

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Contabilidad

Tesis

**Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones
tributarias de los comerciantes del
mercado Pacocha - Ilo 2021**

Higler Miki Mamani Caceres
Ofelia Margot Espinoza Coa

Para optar el Título Profesional de
Contador Público

Ilo, 2022

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor

Mag. Lorenza Morales Alvarado

0000-0002-9448-5824

Dedicatoria

A Dios, quien supo guiarnos por el buen camino, por darnos fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentan, enseñándonos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. A nuestros padres, por su apoyo incondicional y motivación constante en cada paso de nuestra formación y culminar con éxito esta etapa de nuestra vida profesional.

Los Autores.

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A nuestros padres, por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

A nuestros docentes, por guiarnos por el camino del estudio, por su paciencia y el apoyo incondicional brindado durante los 5 años de estudio.

A los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, por habernos facilitado la información necesaria para obtener los resultados finales.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito, en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

¡A todos, muchas gracias!

Los Autores

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos	ii
Lista de Tablas	vii
Lista de Figuras	ix
Resumen.....	x
<i>Abstract</i>	xi
Introducción	xii
Capítulo I: Planteamiento del Problema	1
1.1. Delimitación de la investigación.....	1
1.1.1. Territorial.	1
1.1.2. Temporal.	1
1.1.3. Conceptual.	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.3. Formulación del problema	3
1.3.1. Problema general.	3
1.3.2. Problemas específicos.....	3
1.4. Objetivos de la investigación	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2 . Objetivos específicos.	4
1.5. Justificación del problema	4
1.5.1. Justificación teórica.	4
1.5.2. Justificación práctica.....	5
Capítulo II: Marco Teórico	6
2.1. Antecedentes de investigación.....	6

2.1.1. Artículos científicos.....	6
2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.	9
2.1.2.1. A nivel internacional.....	9
2.1.2.2 A nivel Nacional	14
2.2. Bases Teóricas	18
2.2.1. Cultura tributaria.....	18
2.2.1.1. Definición de Cultura Tributaria.....	18
2.2.1.2. Dimensión X ₁ : Conciencia Tributaria.....	19
2.2.1.3 Dimensión X ₂ : Educación Tributaria.....	21
2.2.1.4. Dimensión X ₃ : Orientación Tributaria.....	25
2.2.1.5. Dimensión X ₄ : Difusión Tributaria.	28
2.2.1.6. Teoría de la cultura tributaria.....	30
2.2.1.7. Importancia de la cultura tributaria.....	31
2.2.2. Obligaciones tributarias.	32
2.2.2.1. Definición de Obligación Tributaria.....	32
2.2.2.2 Dimensión Y ₁ : Obligación de Dar.	33
2.2.2.3. Dimensión Y ₂ : Obligación de Hacer.....	33
2.2.2.4. Dimensión Y ₃ : Obligación de No Hacer.	34
2.2.2.5. Dimensión Y ₄ Obligación de Tolerancia.....	34
2.2.2.6. Obligación Tributaria Sustancial	35
2.2.2.7. Obligación Tributaria Formal.	35
2.2.2.8. Nacimiento de la Obligación Tributaria.	36
2.2.2.9. Fundamento de la Obligación Tributaria.	36
2.2.2.10. Objeto de la obligación tributaria.	37
2.2.2.11. Brechas de Incumplimiento Tributario.....	37

2.2.2.12. Impacto del estudio en las brechas de incumplimiento tributarios.	39
2.2.2.13. Clasificación de Sanciones por Incumplimiento de Obligación Tributaria.	39
2.2.2.14. Elementos de la Obligación Tributaria.	40
2.2.2.15. Clasificación de los Tributos.	40
2.3. Definición de Términos Básicos	41
Capítulo III: Hipótesis y Variables	44
3.1. Hipótesis	44
3.1.1. Hipótesis General.....	44
3.1.2. Hipótesis Específica.....	44
3.2. Identificación de Variables	44
3.2.1. Variable Independiente: Cultura tributaria.	44
3.2.2. Variable dependiente: Obligaciones tributarias.....	45
3.3. Operacionalización de Variables.	46
Capítulo IV: Metodología.....	49
4.1. Enfoque de la investigación	49
4.2. Tipo de investigación.....	49
4.3. Nivel de investigación.....	49
4.4. Métodos de la investigación.....	49
4.4.1. Aplicada.	49
4.4.2. Correlacional.....	50
4.5. Diseño de la investigación	50
4.5.1. No experimental.....	50
4.5.2. Transversal.....	50
4.5.3. Correlacional.....	51
4.6. Población y muestra.....	51

4.6.1. Población.....	51
4.6.2. Muestra.	52
4.6.2.1. Unidades de Análisis.....	53
4.6.2.2. Tamaño de la Muestra.....	53
4.6.2.3. Selección de la Muestra.	53
4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	53
4.7.1. Técnicas.	53
4.7.2 Instrumentos	54
4.8. Validez y Confiabilidad del Instrumento	54
4.8.1. Diseño.	54
4.8.1.1. Confiabilidad.....	54
4.8.1.2. Determinación de la Confiabilidad.	55
4.8.1.3. Validez.	56
4.9. Técnicas Estadísticas de Análisis de Datos	57
Capítulo V: Resultados	58
5.1. Descripción del Trabajo de Campo.....	58
5.2. Presentación de Resultados en Tablas y Figuras	58
5.3. Contrastación de Resultados	68
5.3.1. Prueba de normalidad.	68
5.3.2. Contrastación de Hipótesis de la Investigación.	69
5.3.2.1. Hipótesis general.....	69
5.3.2.2. Hipótesis Específicas.	71
5.3.3. Discusión de Resultados.	75
Conclusiones	80
Recomendaciones	82

Referencias.....	83
Apéndice A. Matriz de consistencia	91
Apéndice B. Instrumentos de recolección de datos	93
Apéndice C. Validación del instrumento	98

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Distribución proporcional de la muestra</i>	53
Tabla 2. <i>Confiabilidad de la variable Cultura tributaria</i>	54
Tabla 3. <i>Confiabilidad de la variable obligaciones tributarias</i>	55
Tabla 4 <i>Niveles de confiabilidad</i>	55
Tabla 5. <i>Resumen de procesamiento de casos</i>	56
Tabla 6. <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	56
Tabla 7. <i>Valoración de los instrumentos de evaluación según expertos</i>	56
Tabla 8. <i>Promedio de la variable Cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	58
Tabla 9. <i>Promedio de la dimensión Conciencia tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	59
Tabla 10. <i>Promedio de la dimensión educación tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	60
Tabla 11. <i>Promedio de la dimensión orientación tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	61
Tabla 12. <i>Promedio de la dimensión difusión tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	62
Tabla 13. <i>Promedio de la variable cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	63
Tabla 14. <i>Promedio de la dimensión obligación de dar en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	64
Tabla 15. <i>Promedio de la dimensión obligación de hacer en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	65

Tabla 16 <i>Promedio de la dimensión obligación de no hacer en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	66
Tabla 17. <i>Promedio de la dimensión obligación de tolerancia en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021</i>	67
Tabla 18. <i>Prueba de normalidad</i>	68
Tabla 19. <i>Escala de correlación</i>	69
Tabla 20. <i>Correlación de dimensión sobre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021.</i>	70
Tabla 21. <i>Correlación de dimensión conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.</i>	71
Tabla 22. <i>Correlación de dimensión educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021</i>	72
Tabla 23. <i>Correlación de dimensión orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.</i>	73
Tabla 24. <i>Correlación de dimensión difusión tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.</i>	74

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Promedio de la variable Cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021.....	59
<i>Figura 2.</i> Promedio de la dimensión Conciencia tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021	60
<i>Figura 3.</i> Promedio de la dimensión educación tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021.....	61
<i>Figura 4.</i> Promedio de la dimensión orientación tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021	62
<i>Figura 5.</i> Promedio de la dimensión difusión tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021	63
<i>Figura 6.</i> Promedio de la variable cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021.....	64
<i>Figura 7.</i> Promedio de la dimensión obligación de dar en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021	65
<i>Figura 8.</i> Promedio de la dimensión obligación de hacer en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021	66
<i>Figura 9.</i> Promedio de la dimensión obligación de no hacer en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021	67
<i>Figura 10.</i> Promedio de la dimensión obligación de tolerancia en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021.....	68

Resumen

La falta de cultura tributaria genera pérdidas de ingresos fiscales, por esto, es fundamental que el Estado desarrolle estrategias para una mayor concientización y conocimiento de las obligaciones tributarias. Es por ello por lo que se desarrolló esta investigación teniendo como objetivo determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021. El estudio tiene como metodología el paradigma cuantitativo como una investigación de tipo aplicada, con un diseño no experimental, teniendo un nivel de investigación correlacional de corte transversal. La población está constituida por 383 comerciantes y una muestra de 61 comerciantes del Mercado Pacocha de Ilo – 2021. Respecto a los resultados se determinó una correlación directa, debido a que la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021 manifiestan una correlación positiva alta de 0,765. Una de las principales conclusiones es que mayor cultura tributaria se tendrán resultados favorables respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Palabras Claves: Cultura tributaria, Obligación tributaria, educación tributaria, conciencia tributaria.

Abstract

The lack of tax culture generates losses of tax revenue; therefore, it is essential that the State develop strategies for greater awareness and knowledge of tax obligations. That is why this research was developed with the goal of finding the relationship of the tax culture with the fulfillment of the tax obligations of the merchants of the Pacocha Market - Ilo, 2021. The study has as its method the quantitative paradigm as an applied research type, with a non-experimental design, considering a cross-sectional correlational research level. The population is made up of 383 merchants and a sample of 61 merchants from Mercado Pacocha de Ilo - 2021. Regarding the results, a direct correlation was decided, because the tax culture of merchants from Mercado Pacocha - Ilo, 2021 show a correlation high positive of 0.765. One of the main conclusions is that a greater tax culture will have favorable results about compliance with tax obligations.

Keywords: Tax culture, Tax obligation, tax education, tax awareness.

Introducción

Hoy en día la cultura tributaria es un tema al que no se ha tomado mucha importancia, ya que las personas no se les enseña desde temprana edad a contribuir con el estado. En el Mercado Pacocha de Ilo, una parte de los comerciantes desconocen lo que es la responsabilidad tributaria.

El incumplimiento tributario es un problema nacional y local caracterizado por una fuerte tendencia de los comerciantes a no cumplir con sus obligaciones tributarias de forma voluntaria, sino bajo la presión de la Administración Tributaria, por temor a las sanciones y multas que genera el incumplimiento de sus obligaciones.

Por ello, es necesario involucrar la participación ciudadana de los comerciantes por su papel protagónico y colaborador en el desarrollo del país. Muchos comerciantes no están preparados a cumplir su rol ante la sociedad, esto es debido a la falta de cultura tributaria, aunado a la carencia de conciencia tributaria y la aplicación de valores que nacen de su propia identidad y formación, para lo cual es necesario profundizar aún más la relación entre el Estado y los ciudadanos, por lo que es necesario implementar y fortalecer políticas tributarias, programas de capacitación y una sólida educación tributaria que permita mejorar el nivel de la cultura tributaria de los comerciantes.

El contenido de la presente investigación está compuesto por cinco capítulos: Planteamiento del problema, Marco Teórico, Hipótesis, Metodología y Resultados, acompañada de una amplia Bibliografía que sustenta el desarrollo de esta investigación; así como los Anexos respectivos.

Capítulo I: Planteamiento del problema, contiene la delimitación de la investigación, formulación del problema, objetivos de la investigación y justificación del problema.

Capítulo II: Marco Teórico, se desarrollan los antecedentes del estudio, a nivel internacional y nacional, bases teóricas y definición de términos básicos.

Capítulo III: Hipótesis, se identifican las variables y se encuentra la operacionalización de cada variable.

Capítulo IV Metodología de la Investigación, descripción del enfoque, tipo de investigación, nivel de investigación, métodos, diseño y tipo de investigación, así mismo se identifica a la población, muestra y técnicas para la recolección de la información que le dan una debida consecución del trabajo de investigación.

Capítulo V, se abordan los resultados de la investigación, interpretación de datos, discusión de resultados y contrastación de Hipótesis, conclusiones y recomendaciones.

Capítulo I: Planteamiento del Problema

1.1. Delimitación de la investigación

1.1.1. Territorial.

Mercado Pacocha, Distrito de Ilo, provincia de Ilo, ubicada en el departamento de Moquegua.

1.1.2. Temporal.

Periodo 2021.

1.1.3. Conceptual.

El presente trabajo de investigación está constituido por la variable I: Cultura Tributaria, que se define como el conjunto de información y el grado de conocimientos que se tiene sobre los impuestos con relación a la tributación, esta variable comprende las siguientes dimensiones: Conciencia tributaria, Educación tributaria, Orientación tributaria y difusión tributaria. Por otro lado, se tiene la variable II: Obligación Tributaria, que se define como el deber de las personas naturales y jurídicas que tienen la obligación de realizar el pago de impuestos, esta variable comprende las siguientes dimensiones: La Obligación de dar, Obligación de hacer, Obligación de no hacer y la Obligación de tolerar.

1.2. Planteamiento del problema

A nivel Latinoamérica, un elemento que impide con el cumplimiento de las obligaciones tributarias es justamente el incumplimiento de las obligaciones tributarias en cuanto a los impuestos, para el año 2015 cerca del 2.4% del producto interno regional se estima que es la pérdida por falta de cumplimiento en el Impuesto al Valor Agregado (IVA). Mientras que, el 4.3% es la estimación de la pérdida en cuanto a los impuestos a la renta.

En este sentido, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) recomienda realizar cambios en la administración tributaria, pero sobre todo promover y fomentar el acatamiento de las obligaciones tributarias como son: El adecuado registro de los

libros contables, la entrega de comprobantes de pago y las declaraciones, principalmente en países de Latinoamérica y Caribe donde la informalidad está por encima del 60% de la actividad económica (CEPAL, 2016).

A nivel nacional, la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), como organismo de la administración tributaria en su finalidad de reducir el incumplimiento de los pagos de impuestos realiza periódicamente operativos de verificación de la entrega de comprobantes de pago y controles móviles, y una constante verificación y auditorías a todos los contribuyentes. Adicionalmente, mediante sus plataformas digitales se da a conocer la información necesaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias (Amasifuen, 2015).

A nivel local, el Mercado Pacocha de Ilo, se caracteriza por su economía dinámica, situación que atrae comerciantes formales e informales dedicadas a distintas actividades económicas como: Abarrotes, frutas y verduras, carnicerías, panificadoras, línea de ropa, stands de artefactos, productores de aceituna y accesorios de uso doméstico etc. Ilo, también es un lugar atractivo para el turismo, lo que convierte en una localidad de gran movimiento comercial; siendo así que los pobladores aprendieron del negocio para obtener ingresos que les permita satisfacer sus necesidades económicas.

En la actualidad los comerciantes del Mercado Pacocha de Ilo, tienen deficiencias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, esto debido al desconocimiento de conceptos básicos sobre temas tributarios y las percepciones que tienen sobre los tributos, el cual se ve reflejado en una cultura tributaria débil. Los contribuyentes no tienen una conciencia tributaria que puedan cumplir de manera voluntaria, Asimismo, hay nula motivación para poder tributar, ya que los contribuyentes no son conscientes que el cumplimiento de las obligaciones tributarias beneficia a la sociedad. Además, existe la falta de educación tributaria, ya que el

ente recaudador como SUNAT, no realiza programas articulados de educación tributaria, para generar la formación de la conciencia tributaria en los ciudadanos.

Por otro lado, no hay una adecuada orientación tributaria por la complejidad del sistema tributario, las charlas virtuales no son suficientes y no están alcance de la comprensión de todos los contribuyentes.

Sin duda, difundir cultura tributaria es el camino que se debe seguir para elevar el cumplimiento tributario, una mayor difusión de la cultura tributaria incentivará el cumplimiento de las obligaciones tributarias, lo cual redundará en una mayor recaudación tributaria y, por ende, se verá reflejado en una mejor calidad de los servicios que brinda el Estado.

En consecuencia, se pretende lograr resultados importantes que contribuyan a la administración tributaria a tomar estrategias y medidas de control, mediante canales informativos, charlas, asesorías, etc. De tal manera, se genere una cultura tributaria donde los contribuyentes asuman sus deberes en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de manera voluntaria, ya que es vital para el desarrollo económico y social del país. Esto beneficiará a la comunidad en los sectores de educación, cultura y recreación, salud, seguridad, transporte y programas de inversión. De allí se considera importante evidenciar que la cultura tributaria está muy relacionada con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general.

¿Cómo la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021?

1.3.2. Problemas específicos.

- ¿De qué manera la conciencia tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias?

- ¿Cómo la educación tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias?
- ¿En qué medida la orientación tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias?
- ¿De qué manera la difusión de la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general.

Determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Establecer la relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias.
- Demostrar cómo la educación tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias.
- Explicar cómo la orientación tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Identificar la relación de la difusión tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

1.5. Justificación del problema

1.5.1. Justificación teórica.

La investigación tiene un valor teórico debido a que se emplea, analiza y profundiza las teorías sobre la cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias, lo cual tiene como propósito concientizar a los comerciantes del mercado Pacocha de Ilo. Y como finalidad la contribución de nuevos conocimientos para futuros trabajos de investigación que servirá como antecedentes.

1.5.2. Justificación práctica.

Se realiza esta investigación para contribuir y mejorar el sistema tributario de los comerciantes del Mercado Pacocha de Ilo, teniendo en consideración en cuanto a las decisiones que tome el estado. La relación que se logró determinar entre la cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias permite analizar el grado de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado Pacocha de Ilo.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes de investigación

2.1.1. Artículos científicos.

Entre los precedentes internacionales se encontró la indagación de Baque, Salazar y Jaime (2020) en su artículo titulado “Gestión organizacional para el apoyo contable fiscal como aporte en la recuperación de tributos”, Universidad Estatal del Sur de Manabí, cuyo objetivo general fue realizar una gestión organizacional en la planificación de la recaudación tributaria en Jipijapa, Manabí, con el fin de llegar a una reflexión sobre la importancia que reviste el apoyo contable fiscal como aporte en la recuperación de tributos. La metodología fue de tipo descriptiva cualitativa, haciendo uso de una técnica de análisis de síntesis, elaborando una base de datos realizada en el Microsoft Access, haciendo un análisis documental y un proceso de gestión de la recolección tributaria que ayuden al desarrollo de acciones que logren una mejor gestión organizacional, esta técnica es para la recuperación de tributos que se encuentran en el Ecuador, la amplificación de dicha recaudación sirve para la mayor acción en los impuestos directos dentro del sistema nacional, esto a causa del gran impacto que se genera en su país. Teniendo como conclusión: En la recopilación tributaria aumenta de manera significativa la etapa de análisis, quiere decir, que brinda ayuda al financiamiento del presupuesto general del estado. De otro lado, se percibe que los ingresos fiscales estriban de los impuestos indirectos, básicamente del Impuesto sobre Valor Añadido (IVA) agravándose más en el consumo de la renta de los individuos jurídicos y naturales.

El artículo científico presente brinda información en mención a la recuperación de tributos, es decir, se aplicó un estudio a un grupo de personas y poder verificar si por medio de ellos se podría recuperar algunos bienes, pero los resultados fueron todo lo contrario ya que la situación se complicó aún más, para poder hacer precisión de todo lo mencionado se hizo

uso de una gestión organizacional que debía de ayudar en la misión propuesta, el aporte que ofrece es la estrategia usada y ver si a través de ella se lograba conseguir ciertos beneficios.

Por otro lado, se encontró la indagación de Onofre, Aguirre y Murillo (2017) en su artículo titulado “La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos, Universidad Técnica de Babahoyo, de acuerdo a su objetivo de investigación principal, los autores buscaron mejorar el grado de conocimientos tributarios y de la recaudación de los ingresos en favor del presupuesto general del Estado y del cierre de brechas en necesidades básicas. Para ello, los autores aplicaron la metodología descriptiva, el método cuantitativo y presentaron también, el nivel de investigación explicativa en base a la observación. A partir de los resultados se concluyó que, las personas que tienen relación con los medios políticos son quienes presentan mayores niveles de conocimiento tributario debido a que los ambientes institucionales son transparentes, teniendo la omisión única de la relación del municipio - impuesto territorial, que se basa en el vínculo entre impuesto - institución territorio que es esencial en la ponderación del uso de recursos.

