«Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana»

Colpa Matara, 10 de febrero del 2025.

C. N° 013-2025-UI-FCCE.

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Jefe de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Empresariales de la Universidad Nacional Autónoma de Chota, hace constar que el Informe Final de Tesis titulado: **"Cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024"**, elaborado por los bachilleres en Contabilidad: **Samuel Carranza Carrasco y Manuel Jesus Gavidia Ortiz,** para optar el Título Profesional de Contador Público, presenta un índice de similitud de **20%,** sin incluir material citado, material bibliográfico y fuentes con menos de 20 palabras, mostrando un criterio de plagio **tipo 1**; por lo tanto, cumple con los criterios de evaluación de originalidad establecidos en el Reglamento de Grados y títulos, aprobado con **Resolución de Comisión Organizadora N° 120-2022- UNACH y en la *Directiva para Uso de Software Antiplagio, Directiva N° 004-2020-UNACH.***

Finalmente indicamos que dicho Informe Final de tesis fue asesorado por el **Dr. Jhonny Biler Benavides Gálvez.**

Se expide la presente constancia al (a los) interesado(s) para los fines pertinentes.

Atentamente,

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA
Dr. Wilder Omar Vargas Campos
RESPONSABLE DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES

Cc.
Archivo

Manuel Jesus Gavidia Ortiz

Cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

Tesis Biler

Tesis

Universidad Nacional Autonoma de Chota

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::1:3145980922

Fecha de entrega
4 feb 2025, 1:03 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
4 feb 2025, 1:06 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
IFT_-_Samuel_y_Jesus_-_03-02-25.docx

Tamaño de archivo
5.3 MB

83 Páginas

16,290 Palabras

86,279 Caracteres

20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

21%	Fuentes de Internet
4%	Publicaciones
10%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

21% Fuentes de Internet
4% Publicaciones
10% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	
www.repositorio.unach.edu.pe		4%
2	Internet	
hdl.handle.net		3%
3	Internet	
repositorio.unach.edu.pe		3%
4	Internet	
www.unach.edu.pe		2%
5	Internet	
repositorio.ucv.edu.pe		<1%
6	Internet	
portaluni.unach.edu.pe		<1%
7	Internet	
repositorio.unp.edu.pe		<1%
8	Trabajos del estudiante	
Universidad Cesar Vallejo		<1%
9	Internet	
1library.co		<1%
10	Internet	
repositorio.unc.edu.pe		<1%
11	Trabajos del estudiante	
Universidad Nacional Autonoma de Chota		<1%

12 Trabajos del estudiante
uncedu <1%

13 Internet
repositorio.upse.edu.ec <1%

14 Internet
repositorio.unap.edu.pe <1%

15 Internet
repositorio.uss.edu.pe <1%

16 Internet
repositorio.ujcm.edu.pe <1%

17 Internet
cybertesis.unmsm.edu.pe <1%

18 Internet
repositorio.udh.edu.pe <1%

19 Trabajos del estudiante
Universidad San Ignacio de Loyola <1%

20 Internet
repositorio.uap.edu.pe <1%

21 Internet
repositorio.autonoma.edu.pe <1%

22 Internet
repositorio.undac.edu.pe <1%

23 Trabajos del estudiante
Universidad Nacional Mayor de San Marcos <1%

24 Internet
www.gob.pe <1%

25 Internet
www.coursehero.com <1%

26 Internet

repositorio.uch.edu.pe <1%

27 Internet

repositorio.uladech.edu.pe <1%

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

Cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

Para optar el Título Profesional de

CONTADOR PÚBLICO

Presentada por:

Br. Samuel Carranza Carrasco

Br. Manuel Jesus Gavidia Ortiz

Asesor:

Dr. Jhonny Biler Benavides Gálvez

CHOTA – PERÚ

2025

COPYRIGHT © 2025 by

SAMUEL CARRANZA CARRASCO

MANUEL JESUS GAVIDIA ORTIZ

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS APROBADA

Cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

Para optar el Título Profesional de

CONTADOR PÚBLICO

Presentada por:

Br. Samuel Carranza Carrasco

Br. Manuel Jesus Gavidia Ortiz

Asesor y Jurado Evaluador

Dr. Jhonny Biler Benavides Gálvez
Asesor

Dr. Edi Rojas Campos
Presidente

Dr. Jhonner Mejía Huamán
Secretario

Mag. Edgar Alexander Dávila Tarrillo
Vocal

Chota - Perú

2025

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME FINAL DE TESIS

Siendo las 10:00 am del día 13 de febrero del 2025, reunidos en el auditorio de la Escuela Profesional de Contabilidad, los miembros del Jurado Evaluador, designados con Resolución de Facultad N° 406-2024-FCCE-UNACH conformado por:

- Dr. Edi Rojas Campos, identificado con DNI N° 43853850 Presidente
- Dr. Jhonner Mejía Huamán, identificado con DNI N° 44095288 Secretario
- Mg. Edgar Alexander Dávila Tarrillo, identificado con DNI N° 42207417 Vocal

reunidos para dar inicio a la sustentación del informe final de tesis, conforme a la Resolución de Facultad N° 037-2025-FCCE-UNACH cuyo título es: "Cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del mercado central de Chota – 2024", perteneciente a los Bachilleres en Contabilidad Samuel Carranza Carrasco y Manuel Jesus Gavidia Ortiz, cumpliendo así con los requerimientos exigidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Autónoma de Chota.

Culminada la sustentación, el Jurado Evaluador luego de deliberar, acuerda declarar:

APROBADO

el Informe Final del Tesis con calificativo de **15 (Quince)** y elevarse la presente acta a la Coordinación de la Facultad de Ciencias Contables y Empresariales, a fin de que se declare **aprobado** el Informe Final de la Tesis a través de acto resolutivo.

Siendo las 11.20 am del mismo día, en señal de conformidad, el Jurado Evaluador firma la presente acta.

.....
Dr. Edi Rojas Campos
Presidente

.....
Dr. Jhonner Mejía Huamán
Secretario

.....
Mg. Edgar Alexander Dávila Tarrillo
Vocal

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios por guiarme siempre por el camino del bien, brindarme fuerzas para seguir adelante y permitirme gozar de buena salud para poder cumplir con mis objetivos trazados. A mi mamá Paulina Carrasco Huape, a mi papá Angel Carranza Tapia, hermanos y hermana por poner en mí toda su confianza y brindarme su apoyo incondicional durante mi formación profesional. A mi asesor de tesis por brindarme su apoyo constante para poder realizar dicha investigación, ya que sin su apoyo nada de esto sería posible. A mi compañero de tesis que además de ser un gran amigo, siempre estuvo dispuesto para realizar dicho trabajo y todo salga de lo mejor.

Samuel Carranza Carrasco

El presente trabajo de investigación se lo dedico Dios por brindarme buena salud y las fuerzas diarias para poder cumplir con mis objetivos y metas trazadas. A mi familia: mis padres María Julia y Manuel Antonio a mi hermano, hermanas que son el pilar fundamental y la fuente de fortaleza para seguir creciendo tanto profesionalmente y como persona. A mi asesor de tesis por brindarme su apoyo constante para poder realizar esta investigación, puesto que sin su apoyo nada de esto sería posible. A mi compañero de tesis que además de ser un gran amigo, es como un hermano el cual siempre estuvo dispuesto y comprometido para realizar este trabajo y todo salga de lo mejor.

Manuel Jesus Gavidia Ortiz

AGRADECIMIENTO

A Dios por iluminar nuestro camino y darnos buena salud para cumplir con nuestros objetivos y metas trazadas.

A nuestros padres quienes son nuestra mayor fortaleza, por brindarnos su apoyo incondicional en cada paso y decisión que tomamos en nuestras vidas.

A nuestros hermanos y hermanas que de una u otra manera siempre están con nosotros apoyándonos en las decisiones que tomemos.

A nuestro asesor Dr. Jhonny Biler Benavides Gálvez por el apoyo brindado durante la ejecución de nuestro trabajo de investigación.

A la Universidad Nacional Autónoma de Chota por darnos la oportunidad y acogernos en sus aulas durante los 5 años de nuestra formación profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....2
AGRADECIMIENTO.....3
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....4
ÍNDICE DE FIGURAS.....7
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS.....8
RESUMEN.....9
ABSTRACT.....10
CAPÍTULO I.....11
INTRODUCCIÓN.....11
1.1. Descripción del problema.....11
1.2. Formulación del problema.....13
1.2.1. Pregunta general.....13
1.2.2. Preguntas específicas.....13
1.3. Objetivos.....13
1.3.1. Objetivo general.....13
1.3.2. Objetivos específicos.....13
1.4. Hipótesis.....14
1.5. Justificación.....14
1.6. Limitaciones.....15
CAPÍTULO II.....16
MARCO TEÓRICO.....16
2.1. Antecedentes del problema.....16
2.2. Bases teóricas científicas.....23
2.3. Bases normativas.....34
2.4. Definición de términos básicos.....35
CAPÍTULO III.....38
MARCO METODOLÓGICO.....38
3.1. Método de investigación.....38
3.2. Tipo de investigación.....38
3.3. Diseño de investigación.....39
3.4. Operacionalización de variables.....40
3.5. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....41

3.5.1. Población 41
3.5.2. Muestra 41
3.5.3. Unidad de análisis 41
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 41
3.6.1. Técnicas de recolección de datos 41
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos 42
3.7. Procesamiento y análisis de datos 42
3.7.1. Procesamiento de datos 42
3.7.2. Análisis de datos 42
3.8. Aspectos éticos y rigor científico 42
CAPÍTULO IV 44
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 44
4.1. Análisis e interpretación de resultados 44
4.2. Discusión de resultados 47
CONCLUSIONES 51
RECOMENDACIONES 52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 53
ANEXOS 62
Anexo 1. Matriz de consistencias 62
Anexo 2. Padrón actualizado Mercado Central Año 2024. 65
Anexo 3. Instrumento 67
Anexo 4. Ficha de validación por juicio de expertos para el instrumento 69
Anexo 5. Base de datos para el análisis del coeficiente del Alfa de Cronbach. 78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1 Operacionalización de variables.....*40*
Tabla2 Cultura tributaria.....*44*
Tabla3 Conocimiento tributario.....*45*
Tabla4 Responsabilidad tributaria.....*46*
Tabla5 *Conciencia tributaria*.....46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura1 Figura de investigación descriptiva 40
Figura2 Padrón de comerciantes 65

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS

NRUS: Nuevo Régimen Único Simplificado

RUC: Registro Único de Contribuyentes

SUNAT: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

RESUMEN

En la provincia de Chota, la cultura tributaria también viene siendo un problema latente que se presenta en los comerciantes, los cuales al momento de realizar alguna venta no emiten comprobantes de pago. Tuvo como objetivo general determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024. Para la investigación se utilizó el método analítico, el tipo fue básica, de alcance descriptiva, su diseño fue no experimental, de corte transversal, tuvo un enfoque cuantitativo. La población fue de 76 comerciantes, la muestra estuvo conformada por el total de la población. La técnica empleada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados a los que se llegó fueron; el 36,8% de los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres tienen un nivel regular de cultura tributaria, el 48,7% de los comerciantes presentan un nivel de conocimiento tributario bajo, el 38,2% de los comerciantes tiene un nivel de responsabilidad tributaria bajo y por último el 39,5% de los comerciantes presentan un nivel de conciencia tributaria regular. Se llegó a la conclusión que los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de la ciudad de Chota tienen un nivel regular de cultura tributaria, luego de obtener como resultado que de todos los comerciantes encuestados el 36,8% presentan un nivel regular de cultura tributaria.

Palabras claves: conocimiento tributario, responsabilidad tributaria, conciencia tributaria.

ABSTRACT

In the province of Chota, tax culture is also a latent problem among traders, who, when making a purchase, do not issue payment receipts. The main objective was to determine the level of tax culture among the traders of the San Martín de Porres Association at the Central Market of Chota – 2024. The research used the analytical method, had a basic purpose, was descriptive in scope, and had a non-experimental, cross-sectional design, with a quantitative approach. The population consisted of 76 individuals, and the entire population made up the sample. The technique used was the survey, and the instrument was the questionnaire. The results were as follows: 36.8% of the traders in the San Martín de Porres Association have a medium-low level of tax culture, 48.7% of the traders have a low level of tax knowledge, 43.4% have a low level of tax responsibility, and finally, 55.3% have a low level of tax awareness. It was concluded that the traders of the San Martín de Porres Association at the Central Market of Chota have a medium and low level of tax culture, since 36,8% of all surveyed traders have a medium-low level of tax culture.

Keywords: tax knowledge, tax responsibility, tax awareness.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción del problema

Armas y Colmenares (2010) mencionan que la cultura tributaria es el conocimiento que tiene cada persona, los valores que practican y las actitudes de los miembros de una respectiva sociedad, esto se manifiesta al momento de cumplir permanentemente con base en la razón de los deberes tributarios, la afirmación y la confianza de los valores que tiene que ver la ética profesional y la solidaridad social de los que contribuyen y los funcionarios de las distintas administraciones tributarias.

Quiñonez y Zambrano (2023) señalan en Ecuador la recaudación de impuestos es baja debido al comercio informal que se presenta en el país; igualmente determinaron que esto se da por la existencia de un bajo nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes que se encuestaron, puesto que el 86,75% de estos no conocen sobre las obligaciones tributarias que les corresponde; asimismo, un 76,62% no conocen como facturar un producto. Asimismo, Espino (2019) hace una comparación sobre la cultura tributaria de México, Chile, Perú y Colombia donde menciona que, en México las personas evaden al fisco incumpliendo con sus obligaciones tributarias, en Colombia la población no tiene confianza sobre la distribución del dinero de sus obligaciones pagadas, en Perú la recaudación fiscal se ve afectada por la informalidad existente, mientras que en el país de Chile en los últimos años existe un avance en la cultura tributaria.

En el Perú la evasión tributaria es difícil de controlar por los organismos estatales, el principal origen de este problema es el nivel bajo de cultura tributaria de los ciudadanos, puesto que la gran mayoría de ellos no tiene información sobre las obligaciones tributarias que debe cumplir. Los resultados que se obtuvieron fueron que

el 72% de los médicos presenta un nivel bajo de cultura tributaria, el 20% tuvieron un nivel medio y solo el 8% de los médicos restantes un nivel alto (Sánchez et al. 2021). Del mismo modo la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria en adelante SUNAT (2020) en una entrevista realizada a Luis E. Vera, superintendente nacional mencionó que ve dos grandes obstáculos para que se desarrolle un buen trabajo sobre cultura tributaria en la SUNAT. El primero es que existe una percepción negativa de la población en cuanto a la administración tributaria, el cual genera mucha desconfianza en la población. La segunda dificultad se presenta en la distribución de los recursos recaudados por parte del Estado.

