



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS  
EN COMERCIANTES DEL MERCADO JOSÉ CARLOS  
MARIÁTEGUI - SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2022.**

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTORES:**

**TRINIDAD MONTES, HILDA EVELYNE**

Orcid <https://orcid.org/0000-0001-9556-5976>

**TRINIDAD MONTES, SHEYLA VERONIKA**

Orcid <https://orcid.org/0000-0001-7092-0310>

**ASESOR:**

**DR. SEMINARIO UNZUETA, RANDALL JESÚS**

Orcid <https://orcid.org/0000-0002-2040-6716>

**LIMA-PERÚ**

**2022**

## **Dedicatoria**

A Dios, el que me ha dado la vida fortaleza y sabiduría a mis padres Abel Trinidad Nolasco y Vilma Montes Salazar por su amor incondicional en cada etapa de mi vida. A mi querida hermana Milagros por su apoyo, a mis hijos, Shanthal, Sheymi por su paciencia y amor e impulsarme a seguir adelante a Wilber padre de mis hijas por su apoyo constante y por los años que compartimos juntos.

## **Dedicatoria**

A Dios, el que me ha dado la vida fortaleza y sabiduría a nuestros padres Abel Trinidad Nolasco y Vilma Montes Salazar por su amor incondicional en cada etapa de mi vida. A mi querida hermana Milagros por su apoyo, a mis hijos, Yamir, Mikhela por su paciencia y amor e impulsarme a seguir adelante-

## **Agradecimientos**

A Dios por permitirnos culminar uno de nuestras mis metas, a la universidad María Auxiliadora por permitir que esta meta se haga realidad a los doctores y catedráticos por compartir sus conocimientos y enseñanzas al doctor Randall Jesús Seminario Unzueta por brindarnos su asesoría en la tesis.

## Índice General

Dedicatoria .....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice General.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de Figuras.....	vi
Índice de Anexos.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT .....	ix
I.INTRODUCCIÓN .....	10
II. MATERIALES Y METODOS.....	20
III. RESULTADOS.....	25
IV. DISCUSION .....	31
V. REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFIA.....	34
ANEXOS .....	38

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Valores tributarios en los contribuyentes</i> .....	32
<b>Tabla 2.</b> <i>Valores tributarios en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui</i> .....	33
<b>Tabla 3.</b> <i>Educación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui</i> .....	34
<b>Tabla 4.</b> <i>Conciencia tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui</i> .....	35
<b>Tabla 5.</b> <i>Obligaciones tributarias formales en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui</i> .....	36
<b>Tabla 6.</b> <i>Obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui</i> .....	37

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Gráfico de barras de las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias .....	33
<b>Figura 2.</b> Gráfico de barras de la dimensión valores tributarios.....	34
<b>Figura 3.</b> Gráfico de barras de la dimensión educación tributaria.....	35
<b>Figura 4.</b> Gráfico de barras de la dimensión conciencia tributaria .....	36
<b>Figura 5.</b> Gráfico de barras de la dimensión obligaciones tributarias formales.....	37
<b>Figura 6.</b> Gráfico de barras de la dimensión obligaciones tributarias sustanciales	38

## Índice de Anexos

Anexo A. Operacionalización de las variables.....	39
Anexo B-1. Instrumento para la recolección de datos "cultura tributaria" .....	40
Anexo B-2. Instrumento para la recolección de datos "obligación tributaria".....	41
Anexo C. Validez del instrumento de recolección de datos .....	42

## RESUMEN

**Objetivo general:** determinar la relación de la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del Mercado José Carlos Mariátegui – San Juan de Lurigancho, 2022.

**Material y método:** el trabajo de investigación cuenta con un enfoque cuantitativo de tipo de estudio aplicada, contando con una población de 120 comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, distrito de San Juan de Lurigancho. Se aplicó fue la encuesta y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario en escala de Likert que está comprendido por 16 ítems.

**Resultados:** se encontró que las variables cultura tributaria y obligación tributarias tienen un  $Rho = 0,577$ , en cuanto a las dimensiones valores tributarios  $Rho = 0,586$ , educación tributaria  $Rho = 0,511$ , conciencia tributaria  $Rho = 0,466$  y existe una correlación positiva media entre la conciencia tributaria y la obligación tributaria con coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,466.

**Conclusiones:** en conclusión, las variables en estudio tienen una buena relación, lo que indica que cultura tributaria influye en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui.

**Palabras clave:** cultura tributaria, obligación tributaria, valores tributarios, educación y conciencia tributarias.



## ABSTRACT

**Objective:** determine the relationship between the tax culture and compliance with the tax obligation in the merchants of the José Carlos Mariategui Market - San Juan de Lurigancho, 2022.

**Material and method:** it was found that the variables tax culture and tax obligation have a  $Rho= 0.577$ , in terms of the dimensions tax values  $Rho= 0.586$ , tax education  $Rho= 0.511$ , tax awareness  $Rho=0.466$  and there is a positive average correlation between tax awareness and tax liability with Spearman's  $Rho$  correlation coefficient of  $0.466$ .

**Results:** it was found that the variables tax culture and tax obligation have a  $Rho= 0.577$ , in terms of the dimensions tax values  $Rho= 0.586$ , tax education  $Rho= 0.511$ , tax awareness  $Rho=0.466$  and there is a positive average correlation between tax awareness and tax liability with Spearman's  $Rho$  correlation coefficient of  $0.466$ .

**Conclusions:** In conclusion, the variables under study have a good relationship, which indicates that the tax culture influences the fulfillment of tax obligations in the merchants of the Jose Carlos Mariategui market.

**Keywords:** tax culture, tax obligation, tax values, tax education and awareness.

## I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como propósito demostrar cómo la cultura tributaria logra que los comerciantes, en la mayoría de los casos, cumplan con sus obligaciones tributarias. En los últimos años, los entornos sociales, económicos y culturales no conocen en su totalidad el rol fundamental de cómo la economía influye en la sociedad (Fernández, 2008). El sistema tributario, pese a los esfuerzos de las entidades administrativas, sigue teniendo problemas con el cumplimiento eficiente de las obligaciones y obtener una recaudación que cubra las expectativas y necesidades de los ciudadanos (Bravo Cucci, 2006). Con el tiempo, no solo nuestro país se percató que el problema principal no era la gestión administrativa, sino la falta de educación y cultura tributaria por parte de los ciudadanos, en sus deberes tributarios como contribuyentes (Reategui & Amasifuen, 2018). Muchas personas no logran concebir la tributación como un deber por parte del Estado para cubrir las necesidades que demandan en el país. Perú cuenta con una Administración Tributaria cuya función es la de administrar los tributos, teniendo como resultado los recursos necesarios para la solvencia fiscal y estabilidad económica, combatir las evasiones tributarias y cualquier delito tributario (Cárdenas Rojas, 2021). Sin embargo, muchas personas no sienten que exista reciprocidad entre el cumplimiento de sus obligaciones; es decir, a través del pago que les corresponda como contribuyentes hacia sus tributos y las mejoras que deberían reflejarse por el pago de estos tributos, pues la recaudación final está destinada para solventar a los servicios; sin embargo, estos problemas surgen por una mala administración de recursos (Mallqui, 2014). La finalidad del pago de los impuestos es satisfacer las necesidades del país a través de servicios públicos (hospitales, carreteras, colegios, etc.)

(Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2018) informó que, alrededor de 13 millones de trabajadores cumplieron sus labores siendo dependientes e independientes, conformando así 3 tipos de perfiles. En primer lugar, estaba el grupo conformado por 6.4 millones que laboraban como dependientes, de los cuales solo el 52% se encontraban trabajando de manera informal, quedando el 48% de trabajadores los que trabajaban formalmente. En segundo lugar, estaban los 5.9 millones de trabajadores que laboraban de manera independiente. De ellos, el 80% son informales y solo el 20% cumple con todas las formalidades. Por último, están los 1.3 millones de personas que son dependientes e

independientes, siendo la tasa de informalidad del 70% (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020).

Existen muchas personas que, con su esfuerzo, crean sus propios negocios, de los cuales en su mayoría no cuentan con conocimientos tributarios claros. Al encontrarse desinformados sobre todas las obligaciones que tienen como contribuyentes, evaden el pago de sus impuestos y otro porcentaje cree que con los tributos que aportan no están siendo invertidos de manera eficiente (Armas & Colmenares de Eizaga, 2009). Lo que no saben es que, para la economía y desarrollo de un país, las recaudaciones cumplen un rol importante, pues sirven para cubrir con todas las necesidades como salud, educación, infraestructura, seguridad, mantenimiento, instalaciones, etc.

