

Tax Culture: Predictor of Tax Compliance in digital entrepreneurs from northern Peru

Alburqueque Olivos María Alicia¹; Chinga García Leidy Lisset¹; Huamán Almonacid Genrry Smith¹
; Pinedo Palacios Patricia del Pilar¹; García Zare Elmis Jonatan¹; Olaya Reyes Mario Roberto¹
Soto Abanto Segundo Eloy¹

Universidad César Vallejo - (PE), Perú. malburquequeoli@ucvvirtual.edu.pe;
lchingag@ucvvirtual.edu.pe; ghuaman22@ucvvirtual.edu.pe; dpinedopa@ucvvirtual.edu.pe;
ejgarcia@ucv.edu.pe; mrolayar@ucvvirtual.edu.pe; ssotoa@ucv.edu.pe

Abstract – Compliance with tax obligations is an important factor in the post-pandemic economic recovery and is closely linked to the formality of businesses and SMEs, a priority theme in Sustainable Development Goal 8: Decent Work and Economic Growth. The research aimed to determine the impact of tax culture on the compliance with tax obligations of entrepreneurs who operate on social media platforms in the province of Piura, Peru, during the year 2023. This study employed an applied research approach with a quantitative methodology and a correlational scope. Firstly, the levels for each variable and its dimensions were identified through a questionnaire with reliability and validity testing, conducted with a sample of 169 entrepreneurs. Secondly, the correlation was assessed using Spearman's Rho and the incidence was examined through Somers' d test, revealing that tax culture positively influences the compliance with tax obligations of entrepreneurs. Finally, it was found that the dimensions of the tax culture variable also have an impact on compliance with tax obligations. In conclusion, digital entrepreneurs demonstrated a good level of tax culture, which was reflected in their compliance with tax obligations, both in formal and substantive aspects.

Keywords—small business, taxation, culture, accounting, digitization.

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LEIRD).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LEIRD).
DO NOT REMOVE

Cultura tributaria: predictor de cumplimiento de obligaciones tributarias en emprendedores digitales del norte peruano

Alburqueque Olivos María Alicia¹; Chinga García Leidy Lisset¹; Huamán Almonacid Genrry Smith¹; Pinedo Palacios Patricia del Pilar¹; García Zare Elmis Jonatan¹; Olaya Reyes Mario Roberto¹; Soto Abanto Segundo Eloy¹

Universidad César Vallejo - (PE), Perú. malburquequeoli@ucvvirtual.edu.pe; lchingag@ucvvirtual.edu.pe; ghuaman22@ucvvirtual.edu.pe; dpinedopa@ucvvirtual.edu.pe; ejgarcia@ucv.edu.pe; mrolayar@ucvvirtual.edu.pe; ssotoa@ucv.edu.pe

Resumen—El cumplimiento de las obligaciones tributarias es un factor importante en la reactivación económica pospandemia, y está vinculado a la formalidad de los emprendimientos y MIPYMES, tema prioritario en el objetivo de desarrollo sostenible ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. La investigación determinó la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de emprendedores que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura-Perú, durante el año 2023. Se realizó una investigación de tipo aplicada, enfoque cuantitativo y alcance correlacional. Primero, se identificó los niveles por cada variable y sus dimensiones a través de un cuestionario con fiabilidad y validez, en una muestra de 169 emprendedores. Segundo, se evaluó la correlación mediante Rho-Spearman y la incidencia a través de la prueba de d de Somers, encontrándose que la cultura tributaria incide positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los emprendedores. Por último, se encontró que las dimensiones de la variable cultura tributaria también muestran una incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Se concluyó que los emprendedores digitales presentaron un buen nivel de cultura tributaria y que esto se reflejó en su cumplimiento de obligaciones tributarias, tanto en aspectos formales como sustanciales.

Palabras claves—pequeña empresa, tributación, cultura, contabilidad, digitalización.

I. INTRODUCCIÓN

El comportamiento de los contribuyentes y su percepción hacia el pago de impuestos han experimentado cambios significativos en la actualidad, impulsados por el avance tecnológico, la globalización de los mercados y los desafíos económicos generados por la pandemia del covid-19. La cultura tributaria ha suscitado un creciente interés tanto por parte de gobiernos como de expertos en políticas fiscales, quienes buscan comprender y promover una conciencia tributaria sólida en la población. Paralelamente, el cumplimiento de las obligaciones tributarias ha estado bajo escrutinio para asegurar la equidad y sostenibilidad de los sistemas fiscales a nivel mundial. En este contexto dinámico, es fundamental analizar en profundidad cómo estas variables se están manifestando y cómo están impactando en la efectividad de los sistemas tributarios actuales.

En Latinoamérica, uno de los factores que obstaculiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias es precisamente el incumplimiento en el pago de impuestos. En el año 2015, se estimó que aproximadamente el 2.4% del producto interno regional se perdió debido a la falta de cumplimiento en el Impuesto al Valor Agregado (IVA). Además, la estimación de la pérdida en los impuestos a la renta fue del 4.3%. Estas cifras reflejan la magnitud del desafío que representa el incumplimiento tributario en la región. En este sentido, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), recomienda implementar cambios en la administración tributaria y, más importante aún, promover y estimular el cumplimiento de las obligaciones tributarias en países de Latinoamérica y el Caribe. Para lograrlo, se sugiere mejorar el adecuado registro de los libros contables, la entrega de comprobantes de pago y las declaraciones fiscales. Estas medidas son especialmente relevantes en regiones donde la informalidad económica supera el 60% de la actividad económica [1].

En Colombia, la evasión tributaria tiene sus raíces en la falta de una cultura tributaria sólida. La falta de conciencia sobre la importancia de la seguridad social proporcionada por el Estado y la presencia de corrupción en la asignación de contratos con costos excesivos en comparación con los verdaderos costos de ejecución de obras, así como el pago de comisiones y sobornos para obtener contratos, son factores determinantes en este problema [2].

