



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



**CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ - JULIACA EN LA
PANDEMIA DEL COVID-19, PERIODO 2020-2021**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. EVELYN LILLIAN CCUNO LIVISI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO – PERÚ

2023



DEDICATORIA

A Dios, quién me dio el regalo de la vida, por estar conmigo en cada paso que doy y por la sabiduría e inteligencia que me da día a día.

De manera especial a mis queridos padres; L. Rodolfo Ccuno Aquino y Marcelina Livisi Chambi, quienes me dieron la vida, educación, consejos y por estar siempre apoyándome moral y económicamente en cada paso de mi vida.

A mis hermanos; Edison, Carina, Alexander y Luis por el amor, apoyo y comprensión absoluta en cada instante de mi vida.

A mis docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables, por haberme compartido y transmitido todos sus conocimientos mediante sus enseñanzas y poder realizar este reto.

A mis abuelos Dolores, Cirilo y Andrés, a mi tío Bernardino y mi hermana Evangelina (Q.E.P.D) que desde donde están, iluminan mi camino.

Y sin dejar de lado al Ing. Yeison Herbert Churquipa Yanqui por su apoyo en el procesamiento de datos y así poder culminar el trabajo.

Evelyn Lillian Ccuno Livisi



AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a Dios por guiarme e iluminarme el horizonte de mi camino.

A la Universidad Nacional Del Altiplano Puno mi alma mater, por darme la oportunidad de aprender en sus aulas y formarme profesionalmente.

A los docentes de esta prestigiosa Escuela Profesional de Ciencias Contables por ser los mentores en mi formación profesional, quienes me acogieron, compartieron sus experiencias y sabidurías profesionales.

Mi reconocimiento a mi asesor de tesis D.Sc. Juan Moisés Mamani Mamani, por su orientación, disposición y por sus valiosos conocimientos que contribuyeron en el trabajo de investigación.

A los miembros del jurado: D.Sc. Marco Antonio Ruelas Humpiri, M.Sc. Edith Pamela Jiménez Carrasco y M.Sc. José Luis Mamani Vargas; por sus orientaciones y sugerencias vertidas para la culminación del trabajo de investigación.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida y mi formación profesional a las que me encantaría agradecerles por su amistad, consejos, apoyo, compañía; y estoy segura de que seguiré contando.

Evelyn Lillian Ccuno Livisi



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 14

ABSTRACT..... 15

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 17

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 18

1.2.1 Problema general 19

1.2.2 Problemas específicos 19

1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 20

1.3.1 Hipótesis General 20

1.3.2 Hipótesis Específicas 20

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO 20

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 22

1.5.1 Objetivo general..... 22

1.5.2 Objetivos específicos 22

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA



2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.1.1	Antecedentes a nivel internacional.....	23
2.1.2	Antecedentes a nivel nacional.....	24
2.1.3	Antecedentes locales	28
2.2	MARCO TEÓRICO.....	29
2.2.1	Cultura tributaria.....	29
2.2.1.1	Importancia de la cultura tributaria	31
2.2.1.2	Elementos de la cultura tributaria.....	31
2.2.1.3	Factores que afectan la cultura tributaria.....	32
2.2.1.4	Dimensiones de la cultura tributaria	33
2.2.1.4.1	Conocimiento tributario	33
2.2.1.4.2	Conciencia tributaria.....	34
2.2.1.4.3	Difusión y orientación tributaria.....	35
2.2.2	Sistema tributario nacional.....	35
2.2.2.1	Concepto	35
2.2.2.2	Características del sistema tributario	36
2.2.2.3	Tributo.....	37
2.2.2.3.1	Características del tributo.....	38
2.2.2.3.2	Finalidad del tributo.....	38
2.2.2.3.3	Tipos de tributos.....	38
2.2.3	Obligación tributaria	39
2.2.3.1	Concepto de la obligación tributaria	39
2.2.3.2	Características de la obligación tributaria	40
2.2.3.3	Elementos de la obligación tributaria.....	41
2.2.3.4	Nacimiento de la obligación tributaria.....	42



2.2.3.5	Exigibilidad de la obligación tributaria	43
2.2.3.6	Determinación de la obligación tributaria	44
2.2.3.7	Efectos del cumplimiento oportuno de la obligación tributaria.....	44
2.2.3.8	Clases de la obligación tributaria.....	45
2.2.3.9	Transmisión de la obligación tributaria	45
2.2.3.10	Extinción de la obligación tributaria	47
2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	50
2.3.1	Administración Tributaria	50
2.3.2	Comerciante.....	50
2.3.3	Comercio.....	50
2.3.4	Contribuyente.....	50
2.3.5	Deuda Tributaria.....	51
2.3.6	Deudor Tributario	51
2.3.7	Infracciones Tributarias	51
2.3.8	Responsable.....	51
CAPÍTULO III		
MATERIALES Y MÉTODOS		
3.1	UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO	52
3.2	PERÍODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO	52
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO	53
3.3.1	Población	53
3.3.2	Muestra	54
3.4	PROCEDIMIENTO	58
3.4.1	Enfoque de investigación.....	58



3.4.2	Diseño de investigación	59
3.4.3	Método de investigación.....	59
3.4.4	Técnicas para la recolección datos	61
3.4.4.1	Análisis documental	61
3.4.4.2	Encuesta	62
3.4.5	Instrumento para la recolección de datos	62
3.4.5.1	Cuestionario.....	63
3.4.6	Técnicas para el procesamiento de datos.....	65
3.5	DISEÑO ESTADÍSTICO.....	67
3.6	VARIABLES	71
3.7	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	72

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	RESULTADOS	73
4.1.1	Determinación de la relación del conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.	73
4.1.1.1	Prueba de hipótesis	75
4.1.2	Determinación de la relación de la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.	77
4.1.2.1	Prueba de hipótesis	79



4.1.3	Determinación de la relación de la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.....	81
4.1.3.1	Prueba de hipótesis.....	83
4.1.4	Determinación de la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021.....	85
4.1.4.1	Prueba de hipótesis.....	87
4.1.5	Propuesta de un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.....	90
4.1.5.1	Datos generales.....	90
4.1.5.1.1	Título del programa.....	90
4.1.5.1.2	Justificación.....	91
4.1.5.1.3	Antecedentes.....	91
4.1.5.1.4	Objetivos.....	96
4.1.5.1.5	Beneficiarios.....	97
4.1.5.1.6	Propósito del plan.....	97
4.1.5.2	Estructura.....	98
4.1.5.3	Metodología.....	98
4.1.5.3.1	Técnicas procedimentales y operación del programa.....	98



4.1.5.4	Presupuesto y financiamiento	102
4.2	DISCUSIÓN	103
4.2.1	Objetivo específico 1.....	103
4.2.2	Objetivo específico 2.....	104
4.2.3	Objetivo específico 3.....	105
4.2.4	Objetivo específico 4.....	107
4.2.5	Objetivo general.....	108
V.	CONCLUSIONES	111
VI.	RECOMENDACIONES	113
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	116
ANEXOS.....		125

Área: Ciencias sociales

Línea de Investigación: Sistema tributario nacional

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 05 de enero 2023



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Dispersión entre conocimiento tributario y cumplimiento de obligaciones tributarias	77
Figura 2: Dispersión entre orientación tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias	81
Figura 3: Dispersión entre conciencia tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias	85
Figura 4: Dispersión entre cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias.	89



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de tributo.....	39
Tabla 2: Cantidad de comerciantes empadronados del Mercado Internacional San José Juliaca.....	54
Tabla 3: Selección de comerciantes empadronados por el giro de negocio	58
Tabla 4: Ficha técnica de cuestionario de cultura tributaria	64
Tabla 5: Ficha técnica de cuestionario de cumplimiento de las obligaciones tributarias	65
Tabla 6: Escala de Likert de la investigación	66
Tabla 7: Relación de conocimiento tributario y cumplimiento de obligaciones tributarias (datos agrupados)	74
Tabla 8: Correlación entre conocimiento tributario y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	76
Tabla 9: Relación de orientación tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias (datos agrupados)	78
Tabla 10: Correlación entre orientación tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	80
Tabla 11: Relación de conciencia tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias (datos agrupados)	82
Tabla 12: Correlación entre conciencia tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	84
Tabla 13: Relación de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias (datos agrupados)	86
Tabla 14: Correlación entre cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias	88



Tabla 15: Recursos a utilizar en el programa	101
Tabla 16: Presupuesto del Programa de capacitación.....	102



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- (SUNAT)** : Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.
- (MINEDU)** : Ministerio de Educación
- (NAF)** : Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal.



RESUMEN

La tesis titulada “Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional San José - Juliaca en la pandemia del Covid-19, periodo 2020-2021” tuvo como objetivo general determinar la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19. Para ello se planteó la siguiente interrogante ¿Cuál es la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021? Teniendo como hipótesis general que existe una relación directa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19. El enfoque de investigación es cuantitativo, con un diseño no experimental transversal correlacional-causal, cuya población es de 2854 empadronados, con una muestra de 339 comerciantes a quienes se les aplicó el instrumento: el cuestionario de cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de Acosta y Tapullima (2019). Los resultados mostraron que existe correlación positiva alta entre las dos variables y estadísticamente es muy significativa con un $r = 0,898^{**}$ según el coeficiente de correlación de Pearson; por lo que se acepta la hipótesis de investigación. Por ello se concluye que, existe una relación directa entre las variables en estudio, con una relación significativa al 80%, esto quiere decir que, mientras mayor cultura tributaria tenga mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias.

Palabras clave: Conciencia tributaria, Conocimiento tributario, Cultura tributaria, Obligaciones tributarias y Orientación tributaria.



ABSTRACT

The thesis entitled "Tax Culture and Compliance with Tax Obligations of the merchants of the San José - Juliaca International Market in the face of the Covid-19 pandemic, period 2020-2021" had the general objective of determining the relationship between tax culture and compliance with tax obligations. obligations of the merchants of the San José - Juliaca international market in the face of the COVID - 19 pandemic. For this, the following question was raised: What is the relationship between the tax culture and compliance with the tax obligations of the merchants of the San José International market José - Juliaca in the COVID-19 pandemic, period 2020-2021? Taking as a general hypothesis that there is a direct relationship between the tax culture and compliance with the tax obligations of the merchants of the San José - Juliaca international market in the COVID-19 pandemic. The research approach is quantitative, with a non-experimental design correlational-causal cross-section, whose population is 2,854 registered residents, with a sample of 339 merchants to whom the instrument was applied: the questionnaire on tax culture and compliance with tax obligations by Acosta and Tapullima (2019). The results showed that there is a high positive correlation between the two variables and that it is statistically highly significant with $r = 0.898^{**}$ according to the Pearson correlation coefficient; Therefore, the research hypothesis is accepted. Therefore, it is concluded that there is a direct relationship between the variables under study, with a significant relationship at 80%, this means that the greater the tax culture, the greater compliance with tax obligations.

Keywords: Tax awareness, Tax knowledge, Tax culture, Tax obligations and Tax guidance.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El Perú es un país de emprendedores; sin embargo, se ve opacado por la falta de cultura tributaria, esto debido al escaso conocimiento que poseen las personas y por la falta de transparencia del Estado en la recaudación de los impuestos, es por esa razón que se ha elegido el tema de estudio. Cuyo objetivo del trabajo de investigación es determinar la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021. Para lo cual contiene cinco capítulos que a continuación se detalla:

Capítulo I: Planteamiento y formulación del problema, hipótesis, justificación del estudio y objetivos de la investigación.

Capítulo II: Comprendido por los antecedentes, marco teórico y marco conceptual sobre lo desarrollado en la investigación.

Capítulo III: Comprendido por la ubicación geográfica del estudio, periodo de duración, población y muestra del estudio; tipo, diseño, métodos de investigación y técnicas e instrumentos de recolección y procesamiento de datos e información.

Capítulo IV: Denominado resultados y discusión se realiza la exposición, análisis y discusión de los resultados de la información previamente recolectada y procesada, por cada objetivo.

Capítulo V: Comprende las conclusiones

Capítulo VI: Hace referencia a las recomendaciones.

Capítulo VII: Hace referencia a las referencias bibliográficas.

Y finalmente se presenta los anexos del trabajo de investigación.



1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Perú según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021) se reportó que la recaudación de los ingresos tributarios del Gobierno Central en el 2020 alcanzó a los S/ 93,128 millones, un monto que es menor en -17.4% en términos reales frente a lo recaudado en 2019 cuando se llegó a S/ 110,762 millones, ello ocasiona que el Estado Peruano no pueda cubrir las grandes necesidades que demanda la población como es en lo social, educativo, salud, infraestructura, seguridad y entre otros, generándose un problema en el sistema tributario que impide cubrir las expectativas de recaudación de impuestos de manera eficiente y consolidada, teniendo en cuenta que para financiar el gasto público es importante los recaudos que se realizan por impuestos.

Sin embargo, ante la falta de cultura tributaria de los ciudadanos; ya sea porque no tienen conocimientos tributarios claros, lo que genera el incumplimiento de sus obligaciones u otros porque piensan que los impuestos que pagan al Estado no son invertidos en la población, o peor aún que el dinero que se recauda no es utilizado de manera eficiente y adecuada; hace que exista elevados índices de incumplimiento tributario y por ende menor recaudación de impuestos.

La región de Puno no es ajena a esta problemática que se vive en la actualidad, principalmente la ciudad de Juliaca y de manera específica el Mercado Internacional San José, debido a que se ha convertido en el centro de operaciones comerciales dedicadas a la fabricación de prendas de vestir, fabricación de calzado y entre otros a grandes escalas con altos índices de incumplimiento tributario, puesto que desde aquí se distribuye a nivel departamental y nacional; sin embargo, a la hora de tributar muchas veces no se ve reflejado ello, principalmente por la carencia de cultura tributaria, es decir, falta de información sobre los impuestos que tienen que pagar, desconocimiento de las normas



tributarias o la desconfianza que se tiene al Estado por la falta de transparencia en la recaudación de los impuestos y el destino de dichos ingresos que percibe, y lo que trae consigo es no emitir comprobantes de pago ni declarar sus ingresos reales y por ende no cumplir con sus obligaciones que les corresponde.

Por ello existe una gran preocupación, con respecto a este tema puesto que cobra cada día mayor importancia y continúa siendo un problema de investigación de gran relevancia en particular para el Estado y la sociedad y aún más con la pandemia del COVID-19. Por lo que se observa que este tema aún no ha sido suficientemente abordado por el desinterés mostrado por las autoridades en buscar una solución y por parte de la Administración Tributaria a pesar de tener elementos suficientes para evitar la informalidad, lo que afecta directamente al desarrollo de la Provincia de San Román y del país truncando el objetivo principal como es cubrir la demanda de los ciudadanos y la imposibilidad de cumplir con eficiencia los servicios públicos.

De ahí que es importante crear una cultura tributaria que permita a los comerciantes del mercado internacional San José concebir las obligaciones tributarias como un deber cívico y que será beneficioso para ellos; asimismo, lograr un mayor nivel de conciencia tributaria y que a través de las orientaciones que se les brinde se logre disminuir los altos índices de incumplimiento tributario a mediano y largo plazo. Además, es necesario que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria implemente nuevas estrategias con el fin de evitar el incumplimiento tributario con la ayuda del Estado Peruano.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El trabajo de investigación pretende dar respuesta a la siguiente interrogante:



1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021?

1.2.2 Problemas específicos

El problema general se desagrega en las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es la relación del conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19?
- ¿Cuál es la relación de la orientación tributaria y el cumplimiento las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19?
- ¿Cuál es la relación de la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19?
- ¿Cómo se diseñaría el programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19?



1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Hipótesis General

Existe una relación directa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021.

1.3.2 Hipótesis Específicas

- La relación es directa entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- La relación es directa entre la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- La relación es directa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La justificación del trabajo de investigación radica en la importancia que tiene la cultura tributaria, por ser un tema fundamental para el desarrollo económico del país. Por ende, una eficiente cultura tributaria permite que más comerciantes se concienticen acerca de la necesidad de pagar los impuestos, esto no sólo con el fin de cumplir con una obligación, sino también con la finalidad de lograr el crecimiento de nuestro país de forma equilibrada y así mejorar la calidad del servicio a los ciudadanos; para ello es necesario



ser conscientes que para el desarrollo de nuestro país depende en gran parte del pago de nuestros tributos.

Práctico: La investigación se desarrolla dado que existe la necesidad de implementar nuevas estrategias que ayuden al incremento en el cumplimiento de obligaciones tributarias. Además, de la implementación de un programa de sensibilización sobre la importancia de la recaudación tributaria para el desarrollo de la Provincia de San Román y del país.

Metodológico: La investigación proporciona un instrumento puesto que se tomó en consideración un cuestionario validado por expertos bajo la escala de medición de Likert que ayudó a determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de obligaciones tributarias, lo que coadyuva también a las futuras investigaciones para realizar comparaciones con los resultados obtenidos.

Teórico: La investigación se realiza con el propósito de contribuir en conocimiento a partir de la doctrina desarrollada sobre cultura tributaria y obligaciones tributarias. Por otro lado, es de utilidad porque servirá como guía para la elaboración de futuros proyectos de investigación.

Social: La investigación es relevante en vista de que contribuye en la toma de decisiones de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y además, genera un impacto positivo en la sociedad, ya que se busca lograr que los comerciantes comprendan y conozcan sobre los beneficios que puede generarse si deciden formalizar las actividades que desarrollan de manera diaria.



1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Objetivo general

Determinar la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación del conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- Determinar la relación de la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- Determinar la relación de la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- Proponer un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para el trabajo de investigación se consideró como antecedentes las siguientes:

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional

Según Aguirre (2018) en su estudio cuyo objetivo fue identificar si existe correlación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones de los contribuyentes del Sector del Calzado de la Parroquia La Matriz; con un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, explicativo y deductivo; resultados mostraron que, el 81% de los comerciantes tienen RUC y el 19% RISE lo que muestra haber cumplido su primer deber formal al iniciar su actividad económica; asimismo, existe una adecuada cultura tributaria; de ello se concluye que, la formación de la cultura tributaria está relacionada a la calidad de información disponible para los ciudadanos acerca del Estado y las entidades públicas.

Por su parte, Tene (2019) en su estudio cuyo objetivo fue identificar las obligaciones tributarias que tienen los comerciantes del Mercado Gran Colombia; sus resultados mostraron el desconocimiento que tienen los comerciantes sobre el ámbito tributario y ello se debe a la inexistencia de un medio específico donde se informen sobre las obligaciones; de ello se concluye que el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes se realiza de forma parcial, para lo cual estableció una propuesta que es la capacitación en los comerciantes ello contribuirá a mejorar el nivel de conocimiento tributario y fortalecer el cumplimiento.



2.1.2 Antecedentes a nivel nacional

Asimismo, Acosta (2020) en su estudio cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de la empresa Recreo Turístico Tropical Club Resort S.A.C., Pucallpa 2019; con una investigación de tipo no experimental, de nivel correlacional; cuyos resultados mostraron $r= 0,767$ correlación alta positiva y $pvalor= 0,004 < 0,01$, es decir es altamente significativo, por ende se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%; concluyendo que, existe relación significativa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de la empresa.

Desde la posición de Acosta y Tapullima (2019), en su estudio cuyo objetivo fue determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado III de Tarapoto; sus resultados mostraron la existencia de una influencia positiva alta entre cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias, de ello se concluye que mientras más alto sea la cultura tributaria de los comerciantes mayor también será el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Por otro lado, Altamirano e Iberico (2018) en su estudio cuyo objetivo fue determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPEs del sector confecciones de Huaycán; con un estudio corte transversal no experimental; demostraron que, existe una correlación positiva media y significativa ($R = .433, p < .05$) entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; sin embargo, con los valores y actitudes tributarias no se obtuvo una correlación significativa; de ello concluyeron que; existe una relación significativa de la cultura tributaria con el



cumplimiento de las obligaciones tributarias, con mayor aporte a través del conocimiento tributario y aportes no significativos de los valores y las actitudes tributarias.