Además, muchos de los comerciantes no emiten comprobantes de pago, porque cuando efectúas una compra no te hacen entrega de ningún comprobante y cuando haces el reclamo te entregan notas de venta falsas que no cuentan con ningún valor legal este hecho genera que el estado tenga un déficit en la recaudación de impuestos debido a ello se dificulta la mejora en la calidad de vida para sus habitantes.

Está claro que, la evasión tributaria actualmente es un problema social, el cual afecta drásticamente el desarrollo económico de los países. Una de las razones de esta problemática es la falta de motivación hacia los pagos de los tributos, es así como no se logra con el objetivo principal de las entidades administrativas, no hay un gran financiamiento del gasto público y por ello, para muchos contribuyentes no perciben los bienes y servicios que son adquiridos por el Estado para satisfacer las necesidades como comunidad (Grajales Londoño et al., 2019). La obligación tributaria, permite la recaudación de impuestos por medio de la fiscalización y el cumplimiento de las normas, ya que si estas no se cumplen se procede a una sanción de parte del Estado. Cabe precisar que, en estos últimos años el recaudo de impuestos se ha vuelto más compleja, pues tanto empresas como contribuyentes no cumplen con su deber tributario (Valenzuela, 2020). Por ello, es necesario indicar la importancia de estar informados para no infringiendo la ley y así, evitar problemas con la organización administrativa. Asimismo, los contribuyentes de las medianas y pequeñas empresas evitan el pago de multas e intereses, a pesar de notificarlos anticipadamente, se le comunica para mediante correos electrónicos, llamadas telefónicas, participando las fechas de vencimiento de su declaración mensual de IGV, impuestos a la renta así también informes a buzón electrónico del contribuyente (Gestión Noticias Perú, 2015).

Lo fundamental sería estimular una cultura tributaria que genere una acción más efectiva, teniendo en cuenta que estos son recursos de los habitantes en el que Estado es un ente administrativo; así, para lograr que sea de manera voluntaria por parte de los contribuyentes, sería indispensable que los habitantes puedan observar el beneficio que obtienen por pagar sus impuestos (Gil Hernández & Zapata, 2017). La potestad tributaria o también llamado poder tributario, establece los tributos por norma de rango de ley que, el cual tiene como objeto la imposición de tributos como obligaciones de pago y al Estado como ente ejecutor de ello, que será ejecutado mediante la ley que se configura como un vínculo jurídico (Masbernat, 2017). En cuanto a la evasión tributaria, los países latinoamericanos y en el caribe tienen una recaudación inferior de 22.8% del PBI, lo cual presenta una diferencia en los países de la región, esto significa una deficiente en la capacidad para asignar recursos de manera igualitaria, debido a los niveles elevados de informalidad por lo que sobresalen la evasión de tributos y erosión de las bases imponibles; a los que se suman los gastos tributarios sobrevalorados que representa un promedio de 30% de recaudación potencial (Collosa, 2019).

Existe una estrecha relación entre la cultura tributaria y la evasión tributaria o fiscal, debido a que, si los ciudadanos no son conscientes de lo importante que es pagar sus impuestos, la falta de conciencia tributaria genera una evasión tributaria abrumadora que perjudica enormemente los ingresos de la nación. Mientras menor sea la cultura tributaria de los contribuyentes, por malas prácticas de tributación, el riesgo de incurrir en evasión fiscal será mayor. Además, se analizó que en el Perú la informalidad, evasión de impuestos y la corrupción son delitos tolerados y los ciudadanos lo único que les queda es aceptar y convivir con ello; por lo que, se tiene que estructurar y reforzar los valores para que se cumplan las obligaciones tributarias de manera voluntaria (Leonidas & Tapia, 2011). En el Perú el sistema tributario está influenciado por la informalidad en un 55% y solo el 45% de la economía peruana es generada por el valor e ingresos, otra de las dificultades que enfrenta en sistema tributario peruano es la evasión de impuestos, lo cual ha crecido en los últimos años (Gil Mena, 2018). A pesar de todo el trabajo que realiza la SUNAT en Perú para que los ciudadanos cumplan con las obligaciones tributarias y aporten con el país, el ciudadano no tiene el hábito y entre ellos se aceptan la evasión de impuestos (Gil Hernández & Zapata, 2017).

Muchos contribuyentes no cuentan con un conocimiento sobre los impuestos que deben pagar o sobre las regulaciones que benefician al tipo de negocio que tienen; por ello, muchas veces se ven perjudicados. El fin de este presente trabajo es determinar como la falta de cultura tributaria influye en el cumplimiento de obligaciones tributarias, y como al emplearla dentro de nuestras actividades se lograría recaudar más impuestos. Debido a que es la base para crecer económica y socialmente, la cultura tributaria cumple un rol importante para la recaudación y el sostenimiento económico del país, la práctica activa de sus obligaciones tributarias, frente a la recaudación de tributos no ha logrado tener éxito, pues aún el Perú se caracteriza por ser un país informal, hay evasión y no se conoce a profundidad los bienes y servicios que el Estado ofrece.

Sobre la base de la realidad problemática presentada se planteó el siguiente problema general ¿De qué manera se relaciona la cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho, 2022?; asimismo, se plantearon los siguientes problemas específicos: ¿Existen relación entre los valores tributarios, educación tributaria y conciencia tributarios y las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho, 2022?

Con respecto a la definición de la primera variable, la cultura tributaria, es el conjunto de valores y conocimientos que cuenta un determinado país y sus contribuyentes respecto a la tributación, considera a su vez que, los contribuyentes no deben considerarse como una obligación, sino que forma parte de un deber constitucional que permite coadyuvar con el desarrollo del país y sus necesidades (Quispe et al., 2020). La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria menciona que la cultura tributaria surge en la solidaridad, responsabilidad, el sentido de pertenencia y de la conciencia de los derechos y responsabilidades que se tiene en una comunidad (Sunat, 2018). La cultura tributaria es conocida como el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarias por parte del contribuyente (Armas & Colmenares de Eizaga, 2009). Por otro lado, se considera que la cultura tributaria es la atribución de información y la capacidad de conocimientos que existe en un país respecto a los impuestos. Asimismo, la cultura tributaria considera que forma parte de las percepciones, actitudes y hábitos que tienen los contribuyentes de un país respecto a la tributación (Roca, 2008).

La dimensión valores tributarios, nos permite reconocer el conjunto de pautas que han sido establecidas por la sociedad con el objetivo de vivir en comunidad, esto conlleva una serie de aspectos como el cultural, moral, social y afectivo, esta serie de valores también incluye a la educación tributaria, pero de este concepto hablaremos más adelante (Peralta1 & Profesor, 2015); los indicadores son responsabilidad con el pago de tributos, pues con ello se logra que los contribuyentes sean conscientes de los pagos que deben realizar mensualmente, siendo responsables con ello y contando con la información necesaria (Gestión Noticias Perú, 2015). Además, cada persona, al asumir algún tipo de deuda u obligación tiene que ser responsable al cumplir con el pago y, en caso tuviera los intereses; además, de acuerdo con la puntualidad con el pago de tributos, que se logra que el contribuyente pueda cumplir con sus obligaciones en el día y con el pago puntualmente, además deben ser sinceros con el comportamiento que tiene un contribuyente frente a un deber tributario (Sunat, 2019); es así como también se considera como indicador a la sinceridad con el pago de tributos, el cual representa a la sinceridad que debe tener un contribuyente respecto a sus obligaciones. Asimismo, debe contar con un conocimiento responsable respecto a los deberes tributarios (Cárdenas Rojas, 2021).

Con respecto a la dimensión educación tributaria, se considera que una fomentación de la cultura tributaria permite que los países reduzcan los ingresos necesarios para alcanzar sus objetivos y satisfacer las necesidades de cada sociedad, educar a los contribuyentes no solo es compromiso de las administraciones tributarias, sino el Estado debe colaborar con los centros educativos, asociaciones y organizaciones no gubernamentales (OECD/FIIAPP, 2015); los indicadores que se identificaron fueron: conocimientos sobre los regímenes tributarios, pues gracias a este concepto, se entiende sobre la naturaleza que tiene los tributos y como el cumplimiento de esta, garantiza una perspectiva de política fiscal, la cual brinda desarrollo de los países (Chinchay Pongo, 2020); por otro lado, el conocimiento sobre las sanciones tributarias, nos muestra qué consecuencias tendría una persona como contribuyente ante el incumplimiento de sus obligaciones tributarias y es importante que las personas cuenten con esta información, pues de esta manera se evitarían las infracciones que surgen ante el incumplimiento. Las normas tributarias comprenden a las reglas que están establecidas por la administración de los tributos; en este caso, por la SUNAT a través de estas normas se crean, regulan y derogan a los impuestos que se deben pagar (Cruz Hinojosa, Verónica, 2008).