En México, la evasión de impuestos alcanza el 2.6% del PIB, a pesar de que se han implementado estrategias para impulsar la cultura fiscal, argumentan el mal uso que se les da por parte de sus gobernantes. En la ciudad de Chetumal de una nómina de 13 mil contribuyentes, solo 4000 se mantienen como contribuyentes formales cada año al realizar sus pagos tributarios. Esta situación ha llevado a los municipios a tomar la responsabilidad de implementar un plan de concientización e incentivos para fomentar el cumplimiento de los tributos. Se ha identificado que la población muestra un bajo conocimiento en cultura tributaria, lo que contribuye a esta situación. Esto genera una disminución en la recaudación estatal. Sin embargo, se ha evidenciado que la implementación de una cultura tributaria eficaz puede mejorar esta situación y, a su vez, mejorar la calidad de vida de la población más vulnerable [3].

Digital Object Identifier (only for full papers, inserted by LEIRD)

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LEIRD).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LEIRD).

DO NOT REMOVE

En el contexto peruano, aproximadamente 13 millones de trabajadores desempeñaron sus labores, divididos en tres perfiles distintos [4]. En primer lugar, un grupo de 6.4 millones de personas trabajaba como dependientes, de los cuales solo el 52% se encontraba en empleos informales, mientras que el 48% trabajaba formalmente. En segundo lugar, había 5.9 millones de trabajadores que laboraban de forma independiente, donde el 80% ejercía en el sector informal, y únicamente el 20% cumplía con todas las formalidades laborales. Por último, 1.3 millones de individuos combinaban empleos tanto dependientes como independientes, y en este caso, la tasa de informalidad llegaba al 70% [5].

En el ámbito emprendedor, muchas personas se aventuran a crear sus propios negocios, pero la mayoría carece de conocimientos tributarios sólidos. Esta falta de información los lleva a evadir el pago de impuestos y, en algunos casos, a creer que sus contribuciones no se utilizan de manera eficiente [6]. Sin embargo, es importante destacar que las recaudaciones tributarias desempeñan un papel crucial en la economía y desarrollo de un país, ya que permiten cubrir necesidades fundamentales como salud, educación, infraestructura, seguridad y mantenimiento de instalaciones [7].

Es evidente que la evasión tributaria es un problema social que afecta significativamente el desarrollo económico de los países. Una de las razones de esta situación es la falta de motivación hacia el cumplimiento de los pagos de impuestos, lo que resulta en un financiamiento insuficiente para el gasto público y, como consecuencia, los contribuyentes no perciben los beneficios de los bienes y servicios adquiridos por el Estado para satisfacer las necesidades de la comunidad. [8] Además, la complejidad del sistema tributario, la falta de claridad en las normativas fiscales y la percepción de una carga tributaria excesiva pueden desmotivar a algunos emprendedores para cumplir adecuadamente con sus obligaciones fiscales. Esta combinación de factores contribuye a la existencia de un problema en la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones fiscales por parte de los emprendedores, lo que afecta negativamente la equidad y sostenibilidad del sistema tributario en general [9].

La falta de cultura tributaria y el incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los emprendedores pueden tener graves consecuencias tanto a nivel individual como para la sociedad en general [10]. A nivel individual, los emprendedores que no cumplen con sus obligaciones fiscales pueden enfrentar sanciones y multas por parte de las autoridades tributarias, lo que afecta negativamente su situación financiera y reputación empresarial. Además, la falta de cumplimiento puede llevar a una pérdida de oportunidades comerciales y acceso a financiamiento debido a la falta de credibilidad financiera. A nivel social, el incumplimiento tributario de los emprendedores puede tener un impacto significativo en la recaudación de ingresos fiscales del gobierno. Esto puede llevar a una disminución en la disponibilidad de recursos para financiar servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y programas sociales. La evasión fiscal también puede aumentar la carga fiscal para aquellos que cumplen con sus

obligaciones, generando una sensación de injusticia y descontento en la población [11].

Una cultura tributaria sólida y el cumplimiento adecuado de las obligaciones tributarias son fundamentales para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Mediante una mayor recaudación de impuestos, el gobierno puede financiar programas y políticas dirigidos a reducir la pobreza y proporcionar servicios básicos a la población más vulnerable. Asimismo, los recursos obtenidos a través de los impuestos pueden ser canalizados hacia mejoras en infraestructura y acceso a la educación, lo que contribuye a brindar una educación de calidad y equitativa para todos. Además, una cultura tributaria sólida y el adecuado cumplimiento de las obligaciones fiscales pueden impulsar la generación de empleo y el crecimiento económico sostenible. En conjunto, estos factores permiten avanzar hacia un desarrollo sostenible y sostenido, beneficiando tanto a la sociedad en general como a los objetivos globales establecidos por las Naciones Unidas.

El comercio electrónico ha cobrado gran relevancia, especialmente debido a la pandemia. La necesidad de las empresas de adaptarse y sobrevivir ha impulsado el desarrollo de nuevas ideas para comercializar sus productos y servicios. Entre los sectores que se han destacado en la reactivación económica se encuentra el gastronómico, junto con la comercialización de diversos productos y servicios a través de plataformas como Facebook, WhatsApp e Instagram. El enfoque en el *delivery* y la venta por redes sociales ha sido clave para dar a conocer los negocios y mantenerlos a flote. Ahora, simplemente al contactar con la empresa, los clientes pueden recibir los productos en la comodidad de sus hogares [12].

Es crucial entender cómo la cultura tributaria afecta el cumplimiento de impuestos para implementar medidas que fomenten la formalización y equidad en este nuevo panorama comercial. En la provincia de Piura, al igual que en todo el país, la comercialización a través de redes sociales es una práctica común tanto para pequeños emprendimientos como para empresas establecidas en diversos sectores económicos. Sin embargo, se observa un bajo nivel de cultura tributaria en estos negocios, lo que conduce a la omisión de sus respectivas obligaciones tributarias y, en consecuencia, a una recaudación deficiente. Es fundamental abordar esta situación para promover una mayor responsabilidad fiscal y garantizar una contribución adecuada al desarrollo económico y social de esta región. Por ello, se formula la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo incide la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de emprendedores que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura en el 2023?