Desde la posición de Apaza y Bonifacio (2017), en su estudio cuyo objetivo fue determinar cómo se relaciona la cultura tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central del Distrito de Paruro; con un estudio no experimental con un diseño descriptivo correlacional; sus resultados mostraron que, existe una correlación significativa alta y positiva entre cultura tributaria y obligaciones tributarias ($r = .881$; con un p valor = $.000$); de ello concluye que, existe los comerciantes poseen una insuficiente cultura tributaria (86,1%) que no les permite cumplir con sus obligaciones tributarias (80,6%) ante el Estado.

Sin embargo, Bobadilla y Urquía (2020) en su estudio cuyo objetivo fue determinar la relación entre la cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del régimen especial de renta; con un enfoque de tipo cuantitativo, correlacional; sus resultados evidenciaron que, las variables en estudio no se relacionan en su totalidad, ya que hay un 33.33% de relación y un 66.66% de no relación entre ambas variables; de ello concluyeron que los contribuyentes que cumplen con la obligación tributaria lo hacen en su mayoría por temor a que les caiga un multa; asimismo, existe la falta de conciencia tributaria lo que afecta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

En cambio, Calvo y Núñez (2021) en su estudio cuyo objetivo fue determinar la relación entre cultura tributaria y obligaciones tributarias en comerciantes de la Galería San Pedro del Emporio Comercial de Gamarra; con



una metodología de tipo correlacional con un enfoque cuantitativo transversal; sus resultados mostraron la correlación de Rho de Spearman la cual se obtuvo un valor de ,607 y un nivel de error de 0.01 demostraron que si existe correlación entre cultura tributaria y obligaciones tributarias; de ello concluyeron que, si existe relación entre entre variables, además se encontró relación entre las dimensiones de las variables en estudio.

De acuerdo con Condori y Aguilar (2021), en su estudio cuyo objetivo fue determinar de qué manera la Cultura Tributaria se relaciona con el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes de la Asociación de Comerciantes Unidos Tres de Mayo (ACUTM) de la Ciudad de Puerto Maldonado; con una metodología de tipo básico, el diseño descriptiva correlacional y transversal; sus resultados mostraron que existe una correlación positiva moderada, siendo el coeficiente de determinación R cuadrado 0,511, es decir el 51.10%; de ello concluyeron que, las variables analizadas se relacionan significativamente.

Igualmente, Peña y Nuñez (2021) en su estudio cuyo objetivo fue determinar el grado de relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; en un estudio de enfoque cuantitativo, correlacional, de corte transversal; sus resultados mostraron que existe una relación significativa (≤ 0.05) de tipo positiva fuerte ($r=0.785$) entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, es decir, a mayor nivel de cultura tributaria, se producirá un mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias; de ello se concluyeron que, ambas variables tienen un relación significativa, positiva y fuerte.



De la misma forma, Pinedo (2020) en su estudio cuyo objetivo fue determinar la relación de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado de Belén; en un estudio no experimental descriptivo de tipo correlacional; sus resultados mostraron que, un 17% señala que el cumplimiento respecto a sus obligaciones tributarias poseen un nivel de 3 y 5, es decir, su nivel de cumplimiento es bajo y medio, de igual manera, el 23% indicaron que la responsabilidad que poseen respecto al pago de sus tributos alcanzó un nivel de 5, es decir un nivel medio; de ello se concluye que, la cultura tributaria tiene una relación directa con las obligaciones tributarias.

De forma similar, Terrones (2021) en su estudio cuyo objetivo fue demostrar que existe relación entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias, en un estudio de enfoque cuantitativo, no experimental transeccional o transversal de alcance Correlacional descriptiva; sus resultados mostraron que existe relación entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias; de ello se concluye que, la falta de Cultura Tributaria tiene relación con las Obligaciones Tributarias en el Boulevard del Cuero, ya que, de acuerdo a la encuesta realizada, los empresarios no cuentan con conocimiento o cultura tributaria sobre sus obligaciones tributarios.

No obstante, Yovera (2020) en su estudio cuyo objetivo fue determinar la relación de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Jaén; con un diseño no experimental transversal; sus resultados mostraron que no existe relación significativa, determinando que las variables trabajadas son independientes una de otra; de ello se concluye que, el nivel de cultura tributaria es medio representando por un



83.75% del total de los contribuyentes evaluados, aduciendo que si poseen algunos conocimientos sobre cultura tributaria, pero no en su totalidad.

2.1.3 Antecedentes locales

De igual manera, Esteba (2018) en su estudio cuyo objetivo fue, evaluar y determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria, la evasión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno; sus resultados mostraron que un 68% no tiene conciencia de evasión de impuestos y un 79% no cumple con sus obligaciones tributarias; de ello se concluye, la baja cultura tributaria es una de las principales causas de la evasión tributaria de los comerciantes, debido a que tienen un conocimiento tributario muy bajo.

Del mismo modo, Cabana (2017) en su estudio cuyo objetivo fue, evaluar y determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria, en la recaudación de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia; sus resultados mostraron que el 53% de comerciantes tienen muy poca cultura tributaria, el cual influye negativamente en la informalidad comercial y en promedio de 56% de comerciantes muestran muy poco interés por conocer sobre la tributación; de ello se concluye que, los comerciantes presentan un deficiente nivel de cultura tributaria generando así altos niveles de evasión tributaria.

Por último, Coaquira (2019) en su estudio cuyo objetivo fue, determinar la incidencia del nivel de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de Juliaca; sus resultados mostraron que, el 56.9% de comerciantes desconocen el tributo, el 78.6%, no conocen los regímenes tributarios; el 71.4%, no emite ningún tipo de



comprobantes de pago por las ventas que realiza y el 74.1% no paga ningún tipo de impuesto; de ello se concluye que, el nivel de la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Cultura tributaria

Desde el punto de vista de Roca (2018) la cultura tributaria es el conjunto de información y el grado de conocimientos que se tiene respecto de los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación en un determinado país (p.5).

En consideración de los autores Díaz et al (2017) nos refieren que la cultura tributaria es el conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los ciudadanos de una sociedad respecto de temas tributarios y la observancia de la normativa que la rigen, que conducen al cumplimiento permanente y voluntario 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, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias (p.700).

Por su parte, Armas (2010, citado en Amasifuen, 2015) nos señala que la cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones (p.75). De lo anterior se desprende que, la cultura tributaria es el conjunto de supuestos esenciales de conducta de los ciudadanos que asume lo que



se debe y lo que no se debe hacer con respecto al pago de tributos en un país, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributaria.

Además, decimos que la cultura tributaria está determinada por dos aspectos, uno de tipo legal y otro de tipo ideológico; el primero corresponde al riesgo real de ser controlado, obligado y sancionado por el incumplimiento de sus obligaciones, y el segundo corresponde al grado de satisfacción de la población en cuanto a que los recursos que aporta están siendo utilizados correctamente y que al menos una parte de ellos le está siendo retornada por la vía de servicios públicos aceptables (Amasifuen, 2015a, p.75).

Desde el punto de vista de Benalcázar (2015a) la cultura tributaria debe tener una suerte de “hábitat” natural, la cual proviene de la conducta moralmente deseable de los servidores públicos y del eficaz y eficiente funcionamiento de la Administración Pública (p.117).

Por ello, como nos mencionan Gómez et al (2017) es importante priorizar una cultura tributaria en la que se penalice efectivamente a los evasores (p.361). En tal sentido, como señala Amasifuen (2015b) es importante que las personas involucradas en el proceso, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa comunidad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar al Estado los medios suficientes para que este cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes (pp.74-75).

De la misma forma, Pirela (2021) señala que la cultura tributaria no significa solamente el nivel de conocimientos que tienen las personas acerca de sus responsabilidades contributivas; sino que se encamina principalmente hacia la



construcción de los impuestos a partir de la combinación de la información. En ese entender, es imprescindible que la cultura tributaria inicie desde la escuela y continúe en el nivel universitario, lo cual implica una labor educativa de mucho esfuerzo (p.8).

2.2.1.1 Importancia de la cultura tributaria

Como lo hace notar Sarduy y Gancedo (2016) la importancia de la cultura tributaria está en el propio ciudadano quien es el que acepta el sitio que le corresponde en la sociedad, por lo cual, desarrolla un sentido de solidaridad para con los demás (p.131).

2.2.1.2 Elementos de la cultura tributaria

En cuanto a los elementos de la cultura tributaria, Benalcázar (2015b) menciona que son los siguientes:

- **El conocimiento:** Conocer y entender los principales aspectos de la tributación que forman parte de la cultura tributaria.
- **La percepción:** Es la sensación, ideas u opiniones en materia fiscal, suelen enlazarse tanto con la recaudación de los tributos como con su utilización.
- **Comportamiento tributario:** Actitudes y prácticas de conducta, corresponden al pensar y al sentir de sus miembros, cuya reiteración las convierte en hábitos, costumbres o tradiciones (p.118-119).

Por otra parte, Armas y Colmenares (2009) señalan que los elementos de la cultura tributaria son los siguientes:



- Valores.
- Normas legales y sanciones.
- Símbolos y Tecnología (p.149)

2.2.1.3 Factores que afectan la cultura tributaria

Como expresan Montiel et al (2020) los factores que inciden en la baja cultura tributaria son:

- A. **La corrupción:** Un mal social que se presentan día a día, y aparecen en los medios con tanta frecuencia que pareciera que son normales. Y está asociada con el desgreño en el manejo de lo público, sin importar a cuantas personas afecte esta conducta.
- B. **El mal ejemplo de la clase dirigente en el uso de los recursos públicos y del poder público:** Porque termina haciendo un mal uso de los recursos del Estado, es decir, despilfarrando los recursos, y hasta hoy no se ha podido superar, se dilapidan dineros en obras consideradas “elefantes blancos”, que no tienen utilidad para la población.
- C. **Falta de formación básica en los deberes ciudadanos y de tributación:** No se ha tomado la debida importancia del aprendizaje referido a los valores morales y la ética, por ello, es que se debe de fortalecer la enseñanza integral donde para que se formen profesionales competentes.



- D. **La complejidad del sistema tributario y su elevada tasa de tributo:** Porque no comparten información sencilla y clara a los contribuyentes sobre sus obligaciones tributarias (p.104-111)

2.2.1.4 Dimensiones de la cultura tributaria

Las dimensiones de la cultura tributaria son 3 dentro de ellos tenemos:

2.2.1.4.1 Conocimiento tributario

Según Altamirano e Ibéricos (2018, citado en Zelada, 2019) define al conocimiento tributario como el nivel de información que los contribuyentes poseen en relación a los deberes, restricciones y sistema tributario vigente (p.25).

Respecto del conocimiento tributario, Castillo & Castillo (2016) nos señalan que corresponde a la Administración Tributaria diseñar los planes y medios para difundir la información relacionada con los tributos. Entre las principales estrategias se encuentran las informativas, tales como, entrega de dípticos, trípticos con información relacionada con el cumplimiento de la obligación tributaria; divulgativas a través de los medios de comunicación; y las participativas, mediante charlas, talleres y foros dirigidos a escolares en educación primaria, secundaria y universitaria, visitas a contribuyentes para verificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. En ese entender el autor considera que la estrategia participativa debería tener el mayor apoyo posible, debido a que está dirigida principalmente a



la formación de la educación tributaria de los niños y adolescentes, y es allí donde deberían concentrarse los esfuerzos del Estado para desarrollar una verdadera cultura tributaria (p.160).

A su vez como indica Mollocondo (2017, citado en Coronel, Lozada et al, 2016) el Gobierno debe priorizar debe brindar información a los ciudadanos sobre todos los ingresos que este ha logrado recaudar, ya que a través de este mecanismo se podrá demostrar que las autoridades están siendo realmente transparentes, con ello ayudamos a que aumente de alguna manera el compromiso en el pago de los impuestos por parte de los contribuyentes (p.6).

2.2.1.4.2 Conciencia tributaria

Con relación a la conciencia tributaria, Bravo (2011) conceptualiza como la motivación intrínseca de pagar impuestos refiriéndose entonces a las actitudes y creencias de las personas, es decir a los aspectos no coercitivos, que motivan la voluntad de contribuir por los agentes, reduciéndose al análisis de la tolerancia hacia el fraude y se cree que está determinada por los valores personales (p.11).

Citando a Matteucci (1995) sostiene que la conciencia tributaria es la interiorización en los individuos respecto de los deberes tributarios fijados por las leyes, para que se cumplan de manera voluntaria y a su vez que este cumplimiento genere un



beneficio común para la sociedad de la cual forman parte (pp.37-38).

En este sentido Guaiquirima (2004), asevera que la formación de la conciencia tributaria no es un trabajo fácil, requiere tiempo, ya que implica un proceso continuo de aprendizaje y asimilación por parte de la sociedad, siendo necesario el desarrollo, discernimiento y compromiso de todos y cada uno de los funcionarios de la Administración Tributaria en respaldar la gestión que se realiza (p.12).

2.2.1.4.3 Difusión y orientación tributaria

Dicho en palabras de Gómez y Macedo (2008) la difusión y orientación tributaria, es la acción y efecto de propagar información referente a los tributos que se hacen al Estado Peruano (pp.145-146).

2.2.2 Sistema tributario nacional

2.2.2.1 Concepto

Como afirma Sarduy (2014) el sistema tributario puede ser conceptualizado como una institución jurídica, política y económica que regula la relación existente entre los ciudadanos y el Estado, mediante la cual los primeros tienen la obligación de aportar y el segundo el derecho a exigir una parte de los bienes para sufragar las necesidades comunes mediante la prestación de los servicios públicos. (p.34)



Igualmente, Schmolders (1962, citado en Huamaní, 2013a) precisa que el concepto de sistema tributario implica cierta coordinación con los impuestos entre sí, en la que dicha coordinación puede ser obra de la acción deliberada del legislador o resultado de la evolución histórica (p.39).

2.2.2.2 Características del sistema tributario

En palabras de Villegas (1962, citado en Huamaní, 2013b) las características del sistema tributario son los siguientes:

- **Desde un aspecto fiscal:** Es importante que los tributos que constituyen el este sistema sean productivos y que originen un rendimiento suficiente.
- **Desde un aspecto de vista económico:** Es fundamental que se cuente con la flexibilidad funcional suficiente para convertir la fiscalidad en un instrumento de promoción económica y no trabe la producción nacional.
- **Desde un aspecto social:** Los tributos deben acarrear un sacrificio mínimo al contribuyente y distribuirse equitativamente entre los ciudadanos según su aptitud de prestación patrimonial.
- **Desde un aspecto de vista administrativo:** Es necesario que el sistema sea lo más simple posible, de manera que produzca certeza en el contribuyente con respecto al modo de pago, lugar y fecha (p.39)



2.2.2.3 Tributo

Huamaní (2013c) refiere que el tributo es la prestación pecuniaria obligatoria, derivada de la realización de un supuesto de hecho, establecida por ley y que cuya finalidad es proporcionar recursos al Estado o entes públicos para el cumplimiento de sus fines (p.44).

Empleando las palabras de Hernández (1998) entendemos al tributo como la contribución que el ciudadano aporta al Estado, para que lo administra, lo proteja, lo provea en las necesidades colectivas y legitime sus derechos, tanto el uno con respecto al otro se complementa y de su entendimiento cordial podría nacer un verdadero estado de derecho, donde el Estado exija ética al contribuyente y el contribuyente a su vez exija ética al Estado. (p.44)

Por otro lado, Vizcaino (2001) menciona que los tributos son la cuota de colaboración que todo ciudadano debe pagar por los beneficios que recibe del Estado y por la corresponsabilidad que debe ejercitar en relación al bien común. Sin embargo, para que el Estado cumpla su finalidad principal en relación con los tributos, son necesarias ciertas condiciones las cuales son los siguientes:

- El sistema impositivo sea justo.
- Tenga la infraestructura material adecuada para que la recaudación pueda ser llevada a cabo a todos.
- Los que deben pagar, evitando, al máximo, la evasión.
- Los usos que haga el Estado sean efectivamente para el bien común.



2.2.2.3.1 Características del tributo

Según Huamaní (2013d) las características del tributo son los siguientes:

- Es prestación debida y obligatoria, por mandato de ley
- **Es prestación derivada de la realización de un supuesto de hecho:** Su cumplimiento será exigido por el Estado (p.44-45)
- **Es prestación pecuniaria o monetaria:** Debido a que solo la obtención de dinero garantiza la libre disposición de medios económicos para la aplicación a la satisfacción de las necesidades públicas.

2.2.2.3.2 Finalidad del tributo

Bujanda (1993, citado en Huamaní, 2013e) nos menciona que la principal finalidad del tributo es proveer de ingresos al Estado o entes públicos para el cumplimiento de sus fines (p.46)

2.2.2.3.3 Tipos de tributos

Como menciona Sotelo (2011, citado en Huamaní, 2013f) la clasificación de tributo y aceptada por la mayoría de la doctrina son los siguientes:

Tabla 1: Tipos de tributo

Tributo	Concepto	Tipos
Impuesto	Tributo exigido por el Estado a quienes se considera como generadoras de la obligación de tributar.	<ul style="list-style-type: none"> – Sobre la renta, el patrimonio y el consumo – Directos o indirectos. – Internos y aduaneros. Etc.
Contribución	Tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios especiales o diferenciales derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales.	<ul style="list-style-type: none"> – Por obras de mejoras. – Especiales o al gasto. – Las contribuciones al ESSALUD. – Las contribuciones a ONP. – La contribución al Servicio Nacional de Adiestramiento Técnico Industrial – SENATI.
Tasa	Tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.	<p>Arbitrios: Son tasas que se pagan por la prestación de un servicio público.</p> <p>Derechos: Son tasas que se pagan por la prestación de un servicio, el uso o aprovechamiento de bienes públicos.</p> <p>Licencias: Son tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades particulares sujetas a control o fiscalización.</p>

FUENTE: Villegas (2002 citado en Huamaní, 2013g)

2.2.3 Obligación tributaria

2.2.3.1 Concepto de la obligación tributaria

Según D.S No 133-2013-EF, Art 1° (2013a) la obligación tributaria, 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.

Partiendo del concepto de nuestro código, Jarach (1996, citado en Huamaní, 2013h) señala que la obligación tributaria es una relación jurídica de la cual una persona (sujeto pasivo principal) está obligada hacia el Estado, al pago de una suma de dinero (p.209)

Por otra parte, Villegas (2002 citado en Huamaní, 2013i) menciona que la obligación tributaria principal es el vínculo jurídico obligacional que hay entre el fisco, como sujeto activo que pretende el cobro de un tributo, y un sujeto pasivo (contribuyente) que está obligado a su pago (p.209)

De igual manera, Sevillano (2011) conceptualiza a la obligación tributaria como el vínculo jurídico cuya fuente es la ley que sanciona que, ante la ocurrencia en la realidad de los hechos por ella previstos surja como consecuencia un mandato de que se pague una determinada cantidad a título de tributo. (p.19)

2.2.3.2 Características de la obligación tributaria

Dentro de estas características tenemos los siguientes:

- Es una obligación de Derecho público.
- Es de naturaleza obligacional y personal; se establece entre el acreedor (sujeto activo, el Estado como fisco) y el deudor (contribuyente)
- Es una obligación ex lege.