La dimensión conciencia tributaria, reconoce como el proceso que existe entre los ciudadanos contribuyentes, respecto a los deberes tributarios, no solo es cumplir con sus obligaciones, sino conocer qué conductas están permitidas y cuáles no respecto al sistema tributario. De esta manera, el contribuyente reconoce que al cumplir con el deber del pago de sus tributos se está beneficiando, pues con ello se solventan los servicios públicos y se mejora su funcionamiento, cumpliendo así el Estado en otorgar todos los servicios necesarios dirigidos a la sociedad (Armas & Colmenares de Eizaga, 2009), (Gómez & Macedo, 2014); de acuerdo con el indicador, deberes tributarios conocido también como deber constitucional de contribuir la cual incluye en primer lugar la conducta de tributaria, en segundo lugar, cumplir con las declaraciones juradas determinativas de tributos, tales como la emisión de comprobantes de pago y la tenencia de libros de contabilidad y en tercer para de estemodo se ejerza para su cumplimiento (Ruiz Castilla Ponce De León & Moreno, 2013).

Respecto a la segunda variable, el nacimiento de la obligación tributaria, es un valor cívico que genera interacción entre el estado y el contribuyente, mediante una obligación siendo este exigible coactivamente, para de este modo poder dar cumplimiento al código tributario, estipulado por ley, con el objetivo de recaudar ingresos que beneficiaran a los ciudadanos mejorando la calidad de vida (Baldeon et al., 2009). (Ortega & Pacherres, 2016). Respecto a la dimensión obligaciones tributarias formales, son impuestos establecidos por las leyes tributarios a los contribuyentes y dicho cumplimiento está en relación a procedimientos tributarios como declaraciones censales por contribuyente que desarrollen actividades que compensen beneficios sujetos a retención (De Acuña Reig et al., 2007); la emisión de comprobantes, el cual comprende al documento que acredita la transferencia económica de bienes, uso o prestación de servicios, etc. Su concepto permite que como contribuyentes conozcan y sepan diferencias las diferentes emisiones de comprobantes, de acuerdo con su rubro y negocio, por ejemplo, la emisión de facturas, de recibos por honorarios o boletas de ventas (Sunat, 2019); por otro lado, la solicitud de comprobantes de pago, que son los documentos que acreditan el buen manejo que tiene un contribuyente, pues de esta manera se evita la evasión tributaria. Con estos comprobantes se prueba la transacción y que, con su ingreso se pagan los impuestos que correspondan (Sunat, 2019); por último, la actualización de registros contables permite que un comerciante tenga el control total de sus cuentas, por lo

que, no contar con una actualización responsable de los registros contables estos no podrán ser rectificadas y se está cometiendo una infracción (Chavez & Tadeo, 2014; Lopez & Tamayo, 2012).

Por otro lado, la dimensión obligaciones tributarias sustanciales, hacen referencia a la obligación principal, siendo el contribuyente el que debe cumplir con el pago de los tributos que le correspondan y su objetivo principal es el pago de tributo, su nacimiento se produce por una ley y no de acuerdos entre particulares nace de esta manera la obligación sustancial, no solamente el pago de tributos sino también un conjunto de deberes formales que aseguran el cumplimiento de dicha obligación sustancial (Grajales Londoño et al., 2019; Sotelo Castañeda, 2000); respecto a sus indicadores tenemos la puntualidad en la declaración con el pago oportuno de tributos, dentro del cronograma de SUNAT, se podrá identificar que tan actualizados se encuentran los comerciantes con sus pagos correspondientes y si son puntuales con sus obligaciones (Gil Hernández & Zapata, 2017); asimismo, con el conocimiento sobre las infracciones, nos permitirá analizar si los comerciantes cuentan con una educación tributaria y a su vez, nos dará un panorama de la situación en la que se encuentra el país (Sunat, 2018); por último, la disposición de aprendizaje sobre las obligaciones tributarias, con ello se analizará que tan comprometidos son los comerciantes con la educación tributaria y el cumplimiento de sus obligaciones (Reategui & Amasifuen, 2018).

Muñoz & Zárate, (2018), realizaron una tesis que tiene como objetivo principal evaluar la relación del nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Canto Bucay, a través de encuestas con el fin de proponer un plan para fortalecer e implementar estrategias educativas y de capacitación tributaria; los resultados indican un bajo nivel en cultura tributaria, por la falta de motivación acerca de los tributos y un 50% que estima que la educación tributaria influiría en el cumplimiento de las leyes tributarias, el otro 3% sostiene que no se puede mejorar y se debe presentar públicamente un informe de contribuyentes incumplidos; por lo tanto se concluye que se obtuvo una correlación positiva media en los contribuyentes encuestados del cantón Bucay han incumplido en el pago de sus impuestos.

Astete, (2018), quien efectuó una tesis que tiene como objetivo principal evaluar la relación significativa entre la conciencia tributaria y la decisión de cumplimiento fiscal



de los estudiantes del curso de Actualización grupo, con el fin de determinar el tipo de relación que existe entre ambas. a través de encuestas se determinó que hay una muy baja asociación entre la conciencia tributaria positiva y decisión de incumplimiento fiscal; el resultado en un Análisis Vertical total muestra que existe una asociación baja entre la conciencia tributaria positiva y decisión de incumplimiento fiscal en un tamaño de efecto del 33%, en su nivel más alto, no llegando al 50%, siendo una asociación mínima. se concluye que estadísticamente existe una asociación baja entre la conciencia tributaria positiva y decisión de incumplimiento fiscal de los bachilleres del curso de Actualización.

Mollocondo Flores, (2017) ,quien presento su tesis que tiene como objetivo principal la relación entre la cultura tributaria en los stands de la galería Los Inkas y su incidencia en la contribución de la obligación tributaria a través de encuestas con el fin de conocer la relación entre valores tributarias y el cumplimiento de obligación tributaria; los resultados indican que existe una relación positiva muy débil y no significativa ( $R = .079$ ,  $p > .05$ ); por lo tanto concluye que a pesar de que mejoren los valores tributarios de los empresarios encuestados, este no tendría incidencia en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Soriano Figueroa, (2020), quien presentó su tesis que tiene como objetivo determinar la relación entre la cultura tributaria y su cumplimiento de las obligaciones tributarias de los micros y pequeñas empresas. Con el fin de conocer la relación entre ambas; cuyos resultados indican que el 82% declaran todos sus ingresos que perciben en sus Mypes, el 68% considera que pagando sus tributos contribuye en el desarrollo del país, el 87% considera que es necesaria una educación sobre temas tributarios en las escuelas; los resultados indican Chi cuadrado  $p = 0.018$ ; la cual concluye que hay una influencia positiva entre la cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias en micro y pequeñas empresas.

Ramirez Olortegui, (2019) ,realizó su trabajo de investigación que tiene como objetivo determinar la relación que hay entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes y la importancia de generar una cultura tributaria para evitar las multas o clausuras de los negocios; con el fin de conocer el comportamiento de los contribuyentes, en los resultados se muestra el 45.65 % de los comerciantes indican que son determinantes los valores de los contribuyentes en el cumplimiento del pago

de sus tributos y un 43.48 % de los contribuyentes están totalmente de acuerdo al considerar que el pago oportuno determina el cumplimiento de pago de tributos; en conclusión, se confirmó que existe relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes en los mercados distrito de los Olivos.

Burga Argandoña, (2015) ,realizó su trabajo de investigación cuyo objetivo es determinar la relación de cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra,2014, en este estudio tuvo un enfoque correlacional no experimental abarcando una población de 78 trabajadores y una muestra de 40 participantes para la recolección de datos se usó como instrumento la encuesta con el objetivo de conocer la relación que existe entre ellas ,así mismo se usó el análisis estadístico Chi Cuadrado de 45.504( $p < 0.001$ ) para la relación entre conciencia tributaria y programación de obligaciones tributarias, 41.990 ( $p < 0.001$ ) para la relación entre educación cívica tributaria e infracciones tributarias, 10.298 ( $p < 0.005$ ) para la relación entre la difusión y orientación tributaria con cumplimiento de obligaciones tributarias; por lo que se concluyó que las tres relaciones eran significativas y están relacionadas una de otra debido a que los porcentajes entre ellos son significativos.