El estudio ofrece un aporte informativo, esto debido a que se tiene como finalidad también poder difundir una adecuada cultura tributaria, es así, que los resultados evidenciaron que gran parte de personas que tenían lazos con políticos sabían significativamente los medios del uso tributario. De esta forma, es que la información es necesaria para la investigación pues da una percepción de que grupos manejan la información adecuada y quienes no, cabe mencionar que en el estudio se obtuvo datos de que había instituciones que no cumplían el rol de manera correcta.

Asimismo, Tene, (2019) en su artículo titulado “Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja” Universidad Nacional de Loja presentó el objetivo principal fue determinar la influencia que tiene la cultura tributaria sobre el cumplimiento de las

obligaciones de los comerciantes del mencionado mercado. Para ello, la autora realizó una búsqueda de temas con referencia al grado de conocimientos en materia tributaria. Así mismo, para la recopilación de datos, se tomó una población conformada por 1200 comerciantes y, posteriormente, se calculó una muestra de 300 personas a quienes se les aplicó el instrumento del cuestionario. A partir de las respuestas brindadas por los comerciantes del mercado se concluyó que, en el mercado se evidencia un bajo grado de conocimientos en tributación, específicamente, no conocen el Servicio de Rentas Internas (SRI) y los Impuestos. Este resultado influye en el bajo cumplimiento de las obligaciones tributarias, postergando el pago de estos y, desconociendo la forma correcta de completar los comprobantes de venta.

La presente investigación evidencia un aporte referido al nivel de conocimiento que poseen las personas sobre sus obligaciones tributarias dentro de un mercado, es así, que por medio de sus resultado se manifestó que tenían poco conocimiento sobre sus obligaciones o deberes para con el estado, un factor clave que se omitía era la entrega de comprobantes de pago que no se daban de manera regular, comprobando entonces que dentro del rubro de comerciantes hacía falta la presencia de una ecuación tributaria que les emitirá información correcta.

Entre los precedentes nacionales se encontró la indagación de Hernández y Zapata (2017) en su artículo titulado “Cultura tributaria de los contribuyentes de Perú.” Universidad Uniempresarial, teniendo como objetivo, de que puedan estar capacitados e informados sobre temas tributarios. Generando conciencia tributaria y así lograr que cada empresa realice su planeamiento tributario, con una metodología donde se tuvo como base utilizar páginas web, revistas. Teniendo como conclusión: Que es necesario para el país peruano y los individuos la inversión, ya que se busca conseguir que las empresas deben manejar una cultura tributaria, y de esta forma comprender la importancia de los impuestos y las sanciones que incorpora la administración tributaria.

De otro lado, Arriaga, Reyes, Olives y Solórzano (2018) en su artículo titulado “Análisis de la cultura tributaria: Impuesto a la renta para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, provincia de Santa Elena” (p. 18). Teniendo como objetivo, determinar el nivel de cultura tributaria de los Comerciantes de la provincia de Santa Elena, con una metodología, de tipo cuantitativo y cualitativo, teniendo una recepción de la realidad en base a la integración socioeconómica de las personas involucradas. Teniendo como conclusión: que se maneja una baja cultura tributaria de recopilación del Registro Único de Contribuyentes (RUC), hallándose también el Régimen Impositivo Simplificado y el Régimen General (RISE), esto a causa del poco interés que se tiene en las obligaciones fiscales y beneficios que brinda la administración tributaria. Es así, que se toma en cuenta lo esencial de la generación del Núcleo de Apoyo Contable Fiscal (NAF) que otorga el acompañamiento a los contribuyentes en las medidas comerciales o productivas que aplican en el escenario de práctica contable tributaria de los alumnos de la Comunidad Profesional de Aprendizaje (CPA).

La presente investigación evidencia un aporte en referencia a un análisis adecuado de la cultura tributaria, claramente los resultados son de gran ayuda para poder comprobar la información donde se manifestó que había un nivel muy bajo sobre el conocimiento que manejaban los comerciantes, esto no siendo de mucha ayuda para ellos mismos, es así, que se recomendó el uso de un núcleo de apoyo contable que sería un acompañante de los contribuyentes. De otro lado, se tomaría en cuenta para nuestro estudio y poder obtener más información.

2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.

2.1.2.1. A nivel internacional.

Entre los precedentes internacionales se halló a Palacios (2017) en su tesis de maestría titulada: “Obligaciones y derechos tributarios que tienen los contribuyentes personas naturales obligadas a llevar contabilidad pertenecientes a los segmentos de Micro Empresas y Pequeñas

Empresas en el Ecuador”, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, República del Ecuador, teniendo como objetivo, determinar el grado de conocimiento que tienen los contribuyentes personas naturales obligados a llevar contabilidad de los segmentos micro y pequeñas empresas en el Ecuador acerca de sus derechos y obligaciones tributarias, con una metodología, que fue de tipo descriptiva y un enfoque cuantitativo, teniendo como muestra el total de 381 contribuyentes, en los resultados, se percibió significativamente que los contribuyentes no tenían el conocimiento absoluto de sus obligaciones tributarias, observando la relación incorrecta que emitían del pago de impuestos como único deber de cumplir, sin tomar en cuenta la existencia de obligaciones formales que también son básicas. Teniendo como conclusión: Que el nivel de conocimiento cambia el comportamiento de los individuos, esto debido a que se les enseña a ser personas solidarias y responsables en el espacio donde se desarrollan, es así, que una correcta instrucción a los contribuyentes ayudaría al cumplimiento directo de las obligaciones.

El estudio presente ofrece un aporte en teórica, esto debido a que se profundiza el tema de las obligaciones tributarias y los benéficos que están traen consigo, cabe recalca que las obligaciones tributarias son un deber ciudadano pues ayuda a la mejora de su espacio, en este entender, el enfoque es en la parte final que refiere que las personas educadas y con información tienen un cambio de actitud pues de percibe la realidad y se cumplen con los deberes ciudadanos, el objetivo de nuestro estudio es de igual forma que las personas tengan conocimiento claro sobre el tema de tributación correcta.

De otro lado, se encontró la indagación De la Torre, Miguel y Padilla (2019) en su tesis titulada “La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia”, de la Universidad Cooperativa de Colombia, República de Colombia, teniendo como objetivo principal, identificar la importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia, con una metodología de tipo exploratorio cualitativa y cuantitativa, haciendo uso de un método

mixto para la recaudación de datos que se realizaron por medio de los instrumentos, así como, de las revisiones bibliográficas, teniendo como resultados, que el 25% de las personas encuestadas manifestaron que solo algunas veces el pago de impuestos coopera en el desarrollo del país, mientras que el 21% y el 18% indicaron que casi siempre, manifestaron que la mayor parte de los colombianos tienen poco conocimiento sobre la cultura tributaria. Teniendo como conclusión: El nivel de conocimiento de los contribuyentes en relación con sus deberes y derechos es mínimo, quiere decir, que este factor podría ser riesgoso trayendo consigo problemas al estado en el momento de ejercer medidas de recaudación de efectivos a las distintas personas que se encuentran en obligación de brindar tributos, de esta misma forma, los individuos no tienen conocimiento de los puntos de atención y pagos establecidos en atención al contribuyente.

La investigación presente evidencia un aporte en referencia los resultados obtenidos, esto debido a que gran parte representado por el 25% indicó que consideraban que los impuestos cooperaban en el desarrollo de su país, esta finalidad solo comprueba el poco conocimiento que poseen las personas siendo un aspecto negativo para ellos mismos, pues, es evadir sus obligaciones “deber” que se tiene con el estado. Estos medios demuestran también la poca confianza que poseen las personas en sus autoridades quienes son los que gestionan los impuestos en mejora de su país.

Por otro lado, se encontró la indagación de Camacho y Patarroyo (2017) en su tesis titulado “Cultura tributaria en Colombia” tuvo como objetivo general, analizar el perfil del contribuyente frente a la cultura tributaria en Colombia, con una metodología de tipo exploratorio - cualitativo con un diseño no experimental, ya que no estuvo basado en el análisis de una población, pero se hizo uso de técnicas e instrumentos para el análisis de la información recaudada, los resultados obtenidos, evidenciaron que si existía la manifestación de estrategias y acciones del contribuyente y el estado, otro punto fue que los cambios que se realicen son

esenciales para la minimización de la informalidad. Teniendo como conclusión: En mención a la cultura tributaria en el país de Colombia es tomada como una técnica básica que facilita al estado producir un desarrollo social, económico y cultural, en mención al perfil del contribuyente frente a la tributación que es básica e indispensable para un mejor desarrollo de la cultura tributaria.

El presente estudio evidencia un aporte informativo, esto debido a que se buscaba reconocer el perfil del contribuyente para una adecuada cultura tributaria donde los resultados manifestaron que gran parte de ellos tenía conocimiento y sabían que estos fondos siempre se irían en beneficio del pueblo. Por otro lado, esta información solo confirma la necesaria difusión de una educación tributaria como técnica de apoyo para conseguir metas a mediano plazo.

Amaguaya y Moreira (2016) en su tesis “La Cultura Tributaria y las Obligaciones Fiscales de los Negocios Informales de Guayaquil”. Dicha investigación tiene como objetivo la propuesta de creación o diseño de una Guía Tributaria para educar sobre las obligaciones tributarias de las personas naturales no obligadas, para que puedan llevar una contabilidad de los negocios informales. De esta manera los contribuyentes tengan mayor conocimiento sobre las áreas que estén más involucrados en temas tributarios, de esta forma se podrá tener una sociedad mucho más informada y consciente con sus obligaciones tributarias. La metodología que se empleó fue de tipo cuantitativo, donde se aplicó como instrumento la encuesta para poder establecer niveles de conocimiento en temas o áreas tributarias, particularmente de las personas naturales. Para poder realizar el estudio de los datos se tuvo que recurrir a las tablas de contingencia, el cual indicó verazmente que existe relación entre las variables que se están estudiando, teniendo como conclusión lo siguiente: Los problemas que más se detectaron fueron en las personas naturales, quienes no están obligadas a tener una persona encargada en contabilidad, y la gran mayoría desconoce sobre las obligaciones tributarias. Por lo tanto, se

demonstró que solo el 38% de la población indicaron saber algo en relación con el tributo. Así mismo, tienen muchas dudas sobre la contabilidad y la declaración de los impuestos, ya que, al tener un bajo grado de conocimientos tributario, desconocen temas relevantes a su actividad comercial, finalmente la gran mayoría acude a una persona que pueda encargarse de llenar los formularios y poder realizar el pago de los impuestos correspondientes.

Los autores mencionan que gran parte de los contribuyentes tienen poco conocimiento y educación sobre el tributo, y esto conlleva a problemas mayores referentes a entes que dominan la administración tributaria, aportando que la información referida a los temas tributarios debe ser esenciales para poder ingresar al tema empresarial o comercial.

También se tiene la indagación de Burga (2015) en su tesis “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra de la ciudad de Lima”, tuvo como objetivo involucrar a las empresas a intervenir en las charlas sobre cultura tributaria, para saber a qué se destinan los tributos que aportan, entender el valor de los tributos y conocer sobre las sanciones que establece la administración tributaria, puesto que si se poseen tales conocimientos los contribuyentes alcanzarán un mayor grado en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, reduciendo así el nivel de elusiones por parte de los contribuyentes.

El mencionado estudio es de tipo descriptivo que se sustenta en leyes, normas y manuales para el proceso de la información que se desarrolló con una población que estuvo conformada por 78 trabajadores de las empresas del “Emporio Gamarra”. Para la obtención de información el autor utilizó la técnica de la encuesta descubriendo aciertos significativos para la solución de la problemática planteada, verificando la hipótesis planteada; llegando a la conclusión: La poca conciencia tributaria en la población no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales, y en cuanto a la falta de sensibilización de los contribuyentes. En el aspecto cultural y ético, ocasiona que se incurra en infracciones y sanciones tributarias, o que los contribuyentes sean informales.

2.1.2.2 A nivel Nacional

Entre los precedentes nacionales se encuentra a López (2020) en su tesis titulada “Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en la Asociación de Comerciantes Mercado de Telas Piura 2018”, Universidad César Vallejo, teniendo como objetivo principal, determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la Asociación de Comerciantes del Mercado de Telas Piura 2018, con una metodología que fue de tipo aplicada, descriptiva, correlacional, teniendo un diseño no experimental donde se manejó una muestra que estuvo formada por 136 comerciantes, teniendo como resultado, que la cultura tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes, con un grado moderado de un coeficiente de correlación de 0.299, hallándose la correlación positiva moderada en base a las variables de cultura tributaria y obligaciones tributarias. Teniendo como conclusión: Que en la cultura tributaria se toma en cuenta las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Telas de Piura 2018. Se observa también la existencia de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias, tomando en cuenta que es esencial priorizar el aumento del cumplimiento de obligaciones de carácter tributario.

La investigación evidencia un aporte informativo, esto debido a que se hizo el estudio a un grupo de comerciantes para poder saber el grado de cultura tributaria y como este se reflejaba en el cumplimiento de sus obligaciones, es así, que por medio de sus resultados se observó que ellos si manejaban información sobre el tema y solían cumplir con sus obligaciones. Todos estos medios solo demuestran que la paga de impuestos por parte de ellos los beneficiará de manera significativa ya que todo siempre tiene un fin social para todos.

De esta manera, se encuentra la indagación de Ávila (2018) en su tesis “Cultura tributaria y su impacto en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abasto del distrito de Trujillo, año 2017” Universidad Nacional de Trujillo, teniendo como

objetivo principal, determinar el impacto de la cultura tributaria en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abasto del distrito de Trujillo en el año 2017, con una metodología analítica - descriptiva, se manejó una muestra de 297 comerciantes donde se hizo uso de las encuestas por medio del cuestionario que es una técnica para la recaudación de información, la cual fue aplicada en todos los comerciantes de los mercados más principales, dentro de los resultados se observó que los comerciantes de dichos mercados tienen poco conocimiento de la cultura tributaria, esto a causa de la desconfianza que se tiene del estado. En conclusión: La ausencia de una cultura tributaria trae como consecuencia informalidad y omisión fiscal, quiere decir, estas actividades son básicas para evitar la informalidad y evasión tributaria de los comerciantes del mercado de abastos.

El estudio refleja un aporte referido a la cultura tributaria que poseen los comerciantes, esto debido a que al no tener información de sus deberes trae como consecuencia la evasión de sus impuestos, la investigación culmina en manifestar que gran parte de ellos no tienen asesoramiento o medios que les den más información. Dentro de nuestro estudio la finalidad es tener razón del tipo de conocimientos que manejan las personas, entonces este medio informativo da una mira de como la ausencia de información podría traer consecuencias para ellos mismos.

Por otro lado, se encuentra la indagación de Pérez (2018) en su tesis titulada “La cultura tributaria como herramienta eficaz, reducción de la evasión fiscal; contribuyentes del impuesto a la renta de tercera categoría y Lima Metropolitana” Universidad Nacional Federico Villarreal, el objetivo principal fue determinar cómo la cultura tributaria como herramienta eficaz facilita la disminución de la evasión fiscal, con una metodología, que fue de tipo básica, descriptivo y explicativa, dentro de este estudio, se hizo uso de los métodos inductivos y descriptivos de diseño no experimental, abarcando una muestra de 80 personas encuestadas, en los resultados se evidenciaron que el 85% de los individuos acepta que la cultura tributaria es necesaria para

la minimización de la evasión fiscal de los contribuyentes del impuesto a la renta de la 3ra categoría en la Lima Metropolitana. Teniendo como conclusión: Que la investigación es básica porque manifiesta que las variables están vinculadas y se acepta la idea de que la cultura tributaria incide en las personas, ya que se toma en cuenta que la evasión de impuestos es negativa para el desarrollo del país.

El estudio ofrece un aporte por medio de los resultados conseguidos, esto debido a que el 85% sabía que una cultura tributaria era clave para la minimización de evasiones tributarias, es entonces que el tener razón de esto y no colaborar solo demuestra la inadecuada difusión que se emite hacia ellos, pues, el aumento de la informalidad no ayuda en el progreso de un país. Nuestra investigación tomará en cuenta los datos referidos para poder usarlo como pieza informativa y proseguir con el desarrollo del tema presente.

De esta forma, se encuentra la indagación de Palaco (2017) en su tesis titulada “Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en las Asociaciones de Comerciantes, San Juan de Lurigancho, 2017”, teniendo como objetivo principal, Determinar de qué manera la Cultura Tributaria se relaciona con los Deudores Tributarias en las Asociaciones de Comerciantes, San Juan de Lurigancho, 2017, con una metodología, que fue de tipo descriptiva correlacional y un diseño no experimental, transversal, donde los resultados evidenciaron que el 52% de personas encuestadas manifiestan tener una cultura tributaria en base a un nivel medio, mientras que el 48% no maneja una adecuada cultura tributaria. Teniendo como conclusión: Que, en base a la hipótesis principal, se logró contrastar la realidad de la cultura tributaria y su vínculo con las obligaciones tributarias en las Asociaciones de comerciantes de San Juan de Lurigancho, periodo 2017, esto a causa de que dicha cultura en los comerciantes accede al cumplimiento de las obligaciones tributarias a través del pago y la formalización.

El presente estudio manifiesta un aporte en base a los datos conseguidos, pues solo el 52% tiene conocimiento de la cultura tributaria y cumple con sus obligaciones tributarias, es

así, que se manifiesta que gran parte de las personas no tiene, ni maneja, información adecuada para cumplir su deber tributario. Por otro lado, el estudio considerara los datos en mención para aportar mayor conocimiento y ver estrategias de una adecuada difusión y refuerzo en sus obligaciones tributarias.

También se encuentra a Dávila, López y Pizango (2016) en su investigación titulada: “La cultura tributaria y su relación con la evasión de impuestos en las empresas industriales dedicadas a la elaboración de productos de panadería en el distrito de Tarapoto, año 2016”, tiene como objetivo, la evaluación de la relación entre las variables cultura tributaria y la evasión de impuestos en las empresas de industria que se dedican a la transformación de productos de panadería en el distrito de Tarapoto, año 2016. El análisis en el tema estadístico se dió mediante el indicador Pearson, en el cual se tuvo un indicador de 0.834, es por ello que se concluye que tiene una correlación de carácter directo y significativo entre las variables cultura tributaria y evasión de impuestos, finalmente los investigadores indican que teniendo mayores datos y conocimiento de tributación se obtendrán menos casos de evasión de impuestos, y esto genera un resultado positivo para poder generar mayor tributo y por consiguiente mayor beneficio a la sociedad.

La presente investigación evidencia un aporte en base a la información que se ofrece, esto debido a que la finalidad es evitar la evasión de impuestos por las personas naturales ya que en gran parte no manejan información sobre sus funciones y deberes que deben de cumplir, es así, que se afirma que la difusión de una cultura tributaria ayudara a reducir la evasión o informalidad presente, dentro de nuestra investigación la información es importante pues da mayor conocimiento.

Por otro lado, se encuentra a Huere y Muña (2016) en su tesis titulada: “Cultura tributaria para la formalización de las MYPEs de los mercados de la provincia de Huancayo”, tuvo como objetivo “Analizar cómo la cultura tributaria influye en la formalización de las

MYPES de los Mercados de la Provincia de Huancayo”. Utilizó una metodología aplicada, nivel descriptivo, diseño descriptivo correlacional, con una muestra conformada por 132 MYPES. Finalmente se obtuvo como resultado de la aplicación de correlación de Spearman 0.98671; asimismo se llegó a la conclusión de que existe un nivel bajo de conocimiento sobre tributos y ello repercute en la formalización de las MYPES, consideran que la informalidad y otras formas de eludir sus responsabilidades tributarias son normales; otra de las razones por la cual mantienen aún vigentes sus opiniones se debe a la percepción negativa que tienen de la SUNAT; piensan que lo recaudado no tienen un destino adecuado y no le dan la importancia a la difusión sobre tributos y normas que les permita tener conocimiento sobre la formalización, deberes y derechos del contribuyente.

