solicitud de comprobantes de pago, por parte de los usuarios, a los contribuyentes.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Nuestro trabajo de investigación tuvo como objetivo general: determinar la relación que existe entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes, para tal efecto se planteó una hipótesis general y dos hipótesis específicas, cuya discusión se presenta a continuación.

Discusión de la Hipótesis General

La hipótesis general planteada en esta investigación fue: La cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

Habiéndose aplicado el Coeficiente de correlación Rho de Spearman se obtuvo una correlación positiva muy alta con un “ r ”= 0,979, este resultado nos indica que, mientras exista una mayor cultura tributaria por parte del consumidor final de servicios de salud, existirá una mayor obligación de emisión de comprobantes de pago por parte del contribuyente. Los resultados obtenidos en nuestra investigación, tienen similitud con los resultados alcanzados por Varona (2020) quien, aplicando la prueba estadística de correlación Rho de Spearman, encontró un coeficiente de 77.6% para evidenciar la correlación entre las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias. Asimismo, Altamirano e Iberico (2018), usando el coeficiente de correlación de Pearson, han encontrado que existe una correlación positiva media y significativa ($R=0.433$, $P=0.05$) entre las variables cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Del mismo modo, Manrique (2015) a través de la prueba estadística Chi - cuadrado obtuvo un valor de 23.366, determinando que existe una relación entre las variables cultura tributaria del consumidor final y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente. Por lo tanto, la correlación significativa entre las variables es válida y puede ser usada en futuras investigaciones con poblaciones de características similares.

Discusión de la Primera Hipótesis

El conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

Habiendo aplicado el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman para realizar la contrastación de la primera hipótesis específica, se obtuvo una relación positiva muy alta con un “ r ”= 0,980. Este resultado nos indica que, mientras exista un adecuado conocimiento tributario, mayor será la exigencia de comprobantes de pago, por lo tanto, mayor será la emisión de comprobantes de pago, lo cual se reflejará en una mejor recaudación en beneficio de la población. Nuestro estudio, obtuvo resultados similares al realizado por Altamirano e Iberico (2018) quienes obtuvieron que existía “una correlación positiva considerable y significativa ($R = .520, p < .05$) entre el conocimiento tributario y cumplimiento de las obligaciones tributarias, argumentando que los empresarios que logren obtener mayor conocimiento de temas tributarios estarán más predispuestos a cumplir con los requerimientos de la administración tributaria”. Así mismo, coincidimos con los resultados de la investigación presentada por Manrique (2015) quien señala que existe una relación del 60% (una relación media alta) entre la educación tributaria del consumidor final y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente, reconociendo que a “medida que la cultura tributaria por parte del consumidor final aumenta, el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente también se incrementa”.

Sin embargo, pese a existir una correlación positiva muy alta entre las variables conocimiento tributario y obligación de emisión de comprobantes de pago, nuestro estudio ha evidenciado que los consumidores finales encuestados tienen poco conocimiento acerca de temas tributarios, resultado que corrobora la investigación realizada por Torres (2018) quien manifiesta que su “estudio demuestra que la educación tributaria del consumidor final del

distrito de San Felipe se encuentra con un nivel bajo equivalente a más del 50% de la población, lo cual está sustentado y formulado en base a los indicadores de nivel de información y conocimiento. Por lo tanto, podemos decir que existe un bajo nivel de cultura tributaria en los ciudadanos de Chachapoyas, porque no han recibido la información suficiente y adecuada, a través de volantes, charlas, folletos, etc.; esto demuestra que los conocimientos que tienen son escasos. Generando que los contribuyentes evadan sus obligaciones tributarias”. Asimismo, la investigación realizada por Janampa (2014), en la ciudad de Huancayo, concluyó que “la principal dificultad que tienen los microempresarios del Mercado Mayorista Ruez Patiño, es que desconocen de temas tributarios, esto debido a que no se desarrollan campañas de información y además no se destinan fondos suficientes y personal adecuado para poder desarrollar los programas de cultura tributaria”.

Como sostiene (Silva, 2011) el conocimiento tributario, que el ciudadano debe tener, “involucra la comprensión del funcionamiento del sistema tributario, en el que el fisco recauda un porcentaje de los recursos de la población a fin de devolverlos por medio de la prestación de servicios públicos”.

En consecuencia, se puede afirmar que la población de nuestro país, específicamente los consumidores finales de bienes y servicios, tienen escaso conocimiento tributario, ello debido al desinterés de la población en temas tributarios y a que la SUNAT, como principal ente recaudador de impuestos en el Perú, no ha desarrollado estrategias adecuadas para mantener informada a la ciudadanía acerca de la importancia de contribuir con el desarrollo del país a través de solicitud de un comprobante de pago.

Discusión de la Segunda Hipótesis

La actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.

Habiéndose aplicado el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman, para la contrastación de la segunda hipótesis específica, se obtuvo una relación positiva grande y perfecta con un “ r ” =1,000 para el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman. Este resultado nos indica que, mientras exista una buena actitud frente a los tributos, existirá mayor obligación de emisión de comprobantes de pago. Vale decir, que la actitud positiva frente a la solicitud de comprobantes de pago determina el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago del contribuyente. Por lo tanto, este resultado nos permite validar nuestra segunda hipótesis específica.