La importancia de la presente investigación está planteada en el análisis de aquellas estrategias que ayudarán a los comerciantes para fomentar una cultura tributaria, la cual cumple con una de las funciones más importantes para impulsar el desarrollo económico del país, pues si los contribuyentes contarán con una educación cívica tributaria y tuvieran conciencia sobre la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias, el Estado a través de las recaudaciones se lograría mayores servicios públicos en beneficio de la comunidad. Además, se tiene como fin ayudar a los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui para fomentar su cultura tributaria y cumplan con sus obligaciones, evitando así las evasiones tributarias o alguna sanción como negociantes, esto en base de diversas opiniones de autores tanto nacionales como internacionales donde se contrarrestó los resultados obtenidos para luego discutirlos y brindar una recomendación al respecto. Lo cual permitirá que se promueva la importancia de una cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

En cuanto a la justificación teórica, se ha buscado generar aportes teóricos en base a la búsqueda de datos que permitirá que se conozca a profundidad la relación significativa de las variables cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes, logrando así el conocimiento tributario en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, distrito de San Juan de Lurigancho. Respecto a la justificación práctica, de esta manera, a través del estudio se desarrollará conciencia respecto a la importancia de una educación cívica tributaria con el fin de evitar que los comerciantes no cumplan con sus obligaciones. Respecto a la justificación social, los hallazgos obtenidos del estudio de investigación permitirán beneficiar a los comerciantes y fomentar conciencia hacia una cultura tributaria, con el objetivo de fomentar un cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. Respecto a la justificación metodológica, para lograr los objetivos de este estudio, la investigación cuenta con su propia metodología, la cual cuenta con dos cuestionarios que ayudará a recopilar la información necesaria de datos y presentar resultados con carácter objetivo.

Es así como también, se ha planteado como objetivo general de la presente investigación, determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho, 2022; asimismo, nuestros objetivos específicos son determinar la relación entre los valores tributarios, la educación tributaria, la conciencia tributaria, y las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho, 2022.

La hipótesis general: existiría relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho, 2022; las hipótesis específicas son: existiría relación entre los valores tributarios, la educación tributaria, la conciencia tributaria, y las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho, 2022.

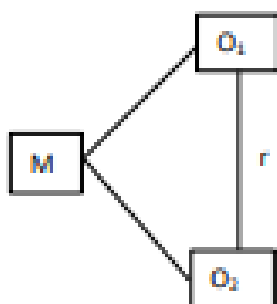
## II. MATERIALES Y MÉTODOS

### 2.1 ENFOQUE Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cuantitativo es de tipo aplicada, de diseño no experimental, de nivel correlacional y de corte transversal. Es cuantitativo porque utiliza análisis estadísticos y mide de forma numérica con el fin de implantar ciertos patrones de conducta (Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, 2014, p. 172), conjuntos, entidades o cualquier otro fenómeno que sea subordinado a exámenes. Además, porque se empleó la recolección de datos para dar respuesta a las preguntas de investigación que servirán para probar la hipótesis previamente establecida.

Se evalúa y mide aspectos, dimensiones componentes del fenómeno desde el espacio de perspectiva científico (Baena Paz, 2014).

Es de corte transversal debido a que almacena y analiza datos en un determinado tiempo (en Roberto Hernández Sampieri et al., 1991). Asimismo, de estudio correlacional, pues se detalla la relación de las variables y su definición que dan a conocer el grado de asociación que existe entre dos o más conceptos en una muestra. El esquema de diseño empleado en este estudio es el siguiente:



Donde:

M = Comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui

O1 = Cultura tributaria

O2 = Obligaciones tributarias

R = Relación

## 2.2 POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO

En la presente investigación la población de estudio está compuesta por 200 comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, San Juan de Lurigancho. En cuanto a los criterios de inclusión, el integrante debe ser comerciante contribuyente o no contribuyente dentro del mercado José Carlos Mariátegui, San Juan de Lurigancho. En la presente investigación, la muestra es de 120 comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, San Juan de Lurigancho. En la presente investigación, el muestreo a utilizar es el probabilístico aleatorio simple, es decir los 120 comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, San Juan de Lurigancho.

## 2.3 VARIABLES DE ESTUDIO

El presente estudio de investigación tuvo como variables principales la cultura tributaria y obligaciones tributarias, que según su naturaleza fueron consideradas variable cuantitativa con escala de medición de tipo ordinal Likert.

**Definición conceptual:** con respecto a la definición de la primera variable, la cultura tributaria, es el conjunto de valores y conocimientos que cuenta un determinado país y sus contribuyentes respecto a la tributación, considera a su vez que, los contribuyentes no deben considerarse como una obligación, sino que forma parte de un deber constitucional que permite coadyuvar con el desarrollo del país y sus necesidades (Quispe et al., 2020).

**Definición operacional:** la cultura tributaria se encuentra relacionada con el conocimiento y conductas de los contribuyentes, así como el cumplimiento de sus deberes como ciudadanos. Estas variables serán evaluadas a través de un cuestionario considerando las 3 dimensiones: valores tributarios, educación tributaria y conciencia tributaria, las cuales permitirán obtener un resultado y diagnóstico de los comerciantes, conformado por 6 ítems.

**Definición conceptual:** con respecto al nacimiento de la obligación tributaria es un valor cívico que genera interacción entre el estado y el contribuyente, mediante una obligación siendo este exigible coactivamente, para de este modo poder dar cumplimiento al código tributario, estipulado por ley, con el objetivo de recaudar ingresos que beneficiaran a los ciudadanos mejorando la calidad de vida (Baldeon et al., 2009), (Ortega & Pacherras, 2016).

**Definición operacional:** la obligación tributaria es un derecho que tiene el contribuyente con el estado y un deber ciudadano aplicando más información y llegando a tomar conciencia los contribuyentes del mercado José Carlos Mariátegui,

San Juan de Lurigancho. Estas estrategias serán evaluadas a través de un cuestionario considerando las 2 dimensiones: obligaciones tributarias formales y obligaciones tributarias sustanciales, las cuales permitirán obtener un resultado y diagnóstico de los comerciantes, conformado por 6 ítems, aplicada a 120 personas.

## **2.4. TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN**

### **Técnica de recolección de datos:**

El cuestionario es un conjunto de preguntas que tiene una o más variables que ayudarán a recolectar datos o información (Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, 2014). La técnica que se empleó en el presente trabajo de investigación fue la encuesta, la cual fue ampliamente utilizada en estudios cualitativos y a su vez, correlacional. Según Tamayo la encuesta es un instrumento que da contestación a un problema, tras la recolección ordenada de información mediante un diseño antes establecido que asegure la veracidad de la información.

### **Instrumentos de recolección de datos:**

Referente al instrumento para medir a la variable obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, San Juan de Lurigancho, se aplicó una encuesta relacionada a las variables de estudios. En este cuestionario se realizó un esquema tipo escala de Likert. Se tuvo como referencia a la investigación realizada por Pérez, D. (2016) quien realizó encuestas, cuestionarios y entrevistas. Este instrumento está compuesto por 16 ítems principales, las cuales se encuentran divididos por 2 dimensiones: cultura tributaria compuesta por 10 ítems y obligaciones tributarias compuesta por 6 ítems.

Cada uno de estos ítems está conformado por cuatro alternativas de respuesta, desde:

1=siempre

2= casi siempre

3= a veces

4= nunca

Respecto a la ficha técnica, esta se realizó de manera individual, siendo aplicado tanto a varones y mujeres comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui en el distrito

de San Juan de Lurigancho. El tiempo de encuesta se realizó en un periodo de 5 a 10 minutos. Para el procesamiento de datos se utilizó Statistical Package for the Social Sciences - SPSS versión 21 el cual está conformado por un conjunto de herramientas de tratamiento de datos y análisis estadísticos, el cual mediante cuadros de diálogo permite realizar el trabajo más rápido y sencillo.

### **Validez y confiabilidad de instrumentos de recolección de datos:**

De la totalidad de las solicitudes enviadas, solo tres especialistas nos evaluaron el marco teórico y el instrumento con respecto a las valoraciones de la congruencia de ítems, amplitud de contenido y la redacción de los ítems, de la misma manera la claridad y presión y por último la pertinencia del instrumento, Al calcular la ponderación por criterios del validador nos arroja un resultado de 86.27%, esto significa que el instrumento tiene un buen nivel para aplicarlos a los contribuyentes de mercado José Carlos Mariátegui. La confiabilidad del instrumento se determinó en función al indicador Alfa de Cronbach. El resultado de la prueba arrojó 0,902, lo que sustituye una consistencia interna alta del instrumento y su fiabilidad. Además, se resolvió someter a la prueba de confiabilidad a todos los ítems ( $i = 16$ ) con la función estadísticos total – elemento lo cual arrojó resultados confiables en todos los casos.