Según la investigación se puede acotar que en los empresarios de los mercados de la provincia de Huancayo existe un bajo nivel de cultura tributaria con respecto a la formalización y recaudación de impuestos, debido a que consideran normal las actividades informales, como el no estar inscritos en la ficha RUC, no declarar sus impuestos, el no actualizar ni revisar las informaciones en el buzón electrónico, no emitir ni exigir comprobantes de pago, por ello se puede manifestar que los contribuyentes no asumen la responsabilidad ante el cumplimiento con sus obligaciones formales y sustanciales.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Cultura tributaria.

2.2.1.1. Definición de Cultura Tributaria.

Hace referencia a que la cultura tributaria es esencial para la recopilación y sostenimiento de un país, quiere decir, este comprende un grupo de valores, actitudes y creencias que se manejan en una misma sociedad en mención a la tributación y la observación de las leyes, yendo de la mano con la credibilidad y confianza que se otorga al gobierno.

De acuerdo con Roca (2011) manifiesta que la cultura tributaria “es la información almacenada o conocimiento oportuno que maneja un país sobre los impuestos, de la misma forma, es como el conjunto de criterios, hábitos y percepciones que un grupo de personas tiene sobre la tributación” (p. 89). Es así, que los individuos dedicados al comercio, como la sociedad en general deben tener conocimiento sobre sus obligaciones tributarias.

2.2.1.2. Dimensión X₁: Conciencia Tributaria.

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

La conciencia tributaria dentro de la literatura se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de ayudar a los individuos. También se define como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posiciones frente al tributo.

La Conciencia Tributaria; es comprendida como la interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados.

La Conciencia Tributaria se genera en un proceso en el cual concurren varios eventos que le otorgan causa, justificación y diferenciación social al comportamiento del ciudadano respecto de la tributación el resultado de este proceso de generación de Conciencia Tributaria es binario; es decir una persona puede adoptar la posición de tolerar o no la evasión, dando lugar a personas con Conciencia Tributaria Positiva y personas con Conciencia Tributaria Negativa.

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

Para desarrollar su tarea, la SUNAT debe maximizar su eficiencia y eficacia y especialmente preocuparse por la legitimación social de su rol, no solo desde la perspectiva de su tarea recaudatoria y de control, sino también a partir de la interrelación con el universo de contribuyentes y la sociedad en general.

La presencia de conciencia tributaria, cualquiera que sea el grado alcanzado ayuda el cumplimiento de las obligaciones tributarias y disminuye la evasión de impuestos, pero no puede pensarse en ningún caso que sea suficiente para asegurar la correcta percepción de estos.

2.2.1.2.1. Indicador cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.

La realización voluntaria de las obligaciones tributarias va relacionada a la moral tributaria, que está formada por una sola variable que se caracteriza por ser tolerante frente a la usurpación en la dimensión de valores y estimulaciones en lo profundo de la persona.

2.2.1.2.2. Indicador motivación en el cumplimiento tributario.

Los contribuyentes se sienten motivados a cumplir con el pago de sus obligaciones, porque gracias a sus aportes es posible financiar la construcción de obras públicas (colegios, hospitales, carreteras, mercados, etc.). También permite cubrir los gastos que se invierten en servicios públicos (seguridad, limpieza, educación, salud, etc.).

2.2.1.2.3. Indicador beneficio común para la sociedad.

El cumplimiento del pago de los impuestos beneficia a la sociedad en su conjunto, pues con ella es posible invertir en áreas prioritarias como la educación, la salud, la justicia, la seguridad y obras públicas, la erradicación de la pobreza y la promoción del sector económico, que son su base.

2.2.1.3 Dimensión X₂: Educación Tributaria.

Según Díaz y Lindemberg (2015) la educación tributaria es un proceso de enseñanza y aprendizaje que tiene como objetivo, fomentar una ciudadanía activa, participativa y solidaria, mediante la comprensión tanto de sus derechos tributarios, especialmente la adecuada gestión del gasto público por parte de los gobernantes, como de sus obligaciones, de manera específica lo deber fundamental de pagar impuestos.

De acuerdo con Mavares (2011) la educación tributaria es la transmisión de valores dirigidos al cumplimiento cívico de los deberes de todo ciudadano a contribuir con los gastos públicos, lo cual se logra al aceptar las responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos partícipes de una sociedad democrática.

La educación de tributos tiene como finalidad básica difundir valores, ideas, comportamientos que son adecuados para la responsabilidad de tributos, los cuales son diferentes al comportamiento de medios de defraudación. Su propósito no es tanto dar contenido moral al contenido académico, sino que debe ser visto en el aula como una cuestión de responsabilidad ciudadana. Esto se traduce en asumir obligaciones tributarias, primero por exigencias legales y luego por obligaciones tributarias, destacando el impacto en las personas y la sociedad del incumplimiento de estas obligaciones.

Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver en bienes y servicios públicos como, por ejemplo, los hospitales, colegios, carreteras, parques, universidades, salud, educación, seguridad, etc. La falta de cultura tributaria lleva a la evasión, por ende, al retraso de nuestro país.

Para Gómez y Macedo (2008) dicho proceso no solo se genera a través de la palabra si no por medio de las acciones, actitud, sentimiento, etc. Es así, que Mogollón (2014) indica que

la educación tributaria abarca un medio interdisciplinario de los contenidos educativos impuestos, tal como un medio de aprendizaje activo, comprendiendo que la responsabilidad no solo es del profesor, pues, tiene que ser compartido con los estudiantes.

Actualmente, en las instituciones educativas, ha llegado a ser imprescindible la inducción de la cultura tributaria dentro de la Educación que se brinda a los estudiantes, teniendo como una base la cual es premisa, sobre la no cuantificación de la formación referida a esta área, a partir de los primeros niveles educativos, dándose en instituciones públicas como también privadas, se estaría contribuyendo a la formación de un nuevo peruano, debido a que realizar un pago de impuestos es algo desconocido para muchos peruanos de forma que esta cultura de desconocimiento en estos ha ido creando un ambiente repetible y transferible, en el que, la carga del financiamiento de los servicios públicos recae básicamente sobre la sociedad, teniendo como una consecuencia que, ya que esta no conoce o no puede percibir el derecho que posee sobre exigir un buen funcionamiento proveniente de los servicios ni del Estado teniendo la obligación de prestarlos. De esta forma, se puede observar la condición de la cultura de la contribución tributaria, la cual se caracteriza por estar lejos de tener una instalación dentro de la sociedad.

La modificación que tiene esta actitud y comportamiento requiere de un proceso prolongado y sostenido desde diferentes perspectivas. Siguiendo este sentido, la sociedad otorga una asignación a la escuela que va referida a la función de proporcionar los conocimientos socialmente significativos para la formación del futuro ciudadano.

Los derechos, así como los deberes que son aprendidos dentro del hogar, los cuales se refuerzan y se amplían con lo que se ha podido aprender dentro de la escuela, teniendo a su vez, a estos conocimientos que se pueden aprender dentro de la comunidad. Hogar-escuela-comunidad, es el núcleo base del Estado y del país, de lo que aprendido allí dependerá el comportamiento social en colectivo. Aprender a practicar los valores es un reto cotidiano y una

necesidad. A mayor práctica de valores, mayor posibilidad de acercamiento a sociedades humanas que estén más cerca de la perfección.

En cuanto a las actividades educativas las que se deben implementar, se dan las posibilidades de ser capaces de que puedan potenciar el carácter educativo que tienen las acciones referidas a la Administración Tributaria. A estas acciones, las integran las siguientes acciones:

- Acciones referidas a publicidad y a difusión sobre los valores que deben generar motivaciones al ciudadano para que así pueda cumplir con sus obligaciones tributarias.
- Acciones que poseen formación en cuanto a valores ciudadanos y educación tributaria dentro del medio escolar.
- Acciones referidas a la formación de conciencia tributaria que contenga colectividades específicas.

La Administración Tributaria (SUNAT) a través de su Oficina de Difusión Tributaria tiene que contar con diferentes programas educativos los cuales no sólo estén basados en un nivel de contribuyente actual, mas, en la persona que será un futuro contribuyente, el niño, así como, el futuro joven, de quienes se espera, sean los que realicen el impulso y puedan fortalecer los planes de modernización del Estado.

El Estado demanda un plan estratégico que pueda permitir la promoción, además de la implementación de la cultura tributaria dentro de los primeros niveles de educación, de esta forma, se hace necesario el concurso así también adaptación de los planes educativos elaborados e impartidos provenientes del Ministerio de Educación y Cultura. A través de planes operativos se deberá divulgar la cultura tributaria en la educación formal, con el propósito de afianzar los conocimientos de orden tributario en los futuros contribuyentes de impuestos.

Los temas tributarios deben convertirse en un contenido de la enseñanza, puesto que son elementos constitutivos de la ciudadanía y están en íntima relación con la incorporación de valores y actitudes. El desarrollo de una cultura tributaria, asentada en principios éticos, forma una parte muy importante de la educación y para la convivencia social y democrática. Los Colegios, hoy por hoy, pueden y deben implementar acciones hacia una cultura que incorpore el valor ético y cívico de la tributación. Es importante señalar que la Educación Tributaria no sólo es explicar a los alumnos por qué "se deben pagar los impuestos", sino además desarrollar actitudes de responsabilidad y compromiso frente al bien común y a las normas que regulan la convivencia, para esto, ni se puede ni se debe esperar que los ciudadanos sean adultos.

La cultura de la contribución tributaria se encuentra lejos de estar instalada en la sociedad, la modificación de esta actitud y comportamiento requiere de un proceso prolongado y sostenido desde diferentes perspectivas. En este sentido, la sociedad asigna a los colegios la función de proporcionar los conocimientos socialmente significativos para la formación de futuros ciudadanos.

Por lo tanto, la educación tributaria tiene como objetivo proporcionar a los jóvenes ciudadanos un enfoque conceptual de la responsabilidad fiscal, ayudándolos a integrarse en su rol como contribuyentes y a tener una comprensión clara de lo que constituye un comportamiento lógico y racional en una sociedad democrática.

En ese sentido la administración tributaria debe implementar un sistema educativo de Cultura Tributaria mediante la formación de docentes, quienes a su vez impartan sus conocimientos en centros educativos como escuelas primarias y secundarias.

2.2.1.3.1. Indicador programas de educación tributaria.

Fortalecer los programas de educación tributaria desde la educación básica para obtener un cambio positivo dentro de la sociedad, logrando generar conciencia en los jóvenes sobre los beneficios que se obtienen tributando en forma correcta para prepararlos como futuros

contribuyentes, con valores como la solidaridad, el bien común de los ciudadanos, el compromiso y la responsabilidad.

2.2.1.3.2. Indicador formación de una conciencia y moral tributaria.

El nivel de conciencia tributaria está ligado a los valores morales, quiere decir, desde el comienzo de la educación escolar se debe incorporar la educación tributaria y las facilidades que genera dicho cumplimiento tributario para la población.

La formación de la conciencia tributaria, viene dada desde la infancia hasta la etapa adulta y podría moldearse posteriormente. El resultado del proceso de formación de conciencia tributaria lleva a que la persona adopte dos posiciones muy contrarias, dos posiciones totalmente opuestas, una con conciencia tributaria positiva y otra negativa (Instituto de Administración Tributaria y Aduanera, 2012, p. 176).

Giarrizzo y Sivori (2010) la moral tributaria es aquel cumplimiento que se tiene de los deberes tributarios y que son realizados de manera voluntaria, la evasión se da de una forma totalmente contraria a esta, es aquella falta de cumplimiento de las obligaciones fiscales que tiene el individuo; este fenómeno es de carácter complejo, no se puede percibir la presencia de causas ni de soluciones únicas, como se sabe, las numerosas teorías generales hacen intentos por abordarla, la manera en la que se presentan dentro cada sociedad la cual posee características que son totalmente idiosincráticas.

2.2.1.3.3. Indicador conocimiento de derechos y obligaciones.

Es muy importante para el Estado que los contribuyentes conozcan sus derechos y obligaciones, porque facilitan el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

2.2.1.4. Dimensión X₃: Orientación Tributaria.

Pérez y Merino (2012) otorgan una definición. “Posee una vinculación al verbo orientar. Dicha acción contiene una referencia a situar una cosa dentro de una cierta posición, a realizar un mensaje o comunicar de forma oportuna y entendible hacia una persona aquel concepto o

término que no conoce y que busca conocer, o a realizar una guía a un individuo hacia un sitio determinado” (p. 1). Entonces podemos decir que orientación tributaria es aquella donde SUNAT comunica, informa y guía brindándole al contribuyente información sobre temas tributarios.

2.2.1.4.1. Indicador canales de atención al contribuyente.

Según Peiro (2018) “Los canales e instrumentos que se tienen para informar y comunicar a la sociedad actual con respecto a los hechos o acontecimientos que vienen sucediendo” (p.32). De la misma forma, podemos decir que SUNAT, elabora y difunde en la actualidad diferentes programas, utilizando los medios de comunicación como: radio, televisión, revistas, etc.; para instruir más al contribuyente, consumidor y público en general, sobre sus obligaciones tributarias y temas relacionados a los impuestos, con la finalidad de mejorar la insensibilización tributaria.

Según Huamán y Arango (2005) señala que la comunicación es el intercambio de información con otros individuos de manera que estos entiendan a nosotros y nosotros a ellos. Por ello se define a la comunicación como la acción de difundir mensajes a partir de un punto de partida (emisor) a otro de llegada (receptor), donde no existe necesariamente un contacto directo del personal. De esta forma, los medios de comunicación son múltiples, variados y son clasificados en tres principales medios de comunicación como son: Spot publicitario, folletos y redes sociales, dichos medios intervienen tal como elementos provenientes del programa de difusión tributaria de la siguiente manera:

(a) Spot publicitario.

Cuellar (2016) Señala que los adultos mayores tienen preferencias por enterarse de las novedades tributarias mediante ciertos medios impresos o radio y/o televisión, ya que, de dicha forma la información tributaria tendría una mayor y mejor difusión. La administración tributaria peruana debería apostar por un programa institucional televisivo que podría llamarse,

“Contribuyentes en Línea” y transmitirse por medio del Canal Nacional (TV PERÚ), donde lleva la información y orientación respecto a las obligaciones tributarias.

(b) Folletos.

Cuellar (2016) menciona que la gente se va adecuando a los cambios de la SUNAT virtual y realiza una recomendación referida que se sigan utilizando los dípticos, los volantes (trípticos) y cualquier otra forma de comunicación que se encuentra escrita la cual complemente lo publicado dentro la página web de la SUNAT, esto debido a la razón de la importancia de estos medios que son escritos y por los que se puedan llegar a más contribuyentes. SUNAT, realizan folletos didácticos e informativos, donde en el contenido suyo, explican diferentes temas que guardan una relación con los impuestos, teniendo como finalidad continuar informando a los contribuyentes, estudiantes y al público en general, siendo una herramienta que puede aportar una gran ayuda la cual busca que se conozcan y mejoren los conocimientos en temas tributarios. Los folletos que elabora la Administración tributaria tienen la facilidad de difundir, debido a la situación de que los contribuyentes tienden a ir a los centros de atención con el fin de realizar trámites, consultas y demandar orientación tributaria, manera que a la llegada de los mismos la distribución de los folletos está prácticamente garantizada.

2.2.1.4.2. Indicador orientación y asistencia al contribuyente.

La orientación y asistencia del contribuyente es de suma importancia debido a que, invertir más en la orientación tributaria, generará una mayor recaudación fiscal dentro de nuestro país.

2.2.1.4.3. Indicador charlas virtuales gratuitas de orientación tributaria.

De acuerdo a Cuellar (2016) las charlas tributarias gratuitas que programa la SUNAT mensualmente a nivel nacional ameritan mayor difusión y mayor alcance a través del internet,

con la finalidad de llegar a más contribuyentes que muchas veces por una falta de motivación no aprovechan este servicio que brinda la SUNAT

Todos los años la Administración Tributaria organiza charlas sobre temas tributarios de manera gratuita y facilita la obtención de los materiales de las charlas, los cuales están disponibles para su descarga a través de la página web <http://charlas.sunat.gob.pe>.

2.2.1.5. Dimensión X4: Difusión Tributaria.

Son un grupo de actividades de capacitación en las que se realizan la transmisión de temas tributarios, que están constituidos por normas legales implantadas por la Administración Tributaria (SUNAT) (Yman & Ynfante, 2016)

Según Torres (2013) menciona que son herramientas de comunicación, las cuales son empleadas con fines de transmitir información individual o simultáneamente hacia un grupo determinado de personas. Es necesario precisar que, la Administración Tributaria realiza diferentes actividades las cuales se encuentran programadas mediante medios informativos, teniendo como propósito informar a través de programas de orientación, charlas y capacitaciones tributarias, el cual es guiado por los especialistas de la SUNAT, de tal forma los contribuyentes, así como, el público en general se encuentran informados y, además, busca generar conciencia tributaria, donde se brinda información la cual fortalecerá el pago de las obligaciones tributarias de los contribuyentes y así asumir su responsabilidad de contribuir con el país.

2.2.1.5.1. Indicador difusión de temas tributarios a través de Redes Sociales.

SUNAT (2021), actualmente la Administración Tributaria difunde por medio de la página web: www.sunat.gob.pe/, Facebook, Twitter, YouTube y el Buzón electrónico donde se envían información sobre novedades acerca de temas tributarios, obligaciones tributarias, cronogramas de vencimiento, etc.; todos estos instrumentos permiten al contribuyente estar

siempre informado y tenga una conciencia respecto a lo importante que es cumplir con el pago de las obligaciones tributarias.

La difusión de información tributaria en las distintas redes sociales es importante, porque ayuda a los contribuyentes y público en general a estar siempre informados sobre temas de interés, consultas y trámites, fomentando la cultura tributaria en nuestro país.

2.2.1.5.2. Indicador campañas de sensibilización tributaria.

La sensibilización social según Sánchez es un proceso de comunicación activo y creativo que conduce a cambios sociales, cambios que es una motivación para el cambio de actitudes de las personas; donde se tienen ciertas dimensiones, las cuales son las que a continuación se pasan a detallar.

2.2.1.5.3. Indicador campañas de orientación tributaria.

Las campañas de orientación tributaria son aquellos planes y estrategias que implementa la SUNAT con el fin de poder orientar y lograr alcanzar un sentido social de los impuestos a los emprendedores de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs), para que así puedan cumplir con las obligaciones tributarias estos contribuyentes. Desde el año 2017 la SUNAT ha incorporado dentro de sus campañas de orientación tributaria a los estudiantes universitarios iniciando con la puesta en marcha el Programa Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) la cual consiste en capacitar a los estudiantes sobre el sentido social de los impuestos, a fin de que ellos colaboren con estas campañas.

De acuerdo con la Agencia Peruana de Noticias Andina, señaló que en el 2019 la SUNAT detalló que hasta la fecha el Programa NAF se ha implementado en 54 universidades y 4 institutos superiores de todo el país. Este plan se capacitó más de 3000 estudiantes acerca del sentido social de los impuestos logrando de esta manera que se conviertan en profesionales y socios estratégicos de la formalización, en especial en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los emprendedores de las Micro y Pequeñas Empresas en especial a la entrega de

comprobantes de pago y la presentación oportuna de sus declaraciones y pagos (Agencia Peruana de Noticias Andina, 2019)

2.2.1.6. Teoría de la cultura tributaria.

Según los estudios realizadas se determinó que la tributación es la fuente principal de ingresos que tiene el Estado para captar recursos y de esta manera dar cumplimiento a las funciones que este realiza, por lo tanto, debe entenderse que la herramienta más importante que hoy deben aplicar los Gobiernos al respecto, es el fomento de cultura tributaria que consolide una conciencia tributaria en los ciudadanos y autoridades, pues esto aumentaría significativamente el desarrollo de un país, ya que al hablar de cultura tributaria se entiende como “el conjunto de valores, creencias y actitudes compartidos por una sociedad respecto a la tributación y a las leyes que la rigen, y esto se traduce en una conducta que se manifiesta en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios, con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes” (Cárdenas, 2012, pág. 62).