Nuestros resultados coinciden con estudios similares como el realizado por Manrique (2015), quien ha encontrado “que la valoración a los tributos por parte del consumidor final incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente...” afirmando que “cuando el consumidor final valora a los tributos el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente se incrementa”. Así mismo, Torres (2018) observó que la valoración que el consumidor final le da a los tributos “influye de manera directa con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes”.

Con relación a la emisión de comprobantes de pago y pese a que en el Decreto Ley N° 25632 – Ley Marco de Comprobantes de Pago, en su artículo 1° establece que “Están obligados a emitir comprobantes de pago todas las personas que transfieren bienes, en propiedad o en uso, o presten servicios de cualquier naturaleza. Esta obligación rige aun cuando la transferencia o prestación no se encuentre afecta a tributos”, la mayoría de contribuyentes las incumple como podemos apreciar de los resultados de nuestra investigación y la de otros investigadores. Pues, la mayoría de contribuyentes no entrega de forma voluntaria un comprobante de pago.

Al existir una correlación grande y perfecta entre la actitud frente a los tributos de los consumidores finales y la solicitud de comprobantes de pago, podemos afirmar que, para mejorar la recaudación tributaria y coadyuvar a la formalización de la economía de nuestro

país, es fundamental sensibilizar y concientizar al consumidor final para que solicite un comprobante de pago; asimismo, se puede aseverar que los esfuerzos y la confianza puesta en la buena fe de los contribuyentes, para que cumplan voluntariamente con sus obligaciones tributarias, no ha dado los resultados esperados, como lo evidencia nuestra investigación y la de otros investigadores consultados.

CONCLUSIONES

Del análisis de los resultados obtenidos y tomando en consideración los objetivos de la investigación, se concluye este informe, señalando que:

Primero: La cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva muy alta en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes, con un “ r ” = 0,979, lo cual indica que, a mayor cultura tributaria por parte de los consumidores finales de los servicios de salud de las cuadras 10, 11 y 12 de la Av. Daniel Alcides Carrión, mayor será la emisión de comprobantes de pago por parte del prestador de servicio o contribuyentes del sector salud.

Segundo: El conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva muy alta en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes, con un “ r ” = 0,980, lo cual nos permite aseverar que, a mayor conocimiento tributario por parte del consumidor final de servicios de salud, mayor será el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago por parte de los prestadores de servicios de salud.

Tercero: La actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva grande y perfecta en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes, con un “ r ” = 1,000, lo cual nos permite aseverar que, cuanto mejor sea la actitud frente a los tributos de los consumidores finales de servicios de salud, mayor será su disposición a solicitar comprobantes de pago.

Cuarto: Finalmente, se ha determinado que existe una relación positiva muy alta, entre las variables estudiadas, por lo tanto, se puede aseverar que, para mejorar la recaudación tributaria

y coadyuvar a la formalización de la economía de nuestro país, es fundamental incrementar el conocimiento tributario y estimular la buena actitud hacia los tributos del consumidor final, a fin de que éste, al realizar la compra de cualquier bien o servicio, solicite un comprobante de pago.

RECOMENDACIONES

Primera: Se ha determinado que existe una relación positiva muy alta entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes, por lo tanto, se recomienda a la Superintendencia de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), implementar acciones de capacitación, a nivel nacional, regional y local, que fomente la cultura tributaria de la población y que, las mismas, sean constantes y mediante el uso de los medios de comunicación masiva, tales como la radio, televisión, medios escritos y redes sociales.

Segunda: El conocimiento tributario forma parte importante de la cultura tributaria de la población y tiene una relación positiva muy alta con la emisión de comprobantes de pago, por ello, se recomienda a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) promover el conocimiento tributario de los consumidores finales de bienes y servicios, mediante estrategias innovadoras que permitan que los consumidores finales se involucren y comprometan con el bienestar de su comunidad y su nación a través de la solicitud de comprobantes de pago de manera consciente e informada.

Tercera: Se ha determinado que existe una relación positiva grande y perfecta entre la actitud frente a los tributos de los consumidores finales y la emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes, por ello, se recomienda al estado peruano, a través de las entidades correspondientes, difundir el buen uso que le da a los tributos que recauda, a fin de sensibilizar y mejorar la actitud frente a los tributos del consumidor final, a través de campañas publicitarias agresivas, que logren que el consumidor final interiorice que al solicitar un comprobante de pago válido tributariamente, está

contribuyendo de manera decisiva a mejorar la recaudación tributaria y a la formalización de la economía nacional.

- **Cuarta:** Se recomienda, a los investigadores interesados en la relación de la cultura tributaria y la emisión de comprobantes de pago, en cuanto a la elaboración y aplicación de su instrumento de recolección de datos, realizar una segmentación de la muestra, por edad, sexo y nivel de instrucción, que les permita obtener datos específicos, que la SUNAT pueda emplear para la elaboración de estrategias de difusión de la cultura tributaria de manera focalizada.