## **2.5 PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **2.5.1 Autorización y coordinaciones previas para la recolección de datos**

Para iniciar las actividades de trabajo de campo y poder realizar la recolección de datos, se pidió la carta de presentación a las autoridades de la Universidad María Auxiliadora. Una vez que se entregó, se gestionó el permiso necesario con el director académico de la escuela profesional de Contabilidad y Finanzas, para empezar con el abordaje de los comerciantes del mercado seleccionado para el estudio del trabajo de investigación.

### **2.5.2 Aplicación de instrumento(s) de recolección de datos**

Para la aplicación de las encuestas, se solicitó autorización al presidente de la asociación del “Mercado José Carlos Mariátegui”, con previa coordinación la encuesta

se aplicó al día siguiente a los comerciantes del mercado de San Juan de Lurigancho. En cuanto a la recolección de datos, esta se realizó en el mes de enero del 2022, a cada participante de esta encuesta se le informó sobre el propósito de esta encuesta, los objetivos de estudio y se les dio entrega de un consentimiento para su participación. Luego de culminar el trabajo de campo, se verificaron las fichas para su adecuado uso en este estudio.

## **2.6 MÉTODOS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICOS**

Se llevó a cabo con el examen estadístico de las variables de estudio, las cuales fueron sometidas a ensayos estadísticos, las cuales fueron traspasadas a una planilla de Excel para su tratamiento. Se realizó la prueba de Rho de Spearman la cual ayudó a comprobar la hipótesis de estudio ( $H_a$ ). Por esta razón, se llevó a cabo todo el procedimiento a través de la base de datos del programa SPSS v.21.

## **2.7 ASPECTOS ÉTICOS**

Respecto a las características del presente trabajo de investigación se tomaron en cuenta cuatro aspectos éticos conformados por autonomía, beneficencia, maleficencia y justicia. Estos aspectos fueron considerados principios claves para llevar a cabo el estudio, pues se salvaguardo los datos de los 120 participantes, se entregó información clara sobre el procedimiento del cuestionario y se contó con el consentimiento de cada uno de los participantes.

### **Principio de Autonomía**

Este principio se desarrolló en el estudio de investigación se solicitará el permiso respectivo al administrador del mercado José Carlos Mariátegui, además se les pedirá a los comerciantes que otorguen su consentimiento para participar de la encuesta realizada para la recopilación y análisis de datos.

### **Principio de beneficencia**

En el presente estudio, se brindó toda la información necesaria a los participantes de la encuesta y el fin de este trabajo.



### **Principio de no maleficencia**

El presente estudio, será anónimo con el fin de no invadir la privacidad de los comerciantes ya que el estudio es netamente académico también se indicó a los participantes que en ninguna circunstancia los resultados obtenidos implicarían algún riesgo.

### **Principio de justicia**

En este estudio, a todos los participantes de este estudio se los trató de la misma manera, evitando preferencias con un trato de cordialidad y respeto.

## **III. RESULTADOS**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo hallar la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022, se evaluaron los resultados con estadística inferenciales de correlación, de la encuesta del mercado José Carlos Mariátegui, dando respuesta a las variables y sus dimensiones; asimismo se obtuvieron los siguientes resultados

### **3.1. Contrastación de hipótesis**

Para la contrastación de la hipótesis general y específicas, la correlación lineal de Rho de Spearman como prueba estadística paramétrica, que admite determinar la relación entre las variables de estudio cultura tributario y la obligación tributaria, la muestra está conformada por 120 clientes.

a la contrastación de las hipótesis, se procedió a aplicar el test de normalidad a los datos de cada una de las variables de estudio, es decir, tanto para la variable cultura tributaria como para obligación tributaria para elegir de acuerdo a ello la prueba estadística adecuada. Los resultados son los siguientes:

Tabla 1: Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk.

	PRUEBAS DE NORMALIDAD					
	KOLMOGOROV-SMIRNOV <sup>A</sup>			SHAPIRO-WILK		
	ESTADÍSTICO	GL	SIG.	ESTADÍSTICO	GL	Sig.
CULTURA TRIUTARIA	,187	120	,000	,932	120	,000
OBLIGACION TRIBUTARIA	,185	120	,000	,881	120	,000

A. CORRECCIÓN DE SIGNIFICACIÓN DE LILLIEFORS

### Regla de decisión

Si la Sig. (p valor) > 0,05 la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) es aceptada

Si la Sig. (p valor) < 0,05 la hipótesis alterna (H<sub>a</sub>) es aceptada y la hipótesis nula se rechaza.

### Prueba de hipótesis cultura tributaria

Las hipótesis de normalidad para los datos de la variable cultura tributaria se muestran a continuación:

H<sub>0</sub>: Los datos de la variable cultura tributaria presentan distribución normal. H<sub>a</sub>: Los datos de la variable cultura tributaria no presentan distribución normal.

**Interpretación:** se obtuvo un valor de Kolmogórov-Smirnov de 0,187, el valor de significancia es equivalente a 0,000, menor que el  $p < 0,05$ . Por lo tanto, se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis altera; es decir, se puede afirmar que los datos de la variable cultura tributaria no es una distribución normal.

**Conclusión:** Al verificar que la variable cultura tributaria tiene una distribución no paramétrica, procede la aplicación de la correlación lineal de Rho Spearman para el contraste de las hipótesis.

## Prueba de hipótesis obligación tributaria

Las hipótesis de normalidad para los datos de la variable obligación tributaria se muestran a continuación:

Ho: Los datos de la variable obligación tributaria presentan distribución normal. Ha: Los datos de la variable obligación tributaria no presentan distribución normal.

**Interpretación:** se obtuvo un valor de Kolmogórov-Smirnov de 0,185, el valor de significancia es equivalente a 0,000, menor que el  $p < 0,05$ . Por lo tanto, se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis altera; es decir, se puede afirmar que los datos de la variable obligación tributaria no es una distribución normal.

**Conclusión:** Al verificar que la variable obligación tributaria tiene una distribución no paramétrica, procede la aplicación de la correlación lineal de Rho Spearman para el contraste de las hipótesis.

Tabla 2: Grado de relación según coeficiente de correlación de Spearman

Rangos	Relación
-091 a -1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable.
-0.26 a -0.50	Correlación negativa media.
-0.11 a -0.25	Correlación negativa débil.
-0.01 a -0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.01 a +0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.11 a +0.25	Correlación positiva débil.
+0.26 a +0.50	Correlación positiva media.
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable.
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta.

Fuente: (Hernández et al., 2014, p. 305).

## 2.2. ESTADÍSTICA INFERENCIAL

### 2.2.1. Hipótesis general

Ha.- Existe relación significativa entre la variable la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho, 2022.

Ho.- No existe relación significativa entre la variable la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.

*Tabla 3: correlación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.*

CORRELACIÓN		OBLIGACION TRIBUTARIA
CULTURA TRIBUTARIA	Coeficiente de correlación	,577
	Rho de Spearman	
	Sig. (bilateral)	,000
	N	120

Fuente: SPSS vers. 21

**Interpretación:** como se observa en la tabla 3 la correlación entre las variables muestra que existe una correlación positiva considerable entre ambas variables, ya que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,577, también la significancia obtenida es de 0,000 el cual menor al p valor ( $p < 0,05$ ); es decir, existe relación significativa entre las variables cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

**Decisión:** se decide rechazar la hipótesis nula de la hipótesis general de estudio.

### 2.2.2. Hipótesis Específicas

#### Hipótesis Especifica 1

Ha.- Existe relación significativa entre la dimensión el valor tributario y obligación tributarios en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.

H<sub>0</sub>.- No existe relación significativa entre la dimensión valor tributario y obligación tributarios en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.

*Tabla 4: correlación entre el valores tributarios y obligación tributarios en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.*

	<b>CORRELACIÓN</b>	<b>OBLIGACIÓN TRIBUTARIA</b>
VALOR TRIBUTARIO	Coefficiente de correlación	,586
	Rho de Spearman	
	Sig. (bilateral)	,000
	N	120

Fuente: SPSS vers. 21

**Interpretación:** como se observa en la tabla 4, la correlación entre las variables muestra que existe una correlación positiva considerable entre ambas variables, ya que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,586, también la significancia obtenida es de 0,000 el cual menor al p valor ( $p < 0,05$ ); es decir, existe relación significativa entre las variables valor tributario y obligación tributarios.