- Es una obligación de dar o dicho con mayor precisión, la obligación tributaria tiene por objeto una prestación de dar.
- Es exigible coactivamente.
- Es una relación de derecho y no de poder. (Huamaní, 2013j, pp. 210-212)

2.2.3.3 Elementos de la obligación tributaria

Tomando como referencia a los autores Ferreiro (2001), y García (2009) los elementos de la obligación tributaria son los siguientes:

- Sujeto activo:** Es el titular de la pretensión, del crédito tributario; titular del derecho de crédito; el acreedor, 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 pública.
- Sujeto pasivo:** Es el titular del deber de prestación, el deudor tributario; la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable.

Bocchiardo (2003, citado en Huamaní, 2013k) refiere que el deudor tributario es la persona individual o colectiva a cuyo cargo pone la ley el cumplimiento de la prestación y que puede ser el deudor principal (p.243).

- Objeto:** Es principalmente el cumplimiento de la prestación tributaria.



2.2.3.4 Nacimiento de la obligación tributaria

De acuerdo con el D.S No 133-2013-EF, Art 2° (2013b) la obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación.

En ese entender, como menciona Soler (2002, citado en Huamaní, 2013) no existe ninguna obligación tributaria que no nazca de la realización (materialización) de un hecho imponible (p.214)

Esquemmatizando, para que ocurra el nacimiento de la obligación tributaria Huamaní (2013l) nos señala que deben coincidir dos elementos:

- La descripción legal de un hecho ("hipótesis de incidencia tributaria" o "hecho imponible abstracto").

Respecto a la hipótesis de incidencia tributaria o hecho imponible abstracto Ataliba (2011a) nos señala que hablamos de los 2 términos para referirnos al supuesto de hecho tributario o presupuesto de hecho definido en la ley. (pp.81-82).

- La realización, materialización de dicho hecho tributario (hecho imponible concreto).

Ahora bien, Ataliba (2011b) afirma que el hecho imponible es el hecho concreto, localizado en el tiempo y en el espacio. (p.83)



2.2.3.5 Exigibilidad de la obligación tributaria

En concordancia con el D.S No 133-2013-EF, Art 3° (2013c) la obligación tributaria será exigible cuando:

- Deba ser determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por Ley o reglamento y, a falta de este plazo, a partir del décimo sexto día del mes siguiente al nacimiento de la obligación.
- 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.

En base a la normativa vigente nos referimos a la exigibilidad cuando el acreedor tributario o la entidad (Administración tributaria) a la que se ha delegado o encomendado lo que convenimos por denominar la potestad de imposición, está legalmente facultado para “exigir” al deudor tributario el cumplimiento de la prestación (pago del tributo). (Sanabria, 1999, citado en Huamaní, 2013m, p.224)

Así pues, el artículo 3 del TUO precisa que la prestación tributaria es exigible desde:

- El día siguiente al vencimiento de un plazo establecido para la determinación;



- El día siguiente al vencimiento de un plazo establecido para la determinación coincidente con el plazo para el pago;
- El día siguiente al vencimiento de un plazo establecido para el pago, luego o posteriormente a su determinación;
- Dieciséis días después del nacimiento de la obligación tributaria.
- La oportunidad prevista en normas especiales, tratándose de tributos que graven la importación.

2.2.3.6 Determinación de la obligación tributaria

Para empezar, Giuliani (2001) señala que determinación de la obligación tributaria es el acto o conjunto de actos emanados de la administración, de los particulares o de ambos coordinadamente, destinados a establecer en cada caso particular, la configuración del presupuesto de hecho, la medida de lo imponible y el alcance de la obligación. Además, que perfecciona y le brinda eficacia en la determinación de la obligación (p.537)

2.2.3.7 Efectos del cumplimiento oportuno de la obligación tributaria

Como refiere Huamaní (2013n) respecto del cumplimiento oportuno, se dará cuando se cumple plenamente la obligación ya sea antes o el mismo día del vencimiento de los plazos indicados en el artículo 3° del TUO del D.S No 133-2013-EF (es decir antes de que la obligación sea legalmente exigible por la Administración) en ese caso la obligación tributaria quedará extinguida; empero, si es que no se hubiese realizado el pago de dicha obligación tributaria, desde el día siguiente del vencimiento,



día desde el que legalmente la obligación sería exigible, hasta el día del pago se computarán los intereses moratorios (p.228).

2.2.3.8 Clases de la obligación tributaria

Conforme señala Peña y Núñez (2021) tenemos:

- A. **Obligación formal:** Son denominadas como las obligaciones secundarias. Está relacionado principalmente a los pasos y procedimientos del contribuyente, es decir, están contempladas para el cumplimiento formal de las prestaciones no patrimoniales tributarias, incluyendo la declaración y muestra de los documentos (p.54).
- B. **Obligación Sustancial:** Se les conoce también como obligaciones principales y conciernen al pago de los tributos. Entre estas obligaciones se encuentra el cumplimiento del pago de los impuestos, en un lapso determinado, el cumplimiento del pago de forma oportuna. Asimismo, componen todo lo vinculado con la recaudación tributaria; es decir, el desembolso en moneda legal que se aporta al Estado (p.54).

2.2.3.9 Transmisión de la obligación tributaria

Teniendo en cuenta a Huamani (2013ñ) va existir la transmisión de la obligación tributaria en los siguientes casos:



A. Transmisión de la obligación tributaria por sucesión

Como se sabe, en la sucesión a título universal la persona que sucede adquiere la totalidad del patrimonio o parte de la alícuota del patrimonio. En materia tributaria significa que uno o varios sujetos pasan a ocupar la situación jurídica la situación jurídica que ostentaban otro u otros, donde la sucesión se manifiesta cuando la posición del causante, como sujeto pasivo pasa a su sucesor (p.362).

B. Sucesión Mortis causa

Nos referimos cuando muere una persona, empero, las relaciones jurídicas en las que el causante era sujeto activo o pasivo no se extinguen, sino que generalmente pasan a los nuevos titulares de su patrimonio (pp. 363-364)

Asimismo, respecto de la sucesión regulado en el código es importante hacer algunas precisiones:

- De acuerdo con el D.S No 133-2013-EF, Art 167° (2013d) la obligación por su naturaleza personal, no son transmisibles a los herederos las sanciones por infracciones tributarias.
- Para proseguir la cobranza contra los nuevos deudores debe atribuirse con un acto administrativo, la calidad de responsables solidarios. (Huamani, 2013o, p.364)

C. Otros supuestos de transmisión de la obligación tributaria por sucesión.



Ahora bien, respecto de la transmisión de la obligación tributaria también nos menciona el D.S No 133-2013-EF, Art 25° (2013e) que se transmite a los sucesores y demás adquirentes a título universal. En caso de herencia la responsabilidad está limitada al valor de los bienes y derechos que se reciba.

2.2.3.10 Extinción de la obligación tributaria

Según el D.S No 133-2013-EF, Art 167° (2013f) La obligación tributaria se extingue por los siguientes medios:

A. Pago

Como menciona Villegas (2002, citado en Huamani, 2013p) es el cumplimiento de la prestación que constituye el objeto de la relación jurídica principal (el objeto de la obligación tributaria).

En ese sentido, se puede considerar los requisitos del pago a los siguientes:

- Obligación preexistente;
- Existencia del deudor (solvens);
- Existencia del acreedor (accipiens);
- Intención de pago (animus solvendi)
- Que se pague lo que se debe; d. Que se pague íntegramente lo debido.

B. Compensación



Ortega (2002, citado en Huamani, 2013q) señala que la compensación es un medio de extinción de las obligaciones que se basa, por una parte, en una idea de justicia (no se puede exigir una prestación de una persona de la que se es deudor y por otro lado en un planteamiento de eficacia. (p.445)

Además, existen formas para que la compensación pueda realizarse dentro de ello tenemos:

- **Compensación automática:** En los casos establecidos expresamente por ley;
- **Compensación de oficio:** puede realizarse de 2 formas.
 - i. Durante una verificación y/o fiscalización.
 - ii. De acuerdo a la información que contienen los sistemas de la SUNAT sobre declaraciones y pagos.
- **Compensación a solicitud de parte:** Esta deberá ser efectuada por la Administración Tributaria, a solicitud de parte, previo cumplimiento de los requisitos, forma, oportunidad y condiciones que la Administración señale. (p.449)



C. Condonación

Cabanellas (1994, citado en Huamani, 2013r) señala que en general la condonación es la renuncia gratuita de un crédito; el perdón o remisión de deuda u obligación (p.473)

En esa misma línea, González (2004) señala que la condonación no significa otra cosa que la liberación al deudor del pago de la deuda y con carácter gratuito. (p.422)

D. Consolidación.

E. Resolución de la Administración Tributaria sobre deudas de cobranza dudosa o de recuperación onerosa.

F. Otros que se establezcan por leyes especiales.

Las deudas de cobranza dudosa vienen a ser las respectivas Resoluciones u Órdenes de Pago y respecto de las cuales se han agotado todas las acciones contempladas en el Procedimiento de Cobranza Coactiva, siempre que sea posible ejercerlas.

Las deudas de recuperación onerosa son las siguientes:

A. Resoluciones u Órdenes de Pago y cuyos montos no justifican su cobranza.

B. Aquéllas que han sido autoliquidadas por el deudor tributario y cuyo saldo no justifique la emisión de la resolución u orden de pago del acto respectivo, siempre que no se trate de deudas que estén en



un aplazamiento y/o fraccionamiento de carácter general o particular.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Administración Tributaria

Es la entidad facultada por el estado para la administración de los tributos. Son órganos de la Administración: la SUNAT, ADUANAS y los gobiernos Regionales y Locales (Palomino, 2017, p. 16).

2.3.2 Comerciante

Persona natural o jurídica, nacional o extranjera que, teniendo capacidad legal para contratar, ejerce por cuenta propia, o por medio de personas que la ejecutan a su cuenta, actos de comercio, haciendo de ellos profesión habitual. (Palomino, 2017, p. 52).

2.3.3 Comercio

Es la negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías. También como comunicación y trato de unas gentes o pueblos con otros (Real Academia de la Lengua Española, 2005).

2.3.4 Contribuyente

Es el sujeto pasivo por antonomasia, principal deudor tributario que aparece definido legalmente como la persona natural o jurídica a quien la ley le impone la carga tributaria derivada del hecho imponible (García y Martínez, 1999, citado en Velázquez, 2019).



2.3.5 Deuda Tributaria

Es aquella constituida por el tributo, las multas y/o los intereses (Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero, s.f).

2.3.6 Deudor Tributario

Es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, SUNAT, 2020)

2.3.7 Infracciones Tributarias

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 (Servicio de Administración Tributaria de Trujillo, SATT, s.f)

2.3.8 Responsable

Son aquellos sujetos obligados al pago de un tributo generado en hechos imponibles imputables a otros sujetos, con los cuales están íntimamente vinculados, pero sin haber participado en la realización de tales hechos gravados. (Soler, 2002, p.191)



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

El mercado internacional San José se creó en fecha 15 de setiembre del 1997, provenientes de distintas asociaciones de la ciudad de Juliaca cercanas al mercado San José como es: asociación de comerciantes del Jirón Moquegua, asociación de los comerciantes del Jirón Raúl Porras, asociación de los comerciantes del Jirón Ramón Castilla, asociación de los comerciantes del Jirón Apurímac; de los cuales formaron las primeras cinco bases del mercado.

Asimismo, se encuentra reconocido con Resolución Municipal e inscrita con personería Jurídica en Registros Públicos N° 05010125. Actualmente el mercado internacional San José posee 11 bases distribuido por varios rubros de negocio de las cuales podemos citar: prendas de vestir, ferretería, electrodomésticos, calzados, abarrotes y entre otros, donde un 25 a 30% aproximadamente se dedican a la producción y distribución y el 65 a 70% se dedica exclusivamente a la distribución, cuyos clientes son provenientes de las diferentes provincias y regiones del país.

3.2 PERÍODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO

De acuerdo con el cronograma de actividades, el trabajo de investigación tuvo un periodo de duración de 11 meses desde la elaboración del proyecto de investigación hasta la presentación del borrador de tesis, el cual se detalla a continuación:

- Elaboración del proyecto de investigación: 3 mes
- Presentación y aprobación del proyecto de investigación: 1 mes



- Ejecución del proyecto, recolección de información: 4 meses
- Ejecución del proyecto, procesamiento y análisis de información: 2 meses
- Redacción de tesis: 3 meses
- Presentación de la tesis: 1 mes.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO

3.3.1 Población

Según Vara (2010) señala que la población “es el conjunto de sujetos o cosas que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo” (p.221).

Por su parte, Arias (2012a) conceptualiza a la población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (p.81)

La población en estudio está comprendida por las 11 bases, con un total de 2854 comerciantes empadronados del mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca distribuidos en diferentes rubros como se detalla en la tabla siguiente:

Tabla 2: Cantidad de comerciantes empadronados del Mercado Internacional San José Juliaca

GIRO DE NEGOCIO	CANTIDAD DE COMERCIANTES
Prendas de vestir	1245
Calzados	844
Ferretería	56
Mochilas, bolsos, maletines y otros	35
Útiles de escritorio	206
Abarrotes	161
Artefactos, celulares, relojes y otros	97
Telas y artículos de costurería	112
Juguetería	79
Utensilios de cocina y otros	19
TOTAL COMERCIANTES	2854

FUENTE: Acta de empadronamiento del mercado internacional San José

3.3.2 Muestra

Citando a Hernández et ál. (2014a) conceptualizan a la muestra como “el subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p.173).

Para la investigación se utilizó la muestra probabilística aleatoria simple y la fórmula es la siguiente:

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



Donde:

n: tamaño necesario de la muestra

Z: nivel de confiabilidad al 95% lo que implica que $Z= 1.96$

e: error de estimación $E=0.05$

σ : Desviación estándar $S= 0.5$

N= Tamaño de la población

Reemplazando se obtuvo:

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

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)^2(2854)}{(0.05)^2(2854 - 1) + (1.96)^2(0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(2854)}{(0.05)^2(2854 - 1) + (1.96)^2(0.5)^2}$$

$$n = \frac{2,740.9816}{(0.0025)(2853) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{2,740.9816}{7.1325 + 0.9604}$$

$$n = \frac{2,740.9816}{7.13 + 0.9604}$$

$$n = \frac{2,740.9816}{8.0929}$$

$$n = 338.69$$

$$n = 339$$



La muestra resultante para el trabajo de investigación es de 339 comerciantes empadronados del mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca.

Ahora bien, para la selección de la muestra por el número de comerciantes empadronados del Mercado internacional San José por rubro se realizó a través del método de afijación proporcional utilizando la siguiente formula:

$$n_h = \frac{N_h * n}{N}$$

– **Sección prendas de vestir:**

$$n_1 = \frac{N_h * n}{N} = \frac{1245 * 339}{2854} = 149$$

– **Sección calzados**

$$n_2 = \frac{N_h * n}{N} = \frac{844 * 339}{2854} = 100$$

– **Sección ferretería**

$$n_3 = \frac{N_h * n}{N} = \frac{56 * 339}{2854} = 7$$

– **Sección mochilas, bolsos, maletines y otros**

$$n_4 = \frac{N_h * n}{N} = \frac{35 * 339}{2854} = 4$$

– **Secciones útiles de escritorio**

$$n_5 = \frac{N_h * n}{N} = \frac{206 * 339}{2854} = 24$$

– **Sección abarrotes**



$$n_6 = \frac{N_h * n}{N} = \frac{161 * 339}{2854} = 19$$

- **Sección artefactos, celulares, relojes y otros**

$$n_7 = \frac{N_h * n}{N} = \frac{97 * 339}{2854} = 12$$

- **Sección telas y artículos de costureria**

$$n_8 = \frac{N_h * n}{N} = \frac{112 * 339}{2854} = 13$$

- **Sección juguetería**

$$n_9 = \frac{N_h * n}{N} = \frac{79 * 339}{2854} = 9$$

- **Sección utensilios de cocina y otros**

$$n_{10} = \frac{N_h * n}{N} = \frac{19 * 339}{2854} = 2$$

A continuación, se detalla la muestra para este estudio en base a los rubros existentes en el Mercado Internacional San José.

Tabla 3: Selección de comerciantes empadronados por el giro de negocio

GIRO DE NEGOCIO	CANTIDAD DE COMERCIAN- TES
Prendas de vestir	149
Calzados	100
Ferretería	7
Mochilas, bolsos, maletines y otros	4
Útiles de escritorio	24
Abarrotes	19
Artefactos, celulares, relojes y otros	12
Telas y artículos de costurería	13
Juguetería	9
Utensilios de cocina y otros	2
TOTAL COMERCIAN- TES	339

FUENTE: Elaborado a partir del Acta de empadronamiento del mercado internacional San José

3.4 PROCEDIMIENTO

Para llevar a cabo el estudio se tuvo en cuenta un conjunto de aspectos, técnicas, métodos y guías procedimentales, las cuales se emplearon de forma ordenada y sistemática para abordar el objeto de estudio y lograr la consecución de los objetivos planteados.

3.4.1 Enfoque de investigación

Como expresan Hernández et ál. (2014b) el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio por ello utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías (p.4)



Esta investigación se encuentra dentro del enfoque cuantitativo debido a que se ha recogido y analizado datos cuantitativos en relación a las variables en estudio para luego contrastar, comprobar y demostrar utilizando métodos estadísticos como es el programa SPSS 21, para finalmente extraer una serie de conclusiones respecto de las hipótesis planteadas.

3.4.2 Diseño de investigación

El diseño es no experimental, porque el estudio se realizó sin la manipulación deliberada de variables, y sin control de variables, asimismo se observó situaciones ya existentes no provocadas intencionalmente en la investigación.

Por otra parte, el diseño que se utilizó se subclasifica en transeccional o transversal correlacional-causal, ya que se recolectaron datos en un solo momento, es decir, en un tiempo único y se describió la relación entre variables en un momento determinado en función de la relación causa-efecto (Hernández et ál, 2014c, p.158).

3.4.3 Método de investigación

Dentro de los métodos empleados en el trabajo de investigación se tiene los siguientes:

a. Método analítico

El método analítico se fundamenta en la premisa de que a partir del todo absoluto se puede conocer y explicar las características de cada una de sus partes y de las relaciones entre ellas, además que



permite aplicar posteriormente el método comparativo, permitiendo establecer las principales relaciones de causalidad que existen entre las variables (Abreu, 2014a, p.199).

Este método se utilizó en el estudio para descomponer las variables para un mejor estudio como analizar e interpretar las particularidades de la cultura tributarias y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; asimismo, este método nos ayudó a la realización de conceptualizaciones que se tenían que detallar y respaldar en el marco teórico.

b. Método descriptivo

En este método se realiza una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, bien detallada y exhaustiva de la realidad que se estudia; además de ello, busca el conocimiento de la realidad la cual se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores (Calduch citado en Abreu, 2014, p.198).

Este método fue utilizado para describir la realidad en cuanto a las variables en estudio, esto es, cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones de los comerciantes y además de tomar información mediante el estudio de investigaciones relacionadas al tema de investigación.



c. Método deductivo

Caballero (2014) refiere que el método deductivo es “aquella orientación que va de lo general a lo específico; es decir, que parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos” (p.83)

Este método nos permitió desarrollar la formulación del problema, el marco teórico, las hipótesis, asimismo, obtener los resultados para finalmente realizar las conclusiones derivadas de la investigación.