- **Quinta:** Se recomienda a las autoridades de la facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana los Andes, difundir las investigaciones de sus estudiantes de pre y post grado, a través de una revista científica, a fin de que las autoridades de la región y los interesados en general, puedan hacer uso de la información y recomendaciones de los estudios publicados, para mejorar la problemática que aqueja a los diversos sectores de la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altamirano, Y & Iberico, N (2018). La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPEs del sector confecciones en el Parque Industrial N° 1 de Huaycán – Ate, Lima 2018” (tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Lima, Perú.
- Armas, M & Colmenares, M (2009) Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria. *Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 4(6), 141-160. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Bustamante, A. Y. H., & Pacheco, V. F. de M. (2018). *Incidencias: Ventajas y Desventajas de la Implementación del Sistema de Emisión Electrónica Frente al Sistema de Emisión Física En Principales Contribuyentes en la Ciudad de Arequipa 2018* [Universidad Católica San Pablo].
http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15616/1/BUSTAMANTE_AQUINO_YSE_INC.pdf
- Burga, M (2015). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las Empresas Comerciales del Emporio Gamarra, 2014* (tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porres, Perú.
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (2018, 21 y 24 de abril). *42ª. Asamblea General del CIAT. Estrategias para la Promoción del Cumplimiento Voluntario*.
https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/asamblea_guatemala_2008_e-book.pdf
- Chávez, M & Tadeo, V (2014). *Cultura Tributaria y el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo* (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú, Perú.

Comisión Económica para América y el Caribe [CEPAL]. (2019, 22 de marzo). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe*. <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-reitera-la-importancia-reducir-alto-nivel-evasion-tributaria-flujos-financieros>.

El Decreto Ley N° 25632 – Ley Marco de Comprobantes de Pago

Decreto Supremo N° 133-2013-EF. Por medio del cual se expide el Texto Único Ordenado del Código Tributario. 22 de junio de 2013.

Decimavilla, A. C. S., & Rios, V. V. M. (2017). *Análisis del Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de la Empresa DELICIAS S.A en el Período Fiscal 2016* [Universidad de Guayaquil].

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/24268/1/TESIS%20Decimavilla%20Rios%20Análisis%20del%20Cumplimiento%20de%20las%20Obligaciones%20Tributarias%20de%20la%20Empresa%20Declias%20SA%20en%20el%20periodo%202~1.pdf>

Dominguez, I., Jimmy Jesus. (2018). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en la Pesca Artesanal de la Caleta Santa Rosa 2016*.

<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/27293>

García, J. (2017, 13 de junio). *Elevemos la Cultura Tributaria en el Perú*. <https://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>

García Novoa, C. (2012). *El concepto de Tributo*. Argentina, Buenos Aires: Marcial Pons, Ediciones de Argentina.

Hernández, R, Fernández, C & Baptista, P, (2014), *Metodología de la Investigación*. México D.F., México: Mc GRAW-HILL/ Interamericana Editores.

Herrero, J. (2002). ¿Qué es cultura? Recuperado de <https://es.calameo.com/read/001350364cc4488b955ba>

Huamaní Cueva, R. (2005) *Comentarios al Código Tributario*, Lima, Perú: Editorial El Búho E.I.R.L.

La Ley N.º 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor,

Malhotra, K., *Investigación de Mercados*, México: Pearson Educación.

Manrique, M (2015). *Cultura Tributaria del Consumidor Final y el Cumplimiento de las Obligaciones del Contribuyente de Ventanilla* (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Callao, Perú.

Montero, I. & De la Cruz, M., (2016), *Metodología de la Investigación Científica*, Lima, Perú: Printed.

Montoya, G., & Yeslin, E. (2015). *Lineamientos para optimizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en materia de Impuesto sobre la Renta en la Empresa Agro-Industrias JB, C.A.* <http://riuc.bc.uc.edu.ve/handle/123456789/2076>

Pérez, B., Luz C. (2017). *El gobierno electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias* [Instituto de Altos Estudios Nacionales Universidad de Postgrado del Estado]. <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4620/1/TESIS-LUZ%20CARMITA%20PEREZ%20BUENA%C3%91O.pdf>

Quispe, V (2018). *La cultura tributaria y su incidencia en el pago del impuesto predial del Asentamiento Humano 7 de octubre de la Municipalidad del distrito de El Agustino 2017* (tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Perú.

Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.4 en línea]. <https://dle.rae.es> [2020].

Recaudación tributaria bajó 47% en junio, el mayor retroceso en lo que va del año (2020, 11 de julio). Diario Gestión. <https://gestion.pe/economia/recaudacion-tributaria-bajo-47-en-junio-el-mayor-retroceso-en-lo-que-va-del-ano-noticia/>

Sanchez & Reyes (2009). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma. Lima-Perú.