En Cajamarca, la cultura tributaria de las personas que se dedican al comercio tiene mucho que ver con la evasión tributaria, puesto que su investigación determinó que el nivel que tienen los comerciantes en este tema es muy bajo y en consecuencia ocasiona que no cumplan con el pago de sus obligaciones tributarias que les corresponde. La cultura tributaria se ha convertido en un problema latente en la sociedad, porque cada día sigue habiendo comerciantes que no cumplen con el pago correspondiente de sus tributos (Cabanillas y Hoyos, 2020).

En la ciudad de Chota existen muchas deficiencias en lo concerniente a cultura tributaria, según lo observado en los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de la ciudad de Chota. Mediante los datos proporcionados por la Municipalidad Provincial de Chota esta Asociación está conformada por 76 personas (anexo 2), sin embargo, se ha observado que la mayoría de ellos no emiten comprobantes de pago al momento de realizar ventas de una prenda de vestir o al momento de vender un menú, esta situación se ve agravada por la falta de iniciativa por parte de los comerciantes para cumplir con sus obligaciones tributarias, también otro aspecto que perjudica a la cultura tributaria es la astucia para evadir el pago de impuestos. Esto con

lleva a situaciones que perjudican a los comerciantes tales como: sanciones y multas, impacto negativo en la economía local debido a la disminución en la recaudación de impuestos. Es por esto que se debe implementar capacitaciones, simplificación de los trámites tributarios, incentivos para los que cumplan con sus obligaciones, monitoreo y supervisión para asegurar el cumplimiento de obligaciones tributarias, colaboración con las autoridades competentes para promover la cultura tributaria, ante este problema se planteó estudiar el nivel de cultura tributaria con la finalidad de identificar la importancia que tiene en las acciones de los contribuyentes.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Pregunta general

¿Cuál es el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024?

1.2.2. Preguntas específicas

¿Cuál es el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024?

¿Cuál es el nivel de responsabilidad tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024?

¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024.

Determinar el nivel de responsabilidad tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024.

Determinar el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024.

1.4. Hipótesis

Según Rodríguez (2011) las investigaciones descriptivas se caracterizan, exclusivamente, puesto que no existe la manipulación de las variables, porque se centra en describir los fenómenos relacionados con la población en estudio y se evalúan la dimensión de una población. También menciona que en este tipo de investigaciones no es obligatorio la formulación hipótesis, porque su base está en los objetivos.

1.5. Justificación

La presente investigación se justifica teóricamente puesto que buscó generar mayor conocimiento sobre la cultura tributaria, la cual fue comparada con investigaciones de diversos autores que aportan con conocimientos importantes sobre la variable en estudio para esta investigación.

Este estudio tiene una justificación práctica, puesto que se llevó a cabo en respuesta a los problemas que enfrentan los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres en el Mercado Central de la ciudad de Chota, con el objetivo de evaluar el nivel de cultura tributaria a partir de los resultados obtenidos.

Esta se justifica valorativamente, debido a que se pretende conocer los motivos por los cuales los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres no cumplen con

sus obligaciones tributarias que les corresponde de acuerdo a ley.

De manera académica esta investigación ayudará a otros investigadores para que más adelante puedan tomar como referencia y que les sirva como apoyo esta investigación. Además, permitirá obtener el título profesional de Contador Público.

1.6. Limitaciones

La limitación que se presentó fue que existe pocas tesis descriptivas de este tema y también pocas investigaciones con las dimensiones, por lo que fue difícil encontrar información.

Otra de las limitaciones que se presentó fue al momento de aplicar el instrumento, debido a que los comerciantes no querían dar respuesta a las preguntas planteadas en el cuestionario.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

Gonzabay (2023) esta investigación se realizó en la Libertad-Ecuador, tuvo como objetivo general determinar el grado de cultura tributaria en el que se encuentran los comerciantes del mercado de la comunidad de San Pedro, desde los distintos niveles: un nivel bajo, medio y alto. Los resultados a los que se llegó fueron que los comerciantes poseen un grado de cultura tributaria medio, debido a que no tienen conocimiento de las nuevas disposiciones vigentes por el Servicio de Rentas Internas, también se logró identificar que un 68% de los comerciantes efectúa el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y el 32% restante no lo hace, asimismo se identificó que un 28% no realizan la emisión de comprobantes de venta y el 62% de los restantes si lo hace. La investigación fue descriptiva -cuantitativa, el método utilizado fue el deductivo e inductivo. El diseño fue no experimental. La población y muestra fueron 25 comerciantes pertenecientes a este mercado a los que se les aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario.

Esta tesis fue considerada, porque busca determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes, por lo tanto, servirá como base para realizar el estudio y poder hacer la discusión de los resultados con respecto a un ámbito internacional.

Domínguez (2022) esta investigación fue realizada en la Libertad - Ecuador; tuvo como objetivo general determinar la cultura tributaría en los comerciantes de venta de prendas de vestir ubicados en la calle Guayaquil, Cantón La Libertad, año 2022. Con respecto a los resultados que se obtuvieron fueron que el 77% de los comerciantes mencionaron que no conocen las obligaciones tributarias que les corresponde pagar,

mientras que el 23% de estos no sabían cómo realizar la declaración de los tributos, esto indica que de los comerciantes la mayoría tienen un nivel de cultura bajo y un pequeño porcentaje de estos presentaron un nivel de medio a alto, por lo tanto, se determinó que no existe una buena cultura tributaria. El estudio empleó un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, y se desarrolló bajo un diseño no experimental. Los métodos que se utilizaron fueron: deductivo, inductivo y empírico. La población y muestra estuvo constituida por los 30 comerciantes, para la realización de la recolección de la información se les aplicó la técnica de la encuesta y también por medio del cuestionario utilizado como instrumento.

La tesis mencionada fue tomada en cuenta, puesto que permitió conocer la realidad en el país de Ecuador, también porque el objetivo es similar al que se pretende llegar, además ayudará a comparar los resultados que se obtenga en la investigación actual, asimismo esta investigación ha sido considerada, porque establece de indicadores que se utilizaran en la presente investigación.

Acaro (2020) esta investigación se realizó en Cuenca - Ecuador; Tuvo como objetivo general determinar el nivel de cultura tributaria que poseen los comerciantes del mercado municipal de la ciudad de Cariamanga. Los resultados obtenidos fueron que el 56.75% de los comerciantes tienen un nivel de cultura tributaria medio, por lo que es un resultado poco favorable para el grupo de contribuyentes en estudio. Fue de enfoque cuantitativo y cualitativo, de nivel descriptivo, el diseño empleado fue no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 100 comerciantes del mercado municipal y para la muestra se aplicó una formula la cual arrojo un total de 42 comerciantes para ser encuestados, Se utilizó la técnica de encuesta para recolectar la información, mediante la aplicación de un cuestionario como instrumento de recolección

de datos, los resultados obtenidos fueron procesados a través de la herramienta Microsoft Excel.

La tesis mencionada fue tomada en cuenta, dado que ayudó a comparar a nivel internacional los resultados que se obtuvo en la investigación actual y poder ver la diferencia o similitud existente en el nivel de cultura tributaria entre Perú y Ecuador.

Gil y Rivera (2023) esta investigación se realizó en San Juan de Lurigancho, Lima; planteó como objetivo general determinar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho 2023. Los resultados obtenidos mostraron que más de la mitad de los contribuyentes encuestados el 54% alcanzaron un nivel alto de cultura tributaria, mientras que el 46% restante presentó un nivel de cultura tributaria medio, en lo concerniente a conciencia tributaria los resultados que se obtuvieron fueron que el 58% de los contribuyentes tiene un nivel medio de conciencia tributaria y el 42% de estos presenta un nivel alto. El tipo de investigación fue básica, su diseño fue no experimental. se utilizó una población de 200 comerciantes y la muestra fue 50. La encuesta fue la técnica elegida para recopilar la información, y se diseñó un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Para garantizar su validez y confiabilidad, el cuestionario fue sometido a la evaluación de expertos y se calculó su consistencia interna mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo un resultado del 81%.

Esta investigación fue considerada debido a que estudia la variable cultura tributaria, además tiene similar objetivo e indicadores con la actual investigación, lo que permitió efectuar la discusión de los resultados tanto de la variable como el indicador conciencia tributaria y de este modo ver si los comerciantes tienen similares resultados.

Choquehuanca (2022) esta investigación se realizó en Santiago, Cusco, Perú; planteo como objetivo general describir la cultura tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Molino I, Distrito de Santiago - Cusco, Primer Semestre 2021. Según los resultados que se obtuvieron el 72% de los comerciantes tienen una buena cultura tributaria, esto da a entender que también tienen conciencia tributaria, mientras que el 64.7% de las personas en estudio carecen de educación tributaria. El tipo de investigación fue descriptiva, con un diseño no experimental. La población estuvo conformada por 971 socios y una muestra de 275 comerciantes del centro comercial Molino I, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario el cual para su validez se realizó a través del juicio de expertos, y para analizar los datos de la investigación se procesó a través de Microsoft Excel.

La tesis mencionada fue tomada en cuenta, dado que resalta la dimensión conciencia, esto ayudó a comparar con los resultados que se obtuvieron al realizar el estudio para poder llegar a una conclusión más verás y de esta manera poder ver si los comerciantes tienen una buena conciencia tributaria al realizar sus actividades cotidianas.

Mogollón (2021) esta investigación se realizó en Piura, Perú; planteó como objetivo general diagnosticar la cultura tributaria en los comerciantes de venta de ropa del mercado modelo de Piura en tiempos de covid-19. Los resultados de la investigación muestran que la mayoría de los comerciantes (55,3%) tienen un nivel medio de cultura tributaria, mientras que un porcentaje significativo (31,9%) presenta un nivel bajo y solo una minoría (12,8%) alcanza un nivel alto. Esto destaca la necesidad de que la Municipalidad de Piura implemente iniciativas para mejorar la cultura tributaria en la región. Tuvo un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental de tipo transversal. La población y muestra estuvo conformada por los 47 comerciantes

inscritos en la administración del mercado, Se empleó la técnica de encuesta como método de investigación, y la información se recopiló mediante un cuestionario especialmente diseñado para tal fin.

La tesis mencionada fue tomada en cuenta, puesto que se busca determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes a quienes se realizó el estudio y esto ayudará a comparar con los resultados que se obtenga en la investigación actual, además esta tesis ha sido tomada en cuenta porque establece indicadores que se utilizarán en la investigación.

Enríquez y Rosales (2021) su investigación se realizó en Huánuco, Perú. Planteó como objetivo general analizar la conciencia tributaria en los comerciantes de las galerías Súper del Distrito Huánuco – 2020. El resultado que se obtuvo fue que el 82,42% de los comerciantes tienen un nivel de conciencia tributaria bajo, debido a que desconocen las sanciones a las que se hacen acreedores por no cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias y solo un 17,58% de los comerciantes conoce acerca de las sanciones que se les impondrá y también son conscientes al momento de realizar el pago de sus tributos, sin la emisión de facturas adulteradas para tener un pago menor al que les corresponde. Esta investigación se planteó bajo el enfoque cuantitativo, puesto que se utilizó la estadística descriptiva, el diseño empleado fue el experimental. La población estuvo compuesta por 120 comerciantes, de los cuales se seleccionó una muestra de 91. A estos se les aplicó la técnica de encuesta, utilizando un cuestionario como herramienta de recolección de datos.

Esta tesis fue tomada como antecedente, debido a que nos habla de la dimensión conciencia tributaria la misma que se está evaluando en la presente investigación, entonces esto nos ayudará para realizar la comparación y también para hacer la discusión

de los resultados, y así tener una mejor noción de su importancia de la dimensión en la variable cultura.

Quispe (2021) esta investigación se realizó en Pimentel. El objetivo general planteado fue determinar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Modelo para reducir la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande – 2020. Los resultados obtenidos fueron que el 53% de los encuestados nunca cumplen con las normas tributarias, el 34% casi nunca y solo el 13% casi siempre. Por otro lado, el 84% de las personas encuestadas mencionan que casi nunca efectúan el pago de sus impuestos a tiempo y solo el 16% mencionan que casi siempre realiza este pago a tiempo. Tuvo un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental con corte transversal. La población estuvo conformada por los comerciantes del Mercado Modelo de la ciudad de Bagua Grande que fueron un total de 2,500 y la muestra estuvo conformada por 68 personas a los que se le aplicó la técnica de la encuesta y se recolectó la información a través del instrumento que fue el cuestionario.

La investigación mencionada fue tomada en cuenta, porque habla de la variable en estudio, asimismo el objetivo de la tesis es similar a la actual investigación, porque se busca ver el nivel de cultura tributaria que tienen los comerciantes de la asociación, entonces esta investigación es tomada como antecedente, debido a que va ayudar a comparar los resultados a los que se llegue, no solo de la variable sino también de las dimensiones.

Cieza (2023) esta investigación fue realizada en Cajamarca donde estableció como objetivo general determinar el nivel de cultura tributaria en las empresas del sector transporte interdistritales del distrito de Chota, 2021. Los resultados obtenidos revelaron que casi la mitad de los encuestados el 47% poseen un nivel alto de conocimiento,

asimismo el 10% de ellos mostraron nivel medio y el 43% de los restantes un conocimiento bajo. En lo concerniente a conciencia tributaria fue que el 38% de los encuestados presentan un nivel de cultura bajo, el 10% de ellos presentaron un nivel medio y el 52% de los comerciantes mostraron un nivel alto. Con respecto a la educación tributaria el 70% de los encuestados arrojaron un nivel bajo, el 3% de ellos presentaron un nivel medio y el 27% restante mostraron un nivel alto. En lo concerniente al nivel fue descriptiva, el diseño utilizado fue no experimental, de corte transversal, la población y muestra fueron 30 personas a los que se les aplico la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario.

Esta tesis fue tomada en cuenta, debido a que menciona sobre las dimensiones conciencia y conocimiento, entonces se tomó como una guía para poder hacer la investigación, asimismo para poder realizar la discusión e interpretación de los resultados haciendo una comparación de estos.