De acuerdo con Chicas Zea (2011) indica que, la cultura tributaria es crear conciencia, que la tributación no es solo una obligación legal, sino también una obligación cívica. Así mismo, Cárdenas (2012) Señala que es imposible hablar de cultura tributaria sin antes entender el tema de la conciencia tributaria, entendida como el sentido común que las personas usan para actuar frente al tributo. El resultado del proceso de formación de la cultura tributaria lleva a que las personas se comporten de manera diferente frente a la tributación: desde el incumplimiento de las obligaciones tributarias hasta el cumplimiento totalmente voluntario de las obligaciones tributarias, es decir, el proceso de formación de la conciencia tributaria puede llevar a personas con conciencia tributaria positiva o negativa

De acuerdo con Valero, Ramírez y Moreno (2009) algunos elementos que forjan el inicio de la cultura tributaria son dependientes de un grupo de valores tales como: cooperación,

compromiso, solidaridad, responsabilidad. Por su parte, Mogollón Díaz (2014) menciona que la ausencia de cultura y educación es un punto clave para generar una conciencia tributaria. Hallándose en la moral y ética, que son valores adquiridos por las personas por que los toman como principios básicos de comportamiento, el mismo que se vincula con la justicia y equidad.

2.2.1.7. Importancia de la cultura tributaria.

El Estado para poder realizar sus funciones y afrontar sus gastos, debe contar con recursos, y los mismos se obtienen a través de los diferentes procedimientos legalmente estatuidos en principios legales constitucionales. Entre los diversos recursos están los tributarios que son fuentes de ingresos para el Estado, y estos son los recursos que el Estado obtiene por el ejercicio de su poder imperial, es decir, por la obligación de la ley de regular a los administrados. Un pago de impuestos se efectúa solo haciendo uso de la apelación y coerción a la razón. Este poder se determina por las leyes en su cumplimiento necesario, estas normativas de la razón solo se dan por una cultura de tributación que posee bases sólidas.

Para muchos ciudadanos, pagar impuestos es un acto discrecional relacionado con sus opiniones positivas o negativas sobre el uso de los fondos. Uno de los objetivos de la educación fiscal es romper este círculo vicioso y hacer de la conciencia fiscal no solo una obligación legal, sino una obligación de todos frente a la sociedad. Además, deben estar convencidos de que el cumplimiento de tal responsabilidad les otorga la autoridad moral necesaria para exigir el uso correcto y transparente de los recursos públicos por parte del Estado. Para fortalecer la cultura tributaria, es necesario que las personas adquieran conocimientos sobre el tema y comprendan la importancia de sus responsabilidades tributarias.

La cultura tributaria juega un papel muy importante en el desarrollo económico de un país y depende de la conciencia de los contribuyentes y de los encargados de la administración tributaria, pues si estos últimos no practican lo que predica, nunca será posible que un país voluntariamente cumplir con sus obligaciones tributarias.

2.2.2. Obligaciones tributarias.

2.2.2.1. Definición de Obligación Tributaria.

En mención a Robles (2008) indica que las obligaciones tributarias como la relación jurídica donde el deudor tiene que dar al acreedor un monto o bienes determinados por ley lo que indica que está conformado por los correlativos deberes y derechos del poder tributario del titular en base a los contribuyentes y terceros.

El autor Amasifuen (2015) hace una mención sobre que: La cultura tributaria viene a ser determinada por dos modalidades, uno respecto al tipo legal y otro de tipo ideológico; el primero tiene como referencia el riesgo de ser controlado, obligado además de sancionado debido a que no se cumplen con sus obligaciones, el segundo realiza un establecimiento de acuerdo al grado de satisfacción que posee la población en referencia a los recursos con los que genera el aporte, dichos recursos vienen siendo empleados en una manera adecuada y que, cierta parte de ellos tiende a ser utilizada con fines de realizar prestaciones de servicios públicos. Al respecto según, Schumpeter indicó: Que el comportamiento de las personas es el resultado de sus costumbres, cultura, estructura social y la confianza que pueden generar las políticas de un Estado, lo que constituye su historia fiscal.

La obligación tributaria se refiere y comprende al conjunto de personas jurídicas y naturales que ejercen actividades de renta bajo la declaración tributaria. Así mismo, corresponde al conjunto de contribuyentes en un cronograma determinado por el organismo recaudador, SUNAT (Giraldo, 2011).

Por otra parte, de acuerdo con el artículo 1° del Código Tributario (1993) para que exista la obligación tributaria es importante que, previamente se haya generado un hecho imponible. Conforme a la legislación peruana, la relación entre el acreedor y el deudor tributario, determinada por la normativa, establece la obligación tributaria por medio del cumplimiento de la prestación tributaria.

En la misma línea, Aguirre et al., (2013) señala que la obligación tributaria surge al momento de la ejecución del hecho previsto determinado por la Ley, como causal de la obligación. De ese modo, confluyen el hecho previsto, el vínculo con el sujeto, la ubicación y la concretización en un momento determinado.

2.2.2.2 Dimensión Y₁: Obligación de Dar.

Según los autores Coca G. y Saúl J. (2020) mencionan que este tipo de obligaciones, considera a los deudores y que realicen una entrega física o de carácter jurídico al acreedor de un bien. Teniendo a este como un bien cierto, o considerado como un bien incierto o fungible.

El pago de tributos, es la prestación de dinero que exige el Estado por concepto del poder de imperio en base a la capacidad contributiva determinada por una ley con el fin de cubrir con los gastos establecidos para sus fines (Yman & Ynfante, 2016)

2.2.2.3. Dimensión Y₂: Obligación de Hacer.

Según el conocido autor Coca G. y Saul J. (2020) menciona que todas las obligaciones consideradas como *de hacer*, se perciben como actividades, acciones delegadas a la parte deudora de una o varias obligaciones, con la finalidad de poder satisfacer la necesidad del acreedor. Teniendo ser considerado como obligaciones *de hacer* debidamente correctas las cuales culminan en su culminación u obligaciones *de hacer* que culminen en un dar.

2.2.2.3.1. Indicador presentación y declaración de impuestos.

La declaración de impuestos consiste en un formulario que se presenta ante el organismo recaudador del Estado. Se precisa la cantidad de ingresos generado en un periodo determinado (Carrasco, 2019).

2.2.2.3.2. Indicador inscripción en el registro único de contribuyentes.

Representa un listado que está lleno de información que ayuda a la caracterización acerca de todas las actividades de carácter económico que desempeña la persona o grupo de

personas. El registro es único y es de uso obligatorio para las declaraciones o trámites ante la SUNAT (SUNAT, 2021).

2.2.2.3.3. Indicador entregar comprobantes de pago.

Está conformado por los comprobantes de pago los cuales son instrumentos o documentos que avalan una determinada transferencia de bienes, el cambio o la prestación de servicios entre personas.

2.2.2.4. Dimensión Y₃: Obligación de No Hacer.

Según los autores Coca G. y Saul J. (2020) indican que las obligaciones consideradas como *de no hacer*, se caracterizan por que están compuestas tanto del deudor que no logra unir también un no dar, esto comprende la ética profesional, el deber de no revelar secretos confidenciales entre otros que afecten de manera directa a la situación empresarial de la organización.

2.2.2.4.1. Indicador presentar comprobantes falsos en la declaración de impuestos.

Representa una infracción tributaria el de emitir, otorgar o exigir comprobantes de pago que no acrediten la transferencia de bienes o de prestación de servicios (SUNAT, 2021).

2.2.2.4.2. Indicador proporcionar datos falsos a la SUNAT.

Toda acción u omisión que no contravenga a la originalidad y veracidad de los datos conforme a las normas tributarias. (SUNAT, 2021).

2.2.2.4.3. Indicador No entregar comprobantes de pago.

Es la omisión y falta de comprobantes de pago que avalen una determinada transferencia de bienes, el cambio o la prestación de servicios entre personas.

2.2.2.5. Dimensión Y₄ Obligación de Tolerancia.

2.2.2.5.1. Indicador cumplir las acciones fiscalizadoras de la SUNAT.

Consiste en el ejercicio de manera discrecional en cuanto a la supervisión, investigación y control de las obligaciones tributarias (SUNAT, 2007).

2.2.2.5.2. Indicador Proporcionar la información requerida a SUNAT.

El organismo de la administración tributaria tiene la potestad de solicitar información en cuanto a las actividades que realice los contribuyentes en el marco de la reserva tributaria (SUNAT, 2012).

2.2.2.6. Obligación Tributaria Sustancial.

Se compone de las obligaciones de hacer efectivo el pago de los impuestos, las obligaciones de los contribuyentes, responsables y demás conforme a la ley de hacer, hacer o dejar de hacer para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias las cuales se requiere para pagar impuestos (Torres, 2013).

Es preciso señalar que percibir el valor monetario que esa pretensión supone, es una obligación que le corresponde al fisco, además de considerar lo establecido en la constitución de las fianzas para asegurar el cumplimiento de pago. (Arts. 221 al 223 Código. Tributario).

2.2.2.7. Obligación Tributaria Formal.

Son obligaciones que tienden a girar en torno a la obligación principal y donde se da una interrelación entre el sujeto activo con el sujeto pasivo de la obligación principal cuya finalidad es la de facilitar su cumplimiento. Es preciso señalar que existen obligaciones formales entre ambos sujetos pasivo. Al respecto Pérez (2018) menciona que este tipo de obligación se encuentran en la legislación tributaria y que no implica un desembolso de dinero, sino más bien están orientadas a la forma de presentación de la información.

Se debe menciona que en las obligaciones formales de los deudores tributarios se encuentran distintas situaciones asesorales en la espera de conseguir una responsabilidad asumida, esto con el fin de poder facilitar el cumplimiento de las obligaciones sustanciales y formales del contribuyente. De allí que, las obligaciones formales de la administración tributaria, se puede encontrar también poseen un tipo de obligación activa de hacer y otras obligaciones accesorias positivas de no hacer y de tolerar.

Dávila, López, y Pizango (2016) consideran que en las obligaciones formales los contribuyentes se directamente responsables por disposición de la ley deberán dar, hacer o no hacer algo donde además pueda asegurar el cumplimiento de la obligación tributaria sustantiva o sea del pago del impuesto, estableciendo para ello las obligaciones para lograr inscribirse como contribuyentes, así como conseguir que la obligación de presentar declaración se lleve la contabilidad de manera formal, entre otros aspectos a considerar sobre el mismo.

2.2.2.8. Nacimiento de la Obligación Tributaria.

De acuerdo con el Modelo de Código Tributario de América Latina (1967) el vínculo de la obligación tributaria aparece en las actividades del Estado con las demás organizaciones estatales y los agentes pasivos que participan en el presupuesto de hecho determinado por la ley. Al respecto de la norma nacional, la obligación tributaria surge al momento del hecho determinado por la ley.

Según Jarach (1982) la obligación tributaria surge a partir de la normativa o ley. Esto se desprende del principio de la legalidad, sin embargo, para que se concrete la obligación es necesario la incorporación de un elemento adicional. A este respecto, la norma señala los sustentos jurídicos que permiten el nacimiento de las obligaciones; debido a ello, son las situaciones de hecho que abren camino a las obligaciones, como lo son también los supuestos, las circunstancias de carácter tributario.

2.2.2.9. Fundamento de la Obligación Tributaria.

De acuerdo con Flores (1977) la razón de la obligación tributaria se deriva en los objetivos y ejercicios del Estado por medio del gasto fiscal, de esta manera se transfiere la potestad de los ciudadanos a los representantes del gobierno para ejercer actividades traducidas en la mejora de obras o la realización de estas.

En la misma línea, Griziotti (1958) sostiene que el fundamento práctico de la obligación tributaria reside en la contribución beneficiosa o particular como resultados del ejercicio de las funciones del Estado.

Chávez (1993) sostiene que no es la capacidad del gobierno de crear o exigir impuestos, sino, el ejercicio ético y legal que lo fundamenta en base a funciones determinadas en el cuerpo normativo.

2.2.2.10. Objeto de la obligación tributaria.

Todas las obligaciones tributarias presentan un objeto que corresponde a la prestación que surge del dar o hacer. En este sentido, de acuerdo con Escribano et al. (2010) el objeto de la obligación tributaria comprende, en términos jurídicos, a tres clasificaciones de las prestaciones: la obligación de dar, la prestación de no hacer y la obligación de hacer. Con respecto a la obligación tributaria, la obligación de dar corresponde al objeto, que quiere decir de dar una cantidad de dinero con carácter definitivo. De esta manera se manifiesta la característica de los tributos, de separar una porción de los ingresos destinado a la recaudación del fisco y aportar a los objetivos del gobierno nacional.

2.2.2.11. Brechas de Incumplimiento Tributario.

En Perú, al igual que en los países latinoamericanos, el gobierno implementó una estrategia fiscal para combatir la evasión fiscal a través de sus autoridades fiscales. Sin embargo, los cumplimientos han sido ineficaces ya que la corrupción afecta fuertemente a las autoridades públicas y las instituciones estatales, lo que refleja valores y comportamientos de crisis que resultan en una débil conciencia tributaria cuyo principal problema es el bajo rendimiento de los impuestos. Esto se debe a dos factores:

- Factores relacionados con la brecha en el aspecto regulatorio por medio de las exenciones, los descuentos y las distintas reducciones de tarifas cuyo impacto financiero se agrupa en el concepto de gasto tributario.

- Factor de brecha de cumplimiento en la que se mide el valor teórico de la recaudación y no la conformidad donde es cero y el número real de grupos.

Los gastos tributarios, según CEPAL, son los ingresos que el Estado deja de percibir al otorgar concesiones tributarias que benefician a algunos contribuyentes, actividades o regiones y que tienen por objeto financiar determinadas políticas públicas.

Resulta ilustrativo señalar que, para el año 2010, la estimación de gastos tributarios para Argentina y Colombia era similar a la de Perú: 2.1% y 2.6% del PBI, respectivamente, en tanto que en Chile, Ecuador y Guatemala las estimaciones del gasto eran superiores: 4.5%, 6.0% y 7.5% del PBI, respectivamente. Para una adecuada gestión del cumplimiento tributario, la Administración Tributaria garantiza que los contribuyentes cumplan a cabalidad las obligaciones establecidas en las normas tributarias desde el proceso de inscripción, los documentación y registro de operaciones, las declaraciones, el pago y finalmente la veracidad

En este sentido, si el contribuyente incumple alguna de sus obligaciones, se producirá un déficit financiero y deberá ser cubierto por diversas vías, ya que afectará la renta gravable. Para ello, el trabajo de la administración tributaria se enfoca en llenar estos vacíos, sobre la base de una gestión de riesgos que permita a la SUNAT avanzar hacia procedimientos más eficientes no solo para detectar el incumplimiento tributario sino también para cambiar positivamente el comportamiento de los contribuyentes, por lo que se han desarrollado dos cursos de acción fundamentales de igual importancia:

- Facilidades a los que quieren cumplir.
- Prevención y corrección del fraude de los incumplidores tributarios.

En este sentido, el contribuyente se convierte en un estratégico socio y que el de la SUNAT toma las decisiones vinculadas no solamente a los ingresos sino también para apoyar el del contributiva comercial. Sin embargo, la conducta del contribuyente, requiere de crear hábitos para el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias desde un enfoque

sustancial y formal de las obligaciones, reto que ha sido asumido por cada gobierno de turno a través de sus políticas fiscales, y que han sido ejecutados total o parcialmente por sus Administraciones Tributarias, pero que aún no han sido materializados en lograr la ampliación de la base tributaria, y un incremento en la recaudación de impuestos.

2.2.2.12. Impacto del estudio en las brechas de incumplimiento tributarios.

La presente investigación permite conocer como el incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los ciudadanos refleja distintos problemas, en especial el de la evasión tributaria, así como la informalidad y el contrabando, donde está claro que el estado a través de su Poder Ejecutivo y la Administración Tributaria requiere establecer distintas acciones que coadyuven a educar sobre el rol social del tributo;

Es por ello, la necesidad de ejecutar políticas que estén ligados a mejorar la conducta del contribuyente en relación con la formación de cultura tributaria en el contribuyente donde al ser educado sobre el rol social del tributo, influirá en el proceso de socialización del contribuyente hacia actitudes favorables para el cumplimiento tributario voluntario, y contrario a las conductas evasivas.

Es por lo que, se puntualiza la necesidad de educar y fomentar la conciencia tributaria, siendo estratégicamente necesario partir desde los niveles de la educación básica regular, para que todo de forma consciente logren recuperar la formación en valores de los ciudadanos. En tal sentido, se pueda asumir el compromiso de formar ciudadanos a mediano plazo capaces de hacer cumplir reglas relacionados a la tributación.

2.2.2.13. Clasificación de Sanciones por Incumplimiento de Obligación Tributaria.

Según establece el Artículo 180°, las sanciones son la multa, el comiso, internamiento temporal de vehículos y la clausura temporal ya sea por medio del cierre del establecimiento, suspensión temporal de concesiones, permisos o autorizaciones brindadas por el gobierno para el ejercicio de sus actividades.

En cuanto a las multas, éstas se determinan en función de: la Unidad Impositiva Tributaria, la cual corresponde al valor relacionada al momento de la infracción, el Total de Ventas Netas por concepto de la prestación de servicios o demás ingresos afectos o no, conforme y comprendidos en el Código Tributario.

2.2.2.14. Elementos de la Obligación Tributaria.

De acuerdo con Pinillos (2019) Los elementos de la obligación tributaria están conformados por:

- Sujeto Activo, se refiere al agente que el papel tributario, en otras palabras, la capacidad de crear y supervisar la recaudación tributaria, también se denomina sujeto o agente activo al acreedor de exigir el pago de impuestos por concepto de la realización de actividades o prestaciones económicas que devengan en el origen de la obligación tributaria.
- Sujeto Pasivo, se refiere a las personas naturales y jurídicas o, contribuyente en general que tienen la responsabilidad de pagar el impuesto, son quienes están sometidos a las consecuencias del incumplimiento de lo establecido en la norma.
- Hecho generador, es el elemento principal que se refiere a la circunstancia o hecho que genera la capacidad contributiva de acuerdo con la ley. También es el conjunto de situaciones que derivan en los compromisos del contribuyente.
- Base Gravable, comprende a la cantidad o magnitud de la circunstancia que ha dado origen al pago de impuesto de acuerdo con lo previsto en la ley, la base gravable se aplica a la tarifa de tal manera de ejercer el pago de impuestos.
- Tarifa, es la magnitud que se asocia a la base gravable y explica el monto final del tributo que paga los contribuyentes.

2.2.2.15. Clasificación de los Tributos.

Se comprende que según el código tributario hay que considerar:

- Impuesto, es aquel tributo cuyo objetivo no genera una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del estado.
- Contribución, es aquel tributo que tiene la acción directa de generar beneficios que provengan de la realización de obras públicas o actividades estatales.
- Tasa, es aquel tributo que tiene como finalidad la prestación efectiva por el estado de servicios públicos personales en el contribuyente. No se considera tasa al pago que se recibe por un servicio de origen contractual. Estas tasas y otras pueden ser:
 - Árbitros, son aquellas tasas que se pagan por la prestación de servicios públicos.
 - Derechos, son aquellas tasas que se pagan por la prestación de los servicios administrativos, así como, los públicos.
 - Licencias, son aquellas tasas que gravan los permisos generales para el uso de actividades de programas en específico las cuales están vinculadas a un control y fiscalización. (Flores, 2019).

Se reconoce que el rendimiento de los tributos diferentes a los impuestos no debe tener un objetivo ajeno al de cubrir el monto de las obras o servicios que cooperan en los impuestos de la obligación (Flores, 2019).

2.3. Definición de Términos Básicos

- Cultura tributaria, es la actitud que tiene una persona frente al tema tributario, que comprende el cumplimiento y el conocimiento completo o parcial de la situación, así también todo ello depende de la ética y moral que tiene el contribuyente.
- Obligación tributaria, se le conoce como el enlace que se genera cuando el estado y la persona tanto natural como jurídica se juntan para poder establecer obligaciones de carácter tributario los cuales generen bienestar a la sociedad en su conjunto.
- Educación Tributaria, la educación tributaria abarca una extensa variedad de actividades y agentes desde programas gubernamentales para fomentar una

conducta fiscalmente responsable a los esfuerzos a los que incurren algunas organizaciones empresariales con el objeto de movilizar y representar los intereses de sus miembros en cuestiones fiscales e incluso iniciativa de la sociedad civil en pro de la participación ciudadana en los debates políticos sobre la recaudación de impuestos y la redistribución de los recursos (OECD y Policías, 2015)

- Contribuyente, es la persona física o jurídica que debe efectuar algún deber de carácter tributario ante cualquier obligación tributaria.
- Tributación, es el acto de pagar tributos, exigida por la entidad recaudadora, pago que se utiliza para cubrir los gastos del Estado y financiar las inversiones públicas.
- Impuesto, se considera impuesto, aquel tributo o importe que mediante el cumplimiento no genera una compensación que esté directamente asociado al estado o ente gubernamental.
- Fiscalización, procedimiento administrativo de la SUNAT, que tiene como finalidad comprobar la correcta determinación de las obligaciones tributarias, así como a las obligaciones formales relacionadas a ellas.
- Infracciones tributarias, se le conoce como toda acción que lleve a poder omitir normas en el ámbito tributario, los cuales siempre están consideradas como tal, y se pongan en conocimiento en el Código Tributario, así también en las leyes y también en los decretos legislativos que dispone la normativa peruana.
- Persona natural, se considera a toda persona o individuo, que mediante acciones realiza actividades comerciales o mercantiles que generan algún ingreso propio.
- Persona jurídica, se considera a todo individuo que mediante actos legales adquiere obligaciones y derechos de carácter comercial, debido a su creación debe tener un fin y ejercer de manera adecuada.