- Serrano, N. (2016). Análisis de la Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Arrendadores de Rentas de Primera Categoría – Arrendamiento de Predios de Personas Naturales en la Provincia de Abancay 2016. *Revista de Investigación de la Escuela de Posgrado*, 6(4). 318-328. Recuperado de file:///C:/Users/HP_PC/Downloads/167-964-7-PB.pdf.
- Solis, A, (2001), *Metodología de la Investigación Jurídico Social*, Lima, Perú: Editores ByB.
- Solórzano Tapia, D. (2011) *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Recuperado de file:///C:/Users/GU-0304/Downloads/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2020). <https://www.sunat.gob.pe/>
- SUNAT: Evasión del IGV por ventas no declaradas supera los S/ 1,100 millones al año (2018, 06 de diciembre). Peru21. <https://peru21.pe/economia/sunat-evasion-igv-ventas-declaradas-supera-s-1-100-millones-ano-nndc-445217-noticia/>
- Terán, G (2006). El Proyecto de Investigación: Como elaborar. Escuela Superior Militar “Eloy Alfaro” Publicaciones del Departamento de Investigación y Doctrina. ISO 9001:200 Quito – Ecuador. pp120.
- Tirape, M. & Velastegui, M. (2016). *Incidencia de la Cultura Tributaria en el Sector Informal de la Provincia de Santa Elena 2016* (tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Tineo, Y. D. Y. (2017). *Análisis del Proceso de Sensibilización para el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los Conglomerados con Alto Grado de Informalidad en la Sunat – IR Junín 2013* [Universidad Nacional del Centro del Perú]. <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1278/TESIS%20-%20Diana%20Yuriko%20Tineo%20Yarango.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Valero, E (2017). *Influencia de la Política Tributaria en la Cultura Tributaria en las Pymes del Centro Comercial “Gamarra Huanca”- Huancayo,2017*(tesis de pregrado).

Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Perú.

Zamora, Y (2018). La evasión Tributaria y su Incidencia en la Economía del Ecuador, 2010-2014. *Quipukamayoc*, 26(50), 21-29. <http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v26i50.14721>

ANEXOS

Anexo N°01: Matriz de consistencia.

Anexo N°02: Matriz de operacionalización de variables

Anexo N°03: Matriz de operacionalización del instrumento

Anexo N°04: Instrumento de investigación y consistencia de su aplicación

Anexo N°05: Confiabilidad y validez del instrumento

Anexo N°06: La data del procesamiento de datos

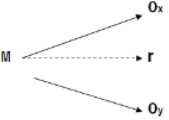
Anexo N°07: Consentimiento informado

Anexo N°08: Fotos de la aplicación del instrumento

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Título: “Cultura Tributaria del Consumidor Final de Servicios de Salud y Obligación de Emisión de Comprobantes de Pago de los Contribuyentes, Huancayo 2019”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES			
<p>PROBLEMA PRINCIPAL: ¿Qué relación existe entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS: ¿Qué relación existe entre el conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes? ¿Qué relación existe entre la actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Determinar la relación que existe entre el conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes. Determinar la relación que existe entre la actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: La cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECIFICAS: El conocimiento tributario del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes. La actitud frente a los tributos del consumidor final de servicios de salud tiene una relación positiva en el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.</p>	Variable 1: Cultura Tributaria			
			Dimensiones	Ítems	Escala de Medición	Instrumento
			Conocimiento Tributario	1-10	Escala Ordinal N; CN; A; CS; y S	Cuestionario de Encuesta
			Actitud frente a los tributos	11-14		
			Variable 2: Obligación de emisión de comprobantes de pago			
Obligación de emisión de comprobantes de pago	15-28	Escala Ordinal N; CN; A; CS; y S	Cuestionario de Encuesta			

ENFOQUE, TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO, POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL
<p>Enfoque de investigación</p> <p>La presente tesis se ha desarrollado en base al enfoque cuantitativo porque recurrió a la recolección de datos, por medio de instrumentos validados y confiables, el cual permitió comprobar las hipótesis en base al análisis estadístico (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).</p> <p>Tipo de investigación</p> <p>La investigación corresponde, según su finalidad, al tipo aplicado, debido a que nuestra investigación tiene fines prácticos.</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>La investigación corresponde al nivel correlacional, toda vez que el objetivo de investigación fue determinar el tipo de relación existente entre las dos variables de investigación, esto es, el tipo de relación que existe entre la cultura tributaria del consumidor final de servicios de salud y el cumplimiento de la obligación de emisión de comprobantes de pago de los contribuyentes.</p>	<p>Diseño de investigación</p> <p>El diseño de investigación corresponde al diseño no experimental – transeccional; dicho diseño implica la recolección de datos en un solo momento, en un único tiempo, sin realizar la manipulación deliberada de las variables. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación, es como “tomar una fotografía” de algo que sucede.</p> <p>M: Muestra de estudio O_x: Cultura tributaria O_y: Obligación de emisión de comprobantes r: Coeficiente de Correlación.</p>  <p>Población</p> <p>En el caso de la presente investigación, la población está constituida por los consumidores finales de servicios de salud de los consultorios independientes de las cuadras 10,11 y 12 de la avenida Daniel Alcides Carrión del distrito de Huancayo. Con excepción de los pacientes, que hacen uso de los servicios de salud, de los consultorios que se encuentran dentro de la Clínica Ortega y Clínica Bilbao. Por lo tanto, habiendo realizado la consulta del flujo de pacientes que concurren al día, a los consultorios antes señalados, se ha calculado un aproximado de 203 pacientes.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra estuvo conformada por 133 consumidores finales de servicios de salud de los consultorios independientes de las cuadras 10,11 y 12 de la avenida Daniel Alcides Carrión del distrito de Huancayo.</p>	<p>Variables</p> <p>Variable 1: Cultura Tributaria</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Se aplicará un cuestionario de encuesta de 14 ítems en la escala de Likert.</p> <p>Variable 2: Obligación de emisión de comprobantes de pago</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Se aplicará un cuestionario de encuesta de 14 ítems en la escala de Likert.</p> <p>Validez</p> <p>Ambos instrumentos (cuestionario de encuesta) se sometió a la validez del juicio de expertos, para lo cual se remitió un oficio a un experto con grado de magíster o doctor para dar su opinión respectiva.</p> <p>Confiability</p> <p>El instrumento se sometió al análisis de confiabilidad con el alfa de Cronbach, para tal efecto se utilizó el software estadístico SPSS versión 25.</p>	<p>Interpretación de datos y resultados</p> <p>Para la interpretación de datos y resultados se construyó una base de datos a partir de los resultados del cuestionario de encuesta aplicado, luego se elaboró tablas de frecuencia y sus respectivas gráficas e interpretación.</p> <p>Análisis y datos</p> <p>Para la prueba de hipótesis y el manejo de la base de datos, se utilizó el software estadístico SPSS versión 25.</p> <p>Los resultados de la estadística descriptiva fueron presentados en tablas y gráficas.</p> <p>El análisis inferencial lo realizamos utilizando el coeficiente de correlación Rho de Spearman.</p>