Desde un punto de vista social, abordar este problema de investigación permitirá comprender cómo la mentalidad tributaria y el conocimiento de los emprendedores impactan en su grado de cumplimiento fiscal, lo que a su vez puede afectar el bienestar económico y la equidad en la sociedad. Económicamente, la investigación proporcionará una visión clara de cómo la cultura tributaria incide en la recaudación de ingresos fiscales y la formalización de los negocios, lo que resulta relevante para la sostenibilidad de las finanzas públicas y el desarrollo económico local. Además, las

implicancias prácticas de este estudio radican en la posibilidad de diseñar políticas tributarias más efectivas y educativas para fomentar una cultura tributaria responsable entre los emprendedores, lo cual beneficiaría la recaudación y la conformidad fiscal. En términos metodológicos, esta investigación requerirá la aplicación de encuestas y análisis cuantitativos para obtener datos relevantes sobre la cultura tributaria y el cumplimiento fiscal de los emprendedores, y así contribuir con información valiosa para la toma de decisiones en materia de políticas tributarias y fomentar un ambiente favorable para el emprendimiento en el ámbito digital.

Por lo tanto, se tiene como objetivo principal determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de emprendedores que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura en el 2023 y como objetivos específicos, determinar la incidencia del conocimiento tributario en el cumplimiento de obligaciones tributarias de emprendedores que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura, determinar la incidencia del nivel de educación tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de emprendedores que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura y determinar la incidencia de la conciencia tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de emprendedores que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura.

La hipótesis general del estudio planteó que existe una incidencia positiva de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de emprendedores que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura en el 2023.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, en Ecuador, se realizó un estudio acerca de la cultura tributaria entre los comerciantes afiliados a la Cámara de Comercio del Cantón Quevedo y su grado de cumplimiento de las obligaciones fiscales. Los resultados revelaron que estos comerciantes presentan un conocimiento insuficiente en materia tributaria, lo que se traduce en un desconocimiento de la función del Servicio de Rentas Internas y de los impuestos en general. Esta falta de conocimiento parece ser resultado tanto de la falta de educación en temas tributarios por parte de los comerciantes como de la información suministrada por la Administración Tributaria, que podría no estar adecuadamente difundida o explicada. En relación al cumplimiento de las obligaciones tributarias, el estudio mostró que la mayoría de los contribuyentes no cumplen de manera eficaz y dentro de los plazos establecidos. Esto indica que existe un problema significativo en cuanto al acatamiento de las responsabilidades fiscales entre los comerciantes de la zona [13].

En un estudio llevado a cabo en la ciudad de Bogotá, se investigaron los factores que influyen en la conducta tributaria de los representantes de negocios, con el propósito de comprender su conocimiento sobre las responsabilidades fiscales. Los resultados indicaron que, en general, los representantes de los negocios en Bogotá tienen un nivel bajo de conocimiento y, en algunos casos, incluso muestran desinterés en este aspecto tributario [14].

A nivel nacional, en la provincial de Cajamarca, se llevó a cabo una investigación, cuyo propósito fue identificar la relación existente entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en el distrito de San José de Lourdes durante el año 2021. Los resultados obtenidos revelaron una relación significativamente alta entre las variables estudiadas ($Rho=0.771$). Esta fuerte correlación indica que, al mejorarse la cultura tributaria entre los emprendedores de las MYPES, es probable que también se mejore su cumplimiento de las obligaciones tributarias [15].

En la ciudad de Lima, se investigó la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias entre los comerciantes del Mercado José Carlos Mariátegui en San Juan de Lurigancho. Los resultados obtenidos revelaron que existe una correlación positiva significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias ($Rho=0.577$, $p<0.05$), así como en sus dimensiones: valores tributarios ($Rho=0.586$, $p<0.05$), educación tributaria ($Rho=0.511$, $p<0.05$) y conciencia tributaria ($Rho=0.466$, $p<0.05$) [7].

En la misma ciudad, se realizó otro estudio con el propósito de medir el impacto de la conducta tributaria en la recaudación de impuestos entre los vendedores de un centro de abastos particular. Los hallazgos del estudio revelaron una relación significativamente positiva entre la conducta tributaria de estos vendedores y la cantidad de impuestos recaudados ($r=0.548$, $p<0.05$). Estos resultados sugieren que una mayor adherencia a las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes en dicho centro de abastos puede tener un efecto favorable en la recaudación de ingresos fiscales para el gobierno local o nacional, lo que destaca la relevancia de promover una cultura tributaria responsable entre los actores económicos para contribuir al bienestar financiero y económico de la ciudad [16].

En Tacna se realizó una investigación teniendo como objetivo principal analizar la relación existente entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas peruanas que operan en la galería coronel Mendoza, específicamente en el sector de venta de juguetes. Los resultados obtenidos revelaron una conexión significativa y positiva entre ambas variables ($Rho=0.735$, $p<0.05$). Es decir, a una mayor cultura tributaria entre los comerciantes podría traducirse en un aumento de los ingresos fiscales, lo que a su vez permitiría financiar proyectos y programas de beneficio para la comunidad. Por otro lado, para los comerciantes, el cumplimiento adecuado de sus obligaciones tributarias puede generar confianza y credibilidad en el mercado, facilitando el acceso a créditos y mejorando su imagen empresarial [17].

En otro estudio llevado a cabo en la ciudad de Tacna, se buscó determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Centro Comercial Polvos Rosados. Los resultados obtenidos revelaron que ambas variables mantienen una fuerte correlación positiva y altamente significativa ($r=0.785$, $p<0.05$). Estos hallazgos indican que existe una estrecha relación entre la cultura tributaria de los comerciantes y su grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias. Por lo tanto, se puede afirmar que, si se fomenta y mejora la cultura

tributaria entre los comerciantes del Centro Comercial Polvos Rosados, es probable que también mejore su cumplimiento de las obligaciones tributarias [18].