- SUNAT, es la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Es un organismo técnico especializado del Perú adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas. El ente fiscalizador tributario tiene el objetivo de poder dar un buen uso o manejo de los tributos que un gobierno capta, debido a los tributos que se establecen por ley, o algunos convenios entre instituciones, brindando los recursos fiscales necesarios para los fines.
- IGV, según sus siglas se traduce como Impuesto General a las Ventas, es aquel tributo que se aplica a todo consumidor final, el cual se encuentra en general en el precio o importe de las compras que un usuario realice. El IGV es considerado como aquel que grava y está implícito en todo acto comercial tanto de venta de bienes o la adquisición de servicios los cuales se realizan en un territorio.
- RUC, es considerado como aquel instrumento o herramienta que tiene la finalidad de poder registrar y reconocer a los contribuyentes con fines legales para proporcionar dichos datos al ente tributario de cada nación. Así mismo tiene la función de poder desarrollar una actividad económica de manera ocasional o recurrente.

Capítulo III: Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General.

La cultura tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

3.1.2. Hipótesis Específica.

- La conciencia tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- La educación tributaria, se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- La orientación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- La difusión tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

3.2. Identificación de Variables

3.2.1. Variable Independiente: Cultura tributaria.

Según el autor Méndez (2004) menciona que la cultura tributaria, se conoce como el aglomerado de actitudes, valores y conocimientos que son compartidos por algunos miembros de una determinada sociedad, respecto al tema de la tributación y la determinación de las leyes que son elaboradas, el cual se conoce como la actitud que se manifiesta en el cumplimiento de manera perpetua de los deberes en temas relacionados al tributo teniendo como ideales la confianza y la reafirmación de los valores éticos como persona y el respeto a las leyes dadas por el ente correspondiente.

3.2.2. Variable dependiente: Obligaciones tributarias.

Según Martín (1995) define como aquel deber que todo ciudadano y/o contribuyente emana al estado, de forma monetaria, dicho pago se realiza para poder verificar el presupuesto el cual está previsto según la norma de carácter legal.

3.3. Operacionalización de Variables.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Escala	Ítem
X. Cultura tributaria	Según Roca (2018) es el Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación.	X ₁ : Conciencia tributaria	Cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias	Ordinal	¿Considera usted que los contribuyentes cumplen voluntariamente con sus obligaciones tributarias?
			Motivación en el cumplimiento tributario		¿Considera usted que los contribuyentes se sienten motivados con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?
			Beneficio común para la sociedad		¿Cree usted que el cumplimiento de las obligaciones tributarias beneficia a la sociedad?
		X ₂ : Educación tributaria	Programas de educación tributaria	Ordinal	¿Considera usted que los programas de educación tributaria promueven el cumplimiento de las obligaciones tributarias?
			Formación de una conciencia y moral tributaria		¿Considera usted que la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias?
			Conocimiento de derechos y obligaciones		¿Cree usted que los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias?
		X ₃ : Orientación tributaria	Canales de atención al contribuyente	Ordinal	¿Considera usted que los canales de atención al contribuyente brindan una adecuada orientación?
			Orientación y asistencia al contribuyente		¿Usted ha recibido asistencia tributaria de parte de la SUNAT?

			Charlas virtuales gratuitas de orientación tributaria		¿Considera usted que las charlas virtuales que brinda SUNAT ayudan a concientizar al contribuyente?
		X ₄ : Difusión tributaria	Difusión de temas tributarios a través de Redes Sociales	Ordinal	¿Se informa usted de los temas tributarios que difunde SUNAT en las redes sociales?
			Campañas de sensibilización tributaria		¿Cree usted que las campañas de sensibilización concientizan al contribuyente con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?
			Campañas de orientación tributaria		¿Cree usted que las campañas de orientación tributaria que organiza SUNAT promueven el cumplimiento de las obligaciones tributarias?
Y. Obligaciones tributarias	Código Tributario, Artículo 1° (1999) La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria,	Y ₁ : Obligación de dar	Pago de los tributos	Ordinal	¿Cumple usted con el pago oportuno de sus tributos?
		Y ₂ : Obligación de hacer	Presentación y declaración de impuestos	Ordinal	¿Cumple usted con la presentación y declaración mensual de impuestos?
			Libros contables		¿Cree usted que los contribuyentes conocen la importancia de llevar libros contables?
			Entregar comprobantes de pago		¿Cumple usted con la emisión y entrega de comprobantes de pago?
		Y ₃ : Obligación de no hacer	Presentar comprobantes falsos en la declaración	Ordinal	¿Considera usted que los contribuyentes conocen las sanciones a las que se exponen al

siendo exigible coactivamente.	de impuestos	presentar comprobantes falsos?
	Proporcionar datos falsos a la SUNAT	¿Conoce usted las sanciones a las que se expone al presentar información falsa a la SUNAT?
	No entregar comprobantes de pago	¿Conoce usted las sanciones a las que se expone al no entregar comprobantes de pago?
Y ₄ : Obligación de tolerancia	Cumplir las acciones fiscalizadoras de la SUNAT	Ordinal
	Proporcionar la información requerida a SUNAT	¿Cumple usted en brindar información necesaria ante una fiscalización por la SUNAT? ¿Cumple usted con entregar la información requerida por la SUNAT?

Capítulo IV: Metodología

4.1. Enfoque de la investigación

El enfoque que fue aplicado en este estudio es considerado cuantitativo, debido a que recurre a la estadística o matemáticas, para poder visualizar las principales características del grupo de estudio, así como también validar la hipótesis planteada, demostrando numéricamente su afirmación (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014)

4.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación el cual se aplicó, debido a los alcances con los que se cuenta dentro del estudio fue; prácticos, aplicativos, manuales y contienen ciertas técnicas para realizar el recojo de información. Este tipo de investigación se desarrolla teniendo como finalidad generar conocimientos nuevos los cuales sirven para ampliar, así como, profundizar las teorías provenientes de los fenómenos sociales. (Carrasco, 2019).

4.3. Nivel de investigación

El nivel que posee la investigación es el denominado correlacional, en razón a que se dio a conocer y se estableció una relación existente entre Cultura Tributaria y Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de Ilo, 2021 (Hernández et al., 2014).

4.4. Métodos de la investigación

4.4.1. Aplicada.

La investigación aplicada recibe el nombre de “Investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad (Murillo, 2008). Con la investigación aplicada se busca conseguir información de los comerciantes del Mercado Pacocha de Ilo.

4.4.2. Correlacional.

La investigación correlacional tiene sus bases en una serie de pruebas estadísticas que indican coeficientes de correlación entre variables. Estos coeficientes se expresan numéricamente para indicar la fuerza y dirección de la relación. (Alston, 2017). En la presente investigación se dispuso a visualizar la relación que poseen las variables.

4.5. Diseño de la investigación

El diseño sirve como un instrumento de dirección, una guía con un conjunto de pautas, bajo las cuales se realiza una investigación. Gracias a esto, el término diseño de investigación se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información deseada. (Hernández et al., 2014).

4.5.1. No experimental.

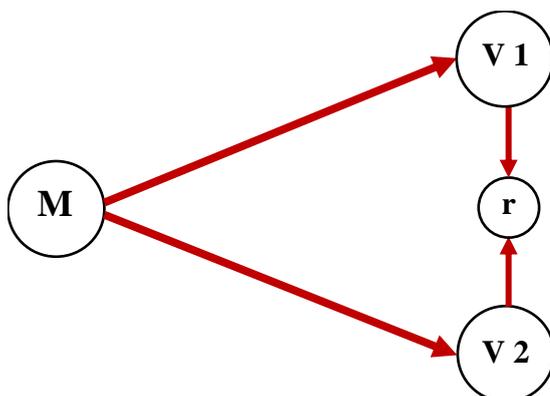
La investigación no experimental fue tanto sistemática como empírica, las variables que son independientes no tienden a manipularse dado a que ya han sucedido. Las inferencias que se realizan sobre las relaciones dadas entre las variables se desarrollan sin contar con una intervención o influencia directa, de esta misma forma, las relaciones se observan tal y como se han venido dando dentro de su contexto natural (Hernández et al., 2014). Dentro de la investigación no se pudieron manipular las variables, solo se observó y se pudo analizar el fenómeno tal y como dentro de su contexto natural.

4.5.2. Transversal.

En este tipo de estudio, se recolectaron datos en un solo periodo, lo cual quiere decir en un solo tiempo. El fin de este estudio es definir las variables y dimensiones, y de esta manera analizar la influencia que se genera en un momento ya determinado por el investigador (Hernández et al., 2014). En el presente estudio, los resultados fueron encontrados en el campo de investigación, se recolectó datos recolectar datos y estos fueron analizados en un periodo de tiempo, es por lo que la investigación es de tipo no experimental y transversal.

4.5.3. Correlacional.

Los diseños correlacionales describen las relaciones entre dos o más variables (Ortiz, 2004). La presente investigación, tiene como finalidad establecer el grado de relación entre las variables Cultura Tributaria y Cumplimiento de Obligaciones Tributarias.



Dónde:

M = Muestra o Población: Conformado por los Comerciantes del Mercado Pacocha de Ilo.

V1 = Variable 1: Cultura Tributaria

V2 = Variable 2: Obligaciones Tributarias

r = Relación de variables

4.6. Población y muestra

4.6.1. Población.

Según Carrasco (2019) menciona que “es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”.

La población a la cual estuvo referida la investigación lo constituye una población finita de 383 comerciantes inscritos y afiliados hasta el 30 de junio del 2021. Cabe resaltar que la fuente de información para obtener dicho número fue proporcionada por el presidente de la junta directiva de los comerciantes del Mercado Pacocha de Ilo.

4.6.2. Muestra.

Hernández et al., (2014) establecieron la muestra como: “un método de precisión para estimar la relación al muestreo aleatorio simple, disminuyendo para ello el error que pueda arrojar dichas estimaciones, donde se considera un tamaño con afijación proporcional” (p. 35). Para determinar la muestra en este trabajo de investigación, se consideró a 61 comerciantes del Mercado Pacocha de Ilo. Los resultados obtenidos fueron con un nivel de confianza del 95% y 5% de tolerancia máxima de error. Se expresa mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{N \varepsilon^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

- n (?): Tamaño de la muestra
- Z (1,96): Valor de la distribución, para un nivel de confianza de $(1 - \alpha)$
- N (383): Tamaño de la población
- p (0,5): Proporción de éxito
- q (0,5): Proporción de fracaso ($Q = 1 - P$)
- e (0,05): Tolerancia de error

Reemplazando, se tiene:

$$n = \frac{383 * (1.96)^2 * 0.95 * 0.05}{(383)(0.05)^2(1.96)^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n = \frac{69.888308}{1.139976}$$

$$n = 61.306$$

$$n = 61$$

Tabla 1

Distribución proporcional de la muestra

Población Total	Muestra Proporcional
383	61

Es decir, con este procedimiento expresado en la Tabla 1, se logró determinar el número de comerciantes a los cuales se aplicó la encuesta.

4.6.2.1. Unidades de Análisis.

La unidad de análisis para el presente trabajo de investigación fueron los comerciantes del mercado Pacocha de Ilo.

4.6.2.2. Tamaño de la Muestra.

En la presente investigación, el tamaño de la muestra fue conformado por (61) Comerciantes del mercado Pacocha de Ilo.

4.6.2.3. Selección de la Muestra.

La selección de la muestra para el trabajo de investigación fue 61 comerciantes del mercado Pacocha de Ilo.

4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**4.7.1. Técnicas.**

Domínguez, Sánchez y Sánchez (2009) sobre los instrumentos y técnicas, afirman que estos son los “medios por los cuales se van a recolectar los datos (...) las técnicas cuantitativas o cualitativas o una combinación de ambas, con las que se van a medir e interpretar las variables definidas en el trabajo de investigación.

En la presente investigación, se emplea la técnica de la encuesta para evaluar ambas variables de estudio; con este método se busca conocer más acerca de la cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias, identificar nuevas ideas y conocer la realidad de los comerciantes del mercado Pacocha de Ilo.

4.7.2 Instrumentos

Según Ramírez (2019) para recabar los datos se utiliza el cuestionario del investigador para medir la cultura tributaria y obligaciones tributarias. Como instrumento de recolección de información se utilizó el cuestionario por intermedio de una encuesta con preguntas orientadas a medir La Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias del Mercado Pacocha de Ilo.

4.8. Validez y Confiabilidad del Instrumento

4.8.1. Diseño.

El instrumento es el recurso de recolección de datos, que orienta al investigador a sintetizar toda la acción previa de sobre el estudio a investigar, dando contribuciones al marco teórico al elegir en base a los indicadores o ítems (Carrasco, 2019). El instrumento utilizado fue un cuestionario por intermedio de una encuesta con preguntas orientadas a medir La Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias del Mercado Pacocha de Ilo.

4.8.1.1. Confiabilidad.

Para la confiabilidad, se recurrió al Alfa de Cronbach, que es un indicador estadístico, teniendo como resultado lo siguiente:

Tabla 2

Confiabilidad de la variable Cultura tributaria

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.848	15

El resultado obtenido a través del software SPSS 25 es $\alpha=0.848$ como este valor se halla en el intervalo de interpretación como muy alta, en consecuencia, se procede a aplicar el instrumento.

Tabla 3

Confiabilidad de la variable obligaciones tributarias

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.745	9

El resultado obtenido a través del software SPSS 25 es $\alpha=0.745$ como este valor se halla en el intervalo de interpretación como muy alta, en consecuencia, se procede a aplicar el instrumento.

4.8.1.2. Determinación de la Confiabilidad.

Para el caso de respuestas politómicas, la cual se adoptan más de dos valores y con escala de medición ordinal, sus resultados se llevaron al programa SPSS para determinar el Alfa de Cronbach, empleando la siguiente fórmula:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_1^2} \right]$$

Dónde:

- α : Alfa de Cronbach: 0.773
- k : Número de ítem: 21
- S_i : Varianza del instrumento: >7
- S_1^2 : Varianza de la suma de los ítems: >7

Tabla 4

Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0.01 a 0.49	Baja confiabilidad
De 0.50 a 0.75	Moderada confiabilidad
De 0.76 a 0.89	Fuerte confiabilidad
De 0.90 a 1.00	Alta confiabilidad

Nota: nivel de confiabilidad se obtendrá con los valores mencionados.

Tabla 5

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	10	100.0

La eliminación por lista se basa en todas las variables del Procedimiento.

Tabla 6

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Número de elementos
.835	21

Fuente: Elaboración propia de los Autores

Según los datos obtenidos para la confiabilidad de los instrumentos aplicados, se identificó un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.835, por lo que se determina un nivel de fuerte confiabilidad debido a que se encuentra entre el rango de 0.76 a 0.89

4.8.1.3. Validez.

Para poder tener un instrumento que cumpla con los estándares requeridos para una investigación, se tuvo que realizar una evaluación por parte de expertos, los cuales indicaron la validez de cada documento, así mismo indicaron observaciones y la conformidad de la aplicación del instrumento.

Tabla 7

Valoración de los instrumentos de evaluación según expertos

Apellidos y nombres del informante	Código del instrumento	Opinión de la aplicabilidad	Promedio de valoración (%)
Mag. C.P.C. Cuya Velarde Juan Carlos	ET	Es aplicable	100
C.P.C. Benavides Flores Jeddy Ángel	ET	Es aplicable	100
C.P.C. Chuyacama Javier Miriam Marilú	ET	Es aplicable	100

Fuente: Elaboración propia de los Autores

4.9. Técnicas Estadísticas de Análisis de Datos

Para recolectar la información se aplicó un cuestionario con número de preguntas que se realizaron a los contribuyentes para obtener resultados sobre la investigación.

Se aplicó Microsoft Excel para obtener algunos cálculos y resultados.

Se utilizó el programa estadístico SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) para llevar a cabo la contratación de la hipótesis.

Capítulo V: Resultados

5.1. Descripción del Trabajo de Campo

En la presente investigación se recurrió a la estadística descriptiva e inferencial de la siguiente manera:

Para la estadística descriptiva, se utilizó la distribución de frecuencias, las cuales fueron representadas en tablas y figuras, realizadas para cada variable y respectivamente para cada dimensión referente en cada ítem considerado.

Para la estadística inferencial, se tuvo que aplicar la prueba de normalidad teniendo a la prueba de Kolmogorov Smirnov, y para poder establecer la correlación y la prueba de hipótesis se tuvo que aplicar el método estadístico denominado Rho de Spearman. Para toda la parte estadística se realizó en el software SPSS versión 25.

5.2. Presentación de Resultados en Tablas y Figuras

A continuación, se presentan los resultados de los promedios de las variables y sus dimensiones, asimismo su respectiva interpretación.

Tabla 8

Promedio de la variable Cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

	f°	%	% válido	% acumulado
Válido Siempre	0	0.0	0.0	0.0
Casi siempre	30	49.1	49.18	49.18
A veces	31	50.82	50.82	100.0
Casi nunca	0	0.0	0.0	100.0
Nunca	0	0.0	0.0	100.0
Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

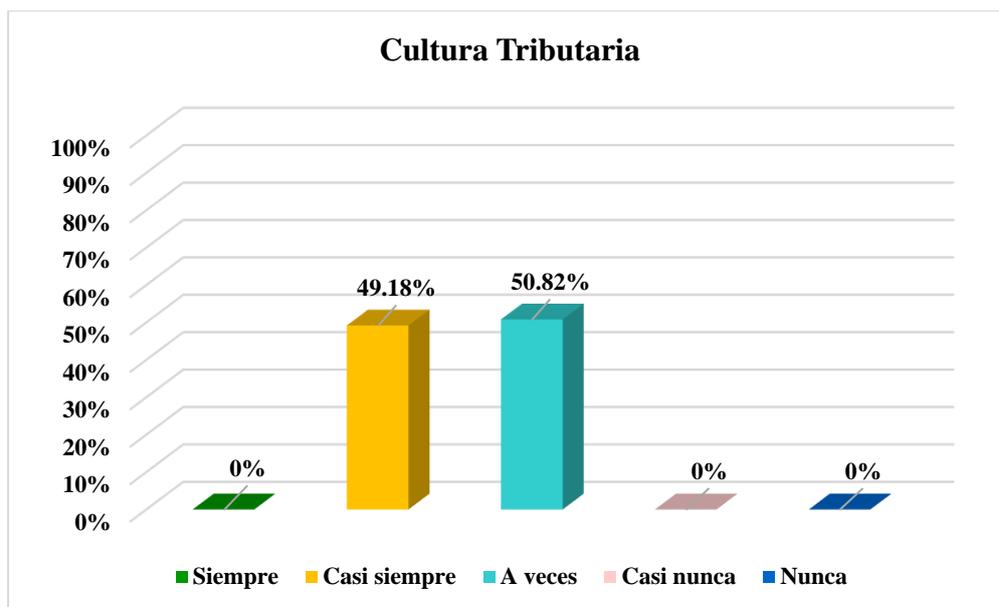


Figura 1. Promedio de la variable Cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021.

Se tiene que de los 61 encuestados el 49.18% (30) manifiestan tener conocimiento casi siempre, mientras que el 50.82% (31) indican que tienen razón o conocimiento a veces sobre la cultura tributaria, es así, que se logra afirmar que los comerciantes del Mercado Pacocha - Ilo, a veces manejan la razón o conocimiento de la cultura tributaria, en mención a la cultura tributaria se reconoce que pocos comerciantes tienen conocimiento sobre la Cultura Tributaria y los beneficios que este puede generar.