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	D.CONCEPTUAL	D.OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
V1 Cultura tributaria	La cultura tributaria puede definirse como “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” (Roca, Carolina, 2011, p. 6).	Para Altamirano e Iberico (2018) el conocimiento tributario “puede definirse como el nivel de información que los contribuyentes poseen en relación a los deberes, restricciones y sistema tributario vigente... Esta definición concuerda con lo planteado por autores que consideran al conocimiento tributario como la información que majean los ciudadanos en materia de tributos, referido especialmente a los derechos y obligaciones que como ciudadanos tenemos en materia tributaria”.	Conocimiento Tributario	Información sobre los impuestos.
				Información sobre el pago de tributos
				Información sobre destino de los tributos.
				Información sobre el rol de la SUNAT.
				Información sobre la importancia de tributar.
			La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2012), cuando se refiere a la conciencia tributaria de los ciudadanos la precisa “como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo ”, vale decir, la actitud de las personas frente al tributo. Para Altamirano e Iberico (2018) “la actitud, en el ámbito tributario, es un análisis subjetivo sobre la forma de proceder de la administración tributaria y el funcionamiento del sistema tributario... En el caso de la tributación, las creencias que las personas tengan sobre las entidades o funcionarios que las dirigen tendrán repercusión en su actitud... ”.	Actitud frente al tributo
	Actitud frente a las normas tributarias.			

VARIABLE	D.CONCEPTUAL	D.OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<p style="text-align: center;">V2</p> <p>Obligación de emisión de comprobantes de pago</p>	<p>La emisión y entrega de comprobantes de pago es una obligación formal del contribuyente y un derecho del usuario o adquiriente. (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2019).</p> <p>“Se considera comprobante de pago, todo documento que acredite la transferencia de bienes, entrega en uso o prestación de servicios, calificados como tal por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT”. (Decreto Ley N° 25632 – LEY MARCO DE COMPROBANTES DE PAGO, en su artículo 2°).</p>	<p>Sólo se consideran comprobantes de pago, siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos en el presente reglamento. (Reglamento de Comprobantes de Pago Resolución de Superintendencia N.° 007-99/SUNAT, Artículo 2°).</p> <p>Pedir comprobantes de pago “nos ayuda a contribuir con el país, porque estamos asegurando que el vendedor pague sus impuestos y este dinero se destine a obras como postas médicas, colegios, seguridad, acceso a la justicia, entre otras”. (Tania Bances, 2014).</p>	<p>Obligación de emisión de comprobantes de pago</p>	Entrega comprobante de pago
				Solicitud de comprobante de pago.
				Reconoce un comprobante de pago.
				Grado de presión por parte del consumidor final.
				Importancia de pedir comprobante de pago.