Burga (2023) en la investigación realizada en Cajamarca-Perú, tuvo como objetivo determinar el nivel conocimiento de la Cultura Tributaria que hay en los Estudiantes de Contabilidad de la Filial Chota de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2022. El resultado obtenido fue que del total de los estudiantes encuestados un 27.12% presenta un nivel bajo en cuanto a conocimiento, mientras que el 47.46% de estos muestran un nivel medio en conocimiento y solo el 25.42% restante tiene un nivel alto de conocimiento tributario. El estudio se desarrolló bajo un enfoque de investigación aplicada y descriptiva, con un diseño no experimental. Se seleccionó una muestra de 59 estudiantes, quienes respondieron un cuestionario diseñado para recopilar información, lo que permitió obtener datos a través de una encuesta.

Esta tesis se consideró, ya que menciona sobre el conocimiento de la variable en

sí, entonces esto ayudó para tener un mejor panorama de la realidad local y así poder hacer el estudio con una mejor base y conocimiento acerca de cultura, asimismo nos servirá para realizar la discusión de los resultados.

Díaz (2020) en la investigación que realizó en Jaén, Cajamarca, Perú; planteó como objetivo general determinar la cultura tributaria en contribuyentes del nuevo régimen único simplificado en el distrito de Jaén, sector Pueblo Libre. Los resultados obtenidos revelan que más de la mitad de los contribuyentes el 53% perciben que los beneficios tributarios tienen un impacto positivo en su negocio, generándoles ventajas y aportes significativos. Esto sugiere que los contribuyentes tienen una comprensión moderada de la cultura tributaria, lo que indica un nivel regular en este aspecto. El tipo de investigación fue descriptiva, con un diseño no experimental. La población y muestra fueron de 80 microempresarios que están acogidos al nuevo RUS, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario el cual para su validez se realizó a través del juicio de expertos, además para determinar la confiabilidad de los ítems se utilizó el Alfa de Crombach.

La tesis mencionada fue tomada en cuenta, dado que el objetivo es similar al que tiene la presente investigación, también porque se realizó a comerciantes del nuevo RUS, entonces esto permitió ver como se presenta la cultura tributaria en otro lugar y así poder realizar la discusión de los resultados.

2.2. Bases teóricas científicas

A. Teoría de la decisión tributaria

Carvalho (2013) la presente teoría está relacionada con las decisiones que se pueden tomar en cuanto a la tributación y libertad de los ciudadanos, menciona que los tributos son la base fundamental para que podamos vivir en una sociedad civilizada.

Mediante estos recursos financieros es posible la subsistencia del Estado, autoridad reguladora del monopolio, de la violencia y protectora de los derechos individuales. Asimismo, menciona que la elección del contribuyente de ceder parte de su libertad para mantener una sociedad organizada es sin duda, un requisito fundamental para la existencia y el funcionamiento del sistema tributario.

La teoría de la decisión no contempla como opción de elección cometer actos ilícitos por una cuestión ética. También habla sobre la eficiencia de las sanciones tributarias impuestas por los organismos correspondientes, menciona que, para el ser humano, es complicado reconocer que el sentido moral es inculcado a lo largo del aprendizaje de generación en generación, por medio del sistema de la retribución y sanción; incluso virtudes morales.

Finalmente habla sobre la evasión, elusión y la curva de laffer. La evasión fiscal es cuando se esquiva el cumplimiento de las obligaciones tributarias utilizando medios ilícitos, al igual que el fraude y el engaño, entre otros, lo importante de indicar que hay una alta tributación no siempre se traduce en una elevada recaudación. La verdad es que, a medida que aumenta la carga tributaria, es mucho más probable que los contribuyentes busquen formas de evadirla utilizando los recursos que tengan disponibles.

B. Recursos y teoría general de impuesto

Shocrón y Boquin (2019) la teoría general del impuesto habla sobre la definición del impuesto que viene a ser la forma de recaudar fondos para financiar los gastos públicos y redistribuir la riqueza en la sociedad, mediante esta recaudación de tributos se logra el crecimiento económico de la sociedad. El Estado estable tasas sobre los sujetos en función a su capacidad económica de generar riqueza, de una forma justa y equitativa, basándose principalmente en las circunstancias personales de los individuos, este

impuesto se le aplica a todo tipo de profesionales; trabajadores independientes o dependientes, a los comerciantes, propietarios de inmuebles, empresarios, entre otros sujetos previstos por ley.

La teoría general del impuesto también habla sobre la clasificación de los impuestos en directos e indirectos; los impuestos directos son aquellos que se recaudan periódicamente de los contribuyentes de forma directa como el Impuesto a la Renta, los impuestos indirectos son aquellos que se recaudan por medio de un agente designado como ente recaudador, en este tipo de impuestos se encuentran el Impuesto General a las Ventas, Impuesto Selectivo al Consumo.

2.2.1. Cultura Tributaria

Armas y Colmenares (2010) mencionan que la cultura tributaria es el conocimiento que tiene cada persona, los valores que practican y las actitudes de los miembros de una respectiva sociedad que llegan a compartir tributaciones y observaciones de las consideradas leyes por las cuales son regidas, esto se manifiesta al momento de cumplir permanentemente con base en la razón de los deberes tributarios, la afirmación se refiere a la confianza y los valores éticos que sustentan la actuación profesional y la solidaridad social de los contribuyentes y los funcionarios de las administraciones tributarias, destacando la importancia de la integridad y la responsabilidad en el cumplimiento de sus deberes y obligaciones.

Para Huere y Muña (2016) “la cultura tributaria es un conjunto de actitudes, normas, valores, moral que son transmitidos, compartidos y aprendidos de generación en generación por parte de los miembros de una sociedad. Por consiguiente, es un factor que moldea, regula y determina la conducta de las personas” (p. 33).

Según Ruiz (2017) “la cultura tributaria debemos entenderla como el conjunto de rasgos distintivos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una

sociedad respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria” (p. 52).

Conocimiento Tributario

Salazar (2015) menciona que el conocimiento tributario es el entendimiento que existe acerca de los tributos de la política fiscal adecuada y de esta manera promover el desarrollo del estado dentro de un país.

Chávez et al. (2017) menciona que el conocimiento tributario es todo lo que tiene relación con el sistema tributario como por ejemplo los procedimientos, las instituciones, los principios generales y lo que está reflejado o plasmado en el código tributario, las normas del ordenamiento jurídico y tributario. Su valor es muy significativo para una comunidad en general, porque según ley el impuesto es reclamable por parte del Estado para el cumplimiento de sus funciones respectivas.

Impuestos

Según el Texto Único Ordenado del Código Tributario (2013) “Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado” (p.02). Dentro de este indicador se tiene lo siguiente:

Impuesto General a las ventas

La SUNAT (2023) lo describe como una contribución que todos los ciudadanos deben pagar al hacer una compra, lo que significa que se recauda en el momento de adquirir un bien o servicio. La tasa establecida es del 18%, desglosándose en un 16% para el IGV y un 2% para el Impuesto de Promoción Municipal.

Impuesto a la Renta

El Ministerio de Economía y Finanzas (2024) lo describe como el impuesto que deben pagar las personas naturales, por actividades que se dan por un arrendamiento, cesión de bienes tanto inmuebles como muebles, valores mobiliarios acciones. Además,

el presente impuesto es para las personas que realizan trabajo de forma dependiente o independiente, siempre y cuando no realice una actividad empresarial.

Tipos de rentas

Según la plataforma digital única del estado peruano (2024) existen cuatro tipos de rentas: rentas de capital, rentas de trabajo, rentas de fuente extranjera y la renta empresarial.

Rentas de capital.

La Primera Categoría se refiere a los ingresos obtenidos por la cesión o arrendamiento de bienes muebles o inmuebles, y se grava con un impuesto equivalente al 6.25% sobre la renta neta y al 5% sobre la renta bruta, el cual debe ser pagado personalmente.

La Segunda Categoría comprende los ingresos generados por la venta de acciones, valores mobiliarios, intereses por inversiones, regalías, patentes, derechos de autor, rentas vitalicias, entre otros.

Rentas de trabajo

La Cuarta y Quinta Categoría se refieren a los ingresos obtenidos por personas que trabajan de forma independiente o dependiente y que superan un monto anual determinado de S/ 45,063.00 en el año 2024. En estos casos, se debe pagar impuesto a la renta, considerando el periodo de percepción de ingresos entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del año correspondiente.

Rentas de Fuente Extranjera

Estos ingresos se originar mediante una fuente externa al país, no existe categorías y se toman en cuenta para efectos fiscales, se consideran válidos si han sido percibidos. El impuesto correspondiente se calculará utilizando tasas progresivas

acumulativas del 8%, 14%, 17%, 20% y 30%. Es quiere decir que mientras más ingresos se tenga en el año un individuo, el pago que debe de realizar será mayor.

Renta Empresarial

La Tercera Categoría se refiere a los ingresos provenientes de actividades comerciales, industriales, mineras y cualquier otra clase de negocio o empresa, es decir, aquellos ingresos generados por la explotación de una actividad económica.

Normas tributarias.

Según el Instituto de Ciencias Hegel (2023) son disposiciones que regulan y supervisan la administración de los impuestos, estableciendo, controlando y, en su caso, cancelando los tributos que los contribuyentes deben pagar. Todas las normas tributarias tienen su inicio en la constitución política, leyes, decretos y las resoluciones ministeriales, el estado es el encargado de otorgar el derecho para que se pueda recaudar y administrar los impuestos en el país.

Obligaciones tributarias

Según la SUNAT (2023) la obligación tributaria viene a ser un derecho público que tiene cada persona y debe existir un nexo entre el deudor y el acreedor tributario respectivamente. El primero es que el individuo está obligado a cumplir con la prestación tributaria ya sea como contribuyente o como responsable y la segunda es la persona a quien debe realizarse en favor la prestación tributaria respectiva.

Según Ramírez (2009) “la obligación tributaria es aquella en la que el público tiene una posición acreedora como titulares del crédito al cobro del tributo respectivo y el sujeto pasivo una posición deudora como persona obligada a cumplir con su pago” (p .1)

Obligaciones Formales

Para Gerencie (2022) las obligaciones formales son el procedimiento que debe seguirse para que se pueda cumplir con la obligación sustancial de pagar el tributo. Al realizar la presentación de una declaración tributaria se está cumpliendo con una obligación formal, este proceso es el mecanismo mediante el cual se formaliza el cumplimiento de la obligación de tributar. Se debe cumplir con las siguientes obligaciones formales: declarar los diferentes impuestos, inscribirse en el RUC, atender requisitos de la administración tributaria, expedir factura.

Inscripción al RUC

Para la SUNAT (2023) el Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un padrón donde las personas registran sus datos de identificación de sus respectivas actividades económicas a las que se van a dedicar y otra información importante. El número de Ruc contiene once dígitos y es único por cada persona ya sea natural o jurídica, en el caso de persona natural inicia con el número 10 y para persona jurídica con 20, además es de uso obligatorio en todo tramite o declaración que se realice ante esta Institución. Las personas que deben inscribirse en el RUC de manera obligatoria son aquellas que estén o no domiciliadas en el país y realizan actividades económicas, estas deben realizar el pago de tributos incluyendo la exportación e importación. Pueden inscribirse por intermedio de la SUNAT todas las personas naturales que tengan o no un negocio, también los profesionales que no estén ligados a un contrato, sino que trabajan como independientes, personas que desempeñan algún oficio que se pueda identificar con su Documento Nacional de Identidad.

Obligaciones sustanciales.

Según Gerencie (2022) las obligaciones sustanciales son una obligación material por la que se busca satisfacer el pago del tributo por algún ente autorizado para ello, todo

ciudadano tiene el deber de aportar con el estado financieramente, lo cual se realiza por intermedio del pago de los impuestos, además que todo ciudadano tiene el deber de realizar el pago del impuesto que le corresponde, esto es conocido como una obligación sustancial. La responsabilidad de cumplir con la obligación tributaria recae en el sujeto pasivo económico, quien es el que realmente soporta el costo económico del tributo y, por lo tanto, es el obligado a realizar el pago correspondiente.

Pago de tributos.

Para la SUNAT (2023) el pago de tributos es la prestación de dinero que exige el Estado sobre la base de la capacidad que contribuye en virtud de ley y se pueda cumplir con los gastos que exista en el cumplimiento de sus fines. El termino tributo está compuesto por tasas, contribuciones e impuestos.

Pago de multas.

De acuerdo con la SUNAT (2023), las multas constituyen sanciones impuestas a los contribuyentes que incurren en infracciones tributarias al incumplir con la presentación de declaraciones correspondientes.

Regímenes Tributarios

Según SUNAT (2022) en el país existe cuatro regímenes tributarios a los que se puede acoger una persona ya sea natural o jurídica estos regímenes son: el régimen general (RG), el régimen MYPE tributario (RMT), el régimen especial del impuesto a la renta (RER) y el nuevo régimen único simplificado (NRUS); estos regímenes que se menciona son categorías que una persona puede elegir al momento en que va a iniciar su negocio, cada uno de estos regímenes dan a conocer de qué manera el contribuyente va a tener que pagar sus respectivos impuestos y los niveles de pago que existe en cada régimen, una persona puede decidir si opta por uno o por otro de los cuatro regímenes que existe según el tamaño que tenga su negocio.

Responsabilidad Tributaria

Según Ferré (2014) la responsabilidad tributaria se debe desarrollar por parte del Estado, la ciudadanía y las empresas. La actuación del Estado debe de ser en los aspectos sociales, con la aplicación de políticas públicas que consideren estos aspectos, asegurando de esta manera la educación, la salud, el trabajo y la inclusión social. Al adoptar la responsabilidad tributaria, se promueve en todas las empresas el valor de la ética, el respeto hacia las personas, la comunidad y el medio ambiente. Esto se refleja en las operaciones cotidianas y en las decisiones estratégicas de los comerciantes y empresas, fomentando un enfoque honesto y comprometido en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

Puntualidad en el pago y declaración de tributos

Según el Texto Único Ordenado del Código Tributario (2013) “la presentación de la declaración y el pago de los tributos, así como el de las sanciones relacionadas con el incumplimiento de las obligaciones tributarias correspondientes, se realizarán en moneda nacional. Para tal efecto, mediante Decreto Supremo se establecerá el procedimiento aplicable” (p.90).

Según la SUNAT (2024) “el pago de tributos es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder en base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines”.