El interés en el estudio de la cultura tributaria ha experimentado un aumento significativo en el país debido a los altos índices de evasión tributaria e informalidad en el sector comercio. Con este contexto en mente, se realizó un estudio en la ciudad de Pucallpa para determinar el grado de relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Los resultados revelaron una relación significativa y positiva fuerte ($r=0.785$) entre ambas variables, lo que significa que un mayor nivel de cultura tributaria se asocia con un mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias. Asimismo, se analizaron las dimensiones específicas de la cultura tributaria y la variable de cumplimiento de las obligaciones tributarias. Se encontró que las dimensiones de educación tributaria ($r=0.722$) y conocimiento de las normas y leyes tributarias ($r=0.700$) están altamente correlacionadas con un mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias. La dimensión de valores del contribuyente también mostró una relación positiva moderada ($r=0.457$) con el cumplimiento de las obligaciones tributarias. En resumen, todas las dimensiones de la cultura tributaria están asociadas positivamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias [19].

A. Cultura tributaria

Conjunto de valores y conocimientos que tanto un país como sus contribuyentes tienen en relación a la tributación. Este enfoque considera que los contribuyentes no deben ver los impuestos simplemente como una obligación, sino como parte de un deber constitucional que les permite contribuir al desarrollo del país y satisfacer sus necesidades. En otras palabras, la cultura tributaria implica comprender la importancia de los impuestos como una forma de colaborar con el crecimiento y bienestar de la nación, y no solo como una carga impuesta por las autoridades [20].

La cultura tributaria representa la base más sólida y confiable que hará posible la exacción de impuestos. Es una pieza importante para que los sistemas tributarios se hagan más completos [11]. En la investigación se puede conceptualizar a la cultura tributaria como el actuar de sujetos que tributan ante las responsabilidades que generan las obligaciones tributarias, es decir tomar acción positiva respecto a los impuestos y asumir su contribución al desarrollo del país.

B. Dimensiones de la variable cultura tributaria

La primera dimensión del conocimiento tributario se refiere a la comprensión y familiaridad que tienen tanto individuos como entidades acerca de las leyes, reglamentos y procedimientos relacionados con el sistema fiscal de un país. Es importante que las personas estén informadas sobre las sanciones tributarias, ya que estas señalan las consecuencias que podrían enfrentar los contribuyentes en caso de incumplimiento de sus obligaciones fiscales. Contar con esta información es crucial para evitar infracciones derivadas del desconocimiento de las normas tributarias establecidas por la administración de los tributos, en este caso, por ejemplo, por

la SUNAT. A través de estas normas se crean, regulan y derogan los impuestos que deben ser pagados. [21].

La segunda dimensión, conocida como educación tributaria, representa una valiosa fuente de conocimiento para la cultura tributaria, lo que permite a los países reducir la carga fiscal necesaria para alcanzar sus objetivos y satisfacer las necesidades de la sociedad. La responsabilidad de educar a los contribuyentes no recae únicamente en las administraciones tributarias, sino que también es un deber del Estado colaborar con centros educativos, asociaciones y organizaciones no gubernamentales. De esta manera, la educación tributaria se convierte en un medio que guía a los ciudadanos hacia el cumplimiento responsable de sus obligaciones tributarias, en concordancia con lo establecido por la ley, comenzando desde su formación académica [22].

La tercera dimensión, conocida como conciencia tributaria, abarca el nivel de conocimiento, percepción y responsabilidad que los contribuyentes tienen en relación a sus obligaciones fiscales [23]. Además, esta dimensión reconoce la importancia de que los ciudadanos contribuyentes no solo cumplan con sus deberes tributarios, sino que también comprendan qué comportamientos están permitidos y cuáles están prohibidos dentro del sistema tributario. De esta manera, los contribuyentes son conscientes de que, al cumplir con el deber de pagar sus impuestos, están contribuyendo al bienestar general, ya que estos recursos financian los servicios públicos y mejoran su funcionamiento, cumpliendo así con el compromiso del Estado de brindar todos los servicios necesarios para la sociedad [24].

C. Obligaciones tributarias

La obligación tributaria es un concepto fundamental en el ámbito del derecho público y se establece mediante la ley como un vínculo entre el acreedor, que es el Estado o la entidad recaudadora, y el deudor tributario, que es el contribuyente. Su objetivo principal es garantizar el cumplimiento de la prestación tributaria, es decir, el pago de los impuestos o tributos correspondientes. Esta obligación tiene carácter exigible coactivamente, lo que significa que, en caso de incumplimiento, el Estado cuenta con la facultad de aplicar medidas coercitivas y sanciones para asegurar el pago de los impuestos adeudados [24].

El surgimiento de la obligación tributaria representa un valor cívico esencial que establece una interacción fundamental entre el Estado y el contribuyente. Esta obligación, de carácter exigible coactivamente, tiene como propósito cumplir con el código tributario establecido por ley, permitiendo así la recaudación de ingresos que beneficiarán a la sociedad en general y contribuirán a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos [25,26].

Las obligaciones tributarias que surgen para los emprendedores en el ámbito de la comercialización en redes sociales se generan a partir de la ejecución de las actividades propias de su negocio. En este sentido, el contribuyente se convierte en deudor tributario y tiene la responsabilidad de realizar los pagos correspondientes a la Administración tributaria. Estas obligaciones incluyen una serie de derechos y deberes que emergen tanto del sistema de tributación del titular del negocio como de terceras partes involucradas [18].

D. Dimensiones de la variable obligaciones tributarias

Las obligaciones tributarias pueden clasificarse en dos tipos: las formales y las relacionadas con procedimientos tributarios sustanciales. Las obligaciones tributarias formales están relacionadas con los impuestos establecidos por las leyes tributarias para los contribuyentes, y su cumplimiento implica seguir procedimientos tributarios específicos. Estos procedimientos incluyen declaraciones censales para aquellos contribuyentes que realizan actividades sujetas a retención de beneficios [27]. Así mismo la emisión de diferentes tipos de comprobantes que acreditan la transferencia económica de bienes, servicios, entre otros. El concepto de obligaciones tributarias formales permite a los contribuyentes conocer y distinguir las diversas emisiones de comprobantes según su rubro y negocio. Por ejemplo, se encuentran las facturas, los recibos por honorarios o las boletas de ventas [24]. Además, los contribuyentes también tienen la obligación de solicitar comprobantes de pago para asegurar un buen manejo de sus transacciones y evitar la evasión tributaria. Estos comprobantes son fundamentales para demostrar las transacciones realizadas y asegurarse de que los impuestos correspondientes sean pagados adecuadamente. Por último, es esencial que los emprendedores mantengan actualizados sus registros contables para tener un control preciso de sus cuentas. La actualización responsable de los registros contables es crucial, ya que cualquier falta de actualización puede resultar en infracciones que no podrán ser rectificadas [28,29].