Tabla 9

Promedio de la dimensión Conciencia tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Siempre	0	0.0	0.0	0.0
	Casi siempre	37	60.66%	60.66%	60.66%
	A veces	11	18.03%	18.03%	78.69%
	Casi nunca	13	21.31%	21.31%	100.0%
	Nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

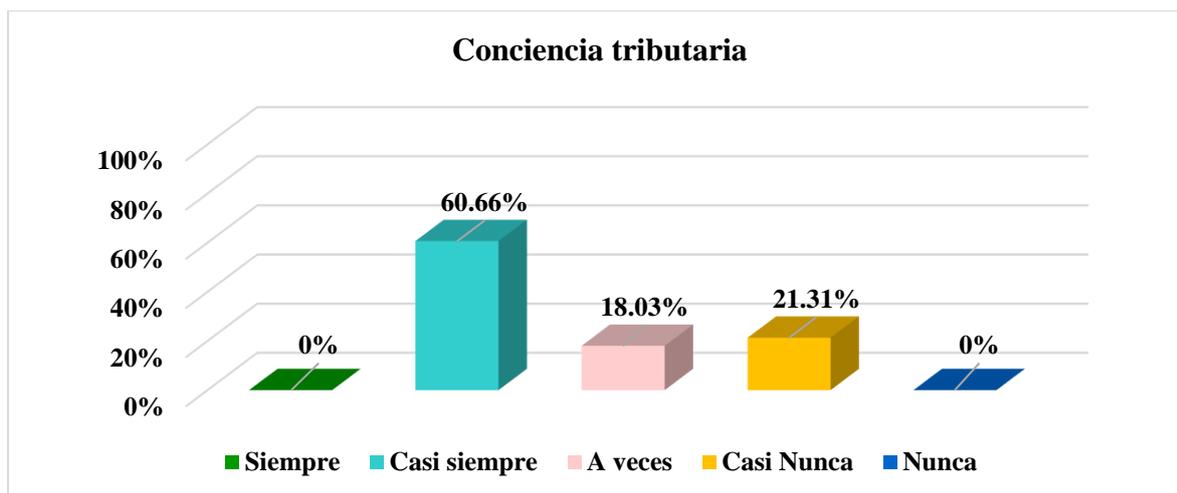


Figura 2. Promedio de la dimensión Conciencia tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

Interpretación:

Se tiene que de los 61 encuestados el 18.03% (11) manifiestan tener a veces una conciencia tributaria, mientras que el 21.31% (13) indicaron que casi nunca manejan una conciencia tributaria, por otro lado el 60.66% (37) manifestaron que casi siempre manejan una conciencia tributaria, por lo tanto, se puede afirmar que la conciencia tributaria de los comerciantes de Pacocha - Ilo manejan una conciencia tributaria aceptable, donde se reflejó que son conscientes de sus responsabilidad y deberes cívicos.

Tabla 10

Promedio de la dimensión educación tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

	f°	%	% válido	% acumulado
Válido Siempre	0	0.0	0.0	0.0
Casi siempre	24	39.34%	39.34%	39.34%
A veces	31	50.82%	50.82%	90.16%
Casi nunca	6	9.84%	9.84%	100.0%
Nunca	0	0.0	0.0	100.0%
Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

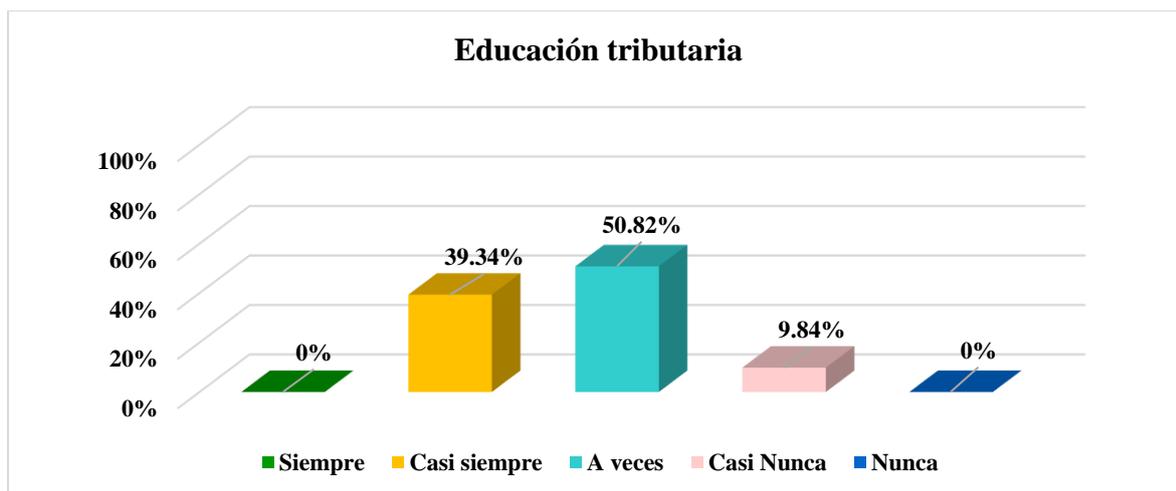


Figura 3. Promedio de la dimensión educación tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021.

Interpretación:

Se tiene que de los 61 encuestados el 9.84% (6) manifiestan que casi nunca recibieron una educación tributaria, mientras que el 39.34% (24) indicaron que casi siempre obtuvieron una educación tributaria, finalmente el 50.82% (31) manifestaron que a veces se les impartía una educación tributaria, por lo tanto, se puede afirmar que la educación tributaria en el mercado Pacocha – Ilo es medianamente aceptable, en referencia a la educación tributaria se indica que son la emisión de conocimiento para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes.

Tabla 11

Promedio de la dimensión orientación tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Siempre	0	0.0	0.0	0.0
	Casi siempre	37	60.66%	60.66%	60.66%
	A veces	19	31.15%	31.15%	91.80%
	Casi nunca	5	8.20%	8.20%	100.0%
	Nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

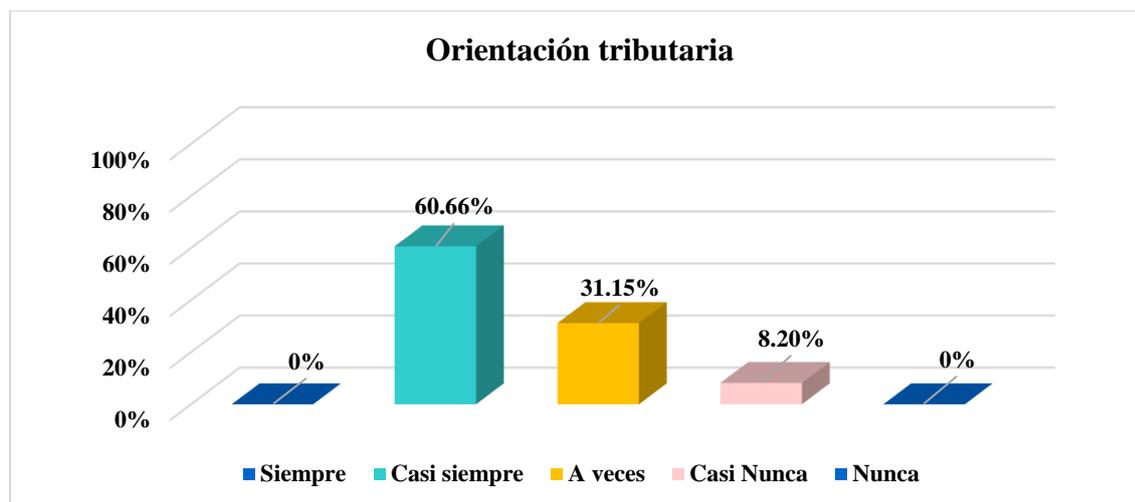


Figura 4. Promedio de la dimensión orientación tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

Interpretación:

Se tiene que de los 61 encuestados el 8.20% (5), manifestaron que casi nunca lograron comprender o ser partícipes de una orientación tributaria, mientras que el 31.15% (19) indicaron que a veces consiguen una orientación tributaria, y finalmente el 60.66% (37) manifestó que casi siempre fueron orientados tributariamente, por lo tanto, se puede afirmar que la orientación tributaria en el mercado de Pacocha es aceptable, en referencia a la orientación tributaria estos son cumplidos por ser normativas legales.

Tabla 12

Promedio de la dimensión difusión tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Siempre	0	0.0	0.0	0.0
	Casi siempre	35	57.38%	57.38%	57.38%
	A veces	19	31.15%	31.15%	88.52%
	Casi nunca	7	11.48%	11.48%	100.0%
	Nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

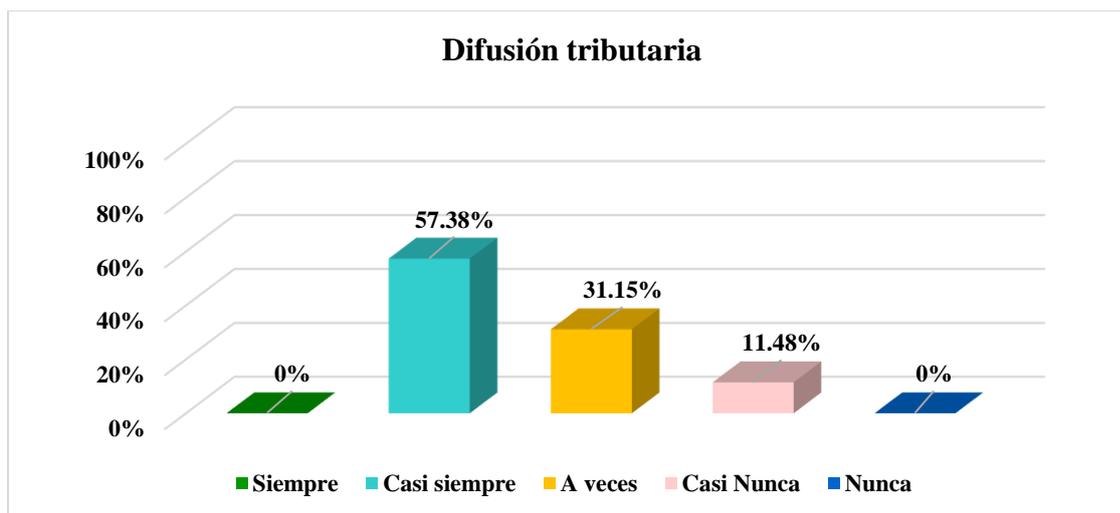


Figura 5. Promedio de la dimensión difusión tributaria de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

Interpretación

Se tiene que de los 61 encuestados el 11.48% (7) manifestaron que casi nunca perciben una difusión tributaria, mientras que el 31.15% (19) indicaron que a veces percibían una adecuada difusión tributaria, finalmente el 57.38% (35) manifestaron que casi siempre tenían conocimiento de la difusión tributaria, por lo tanto, la difusión tributaria en los comerciantes del mercado Pacocha es aceptable.

Tabla 13

Promedio de la variable cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Siempre	0	0.0	0.0	0.0
	Casi siempre	38	62.30%	62.30%	62.30%
	A veces	23	37.70%	37.70%	100.0%
	Casi nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

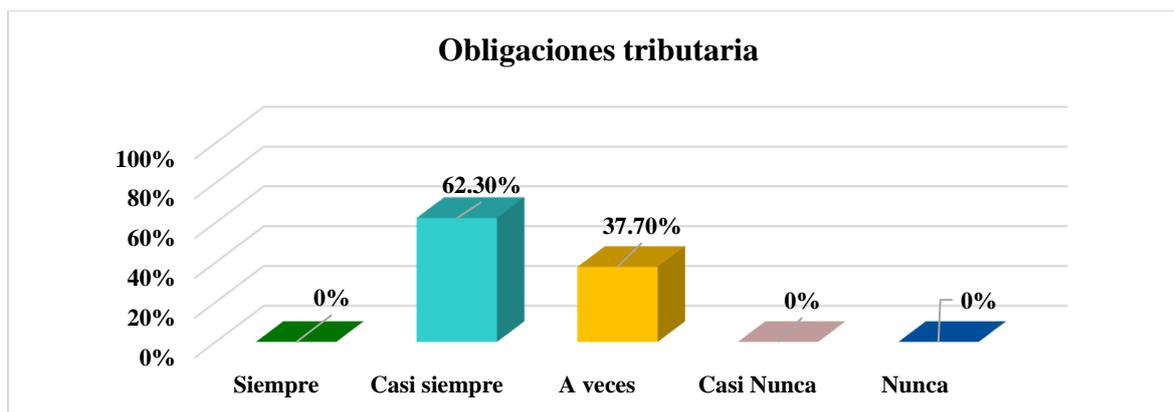


Figura 6. Promedio de la variable cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

Interpretación:

Se tiene que de los 61 encuestados el 37.70 % (23) manifestaron que a veces cumplían con sus obligaciones tributarias, mientras que el 62.30% (38) manifestaron que casi siempre cumplían con sus obligaciones tributarias, por lo tanto, la obligación tributaria en los comerciantes del mercado de Pacocha es aceptable, quiere decir, la mayor parte de comerciantes cumplen con dichas acciones.

Tabla 14

Promedio de la dimensión obligación de dar en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Siempre	6	9.84%	9.84%	9.84%
	Casi siempre	26	42.62%	42.62%	52.46%
	A veces	22	36.07%	36.07%	88.52%
	Casi nunca	7	11.48%	11.48%	100.0%
	Nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

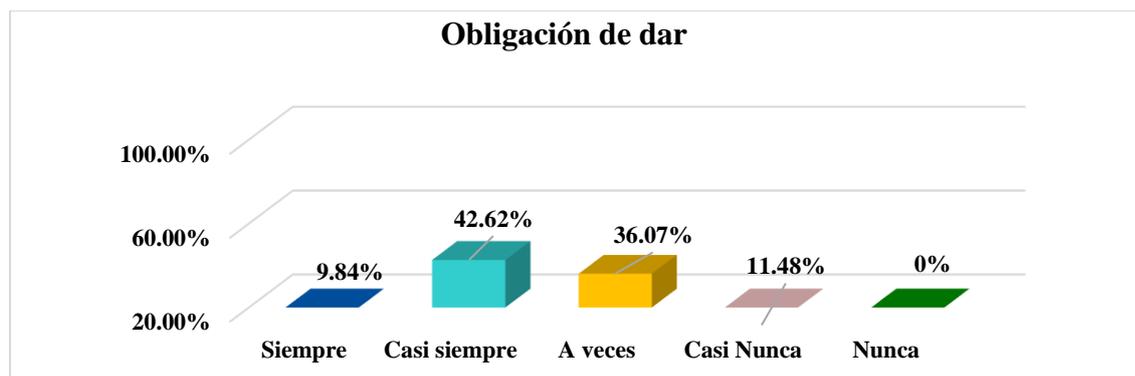


Figura 7. Promedio de la dimensión obligación de dar en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

Interpretación:

Se tiene que de los 61 encuestados el 9.84% (6), manifestaron que siempre cumplen con la obligación de dar, mientras que el 11.48% (7), indicaron que casi nunca consideran la obligación de dar, por otro lado el 36.07% (22) manifestaron que a veces consideraban la obligación de dar, el 42.62% (26) manifestaron que casi siempre consideraban la obligación de dar, por lo tanto, la obligación de dar en los comerciantes del mercado de Pacocha es aceptable, en referencia a la obligación de dar una mayor parte es consciente de sus obligaciones.

Tabla 15

Promedio de la dimensión obligación de hacer en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Siempre	0	0.0	0.0	0.0
	Casi siempre	44	72.13%	72.13%	72.13%
	A veces	17	27.87%	27.87%	100.0%
	Casi nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

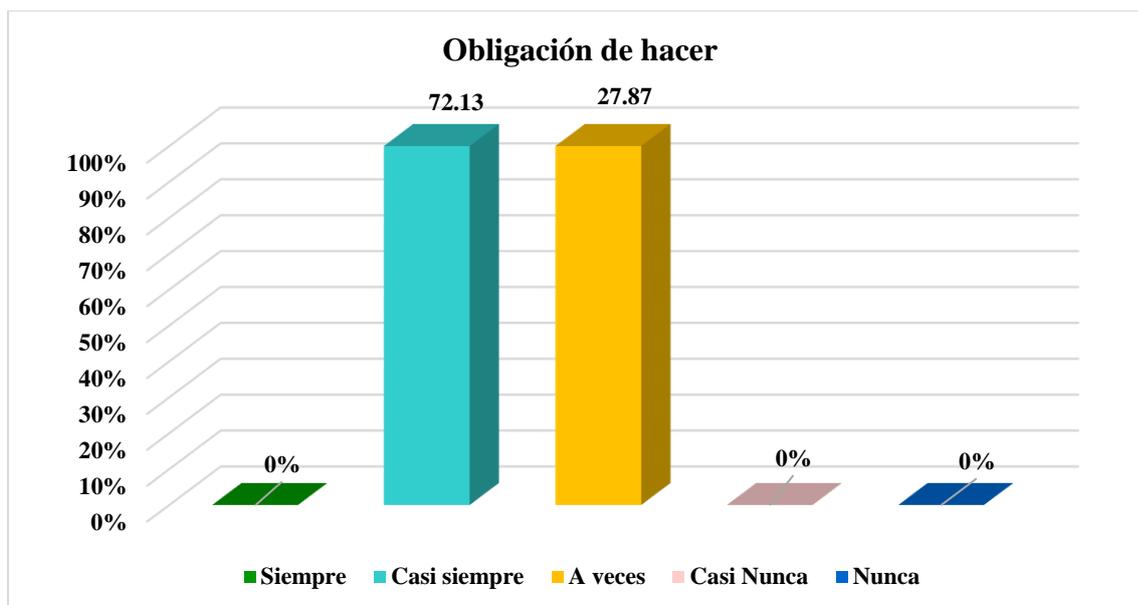


Figura 8. Promedio de la dimensión obligación de hacer en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

Interpretación

Se tiene que de los 61 encuestados el 27.87% (17), manifestaron que a veces tenían la obligación de hacer, el 72.13% (44) indicaron que casi siempre tenían la obligación de hacer, por lo tanto, la obligación de hacer en los comerciantes del mercado de Pacocha es aceptable, en referencia a dicha obligación se considera que se tiene la conciencia de cumplir con sus deberes para llevar de mejor manera sus establecimientos.

Tabla 16

Promedio de la dimensión obligación de no hacer en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Siempre	6	9.84%	9.84%	9.84%
	Casi siempre	33	54.10%	54.10%	63.93%
	A veces	22	36.07%	36.07%	100.0%
	Casi nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

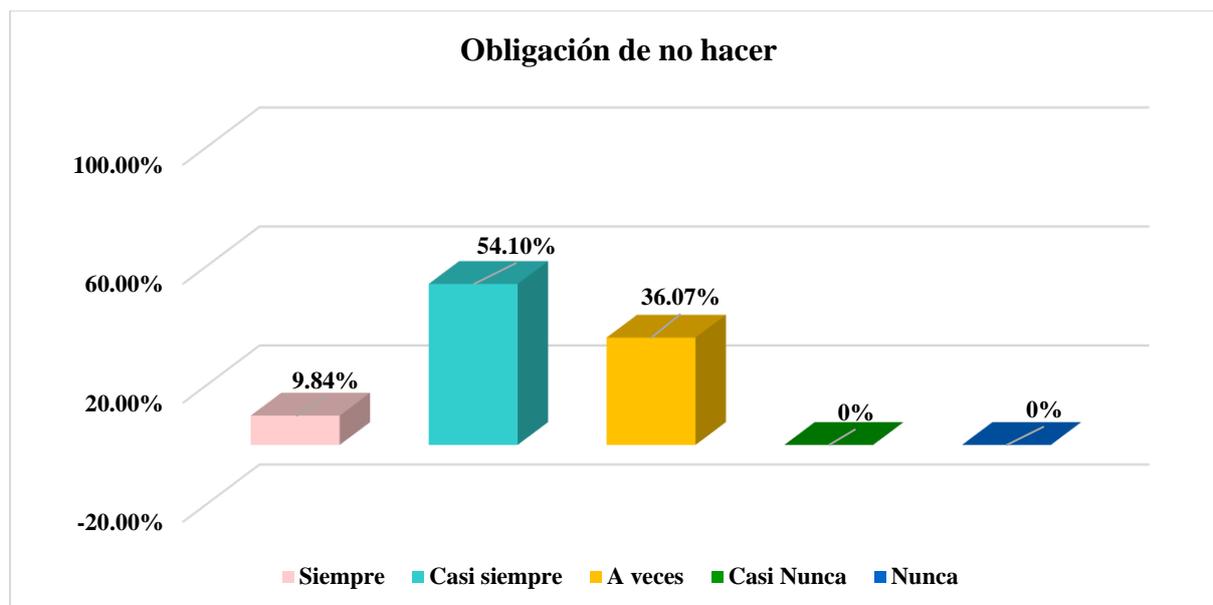


Figura 9. Promedio de la dimensión obligación de no hacer en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

Interpretación:

Se tiene que de los 61 encuestados el 9.84% (6), manifestaron que siempre tenían la percepción de no hacer la obligación, el 36.07 % (22), indicaron que a veces tenían la obligación de no hacer, el 54.10% (33) manifestaron que casi siempre tenían la obligación de no hacer, por lo tanto, la obligación de no hacer en los comerciantes del mercado de Pacocha es aceptable.