Emisión y Entrega de Comprobantes de Pago

Según la SUNAT (2023) la emisión de comprobantes de pago se realiza desde el sistema que es desarrollado por el contribuyente, en la actualidad todos se emiten de manera electrónica, los comprobantes que se pueden emitir de manera electrónica son: la factura, las boletas de venta, las notas de crédito, de igual manera las notas de débito, también se puede emitir de manera electrónica el comprobante de retenciones, el

comprobante de percepciones, la guía de remisión, el recibo de servicio público entre otros documentos autorizados. Para poder emitir comprobantes de pago electrónicos, es necesario que los contribuyentes cumplan con una serie de requisitos previos, que incluyen la obtención de una Clave SOL, la inscripción y actualización de su domicilio fiscal en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), y no estar inactivos o dados de baja en el registro.

Aporte al bien común de la sociedad

Según el SUNAT (2020) menciona que el bien común es la manera de impulsar el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales, esta comunicación es la que se va encargar de transmitir un mensaje el cual haga importante la vinculación que existe entre el sistema tributario, el volumen y la calidad de los servicios públicos, para que de esta manera la ciudadanía pueda asociar su aportación tributaria al logro del bien común.

Conciencia Tributaria

Para Laverde (1993) la conciencia tributaria es el fruto de una relación colectiva; al mismo tiempo singular entre ciudadanos, el sistema político y el sistema gubernamental donde se puede apreciar como la capacidad que tiene el ciudadano de entender la conciencia de los políticos y de las personas que administran la entidad pública y que se constituye en la manera en que se determina su comportamiento en los términos tributarios.

Motivación en el cumplimiento de obligaciones tributarias

Según Solórzano (2011) “la conciencia tributaria es la motivación de pagar impuestos mencionando a las actitudes y a las creencias de las personas es decir que motivan la voluntad de contribuir reduciendo al análisis de la tolerancia hacia el fraude y se cree que está determinada lo que es por los valores personales” (p. 8).

Armas y Colmenares (2010) mencionan que la conciencia tributaria se refiere al cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales, más allá de la presión o el miedo a las sanciones, enfatizando la responsabilidad y el compromiso ciudadano. Es decir, La cultura tributaria promueve el cumplimiento voluntario de las leyes y normas tributarias por parte de los contribuyentes, eliminando la necesidad de sanciones impuestas por la administración tributaria, y fomentando una actitud responsable y ética en el pago de impuestos.

Valores Tributarios

Según Estrada (2014) para fomentar el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales, es fundamental inculcar valores ciudadanos relacionados con la tributación. Estos valores incluyen la solidaridad, que implica tomar acciones que beneficien al grupo y responder positivamente a sus necesidades. La responsabilidad es otro valor clave, que se refiere al cumplimiento de obligaciones que generen un impacto positivo en la sociedad. Finalmente, el compromiso implica realizar acciones que contribuyan al bienestar y desarrollo colectivo, beneficiando a la sociedad en su conjunto.

Según Mora y Enríquez (2017) mencionan que para incentivar a los individuos a cumplir voluntariamente con sus diferentes obligaciones fiscales se necesita fomentar los valores ciudadanos que tengan relación con el aspecto tributario, estos son: la solidaridad que es puesto en práctica cuando la ciudadanía realiza acciones seguras para que se responda de manera positiva ante las necesidades de su grupo, la responsabilidad que como valor ciudadano se relaciona con todas las obligaciones que deben ser cumplidas y que tiene que haber un resultado en la sociedad y también tenemos el compromiso que como valor implica realizar las mejores acciones que estén en beneficio de la sociedad y que haya una contribución con el bienestar y el desarrollo colectivo.

2.3. Bases normativas

Constitución Política del Perú. (Art 14, 1993) se menciona sobre el compromiso que tiene el estado de brindar una educación sobre la formación moral y cultural, para lo cual los medios de comunicación deben colaborar con todo esto, esto está ligado a la investigación, debido a que con la educación moral y cultural se puede lograr una mejor cultura tributaria.

En el capítulo IV, artículo 74 dice que los gobiernos locales y regionales pueden suprimir, modificar, crear tasas y contribuciones con los límites respectivos que señala la ley. En la presente investigación a realizar está relacionado con la cultura tributaria de las personas que venden ropa en el mercado central de la ciudad Chota, ya que se verificará si estas cumplen con el pago de sus obligaciones que poseen como contribuyentes.

El Código Tributario (2013). El presente Código está establecido por los principios generales, los procedimientos, las normas del ordenamiento jurídico-tributario y las instituciones. Para estos efectos, el término genérico tributo comprende: Impuesto, contribución y tasas; donde nos menciona que el impuesto es el tributo que su cumplimiento no realiza una contraprestación de manera directa a favor de la persona contribuyente por parte del Estado. La contribución es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales. La tasa es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente. En la presente investigación es de mucha importancia utilizar el código tributario porque esta relaciona con la rama de tributación, en este caso la cultura tributaria de los comerciantes de ropa del mercado central de la ciudad de Chota.

Congreso de la Republica (2018) por medio del proyecto de ley N° 3005/2017-CR que declara de interés público la incorporación de contenidos curriculares en materia de cultura tributaria en el Currículo Nacional de la Educación Básica Regular en el nivel secundario. "La presente ley tiene como objetivo declarar de necesidad publica la inclusión del curso de cultura y conciencia tributaria, a fin de generar conciencia y cultura tributaria en el ciudadano desde la temprana edad" (p. 1).

Congreso de la Republica (2023) mediante el Proyecto ley N°5134/2022-CR ley de fomento de la cultura tributaria mediante la eliminación de los mecanismos que alientan la evasión y elusión tributaria. "La presente Ley tiene por objeto modificar el Código Tributario para eliminar la condonación y la prescripción al configurar mecanismos que alientan la evasión y elusión tributaria" (p. 1).

Ministerio de la Educación del Perú (2018) a través de la Resolución Viceministerial 042-2018-MINEDU se fomenta la educación tributaria a diversos ámbitos de la ciudadanía iniciando con lo más principal que son los niños y los jóvenes universitarios con la puesta en funcionamiento del programa la semana de la educación tributaria y la lucha contra el contrabando.

2.4. Definición de términos básicos

Comerciantes: para Roldan (2017) los comerciantes son las personas que se dedican a la comercialización, también son los sujetos de las leyes mercantiles que invierten dentro de un mercado ya sea como distribuidores, productores o intermediarios de mercancías o servicios.

Comprobantes de pago: según la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria (2023) los comprobantes de pago son documentos que sirven como prueba fehaciente de la realización de operaciones comerciales, tales como la venta o cesión de bienes, la entrega de bienes para uso o la prestación de servicios.

Conciencia: según Ballin (1989) la conciencia es la representación de lo que sucede en la mente de un individuo al momento de realizar algún acto.

Cultura: según la Real Academia Española (2022) el termino cultura es el conjunto de conocimientos, costumbres, estilos de vida y fase de desarrollo moral, científico, artístico, grupo social, en una época, esto quiere decir que son las costumbres, creencias y valores de un conjunto de personas.

Cultura tributaria: según la SUNAT (2020) “Es un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen” (p. 09).

Evasión: según el Diccionario de lengua española (2022) el termino evasión se refiere a la elusión con arte o astucia una dificultad prevista, además la evasión es sacar cualquier tipo de bien o dinero del país ilegalmente.

Evasión de impuestos: según la SUNAT (2020) “Es un esfuerzo u omisión consciente y dolosa que pretende evitar o reducir, de manera sistemática y en provecho propio o de terceros, el pago de obligaciones tributarias. Implica la realización de acciones que violan normas legales establecidas” (p. 14).

Impuestos: para Magallanes (2005) en un libro curso elemental sobre derecho tributario se señala que los impuestos son contribuciones que la ley establece y que las personas deben pagar.

Informalidad: según Rodríguez (2020) son aquellas formas de producción y ocupaciones que lo ejercen los empleados o personas que reciben ingresos cuyas reglas de trabajo no están reguladas por un marco legal.

Mercado: para Mankiw (2012) es un grupo de vendedores y compradores de un determinado bien o servicio donde los vendedores serían considerados como la oferta y los compradores determinan la demanda del producto.

Normas tributarias: según el Instituto de Ciencias Hegel (2021), las normas tributarias son un conjunto de reglas que rigen la administración y gestión de los tributos, estableciendo los parámetros para la creación, modificación y extinción de impuestos, así como los procedimientos para su pago.

Regímenes tributarios: según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (2022) son categorías que una persona puede elegir al momento en que va a iniciar su negocio, cada uno de estos regímenes dan a conocer de qué manera el contribuyente va a tener que pagar sus respectivos impuestos y los niveles de pago que existe en cada régimen, una persona puede decidir si opta por uno o por otro de los cuatro regímenes que existe según el tamaño que tenga su negocio.

Responsabilidad: para la Real Academia Española (2022) la responsabilidad se refiere a la capacidad de un individuo o entidad para asumir y responder por las consecuencias de sus acciones o decisiones, tomadas de manera libre y consciente.

Sistemas tributarios: para el Ministerio de Economía y Finanzas (2022) “el Sistema Tributario Peruano está conformado por un conjunto de impuestos, tasas y contribuciones que se encuentran asignados entre los tres niveles de gobierno, estructurado en función de los criterios de suficiencia, eficiencia y equidad” (p. 01).

Tributación: según la Real Academia Española (2022) es la acción de tributar. Además, se menciona que tributar es pagar al estado para las cargas y atenciones públicas.

Valores: para García (1998).es todo aquello que hace una cosa de ser digna de desear, buscar y apreciar, por lo tanto, son ideales que siempre tienen como referencia al ser humano y que este proyecta a convertir en existencias o realidades.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Método de investigación

Se utilizó el método analítico, porque en la investigación la variable cultura tributaria se descompone en: tres dimensiones; conocimiento tributario, responsabilidad tributaria y conciencia tributaria. 10 indicadores; impuestos, sistema tributario, normas tributarias, obligaciones tributarias, regímenes tributarios, cumplimiento tributario de las obligaciones tributarias, emisión y entrega de comprobantes de pago, aporte al bien común de la sociedad, motivación en el cumplimento de las obligaciones tributarias y valores tributarios, para su análisis (Bernal, 2010, p.60).

Mediante el método inductivo en la investigación se partió de argumentos particulares para llegar a conclusiones generales a partir de la información recaudada de las encuestas realizas a los comerciantes (Bernal, 2010, p.59).

Se utilizó el método sintético para integrar las dimensiones; conocimiento, conciencia y responsabilidad en la variable cultura tributaria para estudiarlos en su totalidad (Bernal, 2010, p.60).

3.2. Tipo de investigación

En la presente investigación según su finalidad fue básica, según su alcance fue descriptiva, según la fuente de datos fue de campo, tuvo enfoque cuantitativo.

La presente investigación según su finalidad es básica o pura, porque busca teorías que describen y reafirma la importancia de la cultura tributaria en la sociedad, asimismo ampliar el conocimiento en este tema por el estudio de diversos autores según (Ramírez, 2017, p.36).

El alcance de la investigación fue de tipo descriptiva, puesto que tiene la finalidad describir y de dar a conocer las teorías que hablan acerca de la variable cultura tributaria

y ver el comportamiento de esta en los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del mercado central de Chota según (Bernal, 2010, p.113).

El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, porque la variable cultura tributaria se analizó de manera natural sin ninguna manipulación (Ramírez ,2017, p.47).

Según las fuentes de los datos obtenidos en la presente investigación fue de campo, porque al momento de recolectar la información se necesitó realizar una encuesta dirigida a los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de la ciudad de Chota con la única finalidad de recolectar información acerca de la cultura tributaria que tienen (Ramírez, 2017, p.62).

Por último, la presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, puesto que se siguió un conjunto de pasos con una secuencia lógica, es decir que cada paso que se siguió se realizó de una forma ordenada y secuencial con el fin de que la investigación se realice de una manera correcta y así nos permita analizar la variable en estudio que es cultura tributaria (Hernández y Mendoza, 2018, p.09)

3.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, debido a que la variable cultura tributaria no sufrió manipulación alguna (Hernández y Mendoza, 2018, p.174)

Además, fue de corte transaccional o transversal, descriptivo, porque el recojo de los datos se hizo en un solo periodo, el cual fue el año 2024 (Hernández y Mendoza, 2018, p.176)

Figura1

Figura de investigación descriptiva

(Cultura tributaria)

X1

3.4. Operacionalización de variables

Tabla1

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores
Cultura Tributaria	La cultura tributaria son los conocimientos que tienen las personas, los valores que practican y las actitudes de los miembros de una respectiva sociedad que llegan a compartir tributaciones y observaciones de las consideradas leyes por las cuales son regidas, esto convierte en la manera de manifestarse en cumplir permanentemente con la base a la razón de los deberes tributarios. (Armas y Colmenares, 2010)	Conocimiento tributario	Impuestos Tasa del impuesto a la renta Normas tributarias Obligaciones tributarias Regímenes tributarios
		Responsabilidad Tributaria	Puntualidad en el pago y declaración de tributos Emisión y Entrega de Comprobantes de Pago Aporte al bien común de la sociedad
		Conciencia Tributaria	Motivación en el cumplimiento de obligaciones tributarias Valores tributarios

3.5. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

3.5.1. Población

La presente investigación estuvo conformada por todos los comerciantes de la asociación San Martín de Porres del Mercado Central de la ciudad de Chota 2024 pertenecientes al Nuevo Régimen Único Simplificado, que según el padrón actualizado proporcionado por la Municipalidad Provincial de Chota son 76 (anexo 2) los cuales se encuentran inscritos desde inicio del año 2024. La población se refiere al total de todos los casos que cumplen con un conjunto determinado de características (Hernández y Mendoza, 2018).

3.5.2. Muestra

Para la presente investigación la muestra estuvo conformada por todos los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres que son un total de 76 en el periodo 2024.