Las obligaciones tributarias sustanciales hacen referencia a la obligación principal, que es el deber del contribuyente de cumplir con el pago de los tributos correspondientes. Su objetivo primordial es garantizar el pago de los impuestos establecidos por ley y su origen proviene de la legislación, no de acuerdos entre particulares. Esta obligación sustancial abarca no solo el pago de los tributos, sino también una serie de deberes formales que aseguran el cumplimiento adecuado de dicha obligación [8]. Entre los indicadores clave relacionados con las obligaciones tributarias sustanciales, destacan la puntualidad en la presentación de las declaraciones y el pago oportuno de los tributos, siguiendo el cronograma establecido por la SUNAT. La puntualidad en estos aspectos nos permite evaluar la actualización de los comerciantes en sus pagos y su compromiso en cumplir con sus obligaciones tributarias [30]. Además, el conocimiento sobre las infracciones tributarias es otro indicador relevante, ya que nos permite analizar si los comerciantes tienen una adecuada educación tributaria. A través de este conocimiento, podemos obtener una visión más amplia de la situación fiscal en el país y evaluar si los comerciantes están conscientes de sus deberes y responsabilidades fiscales. Por último, la disposición de aprendizaje sobre las obligaciones tributarias es un factor crucial para analizar el compromiso de los comerciantes con la educación tributaria y el cumplimiento de sus responsabilidades fiscales [31].

E. Emprendedor digital

Un emprendedor digital es una persona que utiliza plataformas digitales como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube u otras, para crear y promocionar su propio negocio

o proyecto. Estos emprendedores utilizan las redes sociales como un medio efectivo para llegar a su audiencia, construir una marca, comercializar productos o servicios, y generar ingresos a través de estrategias de marketing digital y ventas en línea [32]. Las redes sociales se han vuelto una maravillosa vitrina para dar a conocer los negocios de los emprendedores [33].

F. Teoría de la renta

La teoría de la renta se refiere a un concepto económico que establece una relación entre la cultura tributaria de un país y su capacidad para generar ingresos fiscales. Esta teoría sugiere que una cultura tributaria sólida, caracterizada por altos niveles de conciencia y cumplimiento tributario por parte de los contribuyentes, puede conducir a una mayor recaudación de impuestos y, por lo tanto, a una mayor renta fiscal para el Estado.

En tal sentido, cuando los ciudadanos tienen una cultura tributaria bien arraigada, están más dispuestos a cumplir con sus obligaciones fiscales de manera voluntaria y responsable. Esto puede reducir la evasión y la elusión fiscales, lo que a su vez incrementa la base tributaria y aumenta los ingresos del Estado. La renta asociada a la cultura tributaria se manifiesta en la capacidad del Estado para financiar programas y proyectos que beneficien a la sociedad en su conjunto, mejorar los servicios públicos y promover el desarrollo económico y social [34].

G. Teoría de las decisiones

La teoría de las decisiones también conocida como teoría de la elección, es una rama de la economía y la psicología que se enfoca en analizar cómo las personas toman decisiones en situaciones de incertidumbre y riesgo, y cómo evalúan y comparan diferentes opciones para maximizar sus resultados. Esta teoría analiza influencia de la cultura tributaria de una sociedad en las decisiones que toman los individuos y empresas en relación con sus obligaciones fiscales. Así mismo, explora cómo las creencias, actitudes y valores de los contribuyentes respecto a los impuestos y el cumplimiento de las normas tributarias pueden influir en su comportamiento tributario [35].

III. METODOLOGÍA

Esta investigación fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo, con alcance correlacional [36]. La población en estudio estuvo conformada por los emprendedores digitales que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura. En base a un análisis de muestreo aleatorio simple se calculó un tamaño de muestra y seleccionó a 169 emprendedores digitales. A estos, se les aplicó un cuestionario mediante formularios digitales, el cual estuvo estructurado con seis ítems que miden el nivel de cultura tributaria y otros seis ítems que miden el cumplimiento de obligaciones tributarias. Se verificó la consistencia interna del instrumento, obteniendo un Alfa de Cronbach de 0.735 para la variable cultura tributaria y un 0.747 para la variable cumplimiento de obligaciones tributarias. En el análisis descriptivo se determinó el nivel de cada variable de interés y sus dimensiones. En los procedimientos inferenciales, se encontró que los datos no cumplen el supuesto de normalidad

según la prueba de Kolmogorov-Smirnov, siendo sus valores de significancia para cada variable menores del 0.01, por ello, se procedió a analizar las correlaciones correspondientes con el coeficiente Rho de Spearman y se complementó con el coeficiente de *d* de Somers para determinar si la cultura tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias en esta población. Para todo el análisis se utilizó el software R.

IV. RESULTADOS

A. Estadísticos descriptivos de la cultura tributaria

En la tabla I, se observa que el 78% de los emprendedores digitales presentaron un nivel alto de cultura tributaria y un 22% presentó un nivel medio. A nivel dimensional, en cuanto al conocimiento tributario, el 52% presentó un nivel alto, un 41% un nivel medio y un 7% un nivel bajo. Estos resultados difieren porcentualmente con lo obtenido en las otras dimensiones, donde se observa una mayor orientación de parte de los emprendedores digitales en cuanto a la educación y la conciencia tributaria, pues en estas dimensiones, el 87% y 80%, respectivamente, presentaron un nivel alto.