3.4.4 Técnicas para la recolección datos

De acuerdo con Niño (2011) las técnicas hacen referencia a procedimientos concretos que, en desarrollo del método científico, se han de usar en la investigación para recopilar información o los datos que se necesiten, lo que constituyen instancias para obtener información. Ahora bien, para la investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

3.4.4.1 Análisis documental

El análisis documental constituye un proceso ideado por el individuo como medio para organizar y representar el conocimiento registrado en los documentos; ya que se va extrae el contenido sustantivo que puede corresponder a un término concreto o a conjuntos de ellos tomados aisladamente, o reunidos en construcciones discursivas, cuya finalidad es facilitar la aproximación cognitiva del sujeto al contenido de las fuentes de información (Peña y Pirela, 2007, p.59)



Esta técnica fue utilizada en el estudio para obtener información a través de la documentación relacionada con los objetivos del estudio, tanto para la revisión de antecedentes de investigación a nivel internacional, nacional y local, construcción del marco teórico a partir de las variables planteadas y marco conceptual.

3.4.4.2 Encuesta

Arias (2012b) sostiene que “La encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular” (p.72).

La encuesta se realizó por medio de preguntas formuladas y expresadas en el lenguaje común conforme a las variables en estudio, aplicada a las personas que componen la unidad de análisis de la investigación que son los 339 comerciantes empadronados del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca.

3.4.5 Instrumento para la recolección de datos

Como expresa Arias (2012c) “un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (p.68)

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue el siguiente:



3.4.5.1 Cuestionario

Como señala Hernández et ál. (2014d) “el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p.217).

Por du parte Arias (2012d) señala que el Cuestionario “es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Además, es autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador” (p.74)

Primeramente, se seleccionó el instrumento de medición a emplear en dirección de producir la influencia de esta investigación; en segundo lugar, se hizo la revisión de todos los antecedentes relacionados al tema de estudio, para luego elegir un cuestionario validado por 3 profesionales especializados en tributación los cuales dieron su diagnóstico del visto bueno sobre el instrumento elaborado por Acosta y Tapullima (2019) la cual se encuentra relacionado a las variables y dimensiones en estudio. En seguida, se pidió la autorización del presidente del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca (Anexo 2) para la recolección de datos, señalando que el estudio asume un objetivo netamente académico. Para finalizar, con los datos recopilados se realizó una “base de datos” en Office Microsoft Excel y el programa SPSS 21 para determinar la relación entre variables de estudio, con el fin de concluir y realizar su interpretación, discusiones y su respectiva recomendación.

A continuación, se muestra algunos datos del cuestionario validado utilizado para la variable independiente y dependiente en la investigación:



– Cuestionario de Cultura tributaria

Es un cuestionario desarrollado por Acosta y Tapullima (2019) que consta de 17 ítems que fueron redactados de acuerdo a las dimensiones de las mismas que permitieron medir la cultura tributaria y llegar a los objetivos deseados.

Tabla 4: Ficha técnica de cuestionario de cultura tributaria

Autor	: Acosta y Tapullima
País	: Perú
Año	: 2019
Duración	: 15 minutos aproximadamente
Objetivo	: Medir la cultura tributaria
Escala	: Likert
Los Puntajes que se le asigna	: 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre

Fuente: Acosta y Tapullima (2019)

– Cuestionario de cumplimiento de obligaciones tributarios

Es un cuestionario desarrollado por Acosta y Tapullima (2019) que consta de 12 ítems que fueron redactados de acuerdo a las dimensiones del cumplimiento de las obligaciones tributarias, siendo estas validadas por diversos docentes para medir el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Tabla 5: Ficha técnica de cuestionario de cumplimiento de las obligaciones tributarias

Autor	: Acosta y Tapullima
País	: Perú
Año	: 2019
Duración	: 10 minutos aproximadamente
Objetivo	: Medir el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
Escala	: Likert
Los Puntajes que se le asigna	: 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre

Fuente: Acosta y Tapullima (2019)

Para la recolección de datos se realizó la siguiente actividad:

- Una vez aceptada la autorización para la recolección de datos por el presidente del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca se procedió a encuestar al total de la muestra, esto es, los 339 comerciantes empadronados y conforme se detalla en la tabla 3 de la investigación se encuestó de acuerdo al rubro de manera aleatoria simple.

3.4.6 Técnicas para el procesamiento de datos

Escala de valoración de datos: Para valorar los enunciados planteados en el cuestionario y considerar su posterior interpretación, se utilizó el método de Escala de Likert, y como expresa Hernández et ál. (2014e) es un conjunto de ítems

presentados a manera de afirmaciones y se solicita al sujeto responder eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala, a cada punto se le asigna un valor numérico (p. 238).

A continuación, se muestra la escala valorativa establecida en el cuestionario para la primera y segunda variable:

Tabla 6: Escala de Likert de la investigación

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

FUENTE: Acosta y Tapullima (2019)

Después de haber recolectado los datos, se construyó una base de datos que a continuación se detallan:

- Se procesó la base de datos en el programa Excel para la construcción de la escala de Likert de las variables y dimensiones.
- Seguidamente se procesó en el programa SPSS versión 21, para determinar la correlación entre las variables; para ello nos dirigimos a la opción “analizar”, posteriormente nos muestra un cuadro y seleccionamos la opción “correlaciones” y bivariadas, para luego seleccionar las variables que queremos correlacionar.
- Posteriormente se realizó el análisis e interpretación de dichos resultados obtenidos en el SPSS cuyo análisis mostro las frecuencias y sus respectivos porcentajes de la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones. De la misma forma se analizó las variables mencionadas en el estudio mediante el Coeficiente de Pearson.



- Se analizó la correlación entre las variables mencionadas en el estudio mediante el Coeficiente de correlación de Pearson.

3.5 DISEÑO ESTADÍSTICO

Para el estudio se utilizó el siguiente diseño estadístico:

- **Coeficiente de correlación de pearson**

Como señala Hernández et ál. (2014e) el coeficiente de correlación de Pearson “es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón” (p.304)

Ahora bien, para determinar el nivel de relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias se utilizó el coeficiente de Pearson, ya que nos ayudó a inferir los resultados a la población real, lo que hace necesario que la distribución de nuestra muestra se asemeje a la distribución real, es decir, que haya normalidad. Asimismo, se utilizó el coeficiente de Pearson porque se utilizó variables cuantitativas y que sirvieron para medir el grado de correlación entre las dos variables métricas.

Para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$r = \frac{n \sum xy - [(\sum x) (\sum y)]}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Donde:

r: Coeficiente de correlación de Pearson

n: Tamaño de muestra



x: Puntaje crudo de la variable X

y: Puntaje crudo de la variable Y

Interpretación: Como señala Hernández et ál. (2014f) el coeficiente r de Pearson puede variar de -1.00 a + 1.00 donde:

= **-1.00** correlación negativa perfecta. (“A mayor X, menor Y”, de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante). Esto también se aplica “a menor X, mayor Y”.

= **-0.90** Correlación negativa muy fuerte.

= **-0.75** Correlación negativa considerable.

= **-0.50** Correlación negativa media.

= **-0.25** Correlación negativa débil.

= **-0.10** Correlación negativa muy débil.

= **0.00** No existe correlación alguna entre las variables (o Nula)

= **+0.10** Correlación positiva muy débil.

= **+0.25** Correlación positiva débil.

= **+0.50** Correlación positiva media.

= **+0.75** Correlación positiva considerable.

= **+0.90** Correlación positiva muy fuerte.

= **+1.00** Correlación positiva perfecta (“A mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y”, de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante) (p.305). Así tendremos entonces

una correlación positiva alta cuanto más próximo esté de 1 y una correlación negativa alta cuanto más próximo esté de -1.

- **Hipótesis HO (Nula):** HO: $r_p = 0$ (cero)
- **Hipótesis Ha (Alternativa):** Ha: $r_p \neq 0$

Para el sentido que mide la variación de los valores de Y con respecto a X: si al crecer los valores de X lo hacen los de Y, la relación es directa (pendiente positiva); si al crecer los valores de X disminuyen los de Y, la relación es inversa o indirecta (pendiente negativa).

Para la contrastación o prueba de hipótesis se realizó a través de los siguientes pasos:

A. Planteamiento de la hipótesis

- Hipótesis HO (Nula): No existe una relación directa entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- Hipótesis Ha (Alternativa): La relación es directa entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- Hipótesis HO (Nula): No existe una relación directa entre la orientación tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria



- de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- Hipótesis Ha (Alterna): La relación es directa entre la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
 - Hipótesis HO (Nula): No existe una relación directa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
 - Hipótesis Ha (Alterna): La relación es directa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
 - Hipótesis HO (Nula): No existe una relación directa entre cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19, periodo 2020-2021
 - Hipótesis Ha (Alterna): La relación es directa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19, periodo 2020-2021.

B. Nivel de medición: Se realizo en intervalos o razón.



- C. **Nivel de significancia:** Se trabajó con un nivel de significancia de = 1% o 0.01 lo que significa que el 99% de confianza de que la correlación sea verdadera y el 1% de probabilidad de error.
- D. **Determinación el valor crítico:** Se tomo en cuenta la variación de los valores de Y (cumplimiento de obligaciones tributarias) con respecto a X (cultura tributaria), en razón de que, si al crecer los valores de X lo hacen los de Y, la relación es directa (pendiente positiva).
- E. **Estadística de prueba:** Para obtener la correlación entre las variables se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, con la formula ya mencionada.

3.6 VARIABLES

- **General:**

Variable Independiente: Cultura Tributaria

Variable Dependiente: Cumplimiento de la Obligación Tributaria.

- **Especifica 1:**

Variable Independiente: Conocimiento tributario.

Variable Dependiente: Cumplimiento de la Obligación Tributaria.

- **Especifica 2:**

Variable Independiente: Orientación Tributaria.

Variable Dependiente: Cumplimiento de la Obligación Tributaria.

- **Especifica 3:**

Variable Independiente: Conciencia Tributaria.

Variable Dependiente: Cumplimiento de la Obligación Tributaria.



3.7 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La información obtenida y procesada en la investigación fue analizada e interpretada utilizando un diseño estadístico que se emplean en trabajos de investigación de esta naturaleza, el cual supone la búsqueda de sentido y grado de significación de los datos recolectados que sirvieron para contrastar las hipótesis planteadas.

Ahora bien, para el análisis de resultados se utilizaron dos niveles: el primero esta referido a los datos agrupados que nos ayudaron a determinar las medidas estadísticas de la muestra y en segundo lugar el análisis inferencial que nos ha permitido inferir, generalizar las cualidades observadas en una muestra. Asimismo, nos sirvió para estimar parámetros y probar hipótesis con base en la distribución muestral mediante el análisis paramétrico en específico el coeficiente de correlación de Pearson.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación fue elaborada considerando los objetivos planteados y se realizó por medio de un cuestionario (Anexo 1) el cual es el instrumento usado para recoger información.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos para cada objetivo específico, en dos niveles: Primero, el cuadro de relación a través de datos agrupados y en segundo lugar el análisis inferencial realizado mediante el tratamiento estadístico de acorde a los objetivos específicos con la ayuda del programa SPSS versión 21.

4.1 RESULTADOS

4.1.1 Determinación de la relación del conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

Para determinar la relación del conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19, se ha utilizado un cuestionario. El mismo que fue aplicado a la muestra y se puede observar en la siguiente tabla 7.

Tabla 7: Relación de conocimiento tributario y cumplimiento de obligaciones tributarias (datos agrupados)

Escala	Conocimiento tributario		Cumplimiento de Obligaciones tributarias	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Nunca	33	10%	297	88%
Casi nunca	195	58%	34	10%
A veces	69	20%	0	0%
Casi siempre	37	11%	8	2%
Siempre	5	1%	0	0%
TOTAL	339	100%	339	100%

FUENTE: Resultados de cuestionario conocimiento tributario y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

Los resultados que se muestran en la Tabla 7, permite evidenciar que del 100% de los comerciantes del mercado internacional San José, un 10% no posee nada de conocimiento tributario, mientras que un 58% posee poco conocimiento tributario, un 20% de comerciantes señala que para cumplir con sus obligaciones tributarias es necesario que tenga un conocimiento tributario regular, en tanto un 11% señala que para el pago de sus tributos deben poseer un mayor conocimiento referido al tema. A su misma vez hay un mínimo número de comerciantes que si posee conocimiento sobre el tema lo equivaldría al 1% del total de la muestra.

En relación con el cumplimiento de obligaciones tributarias también se muestra que el 88% de comerciantes no cumplen con sus obligaciones tributarias. Mientras que, un 10% cumplen, pero de manera esporádica el pago de sus tributos. A su vez se tiene que un 2% de los comerciantes si cumplen con sus obligaciones



tributarias, representando un mínimo porcentaje del total de la muestra que cumple en pagar sus tributos.

Permitiendo concluir que en el mercado internacional San José, hay un mínimo número de comerciantes que si poseen conocimientos tributarios por lo que vienen cumpliendo con el pago de sus tributos de manera frecuente; sin embargo, también hay un gran número de comerciantes que no poseen suficiente conocimiento sobre el tema señalando que para cumplir con sus obligaciones tributarias deben tener conocimientos tributarios lo que garantizaría el pago de sus tributos.

4.1.1.1 Prueba de hipótesis

- **Hipótesis HO (Nula):** No existe una relación directa entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- **Hipótesis Ha (Alternativa):** La relación es directa entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

La Tabla 8 muestra el coeficiente de correlación Pearson, donde resulta que existe correlación positiva alta entre estas dos variables y estadísticamente es muy significativa con un $r = 0.754^{**}$ su probabilidad $p = 0.000$. que es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.01$ la prueba estadística es directa (significativa positiva); esto quiere decir que mientras más alto sea el conocimiento tributario

de los comerciantes, mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de la investigadora.

Tabla 8: Correlación entre conocimiento tributario y cumplimiento de obligaciones tributarias

	Correlaciones	Conocimiento tributario	Cumplimiento de Obligaciones tributarias
Conocimiento tributario	Correlación de Pearson	1	.754**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	339	339
Cumplimiento de Obligaciones tributarias	Correlación de Pearson	.754**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	339	339

** . La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

FUENTE: Resultados de cuestionario conocimiento tributario y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

Teniendo en cuenta que la variable de cumplimiento de obligaciones tributarias está relacionada con el pago de los impuestos, es de esperarse el grado de importancia que tiene el conocimiento tributario. Es en ese entender que el coeficiente de determinación tuvo como resultante $r^2 = 0.57$ lo que significa que el conocimiento tributario guarda relación en un 57% con el cumplimiento de obligaciones en los comerciantes del mercado internacional San José.

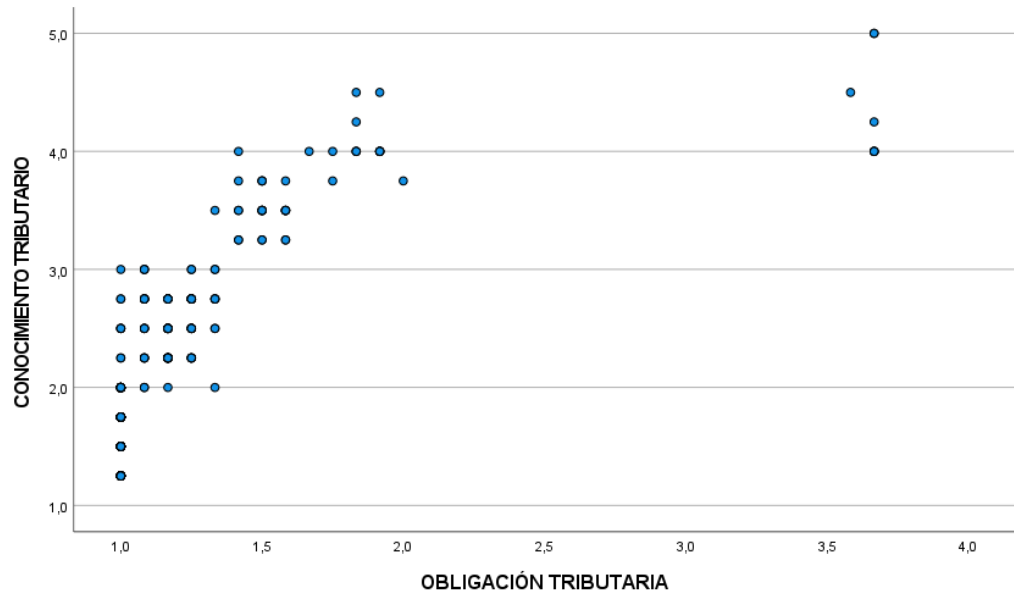


Figura 1: Dispersión entre conocimiento tributario y cumplimiento de obligaciones tributarias

FUENTE: Resultados de cuestionario conocimiento tributario y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

En la Figura 1 se muestra que mientras mayor conocimiento tributario tenga el comerciante mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias existiendo una asociación considerable lineal entre los puntos 2.0 a 4.0.

4.1.2 Determinación de la relación de la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

Para determinar la relación de la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San

José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19, se ha utilizado un cuestionario. El mismo que fue aplicado a la muestra y se puede observar en la siguiente tabla 9.

Tabla 9: Relación de orientación tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias (datos agrupados)

Escala	Orientación Tributaria		Cumplimiento de Obligaciones tributarias	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Nunca	112	33%	297	88%
Casi nunca	172	51%	34	10%
A veces	29	9%	0	0%
Casi siempre	26	8%	8	2%
Siempre	0	0%	0	0%
TOTAL	339	100%	339	100%

FUENTE: Resultados de cuestionario orientación tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

Los resultados que se muestran en la Tabla 9, permite evidenciar que del 100% de los comerciantes del mercado internacional San José, un 33% de los comerciantes señala que nunca recibió ni asistió alguna charla informativa, un 51% de comerciantes casi nunca recibió ni asistió alguna charla informativa sobre el tema por parte de la SUNAT, mientras que un 9% señala que a veces ha recibido y asistido a las charlas dictadas por la SUNAT respecto del tema. A su misma vez hay un mínimo porcentaje de comerciantes que si ha recibido y asistido a las charlas informativas sobre el tema lo equivaldría al 8% del total de la muestra.

En relación con el cumplimiento de obligaciones tributarias también se muestra que el 88% de comerciantes no cumplen con sus obligaciones tributarias.



Mientras que, un 10% cumplen, pero de manera esporádica el pago de sus tributos. A su vez se tiene que un 2% de los comerciantes si cumplen con sus obligaciones tributarias, representando un mínimo porcentaje del total de la muestra que cumple en pagar sus tributos.

Permitiendo concluir que en el mercado internacional San José, hay un mínimo número de comerciantes que ha recibido y asistido a las charlas informativas por parte de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT); sin embargo, también hay un gran número de comerciantes que no ha recibido ni asistido a las charlas informativas por lo que no poseen conocimientos referidos al tema.

4.1.2.1 Prueba de hipótesis

- **Hipótesis HO (Nula):** No existe una relación directa entre la orientación tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- **Hipótesis Ha (Alterna):** La relación es directa entre la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

La Tabla 10 muestra el coeficiente de correlación Pearson, donde resulta que existe correlación positiva alta entre estas dos variables y estadísticamente es muy significativa con un $r = 0.790^{**}$ su probabilidad $p = 0.000$. que es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.01$ la prueba

estadística es directa (significativa positiva); esto quiere decir que mientras más capacitados se encuentren los comerciantes, mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de la investigadora.

Tabla 10: Correlación entre orientación tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias

	Correlaciones	Orientación tributaria	Cumplimiento de Obligaciones tributarias
Orientación tributaria	Correlación de Pearson	1	.790**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	339	339
Cumplimiento de Obligaciones tributarias	Correlación de Pearson	.790**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	339	339

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

FUENTE: Resultados del cuestionario orientación tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

Ahora bien, desarrollando el coeficiente de determinación se obtuvo como resultante $r^2 = 0.62$ lo que significa que la orientación tributaria guarda relación en un 62% con el cumplimiento de obligaciones en los comerciantes del mercado internacional San José.