3.5.3. Unidad de análisis

Para esta investigación estuvo conformada por cada comerciante de la Asociación San Martín de Porres del mercado central de Chota, como menciona Hernández y Mendoza (2018) la unidad de análisis es aquella de donde el investigador podrá extraer datos que se desea analizar.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

Para esta investigación se utilizó como técnica la encuesta para poder realizar el recojo de datos con la finalidad de lograr recabar información de la variable en estudio y de sus dimensiones e indicadores de manera más amplia.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se tomó en cuenta para esta investigación fue el cuestionario, el cual estuvo conformado por 15 preguntas y estructurado en escala de Likert con 3 niveles, esto permitió realizar la tabulación de los datos recolectados y analizar la información, y con el fin de dar confiabilidad al instrumento se realizó a través de alfa de Cronbach, utilizando datos de las encuestas aplicas a 76 comerciantes de obtuvo como resultado un coeficiente de confiablidad del 0.815 y la validación se realizó a través del juicio de tres expertos (anexo 4)

3.7. Procesamiento y análisis de datos

3.7.1. Procesamiento de datos

El procesamiento y análisis de los datos recopilados en esta investigación se realizaron mediante el uso de herramientas informáticas especializadas, específicamente la hoja de cálculo Microsoft Excel. Esta plataforma permitió la organización, tabulación y análisis sistemático de la información, facilitando la identificación de patrones, tendencias y relaciones entre las variables estudiadas.

3.7.2. Análisis de datos

Para analizar los datos se utilizó programas informáticos haciendo uso de la estadística descriptiva, se aplicó baremos para determinar los niveles de cultura tributaria (bajo, regalar y alto). Los resultados se interpretaron en función de los objetivos de la investigación. La variable y sus respectivas dimensiones fueron interpretadas mediante tablas de frecuencias y gráficos para un mejor entendimiento.

3.8. Aspectos éticos y rigor científico

En esta investigación los principios éticos que se aplicaron fueron:

El principio de reserva. Por el cual se está garantizando que en la presente investigación existirá la protección y reserva de la información tanto de los comerciantes encuestados, así como de la SUNAT.

El principio de la dignidad humana. El trato a los comerciantes involucrados en esta investigación será con respeto y amabilidad, siempre tratando de proteger su identidad de cada uno y teniendo respeto por sus creencias y costumbres.

El principio de confidencialidad. La información que se obtiene en esta investigación se garantiza que será secreta y confidencial, ya que su uso será con fines netamente de investigación.

Las razones por las que se aplicara el rigor científico son las siguientes:

Credibilidad. Por el cual se evidencia cuán creíble es la información a utilizar y por ende cuán veraz son los resultados al concluir la investigación.

Aplicabilidad. Esto permite que los resultados que sean obtenidos en la investigación puedan ser aplicados en otras investigaciones y bajo otros contextos.

Citas y Referencias. Permite realizar citas y referencias de otras investigaciones y usarlas como antecedentes para esta investigación.

Las normas APA. Se utilizará las normas APA séptima edición con el fin de facilitar una comunicación clara y precisa en la publicación académica.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados

El análisis e interpretación de resultados de la investigación cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del mercado central de Chota – 2024, se hizo de acuerdo a los datos recolectados por medio de la encuesta, estos se muestran mediante tablas para un mejor entendimiento, en concordancia con los objetivos planteados.

Respecto al objetivo general determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del mercado central de Chota – 2024, los resultados obtenidos se muestran a continuación:

Tabla2

Nivel de cultura tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	27	35,5	35,5	35,5
	Nivel regular	28	36,8	36,8	72,4
	Nivel alto	21	27,6	27,6	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Según la tabla N° 2, se muestra que el 35,5% de los comerciantes tienen un nivel bajo de cultura tributaria, el 36,8% de ellos presenta un nivel regular, y solo un 27,6% muestra un nivel alto. Mediante estos datos obtenidos se pudo determinar que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes es medio, debido a que por los datos obtenidos el conocimiento tributario es bajo, la responsabilidad tributaria es baja y la conciencia tributaria es regular, es por esto que se llegó a determinar que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes es regular. Esto se da por falta de campañas de capacitación y

formación que impulsen a los comerciantes a cumplir con sus obligaciones por parte de las autoridades competentes, es por eso que solo el 27,6% tienen un nivel alto, y lo restante presenta un nivel medio y bajo.

Respecto al primer objetivo específico conocer el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes de Asociación San Martin de Porras del Mercado Central de Chota – 2024, los resultados obtenidos se muestran a continuación:

Tabla3

Nivel de conocimiento tributario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	37	48,7	48,7	48,7
	Nivel regular	21	27,6	27,6	76,3
	Nivel alto	18	23,7	23,7	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Según la tabla N° 3, se muestra que el 48,7% de los comerciantes presentan un nivel bajo en cuanto a conocimiento tributario, el 27,6% de ellos presenta un nivel regular, y solo un 23,7% muestra un nivel alto de conocimiento tributario. Con estos datos recolectados se pudo determinar el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes es un nivel bajo porque al momento de realizar la encuesta 37 comerciantes arrojaron sus resultados un nivel bajo, debido a que desconocen sobre el pago de impuestos, el sistema tributario, obligaciones formales, obligaciones sustanciales, emisión de comprobantes de pago y algunos no conocen a que régimen se encuentran acogidos.

Respecto al segundo objetivo específico conocer el nivel de responsabilidad tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martin de Porras del Mercado Central de Chota – 2024, los resultados obtenidos se muestran a continuación:

Tabla4

Nivel de responsabilidad tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Irresponsable	29	38,2	38,2	38,2
	Medianamente responsable	27	35,5	35,5	73,7
	Muy responsable	20	26,3	26,3	100,0
Total		76	100,0	100,0	

Según la tabla N° 4, muestra que el 38,2% de los comerciantes son irresponsables y no cumplen con sus obligaciones tributarias, mientras que el 35,5% de ellos son medianamente responsables y solo un 22,4% son responsables. Con los datos obtenidos se pudo determinar que el nivel de responsabilidad tributaria de los comerciantes es bajo. Esto se debe a que 29 de los comerciantes encuestados manifestaron que no se informan sobre sus obligaciones tributarias, omiten sus impuestos y solo algunos exigen comprobantes de pago al momento de realizar la compra o venta de sus bienes y servicios.

Respecto al tercer objetivo específico conocer el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martin de Porras del Mercado Central de Chota – 2024, los resultados obtenidos se muestran a continuación:

Tabla5

Nivel de conciencia tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	28	36,8	36,8	38,8
	Nivel regular	30	39,5	39,5	76,3
	Nivel alto	18	23,7	23,7	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Según la tabla N° 5, muestra que el 39,5% de los comerciantes tienen un nivel regular de conciencia tributaria, mientras que el 36,8% de ellos presenta un nivel bajo, y solo un 23,7% muestra un nivel alto. Mediante los datos recolectados se logró determinar que el

nivel de conciencia tributaria de los comerciantes es un nivel regular. Por otro lado, mediante los datos recolectados se logró determinar que el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes es regular. Esto se refleja en que 30 de los comerciantes presentaron un nivel regular de conciencia tributaria, ya que a veces cumplen con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria. Sin embargo, algunos no se sienten motivados a cumplir con estas obligaciones, y solo una mínima parte paga sus impuestos en función de sus ingresos.

4.2. Discusión de resultados

Con respecto al objetivo general de la presente investigación, se determinó que los comerciantes la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024 presentan un nivel regular de cultura tributaria. Esto ha sido demostrado mediante estadísticos descriptivos, donde se obtuvo que el 36,8% de los comerciantes de la Asociación tienen un nivel regular de cultura tributaria. Estos resultados tienen similitud con los resultados obtenidos por Mogollón (2021) quien en su investigación concluyó que el 55,3% de los comerciantes del mercado modelo de Piura tienen un nivel medio de cultura tributaria. Del mismo modo los resultados son similares a lo encontrado por Burga (2023) quien en su investigación obtuvo como resultados que el 47,46% de los estudiantes de la Filial Universidad Nacional de Cajamarca tiene un nivel medio de cultura tributaria. De igual manera este resultado guarda relación con los procedente de Díaz (2020) quien en su investigación logró determinar que el nivel de cultura tributaria del contribuyente del NRUS de Pueblo Libre es regular con un 53%. Por el contario el autor Choquehuanca (2022) en su investigación obtuvo como resultado que los comerciantes del centro comercial Molino 1 el 72% de los encuestados tienen buena cultura tributaria.

Por lo tanto, según las investigaciones realizadas tomadas en cuenta para esta investigación, se obtuvo resultados similares y también diferentes, lo que nos permitió discutir los resultados y así tener una mejor noción de las diversas realidades, asimismo muestra que la cultura tributaria juega un rol muy importante en la sociedad, por lo que según el estudio y de acuerdo a los autores citados, en cuánto mayor cultura tributaria tengan los comerciantes será mejor para el desarrollo del país.

Con respecto al objetivo específico 1 de la presente investigación, se determinó que los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024 presentan un nivel bajo de conocimiento tributario. Esto ha sido demostrado mediante estadísticos descriptivos, donde se obtuvo que el 48,7% de los comerciantes tienen un nivel bajo de conocimiento tributario. Estos resultados tienen similitud a los de Domínguez (2022) quien en su investigación concluyó en que el 77% los comerciantes de Cantón la Libertad no conocen sus obligaciones tributarias, por lo tanto, tienen un nivel bajo conocimiento tributario. Del mismo modo lo resultados son semejantes a los encontrados por Cieza (2023) quien en su investigación obtuvo como resultados que el 70 % de los encuestados tiene un nivel bajo de educación tributaria. De manera similar los resultados se asemejan a los obtenidos por Burga (2023) en su investigación obtuvo como resultado que el 47,46% los estudiantes de la filial Chota de la Universidad Nacional de Cajamarca tienen un nivel medio de conocimiento tributario.

Por ende, según las investigaciones realizadas tomadas en cuenta para esta investigación, se obtuvo resultados semejante en la que fue realizada en el país de Ecuador como las que se hicieron en el país, muestra que el conocimiento tributario juega un rol muy importante, por lo que según el estudio y de acuerdo a los autores citados, en cuánto mayor conocimiento tributario tengan los comerciantes se incrementará el nivel de

cultura tributaria , asimismo el nivel que se presentó en las investigaciones realizadas es un nivel bajo, eso demuestra que los comerciantes poseen un conocimiento bajo.

Acerca del objetivo específico 2 de la presente investigación, se determinó que los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024 presentan un nivel bajo de responsabilidad tributaria. Esto ha sido demostrado mediante la aplicación de estadísticos descriptivos, donde se obtuvo que el 38,2% de los comerciantes tienen un nivel bajo de responsabilidad tributaria. Estos resultados tienen similitud a los de Cieza (2023) quien en su investigación concluyó en que el nivel de responsabilidad tributaria de las empresas del sector transporte interdistritales del distrito de Chota es de nivel bajo con un 70 %. Igualmente, los resultados son comparables a los encontrados por Quispe (2021) concluyó que el nivel de responsabilidad tributaria de los comerciantes del mercado modelo de la ciudad de Bagua Grande es bajo, puesto que el 84% de las personas encuestadas casi nunca efectúan el pago de sus impuestos a tiempo. Asimismo, los resultados muestran similitudes con los hallazgos de Acaro (2020) concluyo que el nivel de responsabilidad tributaria que poseen los comerciantes del mercado de Cariamanga en Ecuador es baja con un porcentaje de 39.80%. sin embargo, lo resultados difieren significativamente de los encontrados por Gonzabay (2023) en su investigación determinó que el 62% los comerciantes de la comunidad de San Pedro tienen un nivel alto.

Por esta razón, según las investigaciones realizadas tomadas en cuenta tienen similitud con estudios anteriores (Cieza, 2023; Quispe, 2021; Acaro, 2020) sugiere que la baja responsabilidad tributaria es un problema extendido que requiere atención. Sin embargo, la divergencia con los hallazgos de Gonzabay (2023) destaca la importancia de considerar las características únicas de cada contexto. En general, este estudio aporta una

contribución significativa a la comprensión de la cultura tributaria en la región y sentará las bases para futuras investigaciones y estrategias de intervención efectivas.

Con respecto al objetivo específico 3 de la presente investigación, se determinó que los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024 presentan un nivel regular de conciencia tributaria. Esto ha sido demostrado mediante la aplicación de estadísticos descriptivos, donde se obtuvo que el 39,5% de los comerciantes presentan un nivel regular de conciencia tributaria. Estos resultados tienen similitud a los de Gil y Rivera (2023) quien en su investigación determinó que el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del centro comercial de San Juan de Lurigancho es medio con un 58% de los encuestados. Por otro lado, los resultados difieren significativamente a los encontrados por Cieza (2023) el cual en su investigación realizada determinó que la conciencia tributaria en las empresas del sector transporte interdistritales del distrito de Chota es de nivel bajo con un 38%. En cambio, cambio los resultados son apuesto a los descritos por Enríquez y Rosales (2021) quien en su investigación concluyeron que el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de las galerías súper del distrito de Huánuco es bajo, porque el 82.42% de los comerciantes no son conscientes al momento de realizar el pago de sus tributos.

En consecuencia, según las investigaciones realizadas tomadas como antecedente para esta investigación, se obtuvo resultados similares con los autores Gil y Rivera (2023) donde muestran que la conciencia tributaria es lo principal para que los contribuyentes declaren y cumplan con las obligaciones tributarias que les corresponde. Por otra parte, hubo discordancia con los autores Cieza (2023), Enriques y Rosales (2021) quienes en sus investigaciones obtuvieron resultados distintos a los determinados en esta investigación, estos autores determinaron que le nivel de conciencia tributaria fue bajo, esto se debería a que son realidades distintas en donde se realizaron las investigaciones.

CONCLUSIONES

Se determinó que el 36,8% de los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de la ciudad de Chota tienen un nivel regular de cultura tributaria.

Se determinó que el 48,7% de los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de la ciudad de Chota muestran bajo nivel de conocimiento tributario; esto se debe al desconocimiento del pago de impuestos, tasa del impuesto a la renta, obligaciones formales, obligaciones sustanciales, emisión de comprobantes de pago y algunos conocen a que régimen se encuentran acogidos.

Se determinó que el 38,2% de los comerciantes Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de la ciudad de Chota tienen un nivel bajo de Responsabilidad tributaria; esto se debe a que no se informan sobre sus obligaciones tributarias, no realizan el pago puntual de sus impuestos.

Se determinó que el 39,5% de los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de la ciudad de Chota tienen un nivel regular de conciencia tributaria.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) implementar campañas en los mercados de las diferentes ciudades, en este caso en el mercado de la ciudad de Chota para fomentar el aumento de cultura tributaria de los de comerciantes de la Asociación San Martin de Porres.

Se recomienda a la Superintendencia Nacional de Aduanas y administración Tributaria realizar capacitaciones informativas sobre temas tributarios en los diferentes mercados existentes en la localidad de Chota con el fin de incrementar el conocimiento tributario de los comerciantes y en particular de la Asociación San Martín de Porres.