**Decisión:** se decide rechazar la hipótesis nula de la hipótesis específica del estudio.

## **Hipótesis Específica 2**

H<sub>a</sub>.- Existe relación significativa entre la dimensión educación tributaria y obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.

H<sub>0</sub>.- No existe relación significativa entre la dimensión educación tributaria y obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.

Tabla 5: correlación entre la educación tributaria y obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.

CORRELACIÓN		OBLIGACION TRIBUTARIA
EDUCACION TRIBUTARIA	Coefficiente de correlación	,511
	Rho de Spearman	
	Sig. (bilateral)	,000
	N	120

Fuente: SPSS vers. 21

**Interpretación:** como se observa en la tabla 5, la correlación entre las variables muestra que existe una correlación positiva considerable entre ambas variables, ya que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,511, también la significancia obtenida es de 0,000 el cual menor al p valor ( $p < 0,05$ ); es decir, existe relación significativa entre las variables educación tributaria y obligación tributaria.

**Decisión:** se decide rechazar la hipótesis nula de la hipótesis específica del estudio

### Hipótesis Especifica 3

H<sub>a</sub>.- Existe relación significativa entre la dimensión la conciencia tributaria y la obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.

H<sub>0</sub>.- No existe relación significativa entre la dimensión la conciencia tributaria y la obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.

Tabla 6: correlación entre la conciencia tributaria y la obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho 2022.

CORRELACIÓN		OBLIGACION TRIBUTARIA
CONCIENCIA TRIBUTARIA	Coefficiente de correlación	,466
	Rho de Spearman	
	Sig. (bilateral)	,000
	N	120

Fuente: SPSS vers. 21

**Interpretación:** como se observa en la tabla 6 la correlación entre las variables muestra que existe una correlación positiva media entre ambas variables, ya que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,466, también la significancia obtenida es de 0,000 el cual menor al p valor ( $p < 0,05$ ); es decir, existe relación significativa entre las variables conciencia tributaria y la obligación tributaria.

**Decisión:** se decide rechazar la hipótesis nula de la hipótesis específica del estudio

## IV. DISCUSIÓN

### 4.1 DISCUSIÓN

En el presente estudio se plantea la relación que existe entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho, 2022.

En este estudio se contrastan los resultados que se obtuvieron del análisis de datos, con resultados de estudios y antecedentes que se encuentran en la introducción del presente trabajo.

En relación al objetivo general que consiste en determinar si existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, donde los resultados obtenidos indican que existe una relación significativa entre las variables, con una correlación de Rho de Spearman de 0,577 y p-valor igual a 0,000 ( $p < 0,05$ ); el cual se asemeja con la investigación de Soriano (2020), en la que indica que existe una correlación fuerte y positiva entre las variables cultura tributaria y su influencia en la obligaciones tributarias en las micro y pequeñas empresas con chi de  $p = 0.0018$ .

En relación al objetivo específico uno que consiste en describir la relación de valores tributarios y la obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, cómo se observa existe una correlación positiva considerable entre ambas, ya que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,586, también la significancia obtenida es de 0,000 el cual menor al p valor ( $p < 0,05$ ); es decir, existe relación significativa entre ambas, lo cual defiende que la investigación de Mollocondo Flores, (2017), la que indica que la dimensión valores tributarios y la variable

cumplimiento de las obligaciones tributarias que existe una relación positiva muy débil no significativa ( $R = .079$ ,  $p > .05$ ).

En relación al objetivo específico dos que consiste en describir la relación de educación tributaria y la obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, los resultados de la nuestra investigación muestran que existe una correlación positiva considerable entre ambas, ya que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,511, también la significancia obtenida es de 0,000 el cual menor al p valor ( $p < 0,05$ ); lo cual se asemeja al estudio de Burga (2015), donde indica que existe relación positiva, directa y significativa entre las dimensiones educación tributaria y la obligación tributaria así mismo se usó el análisis estadístico Chi Cuadrado de 41.990 ( $p < 0.001$ ) con la variable obligación tributaria.

En relación al objetivo específico tres que consiste en describir la relación de la conciencia tributaria y la obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, los resultados de nuestra investigación muestran que existe correlación positiva media entre ambas, ya que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,466, también la significancia obtenida es de 0,000 el cual menor al p valor ( $p < 0,05$ ); el cual difiere al estudio de Astete, (2018), quien indica que existe una asociación estadísticamente baja de la dimensión conciencia tributaria positiva y decisión de incumplimiento fiscal.

## **4.2 CONCLUSIONES**

- En términos generales, de los resultados obtenidos de los clientes encuestados, en el que muestran que existe relación significativa entre la variable cultura tributaria y obligación tributaria, se concluye que las variables tienen una buena relación, lo que indica que la cultura tributaria influye en la obligación tributaria en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui – San Juan de Lurigancho, 2022.
- En cuanto a la dimensión valores tributarios y la variable obligación tributaria, se concluye que existe relación significativa en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui – San Juan de Lurigancho, 2022.



- Asimismo, la dimensión educación tributaria y la variable obligación tributaria, existe relación significativa; por lo que, se concluye que la educación tributaria y obligación tributaria, se concluye que existe relación significativa en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui – San Juan de Lurigancho, 2022.
- Así mismo, la dimensión conciencia tributaria y la variable obligación tributaria, existe relación significativa en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui – San Juan de Lurigancho, 2022.

### **4.3 RECOMENDACIONES**

Según lo mencionado anteriormente, para lograr tener una cultura tributaria que promueva el cumplimiento de las obligaciones tributarias es primordial que el Estado y la Administración Tributaria innoven en sus estrategias de fomentación y orientación sobre la cultura tributaria con el fin de obtener mayor conciencia y educación al respecto; por lo que, se recomienda a través de lo analizado lo siguiente:

Es necesario que se brinde una mayor educación tributaria, otorgando no solo esta educación en instituciones educativas, sino expandir la información en diferentes medios como redes sociales, conferencias, seminarios de manera gratuita para fomentar la participación de los contribuyentes.

Es necesario contar con centros de orientación sobre la educación tributaria que esté al alcance de todos los ciudadanos, esto permitirá que los contribuyentes comprendan cómo el Estado junto a la Administración Tributaria manejan las recaudaciones y cómo es que beneficia a toda la comunidad.

Los contribuyentes deben sentir que sus aportes si son usados en los servicios públicos y que sí lo benefician como ciudadano, por ese motivo

El estado debe cumplir con un rol que permita generar confianza a los ciudadanos a través de la información.

Es importante concientizar a los ciudadanos sobre la importancia del cumplimiento de sus tributos para mejorar la calidad de vida.

Se recomienda a los funcionarios estatales recuperar la confianza del contribuyente, mediante la constante información y transparencia de los gastos del estado.

Informar de manera consecutiva los beneficios y requisitos de cada régimen y actualizaciones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armas, M. E., & Colmenares de Eizaga, M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *REDHECS: Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 4(6), 141–160.  
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210&info=resumen&idioma=SPA>
- Astete, C. N. (2018). Conciencia tributaria y cumplimiento fiscal bajo el marco de la nueva reforma tributaria 2017. *Tesis Pregrado*, 1–89.  
<http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2411>
- Baena Paz, G. M. E. (2014). *Metodología de la Investigación*. (G. E. Patria (ed.); 1st ed.).  
[www.editorialpatria.com.mx](http://www.editorialpatria.com.mx)
- Baldeon, N., Roque, C., & Garayar, E. (2009). *Código Tributario comentado* (G. J. S.A. (ed.); 1st ed.). [https://www.academia.edu/36139615/Código\\_Tributario\\_comentado](https://www.academia.edu/36139615/Código_Tributario_comentado)
- Bravo Cucci, J. (2006). Sistema tributario peruano: Situación actual y perspectivas. *Derecho & Sociedad*, 0(27), 86–88.  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechosociedad/article/view/17163>
- Burga Argandoña, M. E. (2015). Cultura Tributaria Y Obligaciones Tributarias En Las Empresas Comerciales Del Emporio Gamarra, 2014. *Repositorio Académico USMP*, 11, 108. <https://acortar.link/lnyxvv>
- Cárdenas Rojas, G. R. (2021). La Educación Tributaria En El Perú: Una Alternativa Para Mejorar El Cumplimiento De Las Obligaciones Tributarias. *In Crescendo*, 11(2), 241.  
<https://doi.org/10.21895/incres.2020.v11n2.07>
- Chavez, M., & Tadeo, V. (2014). *Cultura Tributaria Y El Cumplimiento De Obligaciones Tributarias En El Mercado Modelo De Huancayo*. UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ.
- Chinchay Pongo, N. N. (2020). *CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN CONTRIBUYENTES DEL NUEVO REGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO DEL MERCADO ROBERTO SEGURA, JAÉN*. 121.
- Collosa, A. (2019). *Evasión Tributaria en América Latina: Un Llamado de atención para todos*. | Centro Latinoamericano de Administración Tributaria.  
<https://www.ciat.org/evasion-tributaria-en-america-latina-un-llamado-de-atencion-para-todos/>
- Cruz Hinojosa, Verónica, A. (2008). Una reflexión sobre el aspecto ético en la obligación tributaria en México. *Buen Gobierno*, 4, 50–70.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=569660526002>
- De Acuña Reig, J. L., Ruiz Toledano, J. I., Pedraz Calvo, M., & Garcia Monco, A. M. (2007). *Procedimientos tributarios - Google Libros* (R. Huesca Boadilla (ed.); Volumen 3).  
<https://books.google.com.pe/books?id=Y1Om9ldeYwwC&pg=PA106&dq=tipos+de++o>

bligaciones+tributarias&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj9vpeFvcHrAhWBm1kKHX-ZAEcQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=tipos de obligaciones tributarias&f=false