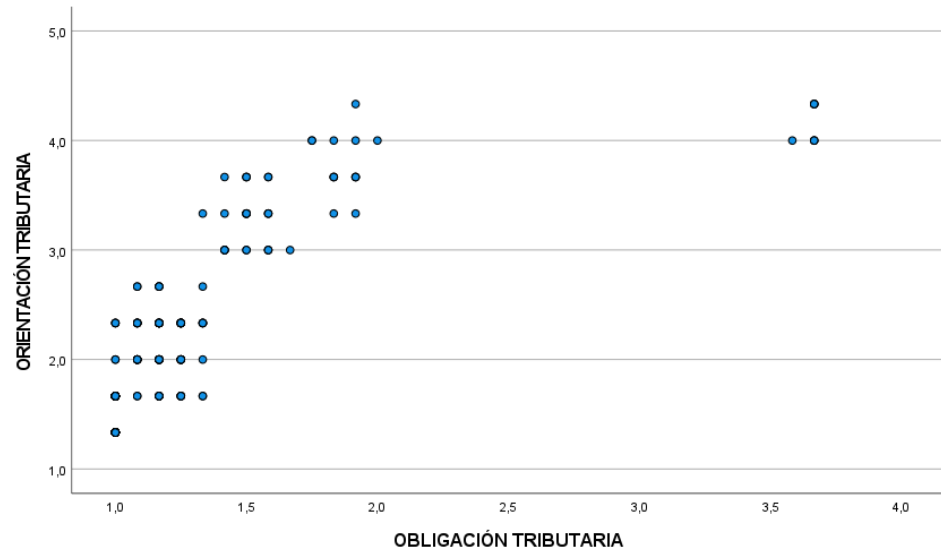


Figura 2: Dispersión entre orientación tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias

FUENTE: Resultados del cuestionario orientación tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

La figura 2 muestra que mientras más orientado se encuentre sobre temas referidos a la tributación mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias, esto puede ser a través de capacitaciones, charlas, folletos, entre otros, existiendo una asociación considerable lineal entre los puntos 2.0 a 4.0.

4.1.3 Determinación de la relación de la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

Para determinar la relación de la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San

José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19, se ha utilizado un cuestionario. El mismo que fue aplicado a la muestra y se puede observar en la siguiente tabla 11.

Tabla 11: Relación de conciencia tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias (datos agrupados)

Escala	Conciencia tributaria		Cumplimiento de Obligaciones tributarias	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Nunca	223	66%	297	88%
Casi nunca	108	32%	34	10%
A veces	0	0%	0	0%
Casi siempre	8	2%	8	2%
Siempre	0	0%	0	0%
TOTAL	339	100%	339	100%

FUENTE: Resultados del cuestionario conciencia tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

Los resultados que se muestran en la Tabla 11, permite evidenciar que del 100% de los comerciantes del mercado internacional San José, un 66% de comerciantes encuestados no posee conciencia tributaria, mientras que un 32% posee muy poca conciencia tributaria. A su misma vez hay un mínimo número de comerciantes que si poseen conciencia tributaria lo equivaldría al 2% del total de la muestra. En ese sentido podemos establecer que el 98% de los comerciantes encuestados tiene insuficiente conciencia tributaria dado que en los mismos no hay interiorización de sus deberes tributarios, para que puedan cumplan de manera voluntaria con el pago de sus tributos.

En relación con el cumplimiento de obligaciones tributarias también se muestra que el 88% de comerciantes no cumplen con sus obligaciones tributarias. Mientras que, un 10% cumplen, pero de manera esporádica el pago de sus tributos. A su vez se tiene que un 2% de los comerciantes si cumplen con sus obligaciones tributarias, representando un mínimo porcentaje del total de la muestra que cumple en pagar sus tributos.

Permitiendo concluir que en el mercado internacional San José, hay un mínimo número de comerciantes que si poseen conciencia tributaria por lo que vienen cumpliendo con el pago de sus tributos de manera frecuente; sin embargo, también hay un gran número de comerciantes que poseen insuficiente conciencia tributaria generándose el no cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

4.1.3.1 Prueba de hipótesis

- **Hipótesis HO (Nula):** No existe una relación directa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.
- **Hipótesis Ha (Alterna):** La relación es directa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

La Tabla 12 muestra el coeficiente de correlación Pearson, donde resulta que existe correlación positiva alta entre estas dos variables y estadísticamente es muy significativa con un $r = 0.936^{**}$ su probabilidad

$p=0.000$. que es menor que el nivel de significancia $\alpha=0.01$ la prueba estadística es directa (significativa positiva); esto quiere decir que mientras mayor sea la conciencia tributaria de los comerciantes, mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de la investigadora.

Tabla 12: Correlación entre conciencia tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias

	Correlaciones	Conciencia tributaria	Cumplimiento de Obligaciones tributarias
Conciencia tributaria	Correlación de Pearson	1	.936**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	339	339
Cumplimiento de Obligaciones tributarias	Correlación de Pearson	.936**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	339	339

** . La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

FUENTE: Resultados del cuestionario conciencia tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

Ahora bien, desarrollando el coeficiente de determinación se obtuvo como resultante $r^2= 0.87$ lo que significa que la conciencia tributaria guarda relación en un 87% con el cumplimiento de obligaciones en los comerciantes del mercado internacional San José.

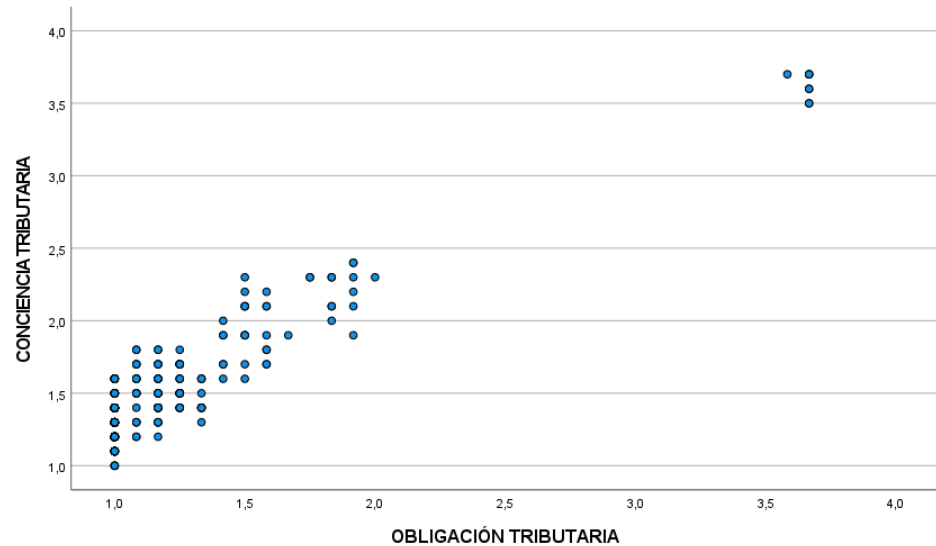


Figura 3: Dispersión entre conciencia tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias

FUENTE: Resultados del cuestionario conciencia tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

En la figura 3 se observa que existe una conciencia tributaria muy baja por ende también un menor cumplimiento de obligaciones tributarias. Teniendo mayor concentración en las respuestas entre los puntos 2.0 a 2.5 siendo esta una asociación media.

4.1.4 Determinación de la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021

Para determinar la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021, se ha utilizado un

cuestionario. El mismo que fue aplicado a la muestra y se puede observar en la siguiente tabla 13.

Tabla 13: Relación de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias (datos agrupados)

Escala	Cultura tributaria		Cumplimiento de Obligaciones tributarias	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Nunca	170	50%	297	88%
Casi nunca	135	40%	34	10%
A veces	26	8%	0	0%
Casi siempre	8	2%	8	2%
Siempre	0	0.0%	0	0%
TOTAL	339	100%	339	100%

FUENTE: Resultados de cuestionario cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

Los resultados que se muestran en la Tabla 13, permite evidenciar que del 100% de los comerciantes del mercado internacional San José, un 50% de comerciantes encuestados no posee cultura tributaria, mientras que un 40% posee muy poca cultura tributaria, un 8% posee cultura tributaria regular. A su misma vez hay un mínimo número de comerciantes que si poseen cultura tributaria lo equivaldría al 2% del total de la muestra. En ese sentido podemos establecer que el 98% de los comerciantes encuestados tienen muy poca a regular cultura tributaria esto debido a la falta de valores, conocimientos y actitudes referidos al tema.



En relación con el cumplimiento de obligaciones tributarias también se muestra que el 88% de comerciantes no cumplen con sus obligaciones tributarias. Mientras que, un 10% cumplen, pero de manera esporádica el pago de sus tributos. A su vez se tiene que un 2% de los comerciantes si cumplen con sus obligaciones tributarias, representando un mínimo porcentaje del total de la muestra que cumple en pagar sus tributos.

Permitiendo concluir que en el mercado internacional San José, hay un mínimo número de comerciantes que si poseen cultura tributaria lo que genera el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de manera voluntaria y frecuente; sin embargo, también hay un gran número de comerciantes que tienen muy poca cultura tributaria lo que trae como consecuencia el incumplimiento de sus obligaciones tributarias generándose un perjuicio para el Estado.

4.1.4.1 Prueba de hipótesis

- **Hipótesis HO (Nula):** No existe una relación directa entre cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19, periodo 2020-2021
- **Hipótesis Ha (Alternativa):** La relación es directa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19, periodo 2020-2021.

La Tabla 14 muestra el coeficiente de correlación Pearson, donde resulta que existe correlación positiva alta entre estas dos variables y

estadísticamente es muy significativa con un $r = 0.898^{**}$ su probabilidad $p = 0.000$. que es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.01$ la prueba estadística es directa (significativa positiva); esto quiere decir que mientras mayor sea la cultura tributaria de los comerciantes, mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias. Por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de la investigadora.

Tabla 14: Correlación entre cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias

	Correlaciones	Cultura tributaria	Cumplimiento de Obligaciones tributarias
Cultura tributaria	Correlación de Pearson	1	.898**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	339	339
Cumplimiento de Obligaciones tributarias	Correlación de Pearson	.898**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	339	339

** . La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

FUENTE: Resultados del cuestionario cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

Ahora bien, desarrollando el coeficiente de determinación se obtuvo como resultante $r^2 = 0.80$ lo que significa que la cultura tributaria guarda relación en un 80% con el cumplimiento de obligaciones en los comerciantes del mercado internacional San José.

En palabras de Creswell (2005, Hernández et ál, 2014g) señala que un coeficiente de determinación r^2 entre 0.66 y 0.85 ofrece una buena predicción de una variable respecto de la otra variable; y por encima de 0.85 implica que ambas variables miden casi el mismo concepto “subyacente”, son “cercanamente” un constructo semejante. Dicho ello se puede afirmar que hay una buena predicción de los resultados.

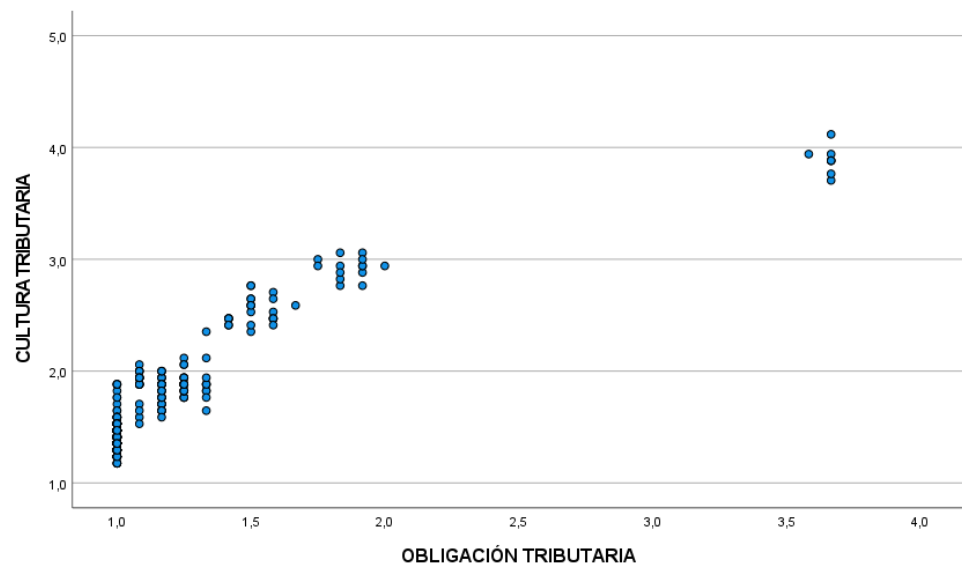


Figura 4: Dispersión entre cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias.

FUENTE: Resultados del cuestionario cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes del mercado internacional San José basado en Acosta & Tapullima (2019).

En la figura 4 se observa que existe una cultura tributaria baja por ende también un menor cumplimiento de obligaciones tributarias. Teniendo mayor concentración en las respuestas entre los puntos 2.0 a 3.0 siendo esta una asociación media. Sin embargo, es posible que haya una mayor cultura tributaria ello a través de las charlas o capacitaciones que



puedan reciban los comerciantes lo que generaría un mayor cumplimiento de obligaciones tributarias.

4.1.5 Propuesta de un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19

Con el fin de desarrollar el objetivo específico 4, se plantea una propuesta la cual es un programa de difusión y capacitación que ayuden a incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias a los comerciantes del Mercado Internacional San José y demás mercados de la ciudad de Juliaca. Lo cual se muestra a continuación:

PROGRAMA DE DIFUSIÓN Y CAPACITACIÓN PARA INCENTIVAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

4.1.5.1 Datos generales

4.1.5.1.1 Título del programa

“Educando sobre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias a los comerciantes de los mercados de la ciudad de Juliaca”

A. Lugar: Juliaca

B. Duración: La sesión tendrá una duración de 2 horas con 30 minutos aproximadamente.



C. **Participantes:** Los comerciantes de los mercados de la ciudad de Juliaca.

4.1.5.1.2 Justificación

El estado peruano si bien tiene como principal objetivo generar bienestar para toda la población, empero, para el cumplimiento de ello también es necesario el desarrollo económico; por ende, bajo la premisa, el cumplimiento tributario es importante debido a que constituye la forma más activa de poder ejercer la ciudadanía. Sin embargo, hasta la actualidad viene siendo un problema latente por el bajo nivel de cultura tributaria que tienen las personas y los emprendedores; la región de Puno no es ajeno a esta problemática que se está viviendo. Es por esta razón que se propone el programa de difusión y capacitación para incentivar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias a los comerciantes de los diferentes mercados de la ciudad de Juliaca.

Agregando a lo anterior, se pretende que los comerciantes tengan mayor nivel de cultura tributaria, adquiriendo mayor información sobre temas tributarios y lograr la concientización de los comerciantes con la practica constante. Haciéndoles entender que la falta de cultura tributaria trae consigo el incumplimiento tributario, evasión tributaria, y por ende, el retraso del país.

4.1.5.1.3 Antecedentes

La SUNAT cuenta con los siguientes programas:



A. En la escuela

- **Capacitación para docentes:** Tiene por finalidad proporcionar a los docentes el conocimiento necesario para trabajar desde el aula la formación hacia el cumplimiento de las responsabilidades tributarias básicas desde la edad temprana.

i. Contenido

- Cultura tributaria-aduanera.
- Enfoques para la educación tributaria-aduanera
- Emprendimiento responsable desde la escuela.

ii. Actividades:

El curso es 100% virtual y asíncrono.

iii. Participantes:

Docentes de Educación Básica Regular de instituciones educativas públicas y privadas a nivel nacional, interesados en recibir actualización sobre estos temas

iv. Duración:

- Fecha de inicio: miércoles 28 de septiembre de 2022.
- Fecha de cierre: miércoles 2 de noviembre de 2022.

- SUNAT visita la escuela

Es un programa educativo que inicio en el 2018 consiste en realizar dinámicas lúdicas (mini teatro, juegos de



ruleta, dados y canciones) sobre temas de educación tributaria y aduanera dirigidas a los estudiantes de Lima Metropolitana y Callao de primaria (4to, 5to y 6to grado) y secundaria (de 1er a 5to grado) y en otros Departamentos.

Hasta el 2021 se tiene 8,027 estudiantes de los niveles de primaria y secundaria que han sido sensibilizados a nivel nacional.

- **Semana de la educación tributaria y lucha contra el contrabando**

Ha sido instaurada en el calendario cívico escolar para la segunda semana del mes de octubre por Resolución Viceministerial N°042-2018-MINEDU. Cuyo objetivo es unir esfuerzos para generar conciencia tributaria y rechazo al contrabando desde la educación.

i. Alcance

- Direcciones Regionales de Educación - DRE
- Unidades de Gestión Educativa Local de Lima y provincias - UGEL
- Instituciones educativas públicas y privadas de Educación Básica Regular a nivel nacional.

ii. Recursos

Se cuenta con:



- Aplicativo web. "Súmate: Contribuye con el país"
(primaria)
- Guía pedagógica para docentes – Primaria y secundaria
- Historieta "Cultura Tributaria" y "Cultura Aduanera"
- Video "Cultura Tributaria (COVID - 19)"
- Juegos digitales para escolares (descargables y en línea)
- Entre otros.

B. En la universidad

- Encuentros universitarios

Son espacios de difusión y fortalecimiento de cultura tributaria y aduanera, cuyo público objetivo es la comunidad académica de educación superior: estudiantes y egresados, docentes, autoridades y demás miembros de esta red en general.

El programa incluye ponencias de temas tributarios y aduaneros:

- **Perú:** Esfuerzo de todos.
- **Tributos internos:** Comprobantes de pago electrónico, Trámites virtuales, Régimen MYPE Tributario, Deducciones adicionales de 3 UIT.
- **Aduanas:** Importa Fácil. Exporta Fácil.
- Temas de coyuntura e interés regional.



Desde su creación en el año 2017, la Gerencia de Cultura Tributaria y Aduanera del Instituto Aduanero y Tributario ha realizado 194 encuentros universitarios a nivel nacional llegando a sensibilizar a un total de 61,738 estudiantes de educación superior.

- **Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF**

A través de los NAF la SUNAT capacita de manera gratuita a estudiantes de las especialidades de Administración, Contabilidad, Economía, Derecho, Negocios Internacionales y carreras afines, en temas básicos de tributos y aduanas.

C. En la sociedad:

- **Voluntariado SUNAT**

Esta acción está dirigida a todos los segmentos de la ciudadanía, y en especial a los estudiantes de educación básica regular.

Objetivo: Integrar y promover la participación de los colaboradores para el desarrollo de actividades educativas y de sensibilización desde las aulas de primaria y secundaria.

Las acciones del Voluntariado se desarrollan en el mes de octubre, en el marco de la “Semana de la educación tributaria y lucha contra el contrabando”.

- **Educando a las MYPE**



Objetivo: Fomentar la cultura fiscal en este sector dado el rol importante a favor de la economía nacional y su destacada labor emprendedora.

En dichas charlas se exponen temas como:

- Perú: Esfuerzo de todos
- Inscripción al RUC.
- Factura electrónica en el régimen MYPE tributario.
- Regímenes tributarios y beneficios.
- Gastos deducibles y no deducibles.
- Comprobantes de pago.
- Exporta Fácil e Importa Fácil.

Desde el 2017 hasta el 2021 se ha logrado sensibilizar a 8,594 emprendedores de todo el país.

4.1.5.1.4 Objetivos

Objetivo general:

- Elevar el nivel de cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes de los mercados.