Se recomienda a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) supervisar y hacer un seguimiento más constante a los comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del mercado de la ciudad de Chota para que de esta manera cumplan con sus responsabilidades tributarias que les corresponde pagar.

Se recomienda al Instituto Aduanero y Tributario realizar charlas y capacitaciones a los comerciantes de los mercados que existen en la ciudad de Chota, para que de esta manera los comerciantes mejoren su conciencia tributaria y entiendan que el cumplir con sus obligaciones tributarias es un bien para todo el país y la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acaro Jumbo, Y. I. (2020). *Nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Municipal ciudad de Cariamanga año 2018-2019 (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).* http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10182

Arandes, J. A. T. (2013). *El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. Provincia, (29), 135-173.* https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf

Armas, M. E., y de Eizaga, M. C. (2009). *Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. REDHECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social, 4(6), 141-160.* https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210

Armas, M. y Colmenares, M. (2010). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. Redhecs,6(4),122-141. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210

Ballin, D. (12 de mayo de 1989). *es.scribd.com. El Concepto de La Conciencia. Fondo de Cultura Económica.* https://es.scribd.com/document/363489775/Klein-David-Ballin-1989-El-concepto-de-la-conciencia-Fondo-de-Cultura-Economica

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, económica, humanidades y ciencias sociales. Colombia: Prentice Hall.* https://ffyl.uncuyo.edu.ar/upload/programa-2010-metod-invest-geoprofesorado.pdf

Burga Mejía, R. (2023). *Cultura tributaria en los estudiantes de contabilidad de la filial Chota de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2022.* http://hdl.handle.net/20.500.14074/5698

Burga Mejía, R. (2023*). Cultura tributaria en los estudiantes de contabilidad de la filial Chota de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2022.* http://hdl.handle.net/20.500.14074/5698

Cabanillas, L., y Hoyos, M. (2020). *Cultura tributaria y su relación en la evasión de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado de abastos del distrito de San Juan 2020. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.* https://hdl.handle.net/11537/27443

Carvalho, C. (2013). *Teoría de la Decisión Tributaria.* http://repositorio.sunat.gob.pe/jspui/handle/SUNAT/37

Chavez Flores, M. E., Meza Fanola, J. J., y Palga Condori, J. M. (2017). *Conocimiento tributario y evasión fiscal en las micro y pequeñas empresas del Emporio Comercial de Gamarra, Lima*. https://hdl.handle.net/20.500.11818/2196

Choquehuanca Salas, D. I. (2021). *La cultura tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Molino I–distrito de Santiago–Cusco, primer semestre 2021.* https://hdl.handle.net/20.500.12557/4658

Choquehuanca Salas, D. I. (2022). *La cultura tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Molino I–distrito de Santiago–Cusco, primer semestre 2021.* https://hdl.handle.net/20.500.12557/4658

Cieza Silva, G. M. (2023). *Cultura tributaria en las empresas de servicios de transportes interdistritales del distrito de Chota, 2021.* http://hdl.handle.net/20.500.14074/5318

Constitución Política del Perú [Const] Art. 14 (29 de diciembre de 1993) https://www.oas.org/juridico/spanish/per_res17.pdf

Díaz Díaz, E. (2020). *Cultura tributaria en contribuyentes del nuevo régimen único simplificado en el distrito de Jaén, sector Pueblo Libre.* https://hdl.handle.net/20.500.12802/10314

Diccionario de la lengua española. (2022). Evasión. https://dle.rae.es/evasi%C3%B3n

Dominguez, C.N. (2022). *Cultura tributaria para los comerciantes de venta de prendas de vestir ubicados en la calle Guayaquil, cantón La Libertad, año 2022* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2022.). https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8507

Enriquez Espinal, M. y Rosales Gabriel, T. K. (2021). La conciencia tributaria de los comerciantes en las galarias super del distrito de Huánuco-2020. http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/2753

Espino Tenorio, M. (2019). *Cultura tributaria en México, Chile, Perú y Colombia.* http://hdl.handle.net/20.500.12423/2629

Estrada Palomino, D. E. (2014). *Consecuencias tributarias de la realización de las operaciones de comercio electrónico en el Perú: Caso Piura. 2014.* https://hdl.handle.net/20.500.12692/129693

Ferré Olive, E. H. (2014). *tributos, responsabilidad social y administraciones tributarias*. Revista de Administración Tributaria CIAT/AEAT/IEF No. 36. https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_36/Espanol/2014_Ferre.pdf

García, M. (1998). Aproximación global al concepto de valor. (Ed.), La educación en los valores, un reto compartido (p. 1). San Pablo. S/e. https://www.icergua.org/latam/pdf/09-segsem/01-05-ph6/doc04.pdf

Gerencie. (2022). *Obligaciones Tributarias Formales*. https://www.gerencie.com/obligaciones-tributarias-formales.html

Gil Cardenas, D. L., y Rivera Vidal, M. E. (2023). *El nivel de la cultura tributaria, en los comerciantes en un centro comercial, de San Juan de Lurigancho, 2023*. https://hdl.handle.net/20.500.12692/140049

Gonzabay Sánchez, A. T. (2023). *Cultura tributaria en los comerciantes del mercado Virgen de Fátima de la comuna San Pedro, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, año 2022 (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2023).* https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9428

Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.* https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/3519 https://markainvestigacion.wordpress.com/2019/02/15/las-investigaciones-exploratorias-y-descriptivas-tienen-hipotesis/#:~:text=As%C3%AD%20como%20los%20estudios%20exploratorios,descriptivos%20carecen%20de%20la%20misma.

Huere Navarro, X. I., y Muña Rodriguez, A. Z. (2016). *Cultura tributaria para la formalización de las MYPEs de los mercados de la provincia de Huancayo.* https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/1607

Instituto de Ciencias Hegel (23 de julio del 2021) *Qué son las Normas Tributarias en tiempos del COVID 19 en Perú.* https://hegel.edu.pe/blog/que-son-las-normas-tributarias-en-tiempos-del-covid-19-en-peru/

Laverde, E. (1993). La conciencia tributaria. https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-197842

Magallanes, A. A. S. (2005). *Curso elemental sobre derecho tributario*. Ediciones Fiscales ISEF. https://acortar.link/atYvzu

Mankiw, G. (2012). Principios de Economía. Cengage Learning. 6ª Edición. https://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Economia_Principios_de_6taedicion__Gregory__M.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas (16 de enero de 2024). *Impuesto a la Renta.* https://www.gob.pe/1202-superintendencia-nacional-de-aduanas-y-de-administracion-tributaria-calcular-el-impuesto-a-la-renta-de-primera-categoria

Mogollón Silva, S. M. (2021). *Diagnóstico de la cultura tributaria en los comerciantes de venta de ropa del mercado modelo de Piura en tiempos de Covid-19.* http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/3188

Mora, M. y Enríquez, J. (2017). Cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. Revista UNIMAR, 35(1), 273-292. file:///C:/Users/SAMUEL/Downloads/1454-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2893-1-10-20180410.pdf

Olive, E. H. (2015). *Tributos, responsabilidad social y Administraciones tributarias. Tu Espacio Jurídico.* https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_36/Espanol/2014_Ferre.pdf

Pila Maigua, E.L. (2022). *Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones en los sectores turísticos y hoteleros de la provincia de Cotopaxi (Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría C.P.A.).* https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/35061/1/T5313i.pdf

Proyecto ley N°5134/2022-CR *ley de fomento de la cultura tributaria mediante la eliminación de los mecanismos que alientan la evasión y elusión tributaria.* 24 de mayo de 2023. https://wb2server.congreso.gob.pe/spley-portal-service/archivo/MTAzMTcx/pdf/PL-5134

Quiñonez, M. y Zambrano, B. (2023). Cultura tributaria en los comerciantes del mercado central del cantón Manta, Ecuador. Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la

investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria). ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 8(1), 2157-2175. https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/773

Quispe Portocarrero, J. (2021). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes del centro de abasto "Mercado Modelo" para reducir la informalidad, Bagua Grande–2020.* https://hdl.handle.net/20.500.12802/8414

Ramírez, L. (2009). La obligación tributaria. http://surl.li/aicguo

Ramírez, G. (2017). Metodología de la investigación científica. Enfoque teórico y epistemológico, Bogotá, Colombia. https://eva.fing.edu.uy/pluginfile.php/361028/mod_resource/content/1/Ram%C3%ADrez%20%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf

Real Academia Española. (2022). Cultura. En Diccionario de la lengua española (23ª ed., p. 2816) https://dle.rae.es/tributar

Real Academia Española. (2022). Evasión. En Diccionario de la lengua española (23ª ed., p. 2816) https://dle.rae.es/tributar

Real Academia Española. (2022). Responsabilidad. En Diccionario de la lengua española (23ª ed., p. 2816) https://dle.rae.es/tributar

Real Academia Española. (2022). Tributación. En Diccionario de la lengua española (23ª ed., p. 2816) https://dle.rae.es/tributar

Ricardo, D., y Nicole, C. (2022). *Cultura tributaria para los comerciantes de venta de prendas de vestir ubicados en la calle Guayaquil, cantón La Libertad, año 2022 (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2022.).* https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8507/1/UPSE-TCA-2022-0053.pdf

Roca, C. (2008). *Estrategias para la formación de la cultura tributaria. Asamblea general del CIAT, 10.* https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/guatemala42_2008_tema1_Guatemala.pdf

Rodríguez Arainaga, W. (2011). Guía de investigación científica. https://repositorio.uch.edu.pe/handle/20.500.12872/23

Rodríguez, A. A. (2020). Trabajo no registrado en empleados rurales, el caso de la empresa servicios de personal Manantial del Valle SA (Tupungato, 2019-2020). https://repositorio.umaza.edu.ar/bitstream/handle/00261/2929/Rodriguez%2C%20Aldana%20-%20DICIEMBRE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Roldán, P. (29 de junio de 2017). *Economipedia.com. Obtenido de comerciante.* https://economipedia.com/definiciones/comerciante.html

Rosales Gabriel, T. K. (2021). *La conciencia tributaria de los comerciantes en las galarias super del distrito de Huánuco-2020.* http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2770/Enriquez%20Espinal%2c%20Marisol.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Ruiz de Castilla, F. (2017). *Derecho tributario: temas básicos.* https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/170670/11%20Derecho%20tributario%20con%20sello.pdf

Salazar Villada, L. M. (2015). *Progresividad del impuesto de renta en las pyme en el marco del estado social de derecho colombiano*. http://hdl.handle.net/11407/2228

Sánchez, M. A. C., Chero, M. J. S., Sánchez, L. D. C. C., y Prado, C. E. R. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, *27*(3), 204-218. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081767

Shocrón, M., y Boquin, P. (s.f.) *Recursos y teoría general de impuesto.* https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/4974/impuestos_uva4_recursosyteoria.pdf?sequence=1

Solórzano, D. (2011). La cultura tributaria, un instrumento para la evasión tributaria en el Perú. Serie Temática Tributaria N° 15 SETIEMBRE 2011, 1–100. https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf

Solózano Tapia, D. L. (2011). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú.* https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf

Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (2023). *Ingresos Tributarios del Gobierno Central: abril 2023.* https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/index.html

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2022). Regímenes Tributarios. https://emprender.sunat.gob.pe/ruc/regimenes-tributarios-mype/regimenes-tributarios

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (octubre del 2020) *Glosario de términos sobre 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 (08 de diciembre del 2020) *Cultura tributaria para un Perú más justo y solidario.* *https://cultura.sunat.gob.pe/noticias/cultura-tributaria-para-un-peru-mas-justo-y-solidario*

Texto único ordenado del Código Tributario (22 de junio de 2013). *Impuestos.* https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/108FA5BAE57C071A0525828800539A8C/$FILE/DS_133-2013-EF_Codigo_Tributario.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencias

Título: Cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del mercado central de Chota – 2024

Formulación	Objetivos	Variables, dimensiones e indicadores				
Pregunta general	**Objetivo general**	Cultura tributaria				
¿Cuál es el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024?	Determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024.	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Ítems**	**Escala de medición**	**Niveles o rangos**
Pregunta específica 1.	**Objetivo específico 1.**	Conocimiento Tributario	Impuestos Tasa del impuesto a la renta Normas tributarias Obligaciones tributarias Regímenes Tributarios Puntualidad en el pago y declaración de tributos	6	Escala ordinal	Mucho (3) Poco (2) Nada (1)
¿Cuál es el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024?	Determinar el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024.					
Pregunta específica 2.	**Objetivo específico 2.**	Responsabilidad Tributaria	Emisión y Entrega de Comprobantes de Pago Aporte al bien común de la sociedad	5	Escala ordinal	Siempre (3) A veces (2) Nunca (1)
¿Cuál es el nivel de responsabilidad tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de	Determinar el nivel de responsabilidad tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de					

Porres del Mercado Central de Chota – 2024?	Porres del Mercado Central de Chota – 2024.			
Pregunta específica 3.	**Objetivo específico 3.**		Motivación en el cumplimiento de obligaciones tributarias	
¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024?	Determinar el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del Mercado Central de Chota – 2024.	Conciencia Tributaria	Valores tributarios	4

Alcance, tipo y diseño de Investigación	Población y Muestra	Técnica e instrumento	Estadístico a utilizar
El alcance de la investigación fue de tipo descriptiva, puesto que tiene la finalidad describir y de dar a conocer las teorías que hablan acerca de la variable cultura tributaria. El tipo de investigación fue básica o pura, porque busca teorías que describen y reafirma la importancia de la cultura tributaria en la sociedad. El diseño de la investigación fue no experimental, debido a que no sufrió manipulación alguna.	En la presente investigación estuvo conformado por todos los comerciantes de la asociación San Martín de Porres del Mercado Central de la ciudad de Chota, que en total son 76. Para la presente investigación la muestra estuvo conformada por todos los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres que son un total de 76 en el periodo 2024.	Para esta investigación se utilizó como técnica la encuesta que permitió poder realizar el recojo de datos El instrumento que se utilizó para esta investigación fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado en escala de Likert con 3 niveles	No se utilizó ningún estadístico, porque la investigación es descriptiva

Anexo 2. Padrón actualizado Mercado Central Año 2024.