Anexo 3: Matriz de Operacionalización del Instrumento

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Respuesta
V1 Cultura Tributaria	D1. Conocimiento Tributario	Información sobre los impuestos.	¿Usted, ha recibido alguna vez información sobre los impuestos?	Cuestionario	1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
			¿Usted, alguna vez, ha escuchado hablar sobre qué son los impuestos?		
		Información sobre el pago de tributos.	¿Usted sabe si la población paga tributos?		
			¿Usted, recibe información sobre el pago de los tributos?		
		Información sobre destino de los tributos.	¿Usted, alguna vez, ha recibido información sobre el destino que se le da a los tributos?		
			¿Considera usted que el gobierno debe informar sobre el destino que le da a tributos que recauda?		
		Información sobre el rol de la SUNAT.	¿Considera usted que la SUNAT debe promover la cultura tributaria de la población?		
			¿Considera usted, que la SUNAT brinda información para impulsar la cultura tributaria?		
		Información sobre la importancia de tributar.	¿Ha recibido usted información sobre la importancia de tributar?		
			¿Considera usted, que es adecuada la información que brinda SUNAT sobre los tributos?		
	D2. Actitud frente a los tributos	Actitud frente a la importancia de tributar.	¿Usted considera necesario el pago de los tributos?		
			¿Cree usted, que los problemas de corrupción afectan al cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes?		
		Actitud frente a las normas tributarias.	¿Es importante para usted que su prestador de servicios de salud cumpla con sus obligaciones tributarias?		
			¿Cree usted, que la actitud influye para el cumplimiento de las normas tributarias?		
V2 Obligación de emisión de comprobantes de pago	D1. Obligación de emisión de comprobantes de pago	Entrega comprobante de pago	¿Sabe usted, en qué consiste la obligación de emisión de comprobantes de pago?		
			¿Cuándo usted realiza una consulta médica, le entregan de forma voluntaria un comprobante de pago?		
			¿Cuándo le ofrecen un comprobante de pago usted lo acepta?		

			¿Considera usted, que cuando no exige un comprobante está contribuyendo con la evasión de impuestos?		
		Solicitud de comprobante de pago.	¿Cuándo hace uso de servicios de salud, usted solicita un comprobante de pago?		
		Reconoce un comprobante de pago.	¿Usted conoce los documentos que son considerados comprobantes de pago?		
			¿Usted, reconoce un comprobante de pago original?		
			¿Sabe usted cuál es la diferencia entre una boleta de venta y nota de venta?		
			¿Usted está de acuerdo con que la SUNAT sancione cerrando un negocio?		
		Grado de presión por parte del consumidor final.	¿Usted es consciente de que, si todos los pacientes, exigieran comprobantes de pago se incrementaría la recaudación tributaria?		
			¿Considera usted que los pacientes deberían exigir sus comprobantes de pago al momento de adquirir alguno de los servicios de salud?		
		Importancia de pedir comprobante de pago.	¿Tiene usted conocimiento de que los servicios de salud que entregan comprobantes de pago a todos sus pacientes pagan más impuestos que aquellos servicios de salud que no los entregan?		
			¿Considera usted, que el estado es responsable del cumplimiento de las obligaciones tributarias?		
			¿Sabe usted, qué medidas tomar cuando no le entregan un comprobante de pago?		

Anexo 4: Instrumento de Medición



UNIVERSIDAD PERUANA “LOS ANDES”
“Facultad de Ciencias Administrativas y Contables”
“Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas”

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

CUESTIONARIO

Mediante el presente documento nos presentamos a usted a fin de obtener información relevante para el desarrollo de nuestra tesis titulada “**CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL DE SERVICIOS DE SALUD Y OBLIGACIÓN DE EMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO DE LOS CONTRIBUYENTES, HUANCAYO 2019**”; el cual nos permitirá medir las variables de investigación y probar nuestra hipótesis, por ello le pedimos su apoyo respondiendo a las interrogantes formuladas; quedamos agradecidas por su intervención y le aclaramos que dicha información será **reservada y anónima**.

INSTRUCCIONES: A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems relacionados con la cultura tributaria y la emisión de comprobantes de pago, marque con una “X” en la columna la alternativa según considere conveniente.

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

VARIABLE: CULTURA TRIBUTARIA						
PREGUNTAS		Alternativas de Respuestas				
Conocimiento Tributario						
01	¿Usted, ha recibido alguna vez información sobre los impuestos?	1	2	3	4	5
02	¿Usted, alguna vez, ha escuchado hablar sobre qué son los impuestos?	1	2	3	4	5
03	¿Usted sabe si la población paga tributos?	1	2	3	4	5
04	¿Usted, recibe información sobre el pago de los tributos?	1	2	3	4	5
05	¿Usted, alguna vez, ha recibido información sobre el destino que se le da a los tributos?	1	2	3	4	5
06	¿Considera usted que el gobierno debe informar sobre el destino que le da a tributos que recauda?	1	2	3	4	5
07	¿Considera usted que la SUNAT debe promover la cultura tributaria de la población?	1	2	3	4	5
08	¿Considera usted, que la SUNAT brinda información para impulsar la cultura tributaria?	1	2	3	4	5
09	¿Ha recibido usted información sobre la importancia de tributar?	1	2	3	4	5
10	¿Considera usted, que es adecuada la información que brinda SUNAT sobre los tributos?	1	2	3	4	5
Actitud frente a los tributos						
11	¿Usted considera necesario el pago de los tributos?	1	2	3	4	5

12	¿Cree usted, que los problemas de corrupción afectan al cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes?	1	2	3	4	5
13	¿Es importante para usted que su prestador de servicios de salud cumpla con sus obligaciones tributarias?	1	2	3	4	5
14	¿Cree usted, que la actitud influye para el cumplimiento de las normas tributarias?	1	2	3	4	5