Objetivos específicos:

- Sensibilizar a los comerciantes para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de manera voluntaria.



- Dar a conocer los beneficios de cumplir con sus obligaciones tributarias a tiempo a los comerciantes de la ciudad de Juliaca.
- Ampliar el alcance del programa a otras ciudades de la Región de Puno.

4.1.5.1.5 Beneficiarios

Lo que se busca con el programa es beneficiar a los comerciantes de los diversos mercados de la ciudad de Juliaca, con lo cual también se beneficiaran algunos miembros de la familia, a los que se les impartirá charlas, por medio de equipos audiovisuales de manera didáctica entre otros por el cual se difundirá información de vital importancia para el adecuado cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

4.1.5.1.6 Propósito del plan

- Lograr que los comerciantes que asistan a las charlas tengan una mejor información de la importancia de tributar y los principales beneficios que genera.
- Lograr concientizar sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.
- Dar a conocer de manera practica el beneficio de pagar sus impuestos.
- Lograr que los comerciantes tengan conceptos básicos claros sobre temas de tributación.



- Lograr que los comerciantes del Mercado Internacional San José y los comerciantes de diferentes mercados de la ciudad de Juliaca cumplan con sus obligaciones tributarias.

4.1.5.2 Estructura

Para la ejecución de actividades del Programa de, se han tomado los siguientes temas transversales que serán trabajados con los comerciantes de los mercados:

- Importancia del sistema tributario nacional.
- Inscripción al RUC.
- Regímenes tributarios y beneficios.
- Gastos deducibles y no deducibles.
- Comprobantes de pago.
- Libros Contables.

4.1.5.3 Metodología

4.1.5.3.1 Técnicas procedimentales y operación del programa

Actividades a desarrollar:

A. Descripción de plan de actividades

- **Sujetos:** Los comerciantes de los mercados de la ciudad de Juliaca



- **Recursos:**

- i. **Humanos:** Conformados por los presentadores especialistas en el tema.
- ii. **Materiales:** Folletos, trípticos, modulo informativo, material audiovisual y virtual.
- iii. **Infraestructura:** Las capacitaciones se llevarán a cabo en un ambiente provisto por la superintendencia nacional de administración tributaria y aduanas SUNAT.
- iv. **Equipos:** Conformados por equipo multimedia, carpetas, pizarra, plumones.

B. Estrategias

i. Estrategias de coordinación

Adaptar el programa al centro donde se va a desarrollar a cabo:

Es necesario tener en cuenta no sólo el número de participantes, sino de cómo va la evolución de los conocimientos después de la charla que se les va brindar a los comerciantes de los mercados.

Consensuar entre todos los comerciantes y los agentes externos sobre el desarrollo del programa

Los objetivos, fases, responsables y destinatarios del programa deben ser conocidos por todos. A partir de esta información



pública, se puede lograr no sólo un apoyo pasivo al desarrollo del programa sino también una implicación activa.

Planificar la implantación, desarrollo y evaluación del programa

Esto significa sugerir las acciones sobre:

- Materiales didácticos en donde se incluye el programa.
- Temporalizar su desarrollo: inicio y final, el tiempo empleado, etc.

Una buena planificación del programa, al inicio del curso, contribuirá a ahorrar esfuerzos y recursos, mejorar los resultados, evaluar, mejorar y facilitar su continuidad en los próximos cursos.

ii. Estrategias de capacitación

La estrategia está centrada en la realización de una serie de actividades cuyo contenido es claramente interdisciplinario, tales como fichas de trabajo individual y la interacción activa de los comerciantes.

Es necesario que haya un espacio en el ambiente donde se promoció el cumplimiento de las obligaciones tributarias.



C. Metodología procedimental

Ejecución:

- i. **Ejecución directa:** Es ejecutado directamente por los profesionales de la SUNAT.
- ii. **Tiempo de ejecución:** El programa se ejecutará en el mes de febrero y marzo del 2023.

Supervisión: La supervisión está a cargo del jefe del área de Capacitaciones de la SUNAT.

Tabla 15: Recursos a utilizar en el programa

ACTIVIDADES	SESIONES	REQUERIMIENTOS	CANTIDAD
De acuerdo al temario programado	# de sesiones	1.Data Display	01
		2.Laptop	01
		3.Afiches	300 aprox.
		4.camara digital	01
		5. videos	01
		6. Incentivos	300 aprox.



4.1.5.4 Presupuesto y financiamiento

Tabla 16: Presupuesto del Programa de capacitación

Descripción	unidad	Cant.	Costo unitario	Costo Total
Pago de los expositores	h/día	4	S/ 100.00	S/ 400.00
Alquiler del proyector	Unidad	1	S/ 40.00	S/ 40.00
Pasaje de expositores	Servicio	4	S/ 20.00	S/ 80.00
Separatas	Unidad	300	S/ 1.00	S/. 300.00
Plumones	Unidad	4	S/ 10.00	S/ 40.00
Incentivos	Unidad	300	S/ 5.00	S/1500.00
Papel Bond	Millar	2	S/ 20.00	S/ 40.00
Refrigerio para los expositores	Unidad	4	S/ 25.00	S/ 100.00
	TOTAL			S/ 2500.00

4.2 DISCUSIÓN

En esta sección se discute los resultados obtenidos en la investigación con otras investigaciones nacionales y locales para establecer sus semejanzas o diferencias entre ellas. Para ello se tiene tres objetivos específicos de los cuales se desarrollaron sus discusiones.

4.2.1 Objetivo específico 1

Determinar la relación del conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19

Se ha demostrado que existe una relación directa entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Acosta (2020) en su tesis de investigación donde concluye que el conocimiento tributario se relaciona significativamente en el cumplimiento de obligaciones de los contribuyentes; asimismo, Condori y Aguilar (2021) señala que existe una relación significativa entre el conocimiento tributario y las obligaciones tributarias de la empresa Recreo Turístico Tropical Club Resort S.A.C. Y por su parte Altamirano e Iberico (2018) concluye que entre ambas variables existe una correlación positiva considerable y significativa.

Por lo tanto, en la investigación de Acosta (2020), Condori y Aguilar (2021), Altamirano e Iberico (2018) y en esta investigación, el conocimiento tributario si tiene relación directa con el cumplimiento de obligaciones tributarias.



Los resultados obtenidos de cierta manera coinciden, demostrando que mientras mayor conocimiento tributario posean sobre el tema mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes. Este objetivo específico 1 está sustentado en base a Monterrey (2019) quien afirma que el conocimiento tributario es una aptitud personal de cada contribuyente de poder comprender cuando nace su obligación tributaria con respecto a un determinado tributo y cuando deja de tener efecto para él. Entonces, el grado en que cada contribuyente entienda este conocimiento, los beneficios que trae al país su aporte solidario y como afecta dejar de pagar o pagar parcialmente sus impuestos ayuda al cumplimiento de sus obligaciones, esto es en suma el conocimiento tributario (pp.13-14).

4.2.2 Objetivo específico 2

Determinar la relación de la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

Se establece que existe relación directa entre la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Bobadilla y Urquía (2020) donde concluye que existe correlación positiva, directa y significativamente considerable entre difusión y orientación tributaria e informalidad en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, esto quiere decir que, si los contribuyentes tienen difusión y orientación tributaria, ellos van evitar la informalidad y van tener mayor responsabilidad en el cumplimiento de sus



obligaciones tributarias, porque van estar bien informados con respecto a sus pagos, sus declaraciones, entre otros.

Por lo tanto, Bobadilla y Urquía (2020) y en esta la investigación se señala que la orientación tributaria si tiene una relación directa con el cumplimiento de obligaciones tributarias; es decir, que mientras más capacitados se encuentren los comerciantes del mercado internacional San José mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias. Este objetivo específico 2 se fundamenta en Solorzano (2011) que señala son procedimientos que brindan mediante información todo sobre la tributación, por ende, es necesario brindar orientación porque coadyuva a una contribución efectiva y ayuda al buen cumplimiento de sus obligaciones de las obligaciones fiscales (p.11). De la misma forma, el Superintendente de la SUNAT Ibérico (s.f) menciona que las actividades de orientación tienen como propósito fomentar el correcto cumplimiento de las obligaciones a través de charlas, orientación a través de otras Instituciones con las cuales la SUNAT ha firmado Convenios y microprogramas sobre procedimientos y trámites de índole tributaria (p.12)

4.2.3 Objetivo específico 3

Determinar la relación de la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19

Se evidencio que existe relación directa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.



Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Apaza y Bonifacio (2017) y Acosta y Tapullima (2019) en su tesis de investigación donde concluyen que existe una relación directa significativa alta entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de pagos tributarios según el coeficiente de correlación $r = ,781^{**}$ y $r = ,728^{**}$. Por su parte Condori y Aguilar (2021), Calvo y Núñez (2021), señalan que la conciencia tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de obligaciones tributarias. Sin embargo, Pinedo (2020) identificó que la conciencia tributaria tiene una relación no tan significativa con el pago de tributos en los comerciantes del mercado de Belén esto debido a que los comerciantes estarían dispuestos pagar sus impuestos siempre que no se les controle el pago y no se les multe por no hacerlo.

Por lo tanto, para Apaza y Bonifacio (2017), Acosta y Tapullima (2019), Condori y Aguilar (2021), Calvo y Núñez (2021) y en esta investigación se señala que la conciencia tributaria tiene una relación directa significativa con el cumplimiento de obligaciones tributarias, lo que genera que mientras mayor conciencia tributaria tengas los comerciantes mayores será el cumplimiento de obligaciones; sin embargo, no se concuerda con Pinedo (2020) debido a que ambas variables en análisis tiene una relación no tan significativa. Este objetivo específico 3 está apoyado por Ramos (2018) que sostiene la conciencia tributaria es el cumplir de manera voluntaria, esto se refiere a que los contribuyentes deben, sin necesidad de coacción, verificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la ley. Asimismo, el proceso de formación de la conciencia tributaria puede dar lugar a personas con conciencia tributaria positiva lo que ayudara al cumplimiento de sus obligaciones.



4.2.4 Objetivo específico 4

Proponer un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID – 19.

A partir de los resultados obtenidos, con la propuesta se busca que los comerciantes de los diversos mercados de la ciudad de Juliaca, posean fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que, si bien los tributos son recursos recaudados por el Estado Peruano, pero en realidad dichos recursos le pertenecen a toda la población, por tanto, el Estado debe devolver esto puede ser en bienes y servicios. Por su parte Coaquira (2019) en su tesis de investigación plantea también un programa para incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias; sin embargo, no se puede distinguir entre sus objetivos generales y específicos, tampoco se puede identificar el tiempo de duración, las posibles fechas que podría desarrollarse el programa.

De igual manera Yovera (2020) plantea una propuesta para crear conciencia tributaria en los contribuyentes de las empresas mypes en la ciudad de Jaén, no obstante, no se tiene precisado los temas que se desarrollarían en dichas charlas expuestas por la SUNAT, no señala el tiempo de duración ni las posibles fechas a desarrollarse.

Por lo tanto, Coaquira (2019) y Yovera (2020) si bien plantean una propuesta con la finalidad de mejorar la cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, es necesario que se cuente con una propuesta bien estructurada como se plantea; más aún que SUNAT ya cuenta con programas que



se bien desarrollando hasta la actualidad; empero, no cuenta con un programa que este dirigido a los pequeños emprendedores como es los diversos comerciantes de los diferentes mercados que necesitan un impulso para crecer y poder formalizarse. Por lo que se concluye que la propuesta planteada ayudara no solo a la SUNAT sino directamente a los comerciantes.

Ahora bien, en palabras de Gómez y Macedo (2008) un programa de cultura tributaria ayuda a abordar el campo de la educación ciudadana y tributaria, lo que desemboca en la toma de conciencia acerca de lo fundamental que es tributar para el sostenimiento, mejoramiento y desarrollo del país y de la educación encargada de humanizar y realzar la condición del hombre frente a su realidad local, nacional e internacional (p.151). Lo que refuerza a la propuesta planteada.

4.2.5 Objetivo general

Determinar la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021.

Ha quedado demostrado que existe relación directa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021.

Estos resultados guardan relación con lo que señala Apaza y Bonifacio (2017) en su tesis de investigación donde concluye que existe una relación directa significativa entre la cultura tributaria y obligaciones tributarias según el



coeficiente de correlación $r = ,881$ en los comerciantes del mercado central del distrito de Paruro; asimismo, Altamirano e Iberico (2018) concluye que existe una correlación positiva media y significativa entre las dos variables analizadas. Por su parte Acosta (2020), Pinedo (2020), Condori y Aguilar (2021), Calvo y Núñez (2021), Peña y Núñez (2021) y Terrones (2021) concluyen también que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias.

En tanto Acosta y Tapullima (2019) señala que existe de una influencia positiva alta entre cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias, esto quiere decir que, mientras más alto sea la cultura tributaria, alto será el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, por lo que la mejora de la variable independiente traería consigo la mejora de la variable dependiente. Sin embargo, Yovera (2020) en su tesis de investigación concluye que las variables en discusión no presentan una correlación significativa una de otra, se puede decir que la variable cultura tributaria es independiente a la variable obligación tributaria.

Por lo tanto, para Apaza y Bonifacio (2017), Altamirano e Iberico (2018), Acosta (2020), Pinedo (2020), Condori y Aguilar (2021), Calvo y Núñez (2021) y Terrones (2021), Acosta y Tapullima (2019) y en esta investigación se ha concluir que la cultura tributaria tiene relación directa con el cumplimiento de obligaciones tributarias, esto quiere decir que, mientras mayor cultura tributaria posean mayor será el cumplimiento de obligaciones lo que generara mayores ingresos para el Estado y beneficios para la sociedad. Sin embargo, Yovera (2020) en su trabajo de investigación concluye que ambas variables en estudio no presentan una correlación significativa, es decir, cada variable es independiente entre sí.



En ese entender, este objetivo general es apoyada por Gómez y Macedo (2008) que señala la cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos acerca del sistema tributario y sus funciones, por lo que es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria que permita el cumplimiento de sus obligaciones tributarias; y así evitar la evasión, y por ende, al retraso de nuestro país (pp.144-145)



V. CONCLUSIONES

Luego de haber expuesto y analizado los resultados logrando alcanzar los objetivos planteados y su respectiva contrastación de hipótesis, llegamos a las siguientes conclusiones:

PRIMERA: Conforme al objetivo específico 1, se concluye que existe una relación directa de 0.754 según el coeficiente de Pearson entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de obligaciones en los comerciantes del mercado internacional San José, a un nivel de significancia de 0.01 con un coeficiente de determinación de Pearson de 0.57 lo que indica que existe una relación significativa al 57%, por lo cual se verifica y queda válida la hipótesis de investigación, esto quiere decir que, mientras más alto sea el conocimiento tributario, mayor también será el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes, por lo que la mejora de la variable independiente traería consigo la mejora de la variable dependiente.

SEGUNDA: En referencia al objetivo específico 2, se concluye que existe una relación directa de 0.790 según el coeficiente de correlación de Pearson entre la orientación tributaria y el cumplimiento de obligaciones en los comerciantes del mercado internacional San José, a un nivel de significancia de 0.01 con un coeficiente de determinación de Pearson de 0.62 lo que indica que existe una relación significativa al 62%, por lo cual se verifica y queda válida la hipótesis de investigación esto quiere decir que, mientras más charlas reciba y asista el sobre el tema mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes, por lo que la mejora de la variable independiente traería consigo la mejora de la variable dependiente.



TERCERA: De acuerdo al objetivo específico 3, se concluye que existe una relación directa de 0.936 según el coeficiente de correlación de Pearson entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado internacional San José, a un nivel de significancia de 0.01 con un coeficiente de determinación de Pearson de 0.87 lo que indica que existe una relación significativa al 87%, por lo cual se verifica y queda válida la hipótesis de investigación, esto quiere decir que, mientras mayor conciencia tributaria tenga mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes, por lo que la mejora de la variable independiente traería consigo la mejora de la variable dependiente.

CUARTA: Se logra proponer un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José lo que será beneficioso directamente para los comerciantes del Mercado Internacional San José y los diversos mercados de la ciudad de Juliaca.

QUINTA: Con relación al objetivo general, se concluye que existe una relación directa de 0.898 según el coeficiente de correlación de Pearson entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado internacional San José, a un nivel de significancia de 0.01 con un coeficiente de determinación de Pearson de 0.80 lo que indica que existe una relación significativa al 80%, por lo cual se verifica y queda válida la hipótesis de investigación, esto quiere decir que, mientras mayor cultura tributaria tenga mayor será el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes, por lo que la mejora de la variable independiente traería consigo la mejora de la variable dependiente.



VI. RECOMENDACIONES

Tomando en consideración los resultados y las conclusiones obtenidas en la investigación se presenta las siguientes recomendaciones como sugerencias para incrementar la cultura tributaria y lograr mayor cumplimiento de las obligaciones tributarias:

PRIMERA: El conocimiento tributario influye significativamente en el nivel de cultura tributaria por lo tanto se recomienda a los comerciantes del Mercado Internacional San José capacitarse en las charlas que organizan las entidades públicas referido a temas de tributación con la finalidad de incrementar sus conocimientos y lograr un mayor cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Asimismo, se recomienda a la Administración Tributaria (SUNAT) brindar charlas y capacitaciones manera más frecuente orientada a incrementar el conocimiento tributario de manera constante a los comerciantes de los diferentes mercados de la Región de Puno y del país, debido a que se encuentran en un proceso de crecimiento. A esto, no se debe obviar las capacitaciones sobre cómo funciona el sistema tributario en el Perú, la necesidad de tributar y los beneficios que puede generar.

SEGUNDA: Se recomienda a los comerciantes del Mercado Internacional San José a compartir los conocimientos adquiridos en las charlas, capacitaciones, foros o por medio documentales con sus demás compañeros para lograr concientizar sobre la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias. Por otra parte, se recomienda a la Administración Tributaria que implemente estrategias que ayuden a orientar en temas de tributación, ello puede realizarse a través de las ventanillas, charlas, capacitaciones, foros, talleres, medios de comunicación radial y televisiva y visitas a los mercados con la finalidad de orientar no solo a los comerciantes de los diversos mercados sino también a



las universidades en específico a los jóvenes universitarios brindándoles conferencias en temas tributarios, congresos y todas las actividades que sean necesarias que coadyuven en mejorar la cultura tributaria de la población de la región de Puno y el país y producir un efecto positivo como es el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

TERCERA: Se recomienda a los comerciantes del Mercado Internacional San José que cumplan con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria concibiendo como un deber cívico y a su vez este cumplimiento genere un beneficio común para ellos y la sociedad en general de la cual forman parte. Además, se recomienda a la Administración Tributaria que implemente estrategias que fomenten la confianza en los comerciantes y de la población en general de la Región de Puno y del país para que puedan cumplir con sus obligaciones tributarias, esto es, realizando obras como es el mejoramiento de las pistas de transporte, seguridad ciudadana, centros de salud, educación y entre otros. Al mismo tiempo se recomienda a los funcionarios públicos de estas entidades para que proporcionen información constante, la transparencia de los gastos públicos y correcta utilización de los recursos del Estado; y, por consiguiente, la conciencia tributaria se verá reflejada en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de manera voluntaria y como un deber que tienen ellos frente al Estado.

CUARTA: Se recomienda a la Administración Pública implementar la propuesta planteada de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional San José y los diferentes mercados de la ciudad de Puno.