Fernández, V. M. Á. (2008). *Todo procedimiento tributario: 2007-2008* (Fiscal CIS). [https://books.google.com.pe/books?id=2grIorh5q\\_wC&pg=PA223&dq=obligacion+tributaria&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjo-NzLscHrAhXP1kKHaeqAlAQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=obligacion+tributaria&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=2grIorh5q_wC&pg=PA223&dq=obligacion+tributaria&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjo-NzLscHrAhXP1kKHaeqAlAQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=obligacion+tributaria&f=false)

Gestión Noticias Perú. (2015). *Sunat busca mejorar cumplimiento tributario oportuno de medianas y pequeñas empresas*. Gestión; Noticias Perú. <https://gestion.pe/economia/sunat-busca-mejorar-cumplimiento-tributario-oportuno-medianas-pequenas-empresas-104550-noticia/>

Gil Hernández, K., & Zapata, L. (2017). *Cultura Tributaria del Perú*. Fundación Universitaria de La Cámara de Comercio de Bogotá, 21. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20219/TCPG463c.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gil Mena, F. (2018). *Economía: El sistema tributario del Perú y las dificultades que hacen lento su desarrollo*. Gestión Noticias Perú; NOTICIAS GESTIÓN. <https://gestion.pe/economia/dificultades-enfrenta-sistema-tributario-peru-226012-noticia/>

Gómez, L. M., & Macedo, J. C. (2014). La Difusión De La Cultura Tributaria Y Su Influencia En El Sistema Educativo Peruano. *Investigación Educativa*, 12(21), 143–153. <file:///C:/Users/19220/OneDrive/Escritorio/descarga.pdf>

Grajales Londoño, G., Vargas Sierra, C. A., & Agudelo Giraldo, L. D. (2019). *Estatuto tributario 2019. Buenas prácticas tributarias de gobierno corporativo* (E. de la U (ed.); 1st ed.). <https://books.google.com.pe/books?id=SzSjDwAAQBAJ&pg=PA55&dq=obligacion+tributaria+2019&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiH2O22t8HrAhXEzlkKHXLgBdkQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q=obligacion+tributaria+2019&f=false>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (M. M. G. Hill (ed.)).

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *La informalidad y la Fuerza de Trabajo*. [https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1764/cap04.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1764/cap04.pdf)

Leonidas, D., & Tapia, S. (2011). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257)

C120081DB15/\$FILE/cultura\_tributaria\_dulio\_solorzano.pdf

- Lopez, R., & Tamayo, E. (2012). *Los libros contables (Proceso integral de la actividad comercial)*. Editex.  
<https://books.google.com.pe/books?id=K0MFBAQAQBAJ&pg=PA68&dq=libros+contables&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj8pf6WztLrAhUHIFkKHfdhC1oQuwUwAHoECAEQCA#v=onepage&q=libros+contables&f=false>
- Mallqui, W. (2014). *Recaudacion\_De\_Tributos\_Mallqui\_Peru.Pdf* (p. 196).  
[https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista\\_7/recaudacion\\_de\\_tributos\\_mallqui\\_peru.pdf](https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_7/recaudacion_de_tributos_mallqui_peru.pdf)
- Masbernat, p. (2017). *UNA TESIS SOBRE LA NATURALEZA Y LAS CARACTERÍSTICAS DE LA OBLIGACIÓN TRIBUT...: EBSCOhost*.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=2ed2bc4d-a527-4fbf-be7b-5a59a986151a%40sessionmgr4006>
- Mendoza, K. (2019). *La relación entre el visual merchandising y la decisión de compra de los clientes de una tienda de ropa detallista , Arequipa.,.* 165.
- Mollocondo Flores, L. (2017). *Cultura Tributaria En Los Stands De La Galeria Los Inkas Y Su Incidencia En La Contribucion De La Obligacion Tributaria - Periodo 2016*. 94.  
[http://repositorio.upsc.edu.pe/bitstream/handle/UPSC/4397/Liliana\\_MOLLOCONDO\\_FLORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upsc.edu.pe/bitstream/handle/UPSC/4397/Liliana_MOLLOCONDO_FLORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Muñoz, A., & Zárate, J. (2018). Evaluación del Nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes minoristas en el cantón Bucay, Provincia del Guayas. *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*, 1–148.
- OECD/FIIAPP. (2015). *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía. Guía sobre educación tributaria en el mundo*. Paris.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1787/9789264222786-es>.
- Ortega, R., & Pacherres, A. (2016). *Guía Tributaria - Contable y Análisis Jurisprudencial* (ECB Edicio).  
[https://www.academia.edu/29162670/Guía\\_Tributaria\\_Contable\\_y\\_Análisis\\_Jurisprudencial](https://www.academia.edu/29162670/Guía_Tributaria_Contable_y_Análisis_Jurisprudencial)
- Peralta1, D. C. E., & Profesor. (2015). Tributación y derechos fundamentales los principios constitucionales como límite al poder tributario: Reflexiones a partir de los ordenamientos jurídicos de Brasil y Costa Rica. *Revista de Ciencias Jurídicas*, 0(138), 89–133.
- Quispe, G., Arellano, O., Negrete, O., Rodríguez, E., & Vélez, K. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador. *Revista Espacios*, 41(29), 153–171. <https://www.revistaespacios.com>
- Ramirez Olortegui, M. G. (2019). Cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes en los mercados del distrito de Los Olivos, 2019. *Repositorio Institucional*

- UCV, 0–3.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47443/Ramirez\\_OMG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47443/Ramirez_OMG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Reategui, & Amasifuen, M. (2018). Importancia de la cultura tributaria en el Perú.

*Accounting Power for Business*, 1(1), 73–90.

[https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_apfb/article/view/898](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898)

Roca, C. (2008). Estrategias Para La Formación De La Cultura Tributaria. *Administración Tributaria*, II, 2–27.

[https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/guatemala42\\_2008\\_tema1\\_Guatemala.pdf](https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/guatemala42_2008_tema1_Guatemala.pdf)

Ruiz Castilla Ponce De León, P. DE, & Moreno, R. (2013). Constitucionalización de la definición del tributo. *Derecho PUCP*, (71), 257–279.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=533656138011>

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (S. A. D. C. V. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES (ed.); 6th ed.).

<https://doi.org/https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbmxb250YWRlcmlhcHVibGljYTk5MDUxMHxneDo0NmMxMTY0NzkxNzliZmYw>

Soriano Figueroa, A. G. (2020). *La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas del distrito de Independencia, 2019*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16416>

Sotelo Castañeda, E. (2000). Sujeción Pasiva en la Obligación Tributaria. *Derecho & Sociedad*, 15, 193–209.

Sunat. (2018). *Código Tributario*. <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/>

Sunat. (2019). *Mis comprobantes de pago | Emprendedor Sunat*. Sunat.

<https://emprender.sunat.gob.pe/mis-comprobantes-de-pago>

Tamayo, M. (2003). *El Proceso de Investigación Científica*. (L. N. E. S.A. (ed.); 4th ed.).

[https://www.academia.edu/17470765/EL\\_PROCESO\\_DE\\_INVESTIGACION\\_CIENTIFICA\\_MARIO\\_TAMAYO\\_Y\\_TAMAYO\\_1?auto=download](https://www.academia.edu/17470765/EL_PROCESO_DE_INVESTIGACION_CIENTIFICA_MARIO_TAMAYO_Y_TAMAYO_1?auto=download)

Valenzuela, N. (2020). *Importancia del Cumplimiento Tributario*. Estado Diario.