TABLA I
NIVELES DE LA CULTURA TRIBUTARIA Y SUS DIMENSIONES

Variable	Rango	Nivel	Emprendedores digitales	Porcentaje	
Cultura Tributaria	6 a 14	Bajo	0	0%	
	15 a 22	Medio	38	22%	
	23 a 30	Alto	131	78%	
Dimensiones	Conocimiento Tributario	2 a 4	Bajo	12	7%
		5 a 7	Medio	69	41%
		8 a 10	Alto	88	52%
	Educación Tributaria	2 a 4	Bajo	1	1%
		5 a 7	Medio	21	12%
		8 a 10	Alto	147	87%
	Conciencia Tributaria	2 a 4	Bajo	1	1%
		5 a 7	Medio	32	19%
		8 a 10	Alto	136	80%

B. Estadísticos descriptivos del cumplimiento de las obligaciones tributarias

En la tabla II, en relación al cumplimiento de obligaciones tributarias, el 75% de los emprendedores digitales presentaron un nivel alto, un 24% en nivel medio, y un 1% en nivel bajo. A nivel dimensional, se observa un comportamiento distinto entre las obligaciones tributarias formales y sustanciales, pues en el caso de las formales, el 88% de los emprendedores digitales presentaron un nivel alto y un 12% en nivel medio; sin embargo, en las sustanciales, existe un menor porcentaje en nivel alto, alcanzando el 55%, y solo un 37% presentó un nivel medio y un 8% en nivel bajo.

TABLA II
NIVELES DE VARIABLE Y DIMENSIONES DE CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Variable	Rango	Nivel	Emprendedores digitales	Porcentaje
Cumplimiento de obligaciones tributarias	6 a 14	Bajo	1	1%
	15 a 22	Medio	41	24%
	23 a 30	Alto	127	75%

Dimensiones	Obligaciones tributarias formales	3 a 7	Bajo	0	0%
		8 a 11	Medio	20	12%
		12 a 15	Alto	149	88%
	Obligaciones tributarias sustanciales	3 a 7	Bajo	13	8%
		8 a 11	Medio	63	37%
		12 a 15	Alto	93	55%

En la tabla III, la variable cultura tributaria muestra una relación significativa con la variable cumplimiento de las obligaciones tributarias, según el coeficiente de Rho de Spearman de 0.511, esta relación es positiva y moderada.

El coeficiente de *d* de Somers, indica que la cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de estos emprendedores digitales. En cuanto a las dimensiones, tanto el conocimiento, educación y conciencia tributaria, muestran una relación significativa con el cumplimiento de obligaciones; asimismo, según el *d* de Somers, las dimensiones detalladas indican en esta última variable.

TABLA III
ANÁLISIS DE CORRELACIÓN E INCIDENCIA ENTRE LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Análisis	V2: Cumplimiento de obligaciones tributarias			
	Correlación		Incidencia	
Coeficientes	Rho de Spearman	Sig.	<i>d</i> de Somers	Sig.
V1: Cultura tributaria	0.511	0.000	0.434	0.000
D1: Conocimiento	0.277	0.000	0.225	0.000
D2: Educación	0.465	0.000	0.409	0.000
D3: Conciencia	0.541	0.000	0.393	0.000

Nota: Sig.=Significancia

Los grados de relación entre las dimensiones de la cultura tributaria con la variable cumplimiento de obligaciones tributarias varía, siendo débil para la dimensión conocimiento, pero moderada para educación y conciencia. Esto refleja que las dimensiones a medida que su nivel pueda mejorar se verá reflejado en el cumplimiento de obligaciones de los emprendedores digitales.

V. DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en emprendedores digitales que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura durante el año 2023, encontrándose que no solo existe una relación significativa entre las variables, sino que también una incidencia positiva. Lo que es una situación distinta a lo encontrado en un estudio desarrollado en Quevedo-Ecuador, donde los comerciantes afiliados a la Cámara de Comercio tienen un conocimiento insuficiente en cultura tributaria, lo que se traduce en un desconocimiento de la función del Servicio de Rentas Internas y de los impuestos en general. Este hallazgo, a pesar de presentarse resultados adversos, refuerza la idea de que la existencia de una falta de conocimiento y de educación tributaria entre los actores

VI. CONCLUSIONES

económicos, contribuye a los bajos niveles de cultura tributaria y cumplimiento fiscal [13], pues en Piura los emprendedores digitales mostraron un buen nivel de cultura tributaria. Otro estudio, desarrollado en Bogotá-Colombia también es congruente con los resultados de la presente, ya que se encontró una relación directa, relegándose en que a medida que los representantes de negocios en una ciudad presentan un nivel bajo de conocimiento, algunos de ellos muestran desinterés en aspectos tributarios [14].

Lo encontrado en Piura no suele ser atípico, en otras provincias del Perú, como Cajamarca, se ha encontrado también una relación significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) [15]. Asimismo, en un estudio realizado en Lima, se identificó una correlación positiva significativa entre las variables de interés, incluyendo que las dimensiones de valores tributarios, educación tributaria y conciencia tributaria también se relacionan significativamente con el cumplimiento de obligaciones tributarias [7]. Además, en los estudios realizados en Tacna, se encontró una relación positiva y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes [17] [18].

Estos hallazgos se fundamentan con la teoría de la renta, al entender que una cultura tributaria sólida entre los emprendedores en Piura sería beneficiosa tanto para ellos como para el Estado. Una mayor conciencia y cumplimiento tributario puede contribuir a una mayor recaudación de impuestos y, en consecuencia, aumentar la capacidad del Estado para financiar proyectos que beneficien a la sociedad en general. Por tanto, se destaca la importancia de fomentar una cultura tributaria responsable y consciente para lograr una mayor renta fiscal y contribuir al desarrollo económico y social en la provincia de Piura [34]. Del mismo modo, se sostiene en la teoría de las decisiones, pues en el presente estudio se refleja que las creencias, valores y actitudes respecto a aspectos tributarios, incide en el cumplimiento de normas y el comportamiento de los emprendedores en aspectos tributarios [35].