Tabla 17

Promedio de la dimensión obligación de tolerancia en los comerciantes del Mercado

Pacocha – Ilo 20211

		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Siempre	0	0.0	0.0	0.0
	Casi siempre	24	39.34%	39.34%	39.34%
	A veces	25	40.98%	40.98%	80.33%
	Casi nunca	12	19.67%	19.67%	100.0%
	Nunca	0	0.0	0.0	100.0%
	Total	61	100.0	100.0	

Fuente: Cuestionario de encuesta.

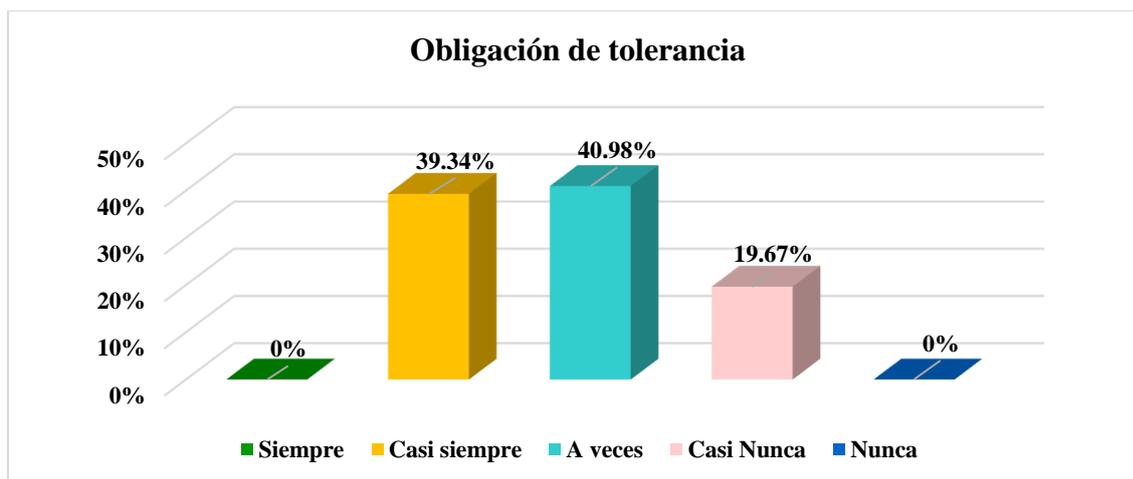


Figura 10. Promedio de la dimensión obligación de tolerancia en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021

Interpretación:

Se tiene que de los 61 encuestados el 19.67% (12), manifestaron que casi nunca manejaban una obligación de tolerancia, mientras que el 39.34% (24) manifestaron que casi siempre tenían la obligación de tolerancia, el 40.98% (25) manifestaron que a veces manejaban la obligación de tolerancia, por lo tanto, la obligación de tolerancia en los comerciantes del mercado de Pacocha es aceptable, se considera que el tiempo de tolerancia en espera para ellos es aceptable.

5.3. Contrastación de Resultados

5.3.1. Prueba de normalidad.

Si $N < 50$ entonces se usa Kolmogorov Smirnov

HO: La distribución es normal

H1: La distribución no es normal

Tabla 18

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura tributaria	.378	61	.000	.689	61	.000

Obligaciones tributarias	.374	61	.000	.654	61	.000
--------------------------	------	----	------	------	----	------

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación

Con una muestra de 61 encuestados en la correlación de las dos variables, acorde con la Prueba de Kolmogorov Smirnov, muestra un nivel de significancia menor a 0.05, Sig E $0,000 < 0.05$ Sig T, es decir se rechaza la HO (hipótesis nula), luego se acepta la H1 (hipótesis alterna), por lo tanto, las distribuciones de los datos de la muestra no son normales, y se aplica la prueba de hipótesis el estadístico Rho de Spearman.

5.3.2. Contrastación de Hipótesis de la Investigación.

Tabla 19

Escala de correlación

-1	Correlación negativa grande y perfecta
(-0.9 a -0.99)	Correlación negativa muy alta
(-0.7 a -0.89)	Correlación negativa alta
(-0.4 a -0.69)	Correlación negativa moderada
(-0.2 a -0.39)	Correlación negativa baja
(-0.019 a -0.19)	Correlación negativa muy baja
0	Nula
(0.0 a 0.19)	Correlación positiva muy baja
(0.2 a 0.39)	Correlación positiva baja
(0.4 a 0.69)	Correlación positiva moderada
(0.7 a 0.89)	Correlación positiva alta
(0.1 a 0.99)	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Escala de Correlación (Martínez, 2002).

5.3.2.1. Hipótesis general.

H_G: La cultura tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

Ho: La cultura tributaria no se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

Ho: $\rho=0$

H1: La cultura tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

Ho: $\rho\neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 20

Correlación de dimensión sobre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo 2021.

			Cultura tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Cultura tributaria	Coefficiente de correlación	1.000	.845**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	61	61
Obligaciones tributarias	Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	.845**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	61	61

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

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación:

Dado que $\rho = 0.000 < 0.05$ rechazar HO y se acepta la H1: La cultura tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021. Consecuentemente se observa una correlación positiva alta de 0.845, lo cual permite concluir que, al mejorar y potenciar la cultura tributaria se tendrá resultados favorables respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

5.3.2.2. Hipótesis Específicas.

5.3.2.2.1. Hipótesis específicas 1.

H_{e1} : La conciencia tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_0 : La conciencia tributaria no se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

$H_0: \rho=0$

H_1 : La conciencia tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

$H_0: \rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 21

Correlación de dimensión conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

			Conciencia tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Conciencia tributaria	Coeficiente de correlación	1.000	.701**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	61	61
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	.701**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	61	61

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

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ rechazar H_0 y se acepta la H_1 : La conciencia tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021. Consecuentemente se observa una correlación positiva alta de 0.701, lo cual permite concluir que, al realizar recomendaciones y charlas se

podrá generar conciencia tributaria en cada comerciante y se tendrá resultados favorables en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

5.3.2.2.2. Hipótesis específicas 2.

H_{e2}: La educación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_o: La educación tributaria no se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_o: $\rho=0$

H₁: La educación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_o: $\rho\neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 22

Correlación de dimensión educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021

			Educación tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Educación tributaria	Coefficiente de correlación	1.000	.836**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	61	61
	Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	.836**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	61	61

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

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ rechazar H₀ y se acepta la H₁: La educación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021. Consecuentemente se observa una correlación

positiva alta de 0.836, lo cual permite concluir que, al tener un adecuado conocimiento tributario se podrá tener a comerciantes con una educación tributaria alta y un correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

5.3.2.2.3. Hipótesis específicas 3.

H_{e3}: La orientación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_o: La orientación tributaria no se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_o: $\rho=0$

H₁: La orientación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_o: $\rho\neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 23

Correlación de dimensión orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

			Orientación tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Orientación tributaria	Coeficiente de correlación	1.000	.721
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	61	61
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	.721	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	61	61

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

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $\rho = 0.000 < 0,05$ rechazar H₀ y se acepta la H₁: La orientación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021. Consecuentemente se observa una correlación

positiva alta de 0,721, lo cual permite concluir que, al tener charlas de orientación de manera continua se podrá tener a comerciantes con una orientación ideal sobre la conducta tributaria que debe tener y sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

5.3.2.2.4. Hipótesis específicas 4.

H_{e4}: La difusión tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_o: La difusión tributaria no se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_o: $\rho=0$

H₁: La difusión tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

H_o: $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 24

Correlación de dimensión difusión tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

			Difusión tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Difusión tributaria	Coefficiente de correlación	1.000	.810
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	61	61
	Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	.810	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	61	61

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

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Interpretación: Dado que $p = 0.000 < 0,05$ rechazar H_0 y se acepta la H_1 : La difusión tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021. Consecuentemente se observa una correlación positiva alta de 0.810, lo cual permite concluir que, las autoridades como la SUNAT debe realizar una difusión y promoción del conocimiento básico de los temas tributarios para generar resultados positivos en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Pacocha – Ilo, 2021.

5.3.3. Discusión de Resultados.

Al cierre del proceso de presentación y análisis de los resultados, se desarrolla la discusión con las investigaciones previas, así como también con las teorías mencionadas, estando referidas a la Cultura tributaria y obligaciones tributarias, además de las dimensiones, objetivos e hipótesis planteadas en la investigación.

De acuerdo con la hipótesis general planteada: La cultura tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021, según los resultados se muestra una correlación positiva alta de 0.845 lo cual permite concluir que, al mejorar y potenciar la cultura tributaria se tendrá resultados favorables respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021. En este sentido, se evidencia concordancia con los resultados obtenidos por López (2020) en su estudio titulado “Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en la Asociación de Comerciantes Mercado de Telas Piura 2018”, manifestando que, la cultura tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes, con un grado moderado de un coeficiente de correlación de 0.299, hallándose la correlación positiva moderada en base a las variables de cultura tributaria y obligaciones tributarias. Por su parte, Tene (2019) en su investigación “Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las

obligaciones de los comerciantes del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja” manifiesta que, los comerciantes del mercado evidencian un bajo grado de conocimientos en tributación, específicamente, no conocen el Servicio de Rentas Internas y los Impuestos. Este resultado influye en el bajo cumplimiento de las obligaciones tributarias, postergando el pago de estos y, desconociendo la forma correcta de completar los comprobantes de venta. De otro lado, Palaco (2017) en su investigación titulada “¿De qué manera la Cultura Tributaria se relaciona con los Deudores Tributarios en las Asociaciones de Comerciantes, San Juan de Lurigancho 2017?”, manifestó que, en base a la hipótesis principal, se logró contrastar la realidad de la cultura tributaria y su vínculo con las obligaciones tributarias en las Asociaciones de comerciantes de San Juan de Lurigancho, periodo 2017, esto a causa de que dicha cultura en los comerciantes accede al cumplimiento de las obligaciones tributarias a través del pago y la formalización. Es por lo que dichos estudios demostraron que es necesaria la integración de una cultura tributaria y el respeto de las obligaciones que se exigen, esto debido al no tener un adecuado conocimiento podría traer como consecuencia la informalización, es así, que se finaliza que la cultura tributaria se relaciona de manera directa con las obligaciones tributarias.

Asimismo, de acuerdo con la hipótesis específica 1: La conciencia tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, esto debido a que los resultados mostraron una correlación positiva alta de 0.701 lo cual permite concluir que, al realizar recomendaciones y charlas se podrá generar conciencia tributaria en cada comerciante y se tendrá resultados favorables en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Pacocha – Ilo, 2021. En este sentido, se evidencia concordancia con los resultados obtenidos por Hernández y Zapata (2017), en su estudio titulado “Cultura tributaria de los contribuyentes de Perú.”, manifestando que, la conciencia tributaria consigue que cada empresa realice su planeamiento tributario, siendo necesario para el país peruano, ya que se busca conseguir que las empresas manejen una cultura tributaria, y de esta forma comprender la

importancia de los impuestos y las sanciones que incorpora la administración tributaria. Es por ello, que se finalizó con la contrastación de información que demostraba que tener una conciencia tributaria permite conocer realmente las sanciones impuestos y beneficios que trae cumplir con sus obligaciones, es así, que la conciencia tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

De igual forma, de acuerdo con la hipótesis específica 2: La educación tributaria, se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, esto debido a que los resultados mostraron una correlación positiva alta de 0,836, lo cual permite concluir que, al tener un adecuado conocimiento tributario se podrá tener a comerciantes con una educación tributaria alta y un correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Pacocha – Ilo, 2021. En este sentido, se evidencia concordancia con los resultados obtenidos por De la torre, Maiguel y Padilla (2019) en su estudio titulado “La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia”, manifestando que, el nivel de conocimiento de los contribuyentes en relación a sus deberes y derechos es mínimo, quiere decir, que este factor podría ser riesgoso trayendo consigo problemas al estado en el momento de ejercer medidas de recaudación de efectivos a las distintas personas que se encuentran en obligación de brindar tributos, de esta misma forma, los individuos no tienen conocimiento de los puntos de atención y pagos establecidos en atención al cliente . Es por ello que se finaliza con la contrastación de resultados, esto debido a que en mayor parte de los estudios se afirma que una educación tributaria permite que las personas están al tanto de sus obligaciones, evitando diversos problemas futuros, otro punto es que algunas personas no toman interés absoluto sobre saber las medidas y deberes que tienen, es así, que la educación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de obligaciones tributarias.

Asimismo, de acuerdo con la hipótesis específica 3: La orientación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, esto debido a que

los resultados mostraron una correlación positiva alta de 0.721, lo cual permite concluir que, al tener charlas de orientación de manera continua se podrá tener a comerciantes con una orientación ideal sobre la conducta tributaria que debe tener y sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Pacocha – Ilo, 2021. En este sentido, se evidencia concordancia con los resultados obtenidos por Camacho y Patarroyo (2017) en su estudio titulado “Cultura tributaria en Colombia”. Arribando a las siguientes conclusiones: La cultura tributaria en el país de Colombia es tomada como una técnica básica que facilita al estado producir un desarrollo social, económico y cultural, en mención al perfil del contribuyente frente a la tributación que es básica e indispensable para un mejor desarrollo de la cultura tributaria. Es por ello que se finalizó con la contrastación de información, esto debido a que la mayor parte de investigadores concluyeron que una orientación tributaria podría traer beneficios a las personas, y podría conseguir que tengan un manejo responsable y consciente sobre sus obligaciones, es así, que se demuestra que la orientación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Asimismo, de acuerdo con la hipótesis específica 4: La difusión tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, esto debido a que los resultados mostraron una correlación positiva alta de 0.810, lo cual permite concluir que, las autoridades como la SUNAT debe realizar una difusión y promoción del conocimiento básico de los temas tributarios para generar resultados positivos en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Pacocha – Ilo, 2021. En este sentido, se evidencia concordancia con los resultados obtenidos por Huere y Muña (2016) en su investigación planteada como problema: “¿Cómo la cultura tributaria influye en la formalización de las MYPES de los mercados de la Provincia de Huancayo?”. Arribando a las siguientes conclusiones: Una percepción negativa de la SUNAT; ya que piensan que lo recaudado no

tienen un destino adecuado y no le dan la importancia a la difusión sobre tributos y normas que les permita tener conocimiento sobre la formalización, deberes y derechos del contribuyente.

Por su parte Dávila, López y Pizango (2016). En su investigación Titulada “La cultura tributaria y su relación con la evasión de impuestos en las empresas industriales dedicadas a la elaboración de productos de panadería en el distrito de Tarapoto, año 2016”, se manifiesta que, si se tiene mayor conocimiento de tributación se obtendrán menos casos de evasión de impuestos, y esto genera un resultado positivo para poder generar mayor tributo y por consiguiente mayor beneficio a la sociedad. Es por lo que se finalizó con la contrastación de estudio, esto debido a que la mayor parte de investigaciones demostró que una adecuada difusión tributaria podría conseguir la evasión de impuesto y mayor tributo por ende un beneficio para la comunidad en general es así, que la difusión tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de obligaciones tributarias.

Conclusiones

1. Se logró determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021; obteniendo un valor de sig. = .000 < que 0.05, lo que significa que es menor al valor del nivel de significancia; arrojando una relación positiva alta esto se debe a que mediante la prueba de correlación de Rho de Spearman se obtuvo el valor positivo de ,845, evidenciándose que a mayor cultura tributaria más alto es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes que a través de la brecha de veracidad se desarrollarán mecanismos de verificación de las operaciones que sustentan la generación del valor agregado.

2. Se estableció la relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias obteniendo un valor de sig. = .000 < que 0.05, lo que significa que es menor al nivel de significancia; siendo la relación positiva alta esto se debe a que mediante la prueba de correlación de Rho de Spearman se obtuvo el valor positivo de ,701, evidenciándose que al realizar recomendaciones y charlas se podrá generar conciencia tributaria en cada comerciante y se tendrá resultados favorables, en caso de que un contribuyente incumpla con alguna de sus obligaciones, se origina una brecha tributaria que debe ser tratada mediante diferentes acciones, lo que tendrá un impacto en los ingresos tributarlos del Estado.

3. Se demostró cómo la educación tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias obteniendo un valor de sig. = .000 < que 0.05, lo que significa que es menor al valor del nivel de significancia; arrojando una relación positiva alta esto se debe a que mediante la prueba de correlación de Rho de Spearman se obtuvo el valor positivo de ,836, evidenciándose que al tener un adecuado conocimiento tributario se podrá tener a comerciantes con una educación tributaria donde es capaz de darle cumplimiento a las obligaciones tributarias. Es necesario crear una educación sobre la brecha de cumplimiento ya que de esta manera se podrá ir reduciendo la evasión del IGV.

4. Se dio la explicación de cómo la orientación tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, obteniendo un valor de $\text{sig.} = .000 < \text{que } 0.05$, lo que significa que es menor al valor del nivel de significancia; siendo la relación positiva alta esto se debe a que mediante la prueba de correlación de Rho de Spearman se obtuvo el valor positivo de ,701, evidenciándose que al tener charlas de orientación de manera continua se podrá tener a comerciantes con una orientación ideal sobre la conducta tributaria que debe tener y sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones cuyas brechas permita dirigir la actuación de la SUNAT hacia procedimientos más eficientes por contar con las orientaciones adecuadas que dan origen a comportamiento positivo de los contribuyentes.

5. Se identificó la relación de la difusión tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias obteniendo un valor de $\text{sig.} = .000 < \text{que } 0.05$, lo que significa que es menor al valor del nivel de significancia; siendo la relación positiva alta esto se debe a que mediante la prueba de correlación de Rho de Spearman se obtuvo el valor positivo de ,810. La brecha que se establece por medio de la difusión tributaria representa una respuesta administrativa para combatir la evasión tributaria y facilitar el cumplimiento voluntario en el ámbito nacional en el que se requiere de tomar medidas las cuales deben estar adaptadas a las políticas tributarias que resultan muy relevantes en la consecución de dicho objetivo.

Recomendaciones

Primera: Realizar charlas y campañas informativas para reforzar la cultura tributaria en base al cumplimiento de las obligaciones tributarias, desarrollando mecanismos de verificación de las operaciones que sustentan la generación del valor agregado de esta manera poder tener mejores resultados en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Segunda: Generar conciencia tributaria en los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo dándole a conocer las consecuencias y sanciones por el incumplimiento de sus obligaciones tributarias en donde se les dé a conocer diferentes acciones que les facilite su cumplimiento.

Tercera: Solicitar a la SUNAT, personal capacitado que pueda educar tributariamente a los comerciantes y que se les informe sobre la formalización y los beneficios que este genera en la sociedad donde sea capaz de darle cumplimiento a las obligaciones tributarias.

Cuarta: Elaborar una cabina de orientación en el mercado apoyado por el SUNAT, para que cada comerciante pueda resolver sus dudas sobre el estado tributario en el que se encuentren, de igual manera orientar y dar facilidades para que los comerciantes puedan ingresar a la formalidad y puedan cumplir con las obligaciones tributarias que todo ciudadano debe.

Quinta: Se recomienda a los directivos de los comerciantes del Mercado Pacocha realizar campañas informativas y paneles que incentiven y promuevan el cumplimiento de las obligaciones tributarias, así mismo se debe realizar controles periódicos sobre temas tributarios para poder tener un panorama amplio sobre este tema.