<https://estadodiario.com/al-aire/importancia-del-cumplimiento-tributario/>

## ANEXOS

### Anexo A. Operacionalización de las variables

#### Cultura tributaria y obligaciones tributarias en comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui – San Juan de Lurigancho, 2022.

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE SEGÚN SU NATURALEZA Y ESCALA DE MEDICIÓN	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Nº DE ÍTEMS	VALOR FINAL	CRITERIOS PARA ASIGNAR VALORES
Cultura tributaria	Tipo de variable según su naturaleza: Cualitativa Escala de medición: Ordinal	Es el conjunto de valores y conocimientos que cuenta un determinado país y sus contribuyentes respecto a la tributación, considera a su vez que, los contribuyentes no deben considerarse como una obligación, sino que forma parte de un deber constitucional que permite coadyuvar con el desarrollo del país y sus necesidades (Quispe et al., 2020).	La cultura tributaria se encuentra relacionada con el conocimiento y conductas de los contribuyentes, así como el cumplimiento de sus deberes como ciudadanos conformados por 10 ítems.	Valores tributarios	Responsabilidad con el pago de tributos	1	Escala ordinal tipo Likert 1= Siempre 2=Casi siempre 3= A veces 4= Nunca	Las dimensiones del cuestionario se obtuvieron a partir de las puntuaciones de los ítems recogidos de una escala de Likert con 4 opciones de respuestas. Las puntuaciones se transformaron en una escala de 0 a 100 para facilitar su interpretación
					Puntualidad con el pago de tributos	1		
					Sinceridad con el pago de tributos	1		
				Educación Tributaria	Conocimientos sobre los regímenes tributarios	3		
					Conocimientos sobre las sanciones tributarias	2		
Conciencia tributaria	Deberes tributarios	2						
Obligaciones tributarias	Tipo de variable según su naturaleza: Cualitativa Escala de medición: Ordinal	Es un valor cívico que genera interacción entre el estado y el contribuyente, mediante una obligación siendo este exigible coactivamente, para de este modo poder dar cumplimiento al código tributario, estipulado por ley, con el objetivo de recaudar ingresos que beneficiaran a los ciudadanos mejorando la calidad de vida (Baldeon et al., 2009). (Ortega & Pacherras, 2016).	Las obligaciones tributarias son el cumplimiento y el vínculo que relaciona al contribuyente con el Estado, estando obligado a cumplir con el pago de la prestación tributaria, conformados por 10 ítems.	Obligaciones tributarias formales	Emisión de comprobantes	1	Escala ordinal tipo Likert 1= Siempre 2=Casi siempre 3= A veces 4= Nunca	Las dimensiones del cuestionario se obtuvieron a partir de las puntuaciones de los ítems recogidos de una escala de Likert con 4 opciones de respuestas. Las puntuaciones se transformaron en una escala de 0 a 100 para facilitar su interpretación
					Solicitud de comprobantes de pago	1		
					Actualización de registros contables	1		
				Obligaciones tributarias sustanciales	Puntualidad en la declaración con el pago oportuno de tributos	1		
					Conocimientos sobre las infracciones	1		
					La disposición de aprendizaje sobre las obligaciones tributarias	1		

Elaboración propia del autor.

## Anexo B - 1. Instrumento para la recolección de datos “Cultura Tributaria”

### ESTIMADO (A):

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitar gentilmente unos minutos de su tiempo para poder completar la siguiente encuesta. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta, que ha sido elaborada con fines académicos, y servirá para recopilar datos informativos.

\*Agradecemos de antemano su tiempo y disposición brindada.

**INSTRUCCIONES:** Marcar con un aspa (X) la alternativa que usted crea conveniente.

VALORES DE ESCALA			
NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4

VARIABLE: CULTURA TRIBUTARIA		ESCALA			
DIMENSIONES	INDICADORES	1	2	3	4
Valores Tributarios	<b>Responsabilidad con el pago de tributos</b>				
	1 ¿Usted cumple con las normas tributarias que se encuentran establecidas por ley, respetando las normas e instituciones tributarias?				
	<b>Puntualidad en los pagos de tributos</b>	<b>Escala</b>			
	2 ¿Es usted responsable con el cumplimiento de pago de los tributos de su negocio?				
Educación Tributaria	<b>Sinceridad en el pago de los tributos</b>				
	3 ¿Usted declara todos sus tributos sin faltar a la verdad y es transparente al declarar los tributos de su negocio?				
	<b>Conocimiento sobre el régimen tributario</b>	<b>Escala</b>			
	4 ¿Usted se encuentra informado sobre las características de los regímenes tributarios?				
Conciencia tributaria	5 ¿Usted, como buen ciudadano, está al pendiente de los cambios en los regímenes tributarios al que pertenece su negocio?				
	6 ¿Usted se encuentra informado sobre los impuestos tributarios que genera su negocio?				
	<b>Conocimiento sobre las sanciones tributarias</b>	<b>Escala</b>			
	7 ¿Usted es consciente de que el sistema tributario está regido por normas?				
Conciencia tributaria	8 ¿Usted conoce las sanciones tributarias en las que podría incurrir como comerciante/microempresario?				
	<b>Deberes Tributarios</b>	<b>Escala</b>			
	9 ¿Usted está dispuesto aprender más sobre las obligaciones tributarias y ser un buen contribuyente?				
	10 ¿Usted está dispuesto a participar en charlas o capacitaciones que realice SUNAT?				

Elaboración propia del autor.



## Anexo B - 2. Instrumento para la recolección de datos “Obligaciones Tributarias

### ESTIMADO (A):

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitar gentilmente unos minutos de su tiempo para poder completar la siguiente encuesta. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta, que ha sido elaborada con fines académicos, y servirá para recopilar datos informativos.

\*Agradecemos de antemano su tiempo y disposición brindada.

**INSTRUCCIONES:** Marcar con un aspa (X) la alternativa que usted crea conveniente.

VALORES DE ESCALA			
NUNCA	CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4

VARIABLE: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		ESCALA				
DIMENSION ES	INDICADORES	1	2	3	4	
Obligaciones Tributarias Formales	<b>Emisión de comprobantes</b>					
	1	¿Usted es responsable con la información que proporciona a la SUNAT?				
	<b>Solicitud de comprobantes de pago</b>		<b>Escala</b>			
	2	¿Usted, cada vez que realiza una compra solicita su comprobante de pago?				
Obligaciones Tributarias Sustanciales	<b>Actualización de registros contables</b>					
	3	¿Usted, como comerciante cuenta con sus libros y registros contables al día?				
	<b>Puntualidad en la declaración con el pago oportuno de tributos</b>		<b>Escala</b>			
	4	¿Usted es puntual con las declaraciones tributarias, según el cronograma que establece la SUNAT?				
	<b>Conocimiento sobre las infracciones aplicadas por SUNAT</b>		<b>Escala</b>			
	5	¿Usted es consciente de las sanciones e infracciones que podría cometer si no cumple con sus obligaciones tributarias?				
	<b>Disposición por el aprendizaje sobre las obligaciones sustanciales</b>		<b>Escala</b>			
6	¿Usted realiza sus pagos tributarios al día?					

Elaboración propia del autor.

### Anexo C. Validez del instrumento de recolección de datos

La primera validación tiene un resultado de 92%, la segunda un promedio de 87% y por último está la tercera un promedio total de 80 %. El resultado final viene hacer la suma de todos los promedios dividido entre el criterio por validez para hallar un solo promedio definitivo. La suma de todos los promedios nos da un total de 1294% entre el 15 %, es igual a 86%.

Validaciones	Nombres del Validador			
	1	2	3	Sumatoria
Congruencia de Ítems	94%	89%	79%	262%
Amplitud de contenido	93%	89%	80%	262%
Redacción de los Ítems	89%	79%	80%	248%
Claridad y precisión	89%	89%	79%	257%
Pertinencia	96%	89%	80%	265%
<b>Total</b>	<b>92%</b>	<b>87%</b>	<b>80%</b>	<b>1294%</b>

Cantidad	Apellidos y Nombres de Jueces
1	Víctor Eduardo, Quispe Álvarez
2	Alba Trinidad, Elizabeth Haydee
3	Arriaran López, Rosana Blanca

<b>P=</b>	<b>1294%</b>	<b>=</b>	<b>86.27%</b>
	<b>15%</b>		

$$P = \frac{\Sigma}{\text{Criterios} \times \text{validadores}}$$