QUINTA: Se recomienda a los comerciantes del Mercado Internacional San José tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber aportar al Estado Peruano y compartir con sus demás miembros que las principales razones son proporcionar a la



ciudadanía mejores servicios públicos a partir de esos aporten que realicen, es decir, del pago de sus impuestos que hagan. Asimismo, se recomienda a la Administración Pública en coordinación con el Ministerio de Educación (MINEDU) la elaboración de un currículo escolar y universitaria enfocada en promover la cultura tributaria propiciando el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de manera voluntaria cuando se realiza alguna actividad ello en concordancia con los fines y principios de la educación peruana. Dicho currículo escolar buscara reforzar el conocimiento tributario teniendo como eje principal sensibilizar y comprometer a los docentes de dicha materia a formar personas con valores y principios que sientan que el progreso del país solo es posible si todos contribuimos con el pago de nuestros tributos como parte de un deber ciudadano.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J.L. (2014). El Método de la Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3)195-204. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Acosta, S.Y (2020). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias de la empresa Recreo Turístico Tropical Club Resort S.A.C., Pucallpa 2019*. [Tesis para optar título profesional, Universidad Privada de Pucallpa]. Repositorio UPP. <http://repositorio.upp.edu.pe/handle/UPP/186>
- Acosta,L.J & Tapullima, J. (2019). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado III de Tarapoto, 2019*. [Tesis para optar título profesional, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV.
- Aguirre, J. (2018). *La Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de sus Obligaciones con el Fisco del Sector del Calzado del Cantón Latacunga Parroquia La Matriz durante el periodo 2018* [Tesis para optar título profesional, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio UTC. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5809/1/PI-000830.pdf>
- Altamirano, Y.L 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 para optar título profesional, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPEU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/1278>
- Amasifuen, M. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista Accounting power for business*, 1(1), 73-90. [file:///C:/Users/lilli/Downloads/898-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1199-1-10-20180524%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/lilli/Downloads/898-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1199-1-10-20180524%20(1).pdf)



- Apaza, M.C y Bonifacio, R.Y (2017). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco- 2017* [Tesis para optar título profesional, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPEU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/1081>.
- Arias, F.G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme, C.A. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Armas, M.E y Colmenares, M. (2009). Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria. *Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social-REDHECS*. 4(6), 141- 160. file:///C:/Users/lilli/Downloads/Dialnet-EducacionParaElDesarrolloDeLaCulturaTributaria-2937210.pdf.
- Ataliba, G. (2011). Hipótesis de incidencia tributaria 1ra ed. ARA editores.
- Benalcazar, J. (2015). Elementos de la cultura tributaria en el ecuador. En D. Bernal (eds.) *la cultura contributiva en américa latina. Procuraduría de la Defensa del Contribuyente*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/103127/Cultura_Contributiva_en_America_Latina_2015.pdf
- Bobadilla, F.Y y Urquía, E.K (2020). *Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los contribuyentes del régimen especial de renta del mercado minorista Ucayali*. [Tesis para optar título profesional, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPEU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/3058>
- Bravo, F. (2011). Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: Experiencia en el Perú – CIAT. *Revista de Administración Tributaria* N° 31.



- Cabana, R. (2017). La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015. [Tesis para optar título profesional, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio UNAP. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4186>
- Caballero, A. (2014). *Metodología integral innovadora para planes y tesis*. Cengage Learning. <http://latinoamerica.cengage.com>.
- Calvo, S.M y Núñez, J.L (2021). *Cultura tributaria y obligaciones Tributarias en comerciantes de la galería San pedro del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima,2021* [Tesis para optar título profesional, Universidad Peruana de las Américas]. Repositorio. Ulasamericas. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1698/AG%C3%9CERO%20CALVO%20SINTHYA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Castillo, S.N & Castillo, P.G (2016). Un acercamiento al estudio de la cultura tributaria desde la perspectiva socioeducativa. *Revista científica Dominio de Ciencias*, 2(1), 149-162. <file:///C:/Users/lilli/Downloads/Dialnet-UnAcercamientoAlEstudioDeLaCulturaTributariaDesdeL-5802926.pdf>
- Coaquira, W. (2019). *La cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017* [Tesis para optar título profesional, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio UNAP. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/10821>
- Condori, E y Aguilar, Y.Y (2021). *La Cultura Tributaria y su Relación con el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes de la Asociación de Comerciantes Unidos Tres de Mayo (ACUTM) de la Ciudad de*



Puerto Maldonado, 2020 [Tesis para optar título profesional, Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios]. Repositorio UNAMAD. <https://repositorio.unamad.edu.pe/handle/20.500.14070/811>.

Coronel, L.M, Lozada, L., et al (2021). Cultura tributaria y el cumplimiento del pago del IUS de los microempresarios de la Urb. Mirasol II, Jaén – 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1094 p10516

Díaz, J., Cruz, B., et al (2017). Cultura Tributaria. *Revista Publicando*, 3(9), 697-705. 3(9), 697-705. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/403>

Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero (s.f). *Glosario de términos tributarios*. Ministerio de Economía y Finanzas. https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/glosario_tributario.pdf

Esteba, E. (2018). La cultura tributaria, evasión tributaria y su influencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, período 2016. [Tesis para optar título profesional, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio UNAP. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/7114>

Ferreiro, J.J (2001). *Los elementos constitutivos de la obligación tributaria*. En *Tratado de Derecho Tributario*. Editorial Temis.

García, C. (2009). *El concepto de tributo*. Tax Editor.

Giuliani, C.M. (2001). *Derecho Financiero* 7ma ed. Ediciones Depalma.

Gómez, J., Jiménez, J., et al (2017). Consensos y conflictos en la política tributaria de América Latina. Libros de la CEPAL, No. 142 (LC/PUB.2017/5-P). *Comisión*



Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/41048/6/S1700003_es.pdf

Gómez, L. & Macedo, J. (2008). La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano. *Investigación Educativa*, 12(21), 143–153.
<https://docplayer.es/26369602-la-difusion-de-la-cultura-tributariay-su.html>

Guaquirima, C. (2004). Cultura Aduanera y Tributaria: Temas Tributarios. *Oficina de Divulgación Aduanera y Tributaria - Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria* (SENIAT).

Hernández, R. (1998). La cultura tributaria frente a la cultura empresarial: Propuesta para alcanzar una conciliación fiscal. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), IV (1), 41 - 58.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). Mc Graw Hill Education.

Huamaní, R. (2013). Código Tributario Comentado. Jurista editores E.I.R.L

Ibérico, J.R (s.f). *Estrategia de la SUNAT para promover el cumplimiento voluntario*. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT.
https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2000/Espanol/washington_34_tema1-1_iberico_peru.pdf

Matteucci, M. (1995). La Definición de Conciencia Tributaria y los mecanismos para crearla. *Revista Análisis Tributario*, VIII (90), 37-38.
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-los-mecanismos-para-crearla/>

Montiel, S., Peña, A.J., & Martínez, C. (2020) *Cultura tributaria: formas de mejorarla*. Editorial Universidad Libre.



<https://www.unilibre.edu.co/cartagena/images/investigacion/libros/Cultura-Tributaria.pdf>

Monterrey, M.S (2019). *Relación entre el conocimiento tributario y la cultura tributaria en gerentes generales de Empresas Industriales Manufactureras del Callao 2019* [Tesis para optar título profesional, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/97ad0bf1-f1a2-44de-89ec-4734a92acb4c/content>

Niño, V. (2011). *Metodología de la Investigación Diseño y ejecución* (1ra. ed.). Ediciones de la U.

Palomino, C. (2017). *Diccionario Tributario*. Editorial Calpa SAC.

Peña, M.P y Nuñez, C. (2021). *Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el sector comercio de Pucallpa, Perú. Revista de Investigación en Contabilidad* 1(2), 51-62.

<file:///E:/TESIS%20CIENCIAS%20CONTABLES,%20PROYECTO%20Y%20OTROS/TESIS/TESIS%20FINAL/ANTECEDENTES%20PARA%20LA%20RELACION%20ENTRE%20VARIABLES/NACIONAL/4.pdf>

Peña, T. & Pirela, J. (2007). La Complejidad del Análisis Documental. Información, cultura y sociedad, 16 (2007) p. 55-81.
<http://www.scielo.org.ar/pdf/ics/n16/n16a04.pdf>

Pirela, W.A (2021). *Influencia de la educación universitaria en la formación de la cultura tributaria del Contador Público. Revista Científica "Visión de Futuro"*.
<https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.26.01.001.es>

Pinedo, R.L (2020). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los Comerciantes Del Mercado De Belén, 2020* [Tesis para optar título profesional, Universidad



Privada de la Selva Peruana]. Repositorio UPS.

[http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/70/Tesis-
%20Pinedo%20Gonzales%20Rosa%20Luz.pdf](http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/70/Tesis-%20Pinedo%20Gonzales%20Rosa%20Luz.pdf)

Ramos, M.B (2018). *La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de Microempresas comerciales en el sector abarrotes del Distrito de Millco Marca - 2017* [Tesis para optar título profesional, Universidad de Huánuco] Repositorio UDH.

[http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1137/RAMOS%20CA
RLOS%20C%20Meriluz%20Blanca.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1137/RAMOS%20CARLOS%20Meriluz%20Blanca.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Real Academia de la Lengua Española (2005). *Concepto de comercio*. RAE.
<https://www.rae.es/>

Roca, C. (2018). *Estrategias para la formación de la cultura tributaria. En Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (Eds.), Estrategias para la promoción del cumplimiento voluntario*. 42va Asamblea General del CIAT

Sarduy, M. (2014). Apuntes sobre administración financiera gubernamental. *Empresa Editorial Poligráfica Félix Varela*.

Sarduy, M. & Gancedo, I. (2016). La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver. *Cofin*, 10(1), 126-141.
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-
60612016000100010](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612016000100010)

Servicio de Administración Tributaria de Trujillo (SATT, s.f). *Multas Administrativas*.
[https://satt.gob.pe/multasadministrativas#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son
%20las%20Infracciones%20Tributarias,otras%20leyes%20o%20decretos%20le
gislativos](https://satt.gob.pe/multasadministrativas#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20las%20Infracciones%20Tributarias,otras%20leyes%20o%20decretos%20legislativos).



- Sevillano, S. (2011). Los deudores tributarios en la regulación del Código Tributario. En Texto único Ordenado del Código Tributario, Ministerio de Justicia. *Editora Perú*.
- Soler, H. (2002). *Derecho Tributario*. La Ley
- Solórzano, D. (2011). *La cultura tributaria, instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Administración tributaria. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2020). *Glosario* <https://satt.gob.pe/multas-administrativas#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20las%20Infracciones%20Tributarias,otras%20leyes%20o%20decretos%20legislativos.de> *Términos sobre Cultura Tributaria y Aduanera*. Gerencia de Cultura Tributaria y Aduanera. <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (s.f). Programas. Consultado el 30 de noviembre de 2022. <https://cultura.sunat.gob.pe/>
- Terrones, D.J (2021). *Cultura Tributaria y su Relación con las Obligaciones Tributarias de los Microempresarios Ubicados en el Boulevard del Cuero del Distrito de Villa El Salvador – 2020* [Tesis para optar título profesional, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Autónoma. Repositorio@autonoma.pe. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1578>
- Tene, T.E (2019). *Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del Mercado Gran Colombia de la Ciudad*



- de Loja* [Tesis para optar título profesional, Universidad Nacional de Loja].
Repositorio UNL. <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22046>
- Vizcaíno, A. (2001). *Derecho Fiscal*. 15ª Edición: Editorial Themis.
- Vara, A.A (2010). *Desde la idea inicial hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos- Universidad de San Martín de Porres.
- Velásquez, P.E (2019). Obligaciones tributarias nacidas antes y después del fallecimiento del titular de una empresa unipersonal en el Perú. *Quipukamayoc* 27(53) Enero-abril, 2019: 81-87. <file:///C:/Users/lilli/Downloads/55903.pdf>
- Yovera, E.A (2020). *La Cultura Tributaria y su Relación en las Obligaciones Tributarias de las empresas MYPES en la ciudad de Jaen-2019*. [tesis para optar título profesional, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio de tesis USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7415>.
- Zelada, E. (2019). *Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias del Mercado N°2 de Tarapoto - San Martín, 2019*. [tesis para optar título profesional, Universidad Peruana Unión]. Repositorio de tesis UPEU <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2006>



ANEXOS

ANEXO 1: Cuestionario de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias

Anexo 01: Instrumento de recolección Cuestionario sobre la variable CULTURA TRIBUTARIA

CUESTIONARIO

Estimado(a) Señor(a) se viene desarrollando un estudio de investigación sobre CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ- JULIACA EN LA PANDEMIA DEL COVID - 19, PERIODO 2020-2021

OBJETIVO:

Determinar la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021.

INSTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente cada una de las interrogantes y marque con una (X) o de ser el caso responda lo que considere pertinente; por favor responda todo el cuestionario.

NOTA:

Toda la información recolectada será utilizada con fines estrictamente académicos. Teniendo en cuenta que la prueba es anónima.

Por lo tanto, se le recomienda que lea usted, con atención y conteste a las preguntas:

Escalas de medición	Abreviatura	Valor
Siempre	S	(5)
Casi siempre	CS	(4)
A veces	AV	(3)
Casi nunca	CN	(2)
Nunca	N	(1)

Rubro de venta:

CONOCIMIENTO TRIBUTARIO						
N°	Nivel de formación en la educación tributaria	Respuestas				
		1	2	3	4	5
01	¿Usted considera que la educación tributaria juega un papel importante para el cumplimiento de sus obligaciones?					
02	¿Usted percibe que el Estado Peruano fomenta e incentiva la educación tributaria en las instituciones públicas y privadas sobre la relevancia de pagar impuestos?					
N°		Respuestas				



Influencia de la formación académica tributaria en la cultura tributaria		1	2	3	4	5
03	¿Usted considera que la formación académica tributaria garantiza el cumplimiento del pago de sus tributos?					
04	¿Tiene usted conocimiento de que es y en que consiste un tributo?					
CONCIENCIA TRIBUTARIA						
N°	Cumplimiento de obligaciones tributarias	Respuestas				
		1	2	3	4	5
05	¿Con que frecuencia cumple usted con sus obligaciones tributarias?					
06	¿Ha recibido alguna notificación de cobranza coactiva de la SUNAT por incumplimiento de sus obligaciones tributarias?					
N°	Motivación en el cumplimiento tributario	Respuestas				
		1	2	3	4	5
07	¿Usted acude voluntariamente a las oficinas de la SUNAT para cumplir con sus obligaciones?					
08	¿Usted cumple con el pago de sus tributos en los plazos establecidos por la SUNAT?					
09	¿Considera usted que se ha sentido desmotivado alguna vez para cumplir con el pago de sus tributos?					
10	¿Usted cumple con sus obligaciones porque tiene voluntad de contribuir al desarrollo social de la Región de Puno?					
N°	Pago de tributos	Respuestas				
		1	2	3	4	5
11	¿Tiene conocimiento del tributo que paga a la SUNAT?					
12	¿Considera usted que los impuestos cobrados por la SUNAT son excesivos?					
13	¿Usted cumple con el pago de su impuesto según el cronograma de pagos?					
14	¿Considera que los tributos pagados se revierten en beneficio de la sociedad?					
ORIENTACIÓN TRIBUTARIA						
N°	Charlas informativas de la SUNAT respecto al sistema tributario	Respuestas				
		1	2	3	4	5
15	¿Con qué frecuencia usted ha asistido a las charlas dictadas por la SUNAT respecto al sistema tributario?					
16	¿Considera usted que las charlas dictadas por la SUNAT respecto al sistema tributario ayudan a tener conocimiento sobre sus obligaciones?					
17	Ha recibido alguna capacitación por parte de la SUNAT, referido al pago tributario.					



Cuestionario sobre la variable CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS CUESTIONARIO

Estimado(a) Señor(a) se viene desarrollando un estudio de investigación sobre CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ- JULIACA EN LA PANDEMIA DEL COVID - 19, PERIODO 2020-2021

OBJETIVO:

Determinar la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José – Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021.

INSTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente cada una de las interrogantes y marque con una (X) o de ser el caso responda lo que considere pertinente; por favor responda todo el cuestionario.

NOTA:

Toda la información recolectada será utilizada con fines estrictamente académicos. Teniendo en cuenta que la prueba es anónima

Por lo tanto, se le recomienda que lea usted, con atención y conteste a las preguntas:

Escalas de medición	Abreviatura	Valor
Siempre	S	(5)
Casi siempre	CS	(4)
A veces	AV	(3)
Casi nunca	CN	(2)
Nunca	N	(1)

OBLIGACIÓN TRIBUTARIA						
N°	Base imponible de las ventas	Respuestas				
		1	2	3	4	5
01	¿Se registra en su totalidad las ventas que se efectúa de forma mensual?					
02	¿Utiliza comprobantes de pago para sustentar las ventas, en cuanto a sus productos?					
03	¿Emplea usted un sistema contable para el registro de sus operaciones comerciales?					
N°	Cuantía del tributo	Respuestas				
		1	2	3	4	5
04	¿El pago del tributo es realizado de acuerdo al total de sus ventas?					



05	¿El tributo que paga se ajusta a los ingresos que usted percibe?					
N°	Presentación de libros contables	Respuestas				
		1	2	3	4	5
06	¿Lleva usted un control de sus ventas y compras a través de libros contables?					
07	¿Sabe usted que libros contables debe llevar, según el régimen al que pertenece?					
N°	Comprobación física de operaciones	Respuestas				
		1	2	3	4	5
08	¿Hace uso de libros contables para presentar ante una fiscalización de la SUNAT?					
09	¿La declaración mensual de los contribuyentes, es realizada de acuerdo a todas las compras y ventas realizadas?					
10	¿Se preocupa por mantener al día sus libros contables por si la SUNAT lo requiera?					
N°	Omisión tributaria	Respuestas				
		1	2	3	4	5
11	¿Ha recibido notificaciones por parte de la SUNAT en alguna oportunidad?					
12	¿Considera que los demás contribuyentes cumplen con sus obligaciones tributarias?					

**Cuestionario basado en la tesis de Acosta y Tapullima (2019).*



ANEXO 2: Solicitud de autorización para recolección de datos

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

SOLICITO: Solicito autorización para recolección de datos del proyecto de investigación.

SEÑOR PRESIDENTE DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE DE LA CIUDAD DE JULIACA

Yo, **Evelyn Lillian Ccuno Livisi**, identificada con DNI N°72320735, bachiller en Ciencias Contables – UNA PUNO, con código de matrícula N°160598 ante usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que, para optar el título profesional de Contador Público es necesario ejecutar mi proyecto de investigación titulado "CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ - JULIACA EN LA PANDEMIA DEL COVID-19, PERIODO 2020-2021" – con **código 2020-1379**, por lo que solicito la autorización para recolección de datos que serán de utilización netamente académica.

Adjunto:

- La encuesta referencia a la cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias.

POR LO EXPUESTO:

Solicito a usted, señor presidente acceder a mi petición por ser justa y legal.