VARIABLE: OBLIGACIÓN DE EMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO						
PREGUNTAS		Alternativas de Respuestas				
Obligación de emisión de comprobantes de pago						
1	¿Sabe usted en qué consiste la obligación de emisión de comprobantes de pago?	1	2	3	4	5
2	¿Cuándo usted realiza una consulta médica, le entregan de forma voluntaria un comprobante de pago?	1	2	3	4	5
3	¿Cuándo le ofrecen un comprobante de pago usted lo acepta?	1	2	3	4	5
4	¿Considera usted, que cuando no exige un comprobante está contribuyendo con la evasión de impuestos?	1	2	3	4	5
5	¿Cuándo hace uso de servicios de salud, usted solicita un comprobante de pago?	1	2	3	4	5
6	¿Usted conoce los documentos que son considerados comprobantes de pago?	1	2	3	4	5
7	¿Usted, reconoce un comprobante de pago original?	1	2	3	4	5
8	¿Sabe usted cuál es la diferencia entre una boleta de venta y nota de venta?	1	2	3	4	5
9	¿Usted está de acuerdo con que la SUNAT sancione cerrando un negocio?	1	2	3	4	5
10	¿Usted es consciente de que, si todos los pacientes, exigieran comprobantes de pago se incrementaría la recaudación tributaria?	1	2	3	4	5
11	¿Considera usted que los pacientes deberían exigir sus comprobantes de pago al momento de adquirir alguno de los servicios de salud?	1	2	3	4	5
12	¿Tiene usted conocimiento de que los servicios de salud que entregan comprobantes de pago a todos sus pacientes pagan más impuestos que aquellos servicios de salud que no los entregan?	1	2	3	4	5
13	¿Considera usted, que el estado es responsable del cumplimiento de las obligaciones tributarias?	1	2	3	4	5
14	¿Sabe usted, qué medidas tomar cuando no le entregan un comprobante de pago?	1	2	3	4	5

Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**cuestionario de encuesta**” que hace parte de la investigación: “CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL DE SERVICIOS DE SALUD Y OBLIGACIÓN DE EMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO DE LOS CONTRIBUYENTES, HUANCAYO 2019”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez : María del Pilar Marticorena Córdova

Formación académica : CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO

Áreas de experiencia profesional : TRIBUTACIÓN

Tiempo: 2021

Lugar: CUADRAS 10,11 Y 12 DE LA AVENIDA DANIEL ALCIDES CARRIÓN-HUANCAYO

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

Variable: CULTURA TRIBUTARIA

DIMENSION	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ITEMS	OBSERVACIONES
D1	1	4	4	4	4	4	-
	2	4	4	4	4	4	-
	3	4	4	4	4	4	-
	4	4	4	4	4	4	-
	5	4	4	4	4	4	-
	6	4	4	4	4	4	-
	7	4	4	4	4	4	-
	8	4	4	4	4	4	-
	9	4	4	4	4	4	-
	10	4	4	4	4	4	-
D2	11	4	4	4	4	4	-
	12	4	4	4	4	4	-
	13	4	4	4	4	4	-
	14	4	4	4	4	4	-
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		4	4	4	4	4	-

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MARIA DEL PILAR MARTICORENA CÒRDOVA	MAESTRO EN GESTIÓN Y POLITICA TRIBUTARIA	14	4

Sello y Firma:



Variable: OBLIGACIÓN DE EMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO

DIMENSION	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ITEMS	OBSERVACIONES
D1	1	4	4	4	4	4	-
	2	4	4	4	4	4	-
	3	4	4	4	4	4	-
	4	4	4	4	4	4	-
	5	4	4	4	4	4	-
	6	4	4	4	4	4	-
	7	4	4	4	4	4	-
	8	4	4	4	4	4	-
	9	4	4	4	4	4	-
	10	4	4	4	4	4	-
	11	4	4	4	4	4	-
	12	4	4	4	4	4	-
	13	4	4	4	4	4	-
	14	4	4	4	4	4	-
EVALUACION CUALITATIVA POR CRITERIOS		4	4	4	4	4	-

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	5. No cumple con el criterio
	6. Nivel bajo
	7. Nivel moderado
	8. Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
MARIA DEL PILAR MARTICORENA CÒRDOVA	MAESTRO EN GESTIÓN Y POLITICA TRIBUTARIA	14	4

Sello y Firma:



Confiabilidad: Se corrobora mediante el estadístico *Alfa de Cronbach*, el cual fue aplicado a nuestros dos instrumentos de medición. Dichos cuestionarios serán medidos en la escala ordinal de tipo *Likert*. Con la ayuda del software estadístico SPSS25.

Estadísticas de fiabilidad cultura tributaria

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,862	14

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Estadísticas de fiabilidad obligación de emisión de comprobantes de pago

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,953	14

Fuente: Elaboración propia SPSS25

OBLIGACIÓN DE EMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO															
MUESTRA	Obligación de emisión de comprobantes de pago														SUMA V2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
3	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
4	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
5	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
6	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
7	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
8	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
9	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
10	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
11	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
12	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
13	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
14	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
15	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
16	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
17	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
18	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
19	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
20	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
21	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
22	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
23	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
24	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
25	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
26	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
27	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
28	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
29	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
30	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
31	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
32	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
33	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
34	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
35	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
36	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
37	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
38	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
39	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	21
40	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	3	3	1	23
41	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	3	3	1	24
42	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	3	3	1	24
43	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	3	3	1	24
44	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	3	3	1	25
45	2	2	1	3	1	1	1	2	2	1	1	3	3	1	26
46	2	2	1	3	2	1	1	2	2	1	1	3	3	1	27
47	2	2	1	3	2	1	1	2	2	1	1	3	3	1	27