Figura2

Padrón de comerciantes

2° PISO

PADRON ACTUALIZADO MERCADO CENTRAL AÑO -2024

SECCION ROPA

Nº de ORD.	APELLIDOS Y NOMBRES	PUESTO	Nº	SECCION	CANTIDAD	IMPORTE	CAMBIO DE NOMBRE
1	AGIP VASQUEZ, Maria Nora	Puesto Interior	172	Ropa	01	10.00	
2	BARBOZA BAUTISTA Yolanda	Puesto Interior	182	Ropa	01	25.00	
3	BARBOZA BAUTISTA, Iduvina	Puesto Interior	192	Ropa	01	25.00	
4	BAUTISTA DIAZ, Ana Erlita	Puesto Interior	128	Ropa	01	10.00	
5	BURGA BARBOZA, Flor Medali	Puesto Interior	163	Ropa	01	10.00	
6	BURGA BARBOZA, Reinaldo	Puesto Interior	158	Ropa	01	10.00	
7	BURGA SALAZAR, Teonila	Puesto Interior	194-B	Ropa	01	25.00	
8	BUSTAMANTE DE RIMARACHIN, Carr	Puesto Interior	142	Ropa	01	15.00	
9	CHAVEZ BERNAL, Elisa	Puesto Interior	144	Ropa	01	15.00	
10	CHAVEZ VASQUEZ, Hermitanio	Puesto Interior	140	Ropa	01	10.00	
11	CONDOR SANCHEZ, José Edin.	Puesto Interior	195-A	Ropa	01	25.00	
12	CRUZADO BURGA, Joel	Puesto Interior	132	Ropa	01	10.00	
13	CUBAS GUEVARA, Gladys	Puesto Interior	174	Ropa	01	10.00	
14	CUSMA MONTES, Erminda	Puesto Interior	133	Ropa	01	10.00	
15	DELGADO GAMONAL, José Pedro	Puesto Interior	194-A	Ropa	01	25.00	
16	DIAZ ACUÑA, Humberto FALLECIO	Puesto Interior	178	Ropa	01	25.00	
17	DIAZ BUSTAMANTE, Nelson	Tienda Interior	162	Ropa	01	50.00	
18	DIAZ VASQUEZ, Oscar	Puesto Interior	196	Ropa	01	10.00	
19	GALVEZ BUSTAMANTE, Irma Rosa Fl	Puesto Interior	145	Ropa	01	15.00	
20	HERNANDEZ CUBAS, Maria Josefina	Puesto Interior	179	Ropa	01	25.00	
21	HUANAMBAL DUEÑAS, Segundo	Puesto Interior	147	Ropa	01	15.00	
22	IDROGO SANCHEZ, Doraliza	Puesto Interior	181	Ropa	01	25.00	
23	MEDINA IDROGO, Marianela	Puesto Interior	148	Ropa	01	15.00	
24	MUÑOZ BUSTAMANTE, Marleny	Puesto Interior	157	Ropa	01	15.00	
25	NUÑEZ LOAYZA, Maria Olga	Puesto Interior	138	Ropa	01	10.00	
26	NUÑEZ RODRIGUEZ, Fernan Bladimir	Puesto Interior	180	Ropa	01	25.00	

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHOTA
José Rosel Díaz Linares
ADMINISTRADOR MERCADO CENTRAL

27	NUÑEZ TARRILLO, Asunción Benjam	Puesto Interior	146	Ropa	01	15.00	
28	NUÑEZ TARRILLO, Hilda	Puesto Interior	126	Ropa	01	10.00	
29	NUÑEZ TARRILLO, James	Puesto Interior	141	Ropa	01	10.00	
30	NUÑEZ TARRILLO, Maria Dora	Puesto Interior	127	Ropa	01	10.00	
31	NUÑEZ TARRILLO, Maria Luzmila	Puesto Interior	136	Ropa	01	10.00	
32	NUÑEZ TARRILLO, Ana Marina	Puesto Interior	160	Ropa	01	10.00	
33	ONSIHUAY GUZMAN, Carmen Rosa	Puesto Interior	159	Ropa	01	10.00	
34	PARDO CIEZA, Fanny Wanesa	Puesto Interior	195-B	Ropa	01	25.00	
35	PERALES NUÑEZ, Jose Luis	Puesto Interior	198	Ropa	01	10.00	
36	PEREZ SALAZAR, Julio Cesar	Puesto Interior	135	Ropa	01	10.00	
37	RAFAEL BAUTISTA, Rosa Clara	Puesto Interior	134	Ropa	01	10.00	
38	RAMIREZ OBLITAS, Zenaida	Puesto Interior	152	Ropa	01	15.00	
39	RIMARACHIN EDQUEN, Praxedes	Puesto Interior	143	Ropa	01	15.00	
40	ROJAS TARRILLO, Juana	Puesto Interior	130	Ropa	01	10.00	
41	ROJAS TARRILLO, Luz Inocencia.	Puesto Interior	171	Ropa	01	10.00	
42	RUIZ CAMPOS, Leonidas	Puesto Interior	152	Ropa	01	10.00	
43	RUIZ CUBAS, Xiomara Natali	Puesto Interior	131	Ropa	01	10.00	
44	RUIZ SAAVEDRA, Leopoldo	Puesto Interior	175	Ropa	01	10.00	
45	SAAVEDRA SANCHEZ, Virginia	Puesto Interior	156	Ropa	01	15.00	
46	SANCHEZ DIAZ, Samuel	Puesto Interior	183-b	Ropa	01	15.00	
47	SILVA GARCIA, Orlando Silmer	Puesto Interior	191	Ropa	01	25.00	
48	TAFUR BUSTAMANTE, José Silverio	Puesto Interior	161	Ropa	01	10.00	
49	TAFUR BARBOZA, Luzvina	Puesto Interior	150	Ropa	01	15.00	
50	TAFUR GALVEZ, Wilfredo	Puesto Interior	137	Ropa	01	10.00	
51	TARRILLO NUÑEZ, Yolanda	Puesto Interior	155	Ropa	01	15.00	
52	TARRILLO CIEZA, Edilberto	Puesto Interior	173	Ropa	01	10.00	
53	TAMAY HUANAMBAL, Roxana Elizabe	Puesto Interior	139	Ropa	01	10.00	
54	VASQUEZ VASQUEZ, Marilyn Darinka	Puesto Interior	199	Ropa	01	10.00	
		TOTAL			S/.	810.00	

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHOTA
José Rosel Díaz Linares
ADMINISTRADOR MERCADO CENTRAL

SECCION ZAPATERIA

Nº de ORD.	APELLIDOS Y NOMBRES	PUESTO	Nº	SECCION	CANTIDAD	IMPORTE	CAMBIO DE NOMBRE
1	DIAZ RUIZ, Carmen Rosa	Puesto Interior	154	Zapateria	01	15.00	
2	TARRILLO QUINTANA Dilberto.	Puesto Interior	193-A	Zapateria	01	25.00	
3	CHAVIL MEJIA, Maria Ismenia	Puesto Interior	155	Zapateria	01	15.00	

SECCION COCINERIA

Nº de ORD.	APELLIDOS Y NOMBRES	PUESTO	Nº	SECCION	CANTIDAD	IMPORTE	CAMBIO DE NOMBRE
1	ABAD ROCIO, Juana Bertha.	Puesto Interior	201	Cocineria	01	10.00	
2	CASTILLO MARTINEZ, Edelmira	Puesto Interior	167	Cocineria	01	10.00	
3	DIAZ SAMAME, Maria Magdalena	Puesto Interior	165	Cosineria	01	10.00	
4	DIAZ VASQUEZ, Fedelinda	Puesto Interior	204	Cocineria	01	10.00	
5	GARCIA GALLARDO, Maribel	Puesto Interior	206	Cocineria	01	10.00	
6	GUEVARA CASTILLO, Duver	Puesto Interior	205	Cocineria	01	10.00	
7	HERRERA MUÑOZ, Celmira	Puesto Interior	203	Cocineria	01	10.00	
8	LOAYZA RODRIGUEZ, Violeta	Puesto Interior	202	Cocineria	01	10.00	
9	SAMAME VASQUEZ, Aurea FALLECIO	Puesto Interior	198	Cocineria	01	10.00	
10	SANCHEZ DELGADO, Cesar	Puesto Interior	183	Cocineria	01	25.00	
11	SILVA GARCIA, Evelisa Marisol	Puesto Interior	199	Cocineria	01	10.00	
12	TARRILLO DIAZ, Imelda	Puesto Interior	200	Cocineria	01	10.00	
13	TARRILLO MUÑOZ , Rosa FALLECIO	Puesto Interior	169	Cocineria	01	10.00	
14	VASQUEZ DIAZ, María Lucila.	Puesto Interior	168	Cocineria	01	10.00	
		TOTAL		S/.		155.00	

SECCION JUGUERIA

Nº de ORD.	APELLIDOS Y NOMBRES	PUESTO	Nº	SECCION	CANTIDAD	IMPORTE	CAMBIO DE NOMBRE
1	DIAZ SAMAME, Jorge Rolando	Puesto Interior	164	Jugueria	01	10.00	

OTROS RUBROS

Nº de ORD.	APELLIDOS Y NOMBRES	PUESTO	Nº	SECCION	CANTIDAD	IMPORTE	CAMBIO DE NOMBRE
1	ALARCON MONTEZA, José Juan	Puesto Interior	153	Renovadora de calzado	01	15.00	
2	CAMPOS CIEZA, Alindor	Puesto Interior	176	Merceria	01	10.00	
3	HUANAMBAL DUEÑAS, Etelvina	Puesto Interior	197	Merceria	01	10.00	
4	MIREZ DIAZ, Violeta	Puesto Interior	196	Merceria	01	10.00	
5	VARGAS MEDINA, Mario FALLECIO	Puesto Interior	170	Relojeria	01	10.00	
6	HUANAMBAL BARBOZA, Luz Angelli	Puesto Interior		Ropa	01	10.00	
7	BARBOZA TAFUR, José Diego	Puesto Interior		Ropa	01	10.00	
8	GUARDIANIA	Puesto Interior	177	Guardiania	01	0.00	
	TOTAL	S/.				75.00	

José Raúl Díaz Linares
ADMINISTRADOR MERCADO CENTRAL

Nota: para el presente estudio se ha tomado como base de datos 76 comerciantes, porque según la información proporcionada 4 comerciantes son fallecidos.

Anexo 3. Instrumento

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

INTRODUCCIÓN

El presente instrumento pretende medir el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de la Asociación San Martín de Porres del mercado central de Chota – 2024; sus respuestas serán de carácter confidencial y anónimo, se les pide su total honestidad al momento de responder.

RESPONSABLES

Samuel Carranza Carrasco

Manuel Jesus Gavidia Ortiz

VARIABLE: CULTURA TRIBUTARIA

INDICACIONES

Lea cuidadosamente cada enunciado y seleccione la alternativa que considere usted como aquella que refleja mejor su situación, marcando para cada respuesta con una X dentro del recuadro, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificación:

Escala de Likert		
Nada	**Poco**	**Mucho**
1	2	3

APLICACIÓN

N°	Ítems	Respuestas		
		1	2	3
	Dimensión 1: Conocimiento Tributario			
1	Conoce qué impuestos debe pagar de acuerdo al giro de su negocio.			
2	Conoce la tasa del impuesto a la renta que debe pagar de manera mensual.			
3	Conoce sobre las normas tributarias vigentes en el país.			

4	Conoce las obligaciones formales que debe cumplir.			
5	Conoce las obligaciones sustanciales que debe cumplir.			
6	Conoce a qué régimen debe estar acogido.			

Escala de Likert		
Nunca	**Aveces**	**Siempre**
1	2	3

APLICACIÓN

N°	**Ítems**	**Respuestas**		
		1	**2**	**3**
	Dimensión 2: Responsabilidad tributaria			
7	Se informa sobre sus obligaciones tributarias que tiene como contribuyente.			
8	Realiza el pago de impuestos de manera puntual.			
9	Emite comprobantes de pago.			
10	Exige comprobante de pago por la compra de su mercadería.			
11	Considera que es necesario la recaudación de impuestos para el desarrollo del país.			
	Dimensión 3: Conciencia tributaria			
12	Cumple con sus obligaciones tributarais voluntariamente.			
13	Se siente motivado al cumplir con sus obligaciones tributarias.			
14	Considera que es mejor cumplir con sus obligaciones tributarias que faltar a la normativa del país.			
15	Paga sus impuestos en función a sus ingresos.			

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 4. Ficha de validación por juicio de expertos para el instrumento

Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIOS DE EXPERTOS PARA EL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

Nombre del experto	Juan Fernando Vallejos Diaz
Profesión	Contador
Experiencia profesional (en años)	26 años
Grado académico más alto	Doctor
Título del proyecto	Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024
Nombres y apellidos del responsable	Carranza Carrasco, Samuel – Gavidia Ortiz, Manuel Jesus

INDICACIONES:

Evalúe cada ítem del instrumento marcando con aspa en "1" si está totalmente de acuerdo con el ítem, o marcando con un aspa en "0" si está totalmente en desacuerdo; si está en desacuerdo, por favor especifique sus sugerencias.

Detalle de los ítems del instrumento	El instrumento consta de 15 ítems y ha sido construido teniendo en cuenta las dimensiones de la variable Cultura Tributaria en la matriz de consistencia. Luego del juicio del experto que determinará la validez de contenido, también será sometido a la prueba V de Aiken, para cuantificar la relevancia de los ítems.

Ítems y alternativas		**Evaluación del experto**	
Dimensión 1 Conocimiento tributario			
1. ¿Conoce qué impuestos debe pagar de acuerdo al giro de su negocio?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
2. ¿Conoce la tasa del impuesto a la renta que debe pagar de manera mensual?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			

Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

3. ¿Conoce sobre las normas tributarias vigentes en el país?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
4. ¿Conoce las obligaciones formales que debe cumplir?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
5. ¿Conoce las obligaciones sustanciales que debe cumplir?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
6. ¿Conoce a qué régimen debe estar acogido?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
Dimensión 2: Responsabilidad tributaria.			
7. ¿Se informa sobre sus obligaciones tributarias que tiene como contribuyente?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
8. ¿Realiza el pago de impuestos de manera puntual?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
9. ¿Emite comprobantes de pago?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
10. ¿Exige comprobante de pago por la compra de su mercadería?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
11. ¿Considera que es necesario la recaudación de impuestos para el desarrollo del país?		1 (X)	0 ( )

Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
Dimensión 3: Conciencia Tributaria			
12. ¿Cumple con sus obligaciones tributarais voluntariamente?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
13. ¿Se siente motivado al cumplir con sus obligaciones tributarias?		1 (x)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
14. ¿Considera que es mejor cumplir con sus obligaciones tributarias que faltar a la normativa del país?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
15. ¿Paga sus impuestos en función a sus ingresos?		1 (x)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			

C.P.C. Juan Fernando Vallejos Díaz
MAT N° 12-421

Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIOS DE EXPERTOS PARA EL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

Nombre del experto	Manuel Alex Reyesto Villanueva
Profesión	Contador
Experiencia profesional (en años)	05 años
Grado académico más alto	Magister
Título del proyecto	Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024
Nombres y apellidos del responsable	Carranza Carrasco, Samuel – Gavidia Ortiz, Manuel Jesus

INDICACIONES: Evalúe cada ítem del instrumento marcando con aspa en "1" si está totalmente de acuerdo con el ítem, o marcando con un aspa en "0" si está totalmente en desacuerdo; si está en desacuerdo, por favor especifique sus sugerencias.