Puno, 11 de julio del 2022



Evelyn Lillian Ccuno Livisi
DNI: 72320735
Bachiller de Ciencias Contable

Recibido
11/07/2022



ANEXO 3: Tabulación de resultados obtenidos por variable

Nº	CONOCIMIENTO TRIBUTARIO	CONCIENCIA TRIBUTARIA	ORIENTACIÓN TRIBUTARIA	OBLIGACIÓN TRIBUTARIA	CULTURA TRIBUTARIA
1	5	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
4	5	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	2	4	2	3
10	2	1	2	1	1
11	2	1	2	1	1
12	2	1	2	1	2
13	2	1	2	1	1
14	2	1	2	1	1
15	3	1	2	1	2
16	2	2	2	1	2
17	3	2	2	1	2
18	3	2	4	2	2
19	2	1	1	1	1
20	2	1	1	1	1
21	2	1	2	1	2
22	2	1	1	1	1
23	2	1	2	1	1
24	3	2	2	1	2
25	3	2	2	1	2
26	3	2	2	1	2
27	4	2	3	2	3
28	1	1	2	1	1
29	2	1	1	1	1
30	2	1	1	1	2



Continuación

31	2	1	1	1	1
32	2	1	1	1	1
33	3	2	2	1	2
34	4	2	4	2	3
35	2	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1
37	2	1	2	1	1
38	2	1	1	1	1
39	2	1	2	1	1
40	2	2	2	1	2
41	3	2	2	1	2
42	2	1	2	1	2
43	3	2	3	1	2
44	2	1	2	1	1
45	2	1	2	1	1
46	2	1	2	1	1
47	1	1	2	1	1
48	2	1	1	1	1
49	3	2	2	1	2
50	3	1	2	1	2
51	2	1	2	1	2
52	4	2	3	1	2
53	2	1	1	1	1
54	2	1	1	1	1
55	2	1	1	1	1
56	2	1	1	1	1
57	2	1	2	1	1
58	3	2	2	1	2
59	4	2	3	2	3
60	2	1	2	1	2
61	2	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1



Continuación

63	2	1	1	1	1
64	2	1	2	1	1
65	2	2	2	1	2
66	3	2	2	1	2
67	3	1	2	1	2
68	4	2	3	2	2
69	2	1	1	1	1
70	2	1	1	1	1
71	1	2	1	1	1
72	2	1	2	1	1
73	1	1	1	1	1
74	2	2	3	1	2
75	2	1	2	1	2
76	3	2	2	1	2
77	4	2	3	1	2
78	2	1	1	1	1
79	2	1	1	1	1
80	2	1	2	1	2
81	1	1	1	1	1
82	2	1	2	1	1
83	2	2	2	1	2
84	4	2	4	2	3
85	2	2	2	1	2
86	2	1	2	1	2
87	2	2	1	1	1
88	2	1	2	1	1
89	1	1	1	1	1
90	3	2	3	1	2
91	3	2	3	1	2
92	3	1	2	1	2
93	4	2	3	2	2
94	2	1	2	1	2



Continuación

95	2	1	1	1	1
96	2	1	1	1	2
97	2	1	2	1	1
98	1	1	1	1	1
99	2	2	2	1	2
100	3	2	2	1	2
101	3	1	2	1	2
102	4	2	3	2	3
103	2	1	2	1	1
104	2	1	2	1	1
105	2	1	2	1	1
106	2	1	1	1	1
107	2	1	2	1	1
108	3	1	3	1	2
109	4	2	4	2	3
110	2	1	2	1	2
111	2	2	1	1	2
112	1	1	1	1	1
113	2	1	1	1	1
114	1	1	2	1	1
115	3	1	2	1	2
116	3	2	2	1	2
117	3	2	2	1	2
118	4	2	3	2	3
119	1	1	2	1	1
120	2	1	1	1	1
121	2	1	1	1	1
122	2	1	1	1	1
123	2	1	1	1	1
124	3	1	2	1	2
125	2	1	2	1	2
126	3	1	2	1	2



Continuación

127	4	2	3	1	2
128	2	1	1	1	1
129	2	1	1	1	1
130	1	1	2	1	1
131	2	1	2	1	1
132	1	1	2	1	1
133	3	2	2	1	2
134	4	2	3	2	3
135	1	1	2	1	1
136	2	1	2	1	1
137	2	1	1	1	1
138	1	1	2	1	1
139	2	1	2	1	1
140	3	1	2	1	2
141	3	1	2	1	2
142	3	2	2	1	2
143	4	2	3	1	2
144	2	1	2	1	2
145	2	1	1	1	1
146	2	1	2	1	1
147	2	1	1	1	2
148	2	1	2	1	1
149	3	1	2	1	2
150	3	2	2	1	2
151	3	2	2	1	2
152	4	2	4	1	2
153	2	1	1	1	1
154	2	1	2	1	1
155	2	1	1	1	2
156	2	1	1	1	1
157	2	1	2	1	2
158	2	1	2	1	2



Continuación

159	5	2	4	2	3
160	2	2	1	1	2
161	1	1	1	1	1
162	2	1	1	1	1
163	1	1	1	1	1
164	2	2	1	1	2
165	3	2	2	1	2
166	2	2	2	1	2
167	3	2	2	1	2
168	4	2	3	2	3
169	2	1	2	1	1
170	2	1	1	1	1
171	2	1	1	1	1
172	2	1	1	1	1
173	2	1	1	1	1
174	3	1	2	1	2
175	3	2	2	1	2
176	3	1	3	1	2
177	4	2	4	2	3
178	2	1	1	1	1
179	2	1	1	1	1
180	2	1	1	1	1
181	1	1	1	1	1
182	2	1	1	1	1
183	2	2	2	1	2
184	4	2	4	2	3
185	2	1	2	1	1
186	2	1	1	1	1
187	2	1	1	1	1
188	2	2	1	1	2
189	1	1	2	1	1
190	3	2	2	1	2



Continuación

191	2	1	2	1	2
192	2	1	2	1	2
193	3	2	3	2	3
194	2	1	2	1	1
195	2	1	1	1	1
196	1	1	1	1	1
197	1	1	1	1	1
198	2	1	2	1	1
199	3	2	2	1	2
200	3	2	2	1	2
201	3	2	2	1	2
202	4	2	4	2	3
203	2	2	1	1	2
204	2	1	1	1	1
205	2	1	1	1	2
206	2	1	1	1	1
207	2	1	1	1	1
208	3	1	2	1	2
209	4	2	4	2	3
210	2	1	1	1	1
211	2	1	2	1	1
212	2	1	1	1	2
213	2	1	2	1	1
214	2	1	1	1	1
215	3	2	2	1	2
216	3	1	2	1	2
217	2	1	2	1	2
218	4	2	3	2	3
219	2	1	2	1	1
220	2	2	1	1	2
221	2	1	1	1	1
222	2	1	1	1	1



Continuación

223	2	1	1	1	1
224	2	1	2	1	2
225	3	1	2	1	2
226	2	1	2	1	2
227	4	2	4	2	2
228	1	1	1	1	1
229	2	1	1	1	1
230	2	1	2	1	1
231	2	1	2	1	1
232	2	1	1	1	1
233	3	1	2	1	2
234	4	2	4	2	3
235	2	1	1	1	1
236	1	1	1	1	1
237	2	1	2	1	1
238	2	1	2	1	1
239	2	1	2	1	1
240	3	1	2	1	2
241	2	2	2	1	2
242	3	2	2	1	2
243	4	2	3	2	2
244	2	1	2	1	1
245	2	1	2	1	1
246	2	1	2	1	1
247	1	1	1	1	1
248	2	1	1	1	1
249	3	2	2	1	2
250	3	1	2	1	2
251	3	2	2	1	2
252	4	2	3	2	3
253	2	1	2	1	1
254	2	1	1	1	1



Continuación

255	2	1	1	1	1
256	2	1	1	1	1
257	1	1	2	1	1
258	2	2	2	1	2
259	4	2	4	2	3
260	1	2	2	1	1
261	1	1	1	1	1
262	1	1	2	1	1
263	2	2	1	1	2
264	2	1	1	1	1
265	3	1	2	1	2
266	3	2	2	1	2
267	2	2	2	1	2
268	3	2	4	2	3
269	2	1	2	1	1
270	2	1	1	1	1
271	2	1	2	1	1
272	2	1	1	1	1
273	2	1	1	1	1
274	2	2	2	1	2
275	3	1	2	1	2
276	2	2	2	1	2
277	3	2	3	1	2
278	2	1	2	1	2
279	1	1	1	1	1
280	2	1	2	1	1
281	2	1	1	1	1
282	2	1	2	1	1
283	3	1	2	1	2
284	4	2	4	2	3
285	2	2	2	1	2
286	2	1	2	1	1



Continuación

287	2	1	1	1	1
288	2	1	1	1	1
289	2	2	2	1	2
290	3	2	2	1	2
291	3	1	2	1	2
292	3	2	3	1	2
293	4	2	3	2	3
294	2	1	1	1	1
295	2	1	2	1	1
296	2	1	2	1	1
297	2	1	1	1	1
298	2	1	2	1	1
299	3	2	2	1	2
300	3	2	2	1	2
301	3	2	2	1	2
302	4	2	3	2	2
303	2	1	2	1	1
304	2	1	2	1	1
305	1	1	1	1	1
306	2	1	2	1	1
307	2	1	1	1	1
308	2	2	2	1	2
309	5	2	4	2	3
310	2	1	2	1	1
311	2	1	2	1	1
312	2	2	2	1	2
313	2	1	1	1	1
314	2	1	2	1	1
315	2	1	3	1	2
316	2	2	2	1	2
317	3	2	2	1	2
318	3	2	3	2	3



Continuación

319	2	1	2	1	2
320	2	1	1	1	1
321	2	1	2	1	1
322	2	1	1	1	1
323	2	1	1	1	1
324	2	2	2	1	2
325	3	1	2	1	2
326	2	1	2	1	2
327	4	2	3	2	2
328	1	1	2	1	1
329	2	1	1	1	1
330	2	1	2	1	1
331	2	1	2	1	2
332	2	1	1	1	1
333	3	1	2	1	2
334	4	2	4	2	3
335	2	1	1	1	1
336	2	1	2	1	1
337	2	2	1	1	2
338	1	1	1	1	1
339	2	1	1	1	1

ANEXO 4: Vista de variables en el SPSS Versión 21

*Sin titulo2.sav [Conjunto_de_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	CONOCIMIENTO_TRIBUTARIO	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entr...
2	CONCIENCIA_TRIBUTARIA	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
3	ORIENTACIÓN_TRIBUTARIA	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
4	OBLIGACIÓN_TRIBUTARIA	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
5	CULTURA_TRIBUTARIA	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											

Vista de datos Vista de variables

*Sin titulo2.sav [Conjunto_de_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

4 :

	CONOCIMIENTO TRIBUTARIO	CONCIENCIA TRIBUTARIA	ORIENTACIÓN TRIBUTARIA	OBLIGACIÓN TRIBUTARIA	CULTURA_T RIBUTARIA	var	var
1	5	4	4	4	4		
2	5	4	4	4	4		
3	4	4	4	4	4		
4	5	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	2	4	2	3		
10	2	1	2	1	1		
11	2	1	2	1	1		
12	2	1	2	1	2		
13	2	1	2	1	1		
14	2	1	2	1	1		
15	3	1	2	1	2		
16	2	2	2	1	2		
17	3	2	2	1	2		
18	3	2	4	2	2		
19	2	1	1	1	1		
20	2	1	1	1	1		
21	2	1	2	1	2		
22	2	1	1	1	1		

Vista de datos Vista de variables



*Sin titulo2.sav [Conjunto_de_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	CONOCIMIENTO TRIBUTARIO	CONCIENCIA TRIBUTARIA	ORIENTACIÓN TRIBUTARIA	OBLIGACIÓN TRIBUTARIA	CULTURA_T RIBUTARIA	var	var
22	2	1	1	1	1		
23	2	1	2	1	1		
24	3	2	2	1	2		
25	3	2	2	1	2		
26	3	2	2	1	2		
27	4	2	3	2	3		
28	1	1	2	1	1		
29	2	1	1	1	1		
30	2	1	1	1	2		
31	2	1	1	1	1		
32	2	1	1	1	1		
33	3	2	2	1	2		
34	4	2	4	2	3		
35	2	1	1	1	1		
36	1	1	1	1	1		
37	2	1	2	1	1		
38	2	1	1	1	1		
39	2	1	2	1	1		
40	2	2	2	1	2		
41	3	2	2	1	2		
42	2	1	2	1	2		
43	3	2	3	1	2		

Vista de datos Vista de variables

*Sin titulo2.sav [Conjunto_de_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	CONOCIMIENTO TRIBUTARIO	CONCIENCIA TRIBUTARIA	ORIENTACIÓN TRIBUTARIA	OBLIGACIÓN TRIBUTARIA	CULTURA_T RIBUTARIA	var	var
97	2	1	2	1	1		
98	1	1	1	1	1		
99	2	2	2	1	2		
100	3	2	2	1	2		
101	3	1	2	1	2		
102	4	2	3	2	3		
103	2	1	2	1	1		
104	2	1	2	1	1		
105	2	1	2	1	1		
106	2	1	1	1	1		
107	2	1	2	1	1		
108	3	1	3	1	2		
109	4	2	4	2	3		
110	2	1	2	1	2		
111	2	2	1	1	2		
112	1	1	1	1	1		
113	2	1	1	1	1		
114	1	1	2	1	1		
115	3	1	2	1	2		
116	3	2	2	1	2		
117	3	2	2	1	2		
118	4	2	3	2	3		

Vista de datos Vista de variables



Sin titulo2.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	CONOCIMIENTO TRIBUTARIO	CONCIENCIA TRIBUTARIA	ORIENTACIÓN TRIBUTARIA	OBLIGACIÓN TRIBUTARIA	CULTURA_T RIBUTARIA	var	var
172	2	1	1	1	1		
173	2	1	1	1	1		
174	3	1	2	2	1		
175	3	2	2	1	2		
176	3	1	3	1	2		
177	4	2	4	2	3		
178	2	1	1	1	1		
179	2	1	1	1	1		
180	2	1	1	1	1		
181	1	1	1	1	1		
182	2	1	1	1	1		
183	2	2	2	1	2		
184	4	2	4	2	3		
185	2	1	2	1	1		
186	2	1	1	1	1		
187	2	1	1	1	1		
188	2	2	1	1	2		
189	1	1	2	1	1		
190	3	2	2	1	2		
191	2	1	2	1	2		
192	2	1	2	1	2		
193	3	2	3	2	3		

Vista de datos Vista de variables

*Sin titulo2.sav [Conjunto_de_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

4 :

	CONOCIMIENTO TRIBUTARIO	CONCIENCIA TRIBUTARIA	ORIENTACIÓN TRIBUTARIA	OBLIGACIÓN TRIBUTARIA	CULTURA_T RIBUTARIA	var	var
319	2	1	2	1	2		
320	2	1	1	1	1		
321	2	1	2	1	1		
322	2	1	1	1	1		
323	2	1	1	1	1		
324	2	2	2	1	2		
325	3	1	2	1	2		
326	2	1	2	1	2		
327	4	2	3	2	2		
328	1	1	2	1	1		
329	2	1	1	1	1		
330	2	1	2	1	1		
331	2	1	2	1	2		
332	2	1	1	1	1		
333	3	1	2	1	2		
334	4	2	4	2	3		
335	2	1	1	1	1		
336	2	1	2	1	1		
337	2	2	1	1	2		
338	1	1	1	1	1		
339	2	1	1	1	1		
340							

Vista de datos Vista de variables

ANEXO 5: Resultados de la correlación de las variables independiente y dependiente

Resultado1.spv [Documento3] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones

```

/VARIABLES=CONOCIMIENTOTRIBUTARIO OBLIGACIÓNTRIBUTARIA
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlaciones

[Conjunto_de_datos1]

		CONOCIMIENTOTRIBUTARIO	OBLIGACIÓNTRIBUTARIA
CONOCIMIENTOTRIBUTARIO	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 339	,754** 339
OBLIGACIÓNTRIBUTARIA	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,754** 339	1 339

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=CONCIENCIATRIBUTARIA OBLIGACIÓNTRIBUTARIA
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Resultado1.spv [Documento3] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones
Log
Correlaciones
Título
Notas
Conjunto de da
Correlaciones

Correlaciones

[Conjunto_de_datos1]

		CONCIENCIA TRIBUTARIA	OBLIGACIÓN TRIBUTARIA
CONCIENCIATRIBUTARIA	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 339	,936** 339
OBLIGACIÓNTRIBUTARIA	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,936** 339	1 339

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=ORIENTACIÓNTRIBUTARIA OBLIGACIÓNTRIBUTARIA
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```


Resultado1.spv [Documento3] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ay

Correlaciones

[Conjunto_de_datos1]

Correlaciones

		ORIENTACIÓ NTRIBUTARIA	OBLIGACIÓ NTRIBUTARIA
ORIENTACIÓ NTRIBUTARIA	Correlación de Pearson	1	,790**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	339	339
OBLIGACIÓ NTRIBUTARIA	Correlación de Pearson	,790**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	339	339

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

CORRELATIONS
/VARIABLES=CULTURATRIBUTARIA OBLIGACIÓ
NTRIBUTARIA
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Resultado1.spv [Documento3] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Correlaciones

[Conjunto_de_datos1]

Correlaciones

		CULTURATRIB UTARIA	OBLIGACIÓ NTRIBUTARIA
CULTURATRIB UTARIA	Correlación de Pearson	1	,898**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	339	339
OBLIGACIÓ NTRIBUTARIA	Correlación de Pearson	,898**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	339	339

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

ANEXO 6: Matriz de Consistencia

**MATRIZ DE CONSISTENCIA
"CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ-
JULIACA EN LA PANDEMIA DEL COVID - 19, PERIODO 2020 - 2021"**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	DISEÑO METODOLÓGICO
PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021?	OBJETIVO GENERAL Determinar la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021.	HIPOTESIS GENERAL Existe una relación directa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19, periodo 2020-2021	VARIABLE INDEPENDIENTE: Cultura Tributaria	Conocimiento tributario Orientación tributaria Conciencia tributaria	Nivel de formación tributaria. Frecuencia de charlas informativas. Cumplimiento de obligaciones tributarias. Motivación en el cumplimiento tributario. Pago de tributos.	ENFOQUE: Cuantitativo DISEÑO DE INVESTIGACIÓN No experimental de corte transversal correlacional-causal.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE DEPENDIENTE Obligaciones tributarias	Determinación de la obligación tributaria. Verificación de la obligación tributaria.	Base imponible de las ventas. Cuantía del tributo. Presentación de libros contables. Comprobación física de operaciones. Omisión tributaria.	POBLACIÓN: 2854 empadronados. MUESTRA: 339 Empadronados INSTRUMENTOS: Cuestionario de Cultura Tributaria y Obligaciones tributarias de Acosta & Tapullima (2019) PROCESAMIENTO DE DATOS Microsoft Excel Software estadístico SPSS.
PE1 ¿Cuál es la relación del conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19?	OP1. Determinar la relación del conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19.	HE1: La relación es directa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria de los comerciantes del mercado internacional san José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19.	VARIABLE INDEPENDIENTE Conocimiento tributario	-	Nivel de formación en la educación tributaria Influencia de la formación académica tributaria en la cultura tributaria	
PE2 ¿Cuál es la relación de la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19?	OP2: Determinar la relación de la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19	HE2: La relación es directa entre la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19.	VARIABLE DEPENDIENTE Cumplimiento de las obligaciones tributarias	-	Base imponible de las ventas. Cuantía del tributo. Presentación de libros contables. Comprobación física de operaciones. Omisión tributaria.	
PE3: ¿Cuál es la relación de la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19?	OP3: Determinar la relación de la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19	HE3: La relación es directa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19	VARIABLE INDEPENDIENTE: Conciencia tributaria VARIABLE DEPENDIENTE Cumplimiento de las obligaciones tributarias	-	Charlas informativas de la SUNAT respecto al sistema tributario. Base imponible de las ventas. Cuantía del tributo. Presentación de libros contables. Comprobación física de operaciones. Omisión tributaria.	
PE4 ¿Cómo se diseñaría el programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19?	OP4: Proponer un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del COVID - 19			-	Cumplimiento de obligaciones tributarias. Motivación en el cumplimiento tributario. Pago de tributos. Base imponible de las ventas. Cuantía del tributo. Presentación de libros contables. Comprobación física de operaciones. Omisión tributaria.	