Referencias

- Alston, C. (2017). *Correlational Studies in Psychology*. Examples, Advanta. Study.com.
- Amaguaya, J., y Moreira, L. (2016). *La Cultura Tributaria y las Obligaciones Fiscales de los Negocios Informales de Guayaquil*. Guayaquil - Ecuador. (Tesis de grado, Universidad de Guayaquil) . Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10601>
- Amasifuen, M. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista UPEU*, 73 - 90. Recuperado de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/viewFile/898/866
- Arriaga, G., Reyes, M., Olives, J., y Solórzano, V. (2018). Análisis de la cultura tributaria: impuesto a la renta para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, provincia de Santa Elena. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 5(3). doi:<https://doi.org/10.26423/rcpi.v5i3.214>.
- Ávila, A. (2018). *Cultura tributaria y su impacto en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abasto del distrito de Trujillo, año 2017*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo). Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/10665>
- Baque, S., Salazar, y Jaime, M. (2020). Gestión organizacional para el apoyo contable fiscal como aporte en la recuperación de tributos. *Avances*, 22(1), 51-63. Recuperado de <http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/article/>
- Bravo, F. (2011). Los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria. Experiencia en el Perú- CIAT. *Revista de Administración Tributaria*. Recuperado de https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_31/Espanol/revista_ebook_31_2011.pdf

- Burga, M. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014*. (Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Lima-Perú). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10656/5404>
- Camacho, A., y Patarroyo, Y. (2017). *Cultura tributaria en Colombia*. (Tesis de pregrado, Universidad Minuto de Dios, Bogotá, Colombia). Recuperado de <https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/5404/1/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf>
- Cárdenas, A. (2012). *La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha – Cantón Quito*. (Tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana). Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5224>.
- Carrasco. (2019). *Metodología de Investigación científica*. Perú: San Marcos. [Página web]. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/1GTWMTyAZDmzE0hJbUKSxsR-QJWsYugBV/view>
- CEPAL. (2016). *Estrategias para abordar la evasión tributaria en América Latina y el Caribe*. Macroeconomía del desarrollo.
- Chavez, P. (1993). *La tributación*. Lima. Universidad nacional Mayor de San Marcos.
- Chicas, L. (2011). *Propuesta para crear una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala*. (Tesis de titulación, Universidad de San Carlos de Guatemala). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3703.pdf
- Coca, G., y J, S. (2020). *Derecho civil: Obligaciones de dar (artículo 1132 del Código Civil)* [Página web]. . Recuperado de <https://lpderecho.pe/derecho-civil-obligacion-dar-articulo-1132-codigo-civil/>

- Coca, G., y Saúl, J. (2020). *Derecho civil: Obligaciones de dar (artículo 1148 del Código Civil)*. [Página web]. Recuperado de https://lpderecho.pe/derecho-civil-obligaciones_de_hacer/
- Coca, G., y Saúl, J. (2020). *Derecho civil: Obligaciones de no hacer (artículo 1158 del Código Civil)*. [Página web]. Recuperado de https://lpderecho.pe/derecho-civil-obligaciones_no_hacer-articulo-1158-codigo-civil/
- Cuellar, J. (2016). *¿Por qué es importante la orientación al contribuyente?* [Página web]. Recuperado de <https://www.pqs.pe/pulso-tributario/orientacion-contribuyente-sunat>
- Cuellar, J. (2016). *¿Qué viene haciendo la SUNAT?* [Página web]. Recuperado de <https://www.pqs.pe/pulso-tributario/peru-educacion-tributaria>
- Dávila, C., López, R., y Pizango, F. (2016). *La cultura tributaria y su relación con la evasión de impuestos en las empresas industriales dedicadas a la elaboración de producto de panadería en el distrito de Tarapoto, año 2016*. Tarapoto - Perú: (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín). Recuperado de <http://hdl.handle.net/11458/2412>
- De la Torre, I., Maignel, R., y Padilla, L. (2019). *La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia*. (Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia, República de Colombia). Recuperado de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16533/1/2019_implementation_cultura_tributaria.pdf
- Díaz, B., y Lindemberg, A. (2015). Educación Fiscal y construcción de ciudadanía en América Latina. *Revista de Administración Tributaria CIAT/AEAT/IEF*(38), 50-78. Recuperado de http://educacionfiscal.org/files/2015-05/2015_rivillas_baltazar.pdf
- Domínguez, S., Sánchez, E., y Sánchez, G. (2009). *Guía para elaborar una tesis*. México. McGraw-Hill.

- Flores, M. (2019). *Fortalecimiento de la cultura tributaria para el ejercicio de la ciudadanía en las estudiantes del 5to grado de secundaria de la institución educativa Santa Rosa Puno 2018*. (Trabajo de pregrado, Universidad nacional de San Agustín de Arequipa).
- Giarrizzo, V., y Sivori, J. (2010). Las Inconsistencias de la Moral Tributaria. El caso de los Moralistas Evasores. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de León*, 10, 95-124.
- Gómez, L., y Macedo, J. (2008). La Difusión de la cultura tributaria y su influencia en el Sistema Educativo Peruano. *Investigación Educativa*, 149.
- Hernández, G., y Zapata, K. (2017). *Cultura tributaria de los contribuyentes de Perú*. Universidad Uniempresarial. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/20219>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México. Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6. ed, Ed.) México Distrito Federal. McGraw-Hill.
- Huaman, A., y Arango, F. (2005). *Capacitación de los contribuyentes del RUS y cumplimiento de las obligaciones tributarias en la provincia de Huamanga*. (Trabajo de pregrado, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga). Recuperado de <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/1903>
- Huere, X., y Muña, A. (2016). *Cultura tributaria para la formalización de las Mypes de los mercados de la provincia de Huancayo*. Huancayo – Perú. (Tesis de grado, Universidad Nacional del Centro del Perú). Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12894/1607>
- Instituto de Administración Tributaria y Aduanera. (2012). *Cultura Tributaria*. Lima. Punto y Gráfica S.A.C.
- Jarach, D. (1982). *Nuevas Doctrinas del Derecho Tributario*. Buenos Aires.

- López, M. (2020). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en la Asociación de Comerciantes Mercado de Telas Piura 2018*. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47003>
- Martin. (1995). *Derecho Tributario General* (Vol. 2). Buenos Aires. Ediciones De Palma.
- Mavares, K. (2011). Educación Tributaria y Desarrollo Profesional en las Escuelas Arquidiocesanas. *Revista Electrónica Arbitrada Commercium et Tributum, Venezuela*, vol. 5.
- Méndez, M. (2004). Cultura Tributaria, Deberes y Derechos vs Constitución de 1999. *Revista Espacio Abierto*. 13(1).123-137.
- Modelo de Código Tributario de América Latina. (1967). *Modelo de código tributario del CIAT*. México. Mc Graw Hill.
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el Periodo 2012*. (Tesis de Grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo). Chiclayo, Perú.
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región, Chiclayo, Perú*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo). Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/202>
- Murillo, W. (2008). *La investigación científica*. [Página web]. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos15/invest-científica/investcientífica.shtm>
- Onofre, Z., Aguirre, R., y Murillo, T. (2017). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 45-68. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.3.jun.45-68>

- Ortiz, F. (2004). *Diccionario de Metodología de la Investigación Científica*. México D.F. Editorial Limusa.
- Palacios, A. (2017). *Obligaciones y derechos tributarios que tienen los contribuyentes persona naturales obligadas a llevar contabilidades pertenecientes a los segmentos de Micro Empresas y Pequeñas Empresas en el Ecuador*. (Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/123456789/13015/TESIS%20ANA%20LUCIA%20PALACIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Palaco, M. (2017). *Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en las Asociaciones de Comerciantes, San Juan de Lurigancho, 2017*. (Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14667/Palaco_DMOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peiro, R. (2018). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/medios-de-comunicacion.html>
- Pérez, C. (2018). *La cultura tributaria como herramienta eficaz; fiscal, reducción de la evasión; contribuyentes del Impuesto a la Renta de tercera categoría y Lima Metropolitana*. (Tesis de maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal). Recuperado de <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2066>
- Pérez, J., y Merino, M. (2012). *Definición de orientación*. Recuperado de <https://definicion.de/orientacion/>
- Pinillos, J. (2019). Elementos de la obligación tributaria sustancial del gravamen a los movimientos financieros en Colombia. *Revista Espacios*, 1-10.

- Ramírez, M. (2019). *Cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes en los mercados del distrito de Los Olivos, 2019*. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo). Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/47443>
- Robles, C. (2008). *Introducción a la obligación tributaria. Reflexiones sobre derechos tributario y derecho constitucional*. Lima. Universidad Católica del Perú y UNMSM.
- Roca, C. (2011). Estrategias para la formación de la cultura tributaria – Asamblea General del CIAT N° 42. *Serie Temática Tributaria, N°15*, p. 66.
- Roca, C. (2018). *Estrategias para la formación de la cultura tributaria – asamblea general del Ciat N°42- serie temática tributaria n°15 asistencia al contribuyente. Guatemala. [Página web]*. Recuperado de <http://portal.sat.gob.gt/sitio/index.php/leyes/do>
- SUNAT (2021). *Infracciones, sanciones y delitos. [Página web]*. Recuperado de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro4/titulo1.htm>
- Tamayo. M (1997). *El Proceso de la Investigación científica*. México. Editorial Limusa S.A. Recuperado de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Tene, T. (2019). *Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja*. Loja, Ecuador. (Trabajo de Grado, Universidad Nacional de Loja). Recuperado de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22046>
- Torres, L. (2013). *Medios de información*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/liliatorresfernandez/medios-de-informacin-5101315>
- Valero, M., Ramírez, y Moreno, F. (2009). Ética y cultura tributaria en el contribuyente. *Revista Daena: International Journal of Good Conscience*, 5(1), 58-73. Recuperado de [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)58-73.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)58-73.pdf).

Yman, L., y Ynfante, S. (2016). *Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Tumbes).

Apéndice A. Matriz de consistencia

Cultura Tributaria y Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis principal	Variable principal	Enfoque de investigación Cuantitativo
¿Cómo la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021?	Determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.	La cultura tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021.	X: Cultura Tributaria X ₁ : Conciencia Tributaria X ₂ : Educación tributaria X ₃ : Orientación tributaria	Tipo de Investigación Aplicada Nivel de investigación Correlacional Métodos de investigación General y específico
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis secundarias	X ₄ : Difusión tributaria	Diseño No experimental de tipo transversal correlacional
¿De qué manera la conciencia tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias?	Establecer la relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias.	La conciencia tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.	Variable secundaria Y: Obligaciones tributarias	Población
¿Cómo la educación tributaria se relaciona con las	Demostrar cómo la educación tributaria se relaciona con las	La educación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las	Y ₁ : Obligación de dar	La población estará conformada por 200

<p>obligaciones tributarias?</p> <p>¿En qué medida una buena orientación tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias?</p> <p>¿De qué manera la difusión de la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias?</p>	<p>obligaciones tributarias.</p> <p>Explicar cómo una buena orientación tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.</p> <p>Determinar la relación de la difusión tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.</p>	<p>obligaciones tributarias.</p> <p>La orientación tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.</p> <p>La difusión tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.</p>	<p>Y₂: Obligación de hacer</p> <p>Y₃: Obligación de no hacer</p> <p>Y₄: Obligación de tolerar</p>	<p>comerciantes del mercado Pacocha - Ilo.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra de comerciantes es: n = 61</p> <p>Técnicas de recolección de datos</p> <p>Encuestas</p> <p>Instrumentos de recolección de datos</p> <p>Cuestionario</p>
--	---	---	--	---

Apéndice B. Instrumentos de recolección de datos

Instrucciones:

La presente técnica de la Encuesta tiene como finalidad recoger información con respecto a la investigación: “CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL MERCADO PACOCHA ILO, 2021”. En tal sentido se pide su gentil colaboración, sinceridad y objetividad en sus respuestas. La información que usted proporciona es de carácter confidencial.

Considere la respuesta correcta marcando con una (X).

DATOS INFORMATIVOS			
APELLIDOS Y NOMBRES	<input type="text"/>		
SEXO	<input type="text"/>	NIVEL DE EDUCACIÓN	<input type="text"/>
EDAD	<input type="text"/>	PERSONERIA JURÍDICA	<input type="text"/>
RUC	<input type="text"/>	RÉGIMEN TRIBUTARIO	<input type="text"/>

DIMENSIÓN: Conciencia tributaria

1	¿Considera usted que los contribuyentes cumplen voluntariamente con sus obligaciones tributarias?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

2	¿Considera usted que los contribuyentes se sienten motivados con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

3	¿Considera usted que el cumplimiento de las obligaciones tributarias beneficia a la sociedad?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

DIMENSIÓN: Educación tributaria

1	¿Considera usted que los programas de educación tributaria promueven el cumplimiento de las obligaciones tributarias?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

2	¿Considera usted que la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

3	¿Cree usted que los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias?	
---	--	--

	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

DIMENSIÓN: Orientación tributaria

1	¿Considera usted que los canales de atención al contribuyente brindan una adecuada orientación?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

2	¿Usted ha recibido asistencia tributaria de parte de la SUNAT?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

3	¿Considera usted que las charlas virtuales que brinda SUNAT ayudan a concientizar al contribuyente?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

DIMENSIÓN: Difusión tributaria

1	¿Se informa usted de los temas tributarios que difunde SUNAT en las redes sociales?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

2	¿Cree usted que las campañas de sensibilización concientizan al contribuyente con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

3	¿Cree usted que las campañas de orientación tributaria que organiza SUNAT promueven con el cumplimiento de las obligaciones tributarias?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

DIMENSIÓN: Obligación de dar

1	¿Cumple usted con el pago oportuno de sus tributos?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

DIMENSIÓN: Obligación de hacer

1	¿Cumple usted con la presentación y declaración mensual de impuestos?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

2	¿Cree usted que los contribuyentes conocen la importancia de llevar libros contables?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

3	¿Cumple usted con la emisión y entrega de comprobantes de pago?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

DIMENSIÓN: Obligación de no hacer

1	¿Considera usted que los contribuyentes conocen las sanciones a las que se exponen al presentar comprobantes falsos?	
	Siempre	()

	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

2	¿Conoce usted las sanciones a las que se expone al presentar información falsa a la SUNAT?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

3	¿Conoce usted las sanciones a las que se expone al no entregar comprobantes de pago?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

DIMENSIÓN: Obligación de tolerancia

1	¿Cumple usted en brindar información necesaria ante una fiscalización por la SUNAT?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

2	¿Cumple usted con entregar la información requerida por la SUNAT?	
	Siempre	()
	Casi siempre	()
	A veces	()
	Casi nunca	()
	Nunca	()

Apéndice C. Validación del instrumento



Universidad
Continental

Ficha de Validación por Criterio de Experto

1. Datos Generales

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto: JEDDY ANGEL BENAVIDES FLORES
 1.2. Grado académico / mención : CONTADOR PUBLICO COLEGIADO
 1.3. N° DNI / Teléfono y/o celular : 04648384 / 953642249
 1.4. Cargo e institución donde labora: Técnico Tributarista.
 : Municipalidad Provincial de Ilo.
 1.5. Autor(es) del instrumento : MAMANI CÁCERES HIGLER MIKI
 ESPINOZA COA OFELIA MARGOT
 1.6. Lugar y fecha : Ilo, 11 agosto del 2021

2. Aspectos de la Evaluación

Indicadores	Criterios	Deficiente 1	Aceptable 3	Bueno 5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.			X
2. Objetividad	El instrumento está organizado y expresado en comportamientos observables.			X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X
4. Organización	Presentación ordenada.			X
5. Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.			X
6. Pertinencia	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.			X
7. Consistencia	Pretende conseguir datos basado en teorías o modelos teóricos.			X
8. Coherencia	Entre variables, dimensiones, indicadores e ítems.			X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.			X
10. Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.			X
Conteo total de marcas		A	B	C
				50

$$\text{Coeficiente de validez} = \frac{1 \times A + 3 \times B + 5 \times C}{50} = 100\%$$

3. Opinión de aplicabilidad

Intervalo	Categoría	
[0,20 – 0,40]	No válido, reformular	<input type="radio"/>
<0,41 – 0,60]	No válido, modificar	<input type="radio"/>
<0,61 – 0,80]	Válido, mejorar	<input type="radio"/>
<0,81 – 1,00]	Válido, aplicar	<input checked="" type="radio"/>

4. Recomendaciones

Ninguna


 Jddy Benavides Flores
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MATRÍCULA 20-119 MOQ.

DNI. N° 04648384



Ficha de Validación por Criterio de Experto

1. Datos Generales

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto: CUYA VELARDE JUAN CARLOS
 1.2. Grado académico / mención : Magíster en Auditoría y Tributación
 1.3. N° DNI / Teléfono y/o celular : 41934972 / 989619690
 1.4. Cargo e institución donde labora: Especialista 3 de SUNAT
 1.5. Autor(es) del instrumento : MAMANI CÁCERES HIGLER MIKI
 ESPINOZA COA OFELIA MARGOT
 1.6. Lugar y fecha : Tacna, 18 agosto del 2021

2. Aspectos de la Evaluación

Indicadores	Criterios	Deficiente 1	Aceptable 3	Bueno 5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.			X
2. Objetividad	El instrumento está organizado y expresado en comportamientos observables.			X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X
4. Organización	Presentación ordenada.			X
5. Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.			X
6. Pertinencia	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.			X
7. Consistencia	Pretende conseguir datos basado en teorías o modelos teóricos.			X
8. Coherencia	Entre variables, dimensiones, indicadores e ítems.			X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.			X
10. Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.			X
Conteo total de marcas		A	B	C
				50

$$\text{Coeficiente de validez} = \frac{1 \times A + 3 \times B + 5 \times C}{50} = 100\%$$

3. Opinión de aplicabilidad

Intervalo	Categoría	
[0,20 – 0,40]	No válido, reformular	<input type="radio"/>
<0,41 – 0,60]	No válido, modificar	<input type="radio"/>
<0,61 – 0,80]	Válido, mejorar	<input type="radio"/>
<0,81 – 1,00]	Válido, aplicar	<input checked="" type="radio"/>

4. Recomendaciones

Ninguna


 Firma del Experto
 DNI. N° 41934972



Universidad
Continental

Ficha de Validación por Criterio de Experto

1. Datos Generales

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto : CHUYACAMA JAVIER MIRIAM MARILU
 1.2. Grado académico / mención : CONTADOR PUBLICO COLEGIADO
 1.3. N° DNI / Teléfono y/o celular : 47464404 - 999074241
 1.4. Cargo e institución donde labora : ESPECIALISTA EN PRESUPUESTO
 OFICINA DE PRESUPUESTO Y TRIBUTACION
 GOBIERNO REGIONAL DE AREQUIPA.
 1.5. Autor(es) del instrumento : ESPINOZA COA OFELIA MARGOT
 MAMANI CÁCERES HIGLER MIKI
 1.6. Lugar y fecha : Arequipa, 05 de agosto del 2021

2. Aspectos de la Evaluación

Indicadores	Criterios	Deficiente 1	Aceptable 3	Bueno 5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.			X
2. Objetividad	El instrumento está organizado y expresado en comportamientos observables.			X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X
4. Organización	Presentación ordenada.			X
5. Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.			X
6. Pertinencia	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.			X
7. Consistencia	Pretende conseguir datos basado en teorías o modelos teóricos.			X
8. Coherencia	Entre variables, dimensiones, indicadores e ítems.			X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.			X
10. Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.			X
Conteo total de marcas		A	B	C
				50

$$\text{Coeficiente de validez} = \frac{1 \times A + 3 \times B + 5 \times C}{50} = 100\%$$

3. Opinión de aplicabilidad

Intervalo	Categoría	
[0,20 – 0,40]	No válido, reformular	<input type="radio"/>
<0,41 – 0,60]	No válido, modificar	<input type="radio"/>
<0,61 – 0,80]	Válido, mejorar	<input type="radio"/>
<0,81 – 1,00]	Válido, aplicar	<input checked="" type="radio"/>

4. Recomendaciones

Ninguna


 MIRIAM MARILU CHUYACAMA JAVIER
 Contador Público Colegiado
 Matrícula N° 6525
 AREQUIPA

Firma del Experto
 DNI. N° 47464404