48	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
49	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
50	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
51	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
52	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
53	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
54	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
55	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
56	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
57	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
58	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
59	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
60	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
61	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
62	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	27
63	2	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	29
64	2	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	29
65	2	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	29
66	2	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	29
67	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	1	30
68	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	1	30
69	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	1	30
70	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	1	30
71	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	31
72	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	31
73	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	31
74	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	31
75	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	31
76	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	31
77	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	31
78	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	31
79	2	3	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	32
80	2	3	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	32
81	2	3	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	32
82	2	3	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	32
83	2	3	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	32
84	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
85	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
86	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
87	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
88	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
89	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
90	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
91	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
92	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
93	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
94	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
95	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
96	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
97	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33

98	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
99	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
100	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	33
101	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
102	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
103	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
104	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
105	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
106	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
107	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
108	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
109	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
110	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
111	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
112	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	34
113	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	4	2	35
114	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	4	2	35
115	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	4	2	36
116	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	4	3	36
117	2	3	2	3	3	1	2	2	3						

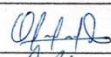


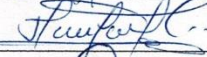
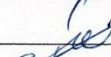




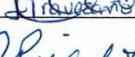

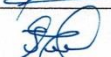
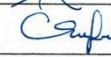


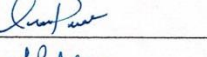
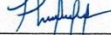

Anexo 7: Consentimiento Informado

Consentimiento Informado

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
Año: 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estoy de acuerdo en la realización del cuestionario por parte de las estudiantes de Contabilidad de la Universidad Peruana los Andes – UPLA (abajo firmantes). Entiendo los propósitos de la encuesta o entrevista, que no existe ningún riesgo y que se manejará bajo parámetros éticos de confidencialidad. Comprendo que estoy en mi derecho de decidir participar o no. Por lo tanto, acepto participar.

Nº	Nº de Documento de Identidad	Nombre	Firma
1	48465677	Elsa Miriam Quispe Hinojosa	
2	74501788	Lesly Jesselyn Cosme Rivadeneira	
3	70117386	Adalíz Huamancayo Arenales	
4	46306616	Jessica Chamorro Surichagui	
5	42725922	CORWENRIVOC HUASAN ROJAS	
6	19858924	Emiliano Heramán Becerra	
7	09667007	Percy Chamorro Coto	
8	40938610	Nélida Yupangui Ninanya.	
9	71668152	Oré Campos Iván	
10	72435741	Ivonne A. Muñoz Travezaño	
11	19861718	Veneranda Rojas Sotomayor	
12	20665754	Rogger Pavis Fierro	
13	70223900	JOSE MENDOZA FALCÓN	
14	72345172	Andrés Tadeo Mendoza	
15	20011941	Opelia Carrion Huamán	
16	19892415	TEODOSIA GARA Y HUAMAN	
17	7232325	Paola Joaquín Meza	
18	70051820	Helen Vicaloma Zamudio	

19	19913899	Elizabeth Garay Huamán	<i>[Signature]</i>
20	20040235	Marina N. Boza Vari llas	<i>[Signature]</i>
21	42806591	Boza Escalante, Felix.	<i>[Signature]</i>
22	72771716	Andy Christopher Soriano Cordova	<i>[Signature]</i>
23	73485839	Luis Antony Pareja Huallullo	<i>[Signature]</i>
24	72553568	QUINTANA ZEVALLOS DAMARIS MÓNICA	<i>[Signature]</i>
25	75628936	Yulissa Deysi. Rodriguez	<i>[Signature]</i>
26	21552431	Walter Luis Mendoza	<i>[Signature]</i>
27	71991967	Jasmin Ruiz Chuco	<i>[Signature]</i>
28	75478147	Ana Romo Asto	<i>[Signature]</i>
29	74355069	ALVARADO MARIN JORDY	<i>[Signature]</i>
30	01520595	Marizol Alvarado Cerrón	<i>[Signature]</i>
31	19924344	Hector Alberto Meza Sando	<i>[Signature]</i>
32	415209767	Jenny Bruno Lozano	<i>[Signature]</i>
33	40426568	Keenan Rojas, Susan	<i>[Signature]</i>
34	21080595	DOMINGO ZURITA PEREZ.	<i>[Signature]</i>
35	88036522	Lucila Anatoma Pauca	<i>[Signature]</i>
36	47212190	Vanessa De la Cruz Crispín	<i>[Signature]</i>
37	44575303	WILBERT BALBIN FLORES	<i>[Signature]</i>
38	41283464	Harjeda Nunez Camchamya	<i>[Signature]</i>
39	45847212	Yesenia Ruiz Vargas	<i>[Signature]</i>
40	19988138	Mariú Armas Torpoco	<i>[Signature]</i>



Cisari Yheny Palomino Juipa



Rosa Veronica Campos Herrera

Anexo 8: Fotos de la aplicación del instrumento