En base a los resultados obtenidos, se evidencia que una sólida cultura tributaria está estrechamente vinculada con el cumplimiento efectivo de las obligaciones fiscales. Esta cultura, caracterizada por el conocimiento, educación y conciencia sobre el sistema fiscal, fomenta la responsabilidad de los contribuyentes para cumplir adecuadamente con sus deberes tributarios. Cuando los ciudadanos y emprendedores comprenden la importancia de contribuir al sostenimiento del Estado mediante el pago de impuestos, se reducen tanto la evasión como la elusión fiscal, lo que a su vez aumenta la base tributaria y los ingresos del Estado. Asimismo, una cultura tributaria sólida permite fortalecer el sistema fiscal y disponer de recursos para financiar proyectos y programas que beneficien a la sociedad en general, promoviendo así el desarrollo económico y social del país. En este contexto, es crucial promover una mayor conciencia tributaria entre los emprendedores y ciudadanos, lo que contribuirá al fortalecimiento de las instituciones y al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, garantizando la equidad, justicia social y el bienestar para todos.

Los hallazgos de esta investigación revelan la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias entre los emprendedores que comercializan en redes sociales en la provincia de Piura durante el año 2023. La mayoría de estos emprendedores digitales presentan un alto nivel de cultura tributaria, sin embargo, alrededor del 22% aún refleja falta de conocimiento, educación y conciencia sobre el sistema fiscal. Además, se evidenció que la mayoría de ellos también muestran un alto nivel de cumplimiento de sus obligaciones tributarias, pero no puede dejarse de lado al 24% de emprendedores digitales que muestran que requieren fortalecer el cumplimiento de aspectos formales y sustanciales. Estos resultados tienen importantes implicancias para el desarrollo económico y social de la región. Una cultura tributaria deficiente y un bajo cumplimiento de las obligaciones fiscales pueden afectar negativamente la recaudación de impuestos y, por ende, limitar los recursos disponibles para financiar proyectos y programas que beneficien a la comunidad en general. Asimismo, la evasión y elusión fiscales pueden generar desigualdades y afectar la equidad en la distribución de la carga tributaria. Se resalta la importancia de promover la educación y concienciación tributaria entre los emprendedores y ciudadanos en general. Una cultura tributaria sólida, donde los contribuyentes comprendan la importancia de cumplir con sus responsabilidades fiscales, puede contribuir a fortalecer el sistema fiscal, aumentar la base tributaria y mejorar la eficiencia en la recaudación de impuestos.

Por ello, se recomienda que los gobiernos implementen estrategias efectivas de educación y concientización tributaria, esto último, en coordinación con los organismos técnicos especializados de administración tributaria. Una primera estrategia sugerida es el diseño de campañas informativas claras y accesibles que promuevan la importancia de contribuir al sostenimiento del Estado a través del pago de impuestos y el cumplimiento responsable de las obligaciones fiscales. Una segunda estrategia es el capacitar y asesorar en materia tributaria a través de micro tutoriales con mensajería instantánea a los emprendedores sobre los procedimientos y beneficios fiscales, de manera que puedan comprender y cumplir adecuadamente con sus responsabilidades tributarias. Como última estrategia se sugiere implementar sistemas amigables para que el emprendedor, a pesar de sus brechas digitales, pueda adaptarse sin dificultad, como por ejemplo el uso de un proceso de pago de impuesto a través las billeteras electrónicas, medio utilizado por la mayoría de los emprendedores en la actualidad.

Para futuras investigaciones sobre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias, es importante considerar el uso de metodologías mixtas que combinen enfoques cuantitativos y cualitativos. Esto permitirá obtener una visión más completa y profunda del fenómeno estudiado, al analizar tanto los aspectos cuantitativos de los niveles de cultura tributaria y cumplimiento, como los factores cualitativos que inciden en las percepciones y actitudes de los emprendedores hacia los impuestos. Asimismo, se sugiere

incluir en la muestra a una diversidad de emprendedores, considerando diferentes sectores de la economía y distintos tamaños de negocio, para obtener resultados más representativos y generalizables. Por último, se recomienda realizar un seguimiento longitudinal en futuras investigaciones, para analizar la evolución de la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones fiscales en el tiempo, identificando posibles cambios y tendencias que puedan ser de interés para el diseño de políticas públicas y estrategias de desarrollo económico y social.