Detalle de los ítems del instrumento	El instrumento consta de 15 ítems y ha sido construido teniendo en cuenta las dimensiones de la variable Cultura Tributaria en la matriz de consistencia. Luego del juicio del experto que determinará la validez de contenido, también será sometido a la prueba V de Aiken, para cuantificar la relevancia de los ítems.

Ítems y alternativas		**Evaluación del experto**	
Dimensión 1 Conocimiento tributario			
1. ¿Conoce qué impuestos debe pagar de acuerdo al giro de su negocio?		1 (x)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
2. ¿Conoce la tasa del impuesto a la renta que debe pagar de manera mensual?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			

Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

3. ¿Conoce sobre las normas tributarias vigentes en el país?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
4. ¿Conoce las obligaciones formales que debe cumplir?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
5. ¿Conoce las obligaciones sustanciales que debe cumplir?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
6. ¿Conoce a qué régimen debe estar acogido?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
Dimensión 2: Responsabilidad tributaria.			
7. ¿Se informa sobre sus obligaciones tributarias que tiene como contribuyente?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
8. ¿Realiza el pago de impuestos de manera puntual?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
9. ¿Emite comprobantes de pago?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
10. ¿Exige comprobante de pago por la compra de su mercadería?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
11. ¿Considera que es necesario la recaudación de impuestos para el desarrollo del país?		1 (X)	0 ( )

Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
Dimensión 3: Conciencia Tributaria			
12. ¿Cumple con sus obligaciones tributarais voluntariamente?		1 (x)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
13. ¿Se siente motivado al cumplir con sus obligaciones tributarias?		1 (x)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
14. ¿Considera que es mejor cumplir con sus obligaciones tributarias que faltar a la normativa del país?		1 (x)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
15. ¿Paga sus impuestos en función a sus ingresos?		1 (x)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			

C.P.C. Manuel Alex Rufasto Villanueva
MAT. N° 12-1907

Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIOS DE EXPERTOS PARA EL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

Nombre del experto	Carlos Evitt Tapia Idrogo
Profesión	Contador
Experiencia profesional (en años)	12 años
Grado académico más alto	Magister
Título del proyecto	Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024
Nombres y apellidos del responsable	Carranza Carrasco, Samuel – Gavidia Ortiz, Manuel Jesus

INDICACIONES: Evalúe cada ítem del instrumento marcando con aspa en "1" si está totalmente de acuerdo con el ítem, o marcando con un aspa en "0" si está totalmente en desacuerdo; si está en desacuerdo, por favor especifique sus sugerencias.

Detalle de los ítems del instrumento	El instrumento consta de 15 ítems y ha sido construido teniendo en cuenta las dimensiones de la variable Cultura Tributaria en la matriz de consistencia. Luego del juicio del experto que determinará la validez de contenido, también será sometido a la prueba V de Aiken, para cuantificar la relevancia de los ítems.

Ítems y alternativas		**Evaluación del experto**	
Dimensión 1 Conocimiento tributario			
1. ¿Conoce qué impuestos debe pagar de acuerdo al giro de su negocio?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
2. ¿Conoce la tasa del impuesto a la renta que debe pagar de manera mensual?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			

Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

3. ¿Conoce sobre las normas tributarias vigentes en el país?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
4. ¿Conoce las obligaciones formales que debe cumplir?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
5. ¿Conoce las obligaciones sustanciales que debe cumplir?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
6. ¿Conoce a qué régimen debe estar acogido?		1 (X)	0 ( )
Mucho		**Sugerencias:**	
Poco			
Nada			
Dimensión 2: Responsabilidad tributaria.			
7. ¿Se informa sobre sus obligaciones tributarias que tiene como contribuyente?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
8. ¿Realiza el pago de impuestos de manera puntual?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
9. ¿Emite comprobantes de pago?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
10. ¿Exige comprobante de pago por la compra de su mercadería?		1 (X)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
11. ¿Considera que es necesario la recaudación de impuestos para el desarrollo del país?		1 (X)	0 ( )

Cultura tributaria de los Comerciantes de la Asociación San Martin de Porres del Mercado Central de Chota – 2024

Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
Dimensión 3: Conciencia Tributaria			
12. ¿Cumple con sus obligaciones tributarais voluntariamente?		1 (✓)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
13. ¿Se siente motivado al cumplir con sus obligaciones tributarias?		1 (✓)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
14. ¿Considera que es mejor cumplir con sus obligaciones tributarias que faltar a la normativa del país?		1 (✓)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			
15. ¿Paga sus impuestos en función a sus ingresos?		1 (✓)	0 ( )
Siempre		**Sugerencias:**	
Aveces			
Nunca			

CPC. Carlos E. Tapia Idrogo
MAT N°12 - 1262

Anexo 5. Base de datos para el análisis del coeficiente del Alfa de Cronbach.

Encuesta	P1	P2	P3	P4	P5	P6		P7	P8	P9	P10	P11		P12	P13	P14	P15		Totales
Encuestado 1	2	1	1	1	1	2	8	2	1	2	1	2	8	1	2	2	2	7	23
Encuestado 2	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	2	1	6	1	1	1	1	4	16
Encuestado 3	2	1	2	1	1	1	8	1	2	1	3	2	9	2	1	2	2	7	24
Encuestado 4	1	2	1	2	1	1	8	1	1	1	1	2	6	2	1	2	1	6	20
Encuestado 5	1	1	1	1	1	2	7	2	2	1	3	2	10	2	2	3	2	9	26
Encuestado 6	1	1	1	2	2	1	8	1	1	1	2	1	6	1	1	2	1	5	19
Encuestado 7	1	1	1	1	1	1	6	2	1	1	2	1	7	1	1	1	1	4	17
Encuestado 8	2	1	1	1	1	1	7	1	2	1	2	1	7	1	1	1	1	4	18
Encuestado 9	1	1	1	1	2	2	8	2	2	1	3	2	10	2	2	2	2	8	26
Encuestado 10	1	1	2	1	1	1	7	2	1	2	2	2	9	2	2	1	2	7	23
Encuestado 11	2	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	5	1	1	2	1	5	17
Encuestado 12	1	2	1	2	2	2	10	2	2	1	2	2	9	2	2	1	2	7	26
Encuestado 13	2	1	2	1	1	1	8	1	2	2	3	3	11	3	3	3	3	12	31
Encuestado 14	1	2	1	1	1	1	7	2	1	1	2	2	8	2	2	2	2	8	23
Encuestado 15	1	1	1	1	1	1	6	2	1	1	1	1	6	1	1	2	1	5	17
Encuestado 16	1	2	1	1	2	2	9	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	12	35
Encuestado 17	1	1	2	1	1	1	7	1	1	1	2	1	6	1	1	2	1	5	18
Encuestado 18	2	1	1	1	1	1	7	2	2	2	3	3	12	3	3	2	3	11	30
Encuestado 19	1	1	2	1	1	2	8	1	1	1	2	2	7	2	1	2	2	7	22
Encuestado 20	1	2	1	2	2	2	10	2	2	2	3	2	11	2	2	3	3	10	31
Encuestado 21	1	1	1	1	1	1	6	2	2	2	3	2	11	2	2	2	2	8	25
Encuestado 22	1	2	2	1	1	1	8	2	2	2	3	2	11	2	2	2	2	8	27
Encuestado 23	1	1	1	1	1	1	6	1	2	1	1	1	6	1	1	2	1	5	17
Encuestado 24	1	2	1	2	2	1	9	2	2	2	3	3	12	3	2	3	3	11	32
Encuestado 25	1	1	1	1	2	1	7	2	1	1	2	1	7	1	1	2	1	5	19
Encuestado 26	1	2	1	2	2	1	9	1	1	2	2	2	8	2	2	2	2	8	25
Encuestado 27	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	5	1	1	2	1	5	16
Encuestado 28	2	1	1	1	1	1	7	1	1	1	2	2	7	1	1	2	1	5	19
Encuestado 29	1	2	1	1	1	1	7	2	2	2	3	3	12	2	2	3	3	10	29
Encuestado 30	2	1	1	2	2	2	10	2	2	2	3	2	11	2	2	2	2	8	29
Encuestado 31	1	1	1	1	1	1	6	1	1	2	1	2	7	1	1	2	2	6	19
Encuestado 32	1	2	1	1	1	2	8	2	2	2	3	2	11	2	2	2	2	8	27
Encuestado 33	1	1	1	2	2	1	8	2	2	2	3	3	12	2	2	1	2	7	27
Encuestado 34	2	1	1	1	1	2	8	1	1	1	2	2	7	1	1	2	1	5	20
Encuestado 35	1	2	1	1	2	2	9	1	1	1	1	1	5	1	2	2	1	6	20
Encuestado 36	2	1	1	1	1	2	8	2	2	2	3	2	11	2	2	2	2	8	27
Encuestado 37	2	1	1	1	1	1	7	2	2	1	2	2	9	2	2	1	2	7	23
Encuestado 38	1	1	2	1	1	1	7	2	2	1	3	2	10	2	2	2	2	8	25
Encuestado 39	2	1	1	1	1	1	7	1	2	2	3	3	11	2	3	2	3	10	28
Encuestado 40	1	2	2	1	1	2	9	2	2	1	2	2	9	2	2	2	2	8	26
Encuestado 41	2	1	1	1	1	2	8	2	2	1	2	2	9	1	1	2	1	5	22
Encuestado 42	1	2	2	1	1	1	8	2	2	1	2	1	8	1	2	2	2	7	23
Encuestado 43	1	1	1	1	1	2	7	1	1	2	2	1	7	1	1	2	1	5	19
Encuestado 44	2	1	1	1	1	2	8	2	2	1	2	2	9	1	1	1	1	4	21
Encuestado 45	1	1	1	1	1	1	6	1	1	2	2	2	8	1	2	3	2	8	22
Encuestado 46	1	2	1	1	1	2	8	2	2	1	2	2	9	2	2	3	2	9	26
Encuestado 47	1	1	1	2	2	2	9	2	2	1	2	1	8	2	1	2	2	7	24
Encuestado 48	1	2	1	1	1	2	8	1	1	1	2	1	6	1	1	2	1	5	19
Encuestado 49	2	1	2	1	1	2	9	2	2	2	3	3	12	2	2	2	2	8	29
Encuestado 50	1	1	1	1	1	2	7	1	1	1	2	2	7	1	2	1	1	5	19
Encuestado 51	2	1	2	1	1	1	8	2	2	1	2	2	9	2	2	2	2	8	25
Encuestado 52	1	2	1	1	1	2	8	2	2	1	2	2	9	2	2	2	2	8	25
Encuestado 53	1	1	1	1	1	2	7	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8	25
Encuestado 54	1	1	2	1	1	3	9	1	2	1	2	2	8	1	2	1	2	6	23
Encuestado 55	2	2	1	1	1	2	9	2	2	2	3	2	11	2	2	2	1	7	27
Encuestado 56	1	1	2	1	1	1	7	2	2	1	2	2	9	2	2	2	1	7	23
Encuestado 57	1	1	1	1	1	2	7	1	1	1	1	1	5	1	2	1	1	5	17
Encuestado 58	1	1	1	1	1	2	7	1	1	1	2	1	6	1	2	2	1	6	19
Encuestado 59	1	1	2	1	1	3	9	2	2	1	2	2	9	2	3	2	2	9	27
Encuestado 60	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	2	6	1	2	2	2	7	19
Encuestado 61	1	1	1	1	1	1	6	1	2	1	2	2	8	2	2	3	3	10	24
Encuestado 62	2	2	1	1	1	2	9	2	1	1	2	2	8	1	2	2	1	6	23
Encuestado 63	1	1	2	2	1	3	10	3	2	2	3	3	13	3	2	3	2	10	33
Encuestado 64	1	2	1	1	1	2	8	2	1	1	2	2	8	2	3	3	3	11	27
Encuestado 65	1	1	1	1	1	2	7	1	1	1	2	2	7	1	2	2	2	7	21
Encuestado 66	2	1	1	1	1	2	8	1	1	1	1	2	6	1	2	1	1	5	19
Encuestado 67	1	1	1	1	1	2	7	1	1	1	2	2	7	1	2	1	1	5	19
Encuestado 68	2	2	1	2	2	3	12	2	3	3	3	3	14	2	2	3	3	10	36
Encuestado 69	2	1	2	1	1	3	10	2	2	2	2	3	11	3	2	2	2	9	30
Encuestado 70	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	2	6	2	2	2	2	8	20
Encuestado 71	1	1	1	1	1	2	7	2	3	1	2	3	11	2	3	3	2	10	28
Encuestado 72	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	2	1	6	1	2	1	2	6	18
Encuestado 73	2	2	1	2	2	3	12	3	3	2	2	3	13	2	2	3	3	10	35
Encuestado 74	1	1	1	1	1	2	7	1	1	1	1	2	6	1	2	2	2	7	20
Encuestado 75	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	2	1	6	1	2	2	1	6	18
Encuestado 76	1	1	1	1	1	1	6	2	1	1	2	2	8	1	3	3	3	10	24
	0.21	0.20	0.17	0.13	0.15	0.40		0.32	0.35	0.26	0.44	0.42		0.40	0.36	0.39	0.48		

Validación de instrumento por Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1}\left[1 - \frac{\sigma Vi}{Vt}\right]$$

K	76
σVi	4.69
Vt	23.90

Sección 1	1.013
Sección 2	0.804
V. Absoluto S 2	0.804

α	0.815