REFERENCIAS

- [1] CEPAL (2020), "Estrategias para abordar la evasión tributaria en América Latina y el Caribe," *Macroeconomía del desarrollo*, Naciones Unidas - CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46301/1/S2000696_es.pdf
- [2] M. A. Chía, J. A. Gómez Quiñónez, C. C. López Ruíz y S. A. Porras Mejía, "Hacia el fomento de la cultura tributaria desde la primera infancia," *Revista Activos*, vol. 16, no. 30, pp. 19-54, 2018. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/292/2921265002/2921265002.pdf>
- [3] M. del C. Morales Tostado, L. G. Echeverría Rodríguez, B. E. Huerta Urquijo y E. L. Quinto Lorenzo, "Cultura Tributaria en Hermosillo, Sonora, México," *BIOLEX REVISTA JURIDICA DEL DEPARTAMENTO DE DERECHO*, vol. 11, no. 21 jul-dic, pp. 63-80, 2019. <https://doi.org/10.36796/biolex.v21i0.157>
- [4] F. Costa, "Perú: Indicadores de Empleo e Ingreso por departamento 2007-2017," Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digital/es/EstLib1537/libro.pdf
- [5] D. Carhuavilca, "PRODUCCIÓN Y EMPLEO INFORMAL EN EL PERÚ Cuenta Satélite de la Economía Informal 2007-2019," Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digital/es/EstLib1764/libro.pdf
- [6] M. Armas y M. Colmenares, "Educación para el desarrollo de la cultura tributaria," *Dialnet*, vol. 4, no. 6, pp. 141-160, 2022. [Online]. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210&info=resumen&idioma=SPA>
- [7] R. Seminario, H. Trinidad, S. Trinidad, "Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de obligaciones tributarias, mercado José Carlos Mariátegui, San Juan de Lurigancho," *Ágora Rev. Cient.*, vol. 09, no. 01, pp. 65-73, 2022. <https://doi.org/10.21679/206>
- [8] G. Grajales, C. Vargas y L. Agudelo, "Estatuto tributario 2019. Buenas prácticas tributarias de gobierno corporativo," Ediciones de la U, Bogotá, Colombia, 2019
- [9] M. Cabrera, M. Sánchez-Chero, L. Cachay, C. Rosas-Prado. (2021). "Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú." *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 27, núm. Esp.3, pp. 204-218.
- [10] A. V. Hinojosa Cruz, "Una reflexión sobre el aspecto ético en la obligación tributaria en México," *Buen Gobierno - Revista de Ciencias Sociales*, vol. 27, núm. Esp.3, pp. 204-218, 2008. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=569660526002>
- [11] E. Cruz, "Cultura tributaria y las obligaciones fiscales en los comerciantes del Mercado de Wanchaq, Cusco, año 2021," Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo, 2022. [Online]. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/89496>
- [12] J. McAdams, "La creciente importancia del comercio electrónico durante COVID-19 y los beneficios de la venta en línea," *Progress*, 15 de julio de 2023. <https://www.progress.com/es/blogs/the-growing-importance-of-ecommerce-in-a-post-covid-19-world>
- [13] A. M. Palma, K. A. Plúa, y J. A. Cedeño, "Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones fiscales Quevedo, 2022," *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, vol. 3, no. 2, pp. 1433-1450, 2022. <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.193>
- [14] L. Castro y K. Torralba, "La cultura tributaria como factor primario de la responsabilidad fiscal en negocios multinivel y comerciantes de barrio en Bogotá," Tesis de licenciatura, Universidad Los Libertadores, Colombia, 2020. [Online]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11371/3176>
- [15] R. M. J. Dávila Barboza y E. J. Pintado Calle, "Tax culture and compliance with the tax obligations of the MYPES of the district of San José de Lourdes, 2021," 2022. [Online]. Disponible en: https://lareferencia.info/vufind/Record/BR_26920eb5ace8628a5ac64f67f49abdb5
- [16] M. Aguilar, "Evasión tributaria y su impacto en la recaudación de los comerciantes de abarrotes - mercado Santa Celia - Cutervo - 2018," Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán, Perú, 2021. [Online]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7910>
- [17] R. Romero-Carazas, M. Chambilla Choquecahua, Y. M. Santiviáñez Villavicencio, A. B. Santos Maldonado, y W. A. Ugarte Portuondo, "La cultura y las obligaciones tributarias en una empresa peruana," *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, vol. 6, no. 4, pp. 3279-3292, 2022. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2833
- [18] S. Gutiérrez, "La Cultura Tributaria y Las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Centro Comercial 'Polvos Rosados' - Tacna, 2019," Tesis de Licenciatura, Universidad Privada de Tacna, 2021. [Online]. Disponible en: <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/2086>
- [19] M. P. Peña Ramírez y C. Núñez González, "Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el sector comercio de Pucallpa, Perú," *Revista Hechos Contables*, vol. 1, no. 2, pp. 51-62, 2021. <https://doi.org/10.52936/rhc.v1i2.76>
- [20] G. Quispe, O. Arellano, O. Negrete, E. Rodríguez, y K. Vélez, "La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador," *Revista Espacios*, vol. 41, no. 29, pp. 1-19, 2020. [Online]. Disponible en: <http://www.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>
- [21] N. Chinchay, "Cultura tributaria y obligaciones tributarias en contribuyentes del nuevo régimen único simplificado del Mercado Roberto Segura, Jaén," Tesis de titulación, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo-Perú, 2020. [Online]. Disponible en: <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7362>
- [22] OECD, "Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía: Guía sobre educación tributaria en el mundo, segunda edición," OECD Publishing, Paris, 2021. <https://doi.org/10.1787/17a3eabd-es>
- [23] L. Gómez y J. Macedo, "La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano," *Revista diseños de investigación educativa*, vol. 21, no. 12, 2014. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/6410>
- [24] SUNAT, "Código Tributario," 31 de enero de 2017. [Online]. Disponible en: <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro1/libro.pdf>
- [25] N. Baldeon, C. Roque, y E. Garayar, "Código Tributario comentado," *Contadores & Empresas*, Lima-Perú, 2009.
- [26] R. Ortega y A. Pacherras, "Guía Tributaria - Contable y Análisis Jurisprudencial," ECB Ediciones S.A.C. Lima-Perú, 2016.
- [27] J. De Acuña, J. Ruiz, M. Pedraz, y A. García Monco, "Procedimientos tributarios España-Madrid," *La ley Wolters Kluwer*, 2007, 1230 p.
- [28] M. Chavez y V. Tadeo, "Cultura Tributaria Y El Cumplimiento De Obligaciones Tributarias En El Mercado Modelo De Huancayo," Tesis de titulación, Universidad Nacional del Centro Del Perú, Lima-Perú, 2014. [Online]. Disponible en: <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/3293>
- [29] R. López y E. Tamayo, "Proceso integral de la actividad comercial," *Editex*, 2012, 24 p.
- [30] K. Gil y L. Zapata, "Cultura Tributaria del Perú," Tesis de titulación, Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá, Bogotá-Colombia, 2017. [Online]. Disponible en: https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20219/TC_PG463c.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [31] M. Amasifuen, "Importancia de la cultura tributaria en el Perú," *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting power for business*, vol. 1, no. 1, pp. 1-18, 2018. [Online]. Disponible en: https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898
- [32] N. Peru 21, "Emprendedor: ¿cómo usar las redes sociales para impulsar tu negocio?," *Peru21*, 29 de junio de 2023. [Online]. Disponible en: <https://peru21.pe/economia/emprendedor-como-usar-las-redes-sociales-para-impulsar-tu-negocio-noticia/>
- [33] J. Diaz, "Las redes sociales, una puerta para el emprendimiento joven," *Universidad Pontificia Bolivariana*, 17 de mayo de 2017. [Online]. Disponible en: https://www.upb.edu.co/es/noticia/emprendimiento_en_redes_sociales

- [34] D. Ricardo, "Principios de economía política y tributación," Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 1993. [Online]. Disponible en: https://www.ehu.es/Jarriola/Docencia/EcoInt/Lecturas/David%20Ricardo_Principios_VII_Comercio%20exterior.pdf
- [35] J. Von Neumann y O. Morgenstern, "Theory of Games and Economic Behavior," Princeton University Press, 1944.
- [36] OCDE, Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities. Publicado por acuerdo con la OCDE, París (Francia), 2015, DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239012-en>