

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Contabilidad

Tesis

**Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento
de obligaciones tributarias en comerciantes de
abarrotes de los mercados públicos de Huancayo
metropolitano - 2022**

Ariana Isabella Lima Aparco
Vivian Rosse Quispe Condori
Luz Clarita Tapahuasco Román

Para optar el Título Profesional de
Contador Público

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



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

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TESIS

A : Dr. William Rodríguez Giráldez
Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa

DE : Mag. Wilder Sergio Hilario Aquino
Asesor de tesis

ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de tesis

FECHA : 14 de mayo de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para saludarlo y en vista de haber sido designado asesor de la tesis titulada: "**Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en Comerciantes de Abarrotes de los Mercados Públicos de Huancayo Metropolitano – 2022**", perteneciente al/la/los/las estudiante (s) Bachiller Ariana Isabella Lima Aparco, Vivian Rosse Quispe Condori y Luz Clarita Tapahuasco Román, de la E.A.P. de Contabilidad; se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 15% de similitud (informe adjunto) sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores SI NO
(Nº de palabras excluidas: 15)
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que la tesis constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad.

Recae toda responsabilidad del contenido de la tesis sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios de legalidad, presunción de veracidad y simplicidad, expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales – RENATI y en la Directiva 003-2016-R/UC.

Esperando la atención a la presente, me despido sin otro particular y sea propicia la ocasión para renovar las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,

La firma del asesor obra en el archivo original
(No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)

Dedicatoria

A Dios, con amor y a quienes han sido nuestras fuentes de inspiración y apoyo inquebrantable a lo largo de este viaje académico.

A nuestros padres, quienes nos han enseñado el valor del esfuerzo y la perseverancia desde el principio. Su amor, sacrificio y constante aliento nos han guiado en este camino y han sido la fuente de nuestra fortaleza.

Ariana, Vivian y Luz

Agradecimiento

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que han desempeñado un papel fundamental en la realización de esta tesis. Este trabajo es el resultado de un esfuerzo conjunto y, por lo tanto, nuestras palabras de gratitud se extienden a todos quienes han contribuido de manera significativa.

En primer lugar, deseamos agradecer a nuestro asesor de tesis, Wilder Sergio Hilario Aquino, por su orientación experta y apoyo inquebrantable. Su compromiso con nuestro crecimiento académico y su capacidad para desafiarnos a superar nuestros límites fueron cruciales para llevar a cabo este proyecto.

También extendemos nuestra gratitud a los docentes de la Universidad Continental, quienes nos brindaron la base académica y las herramientas necesarias para abordar este estudio de manera efectiva.

Queremos reconocer a nuestras familias por su amor, apoyo inquebrantable y paciencia a lo largo de este arduo proceso. Su confianza en nosotros y su disposición para adaptarse a nuestros horarios de investigación fueron fundamentales.

Agradecemos a nuestros amigos y amigas por su aliento constante y comprensión durante los momentos de estrés. Sus palabras de ánimo y momentos de distracción fueron esenciales para mantenernos enfocados y motivados.

En resumen, nuestro agradecimiento se extiende a todas las personas e instituciones que han contribuido con este proyecto de tesis. Sin su apoyo, esta investigación no habría sido posible.

Ariana, Vivian y Luz

Contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Contenido.....	iv
Lista de Tablas	x
Lista de Figuras.....	xii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
Introducción	xvi
Capítulo I.....	19
Planteamiento del estudio.....	19
1.1. Delimitación de la Investigación	19
1.1.1. Territorial.	19
1.1.2. Temporal.	19
1.1.3. Conceptual.	19
1.2. Planteamiento del Problema	20
1.3. Formulación del Problema.....	27
1.3.1. Problema General.....	27
1.3.2. Problemas Específicos.	27
1.4. Objetivos de la Investigación.....	27
1.4.1. Objetivo General.....	27
1.4.2. Objetivos Específicos.....	28
1.5. Justificación de la Investigación	28
1.5.1. Justificación Teórica.	28

1.5.2. Justificación Práctica.....	29
Capítulo II.....	30
Marco Teórico	30
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	30
2.1.1. Artículos Científicos.	30
2.1.2. Tesis Internacionales y Nacionales.	32
2.1.2.1. Internacionales.	32
2.1.2.2. Nacionales.....	33
2.2. Bases Teóricas	35
2.2.1. Cultura Tributaria.....	35
2.2.1.1. Teoría Científica.....	35
2.2.1.2. Teoría Conceptual.	36
2.2.1.3. Bases Legales.....	36
2.2.1.4. Educación Tributaria.....	39
2.2.1.5. Actitudes Tributarias.....	43
2.2.2. Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias.....	44
2.2.2.1. Teoría Científica.....	44
2.2.2.2. Teoría Conceptual.	44
2.2.2.3. Obligaciones Tributarias Sustanciales.	45
2.2.2.4. Obligaciones Tributarias Formales.	45
2.3. Definición de Términos Básicos.....	47
2.3.1 Acreedor Tributario.....	47
2.3.2 Comerciantes.....	48
2.3.3 Comprobantes de Pago.....	48
2.3.4 Conciencia Tributaria.....	48

2.3.5	Contraprestación.....	48
2.3.6	Contribuyente.....	48
2.3.7	Deudor Tributario.....	49
2.3.8	Exigible Coactivamente.....	49
2.3.9	Financiamiento.....	49
2.3.10	Formalización.....	49
2.3.11	Gastos Públicos.....	49
2.3.12	Leyes Tributarias.....	50
2.3.13	Libros Contables.....	50
2.3.14	Personas Jurídicas.....	50
2.3.15	Recaudación.....	50
2.3.16	Servicios Públicos.....	50
Capítulo III.....	51	
Hipótesis y Variables.....	51	
3.1.	Hipótesis.....	51
3.1.1.	Hipótesis General.....	51
3.1.2.	Hipótesis Específicas.....	51
3.2.	Identificación de las Variables.....	51
3.2.1.	Definición Conceptual.....	52
3.2.1.1.	Cultura Tributaria.....	52
3.2.1.2.	Cumplimiento de Obligaciones Tributarias.....	52
3.2.2.	Definición Operacional.....	52
3.2.2.1.	Cultura Tributaria.....	52
3.2.2.2.	Cumplimiento de Obligaciones Tributarias.....	53
3.3.	Operacionalización de las Variables.....	53

Capítulo IV	56
Metodología	56
4.1. Enfoque de la Investigación.....	56
4.2. Tipo de Investigación.....	57
4.3. Nivel de Investigación	57
4.4. Métodos de Investigación	57
4.4.1. Método General.....	57
4.4.2. Método Específico.	58
4.5. Diseño de Investigación.....	58
4.5.1. Investigación de Diseño no Experimental.	58
4.5.2. Tipo Correlacional – Causal.	59
4.6. Población y Muestra	59
4.6.1. Población.....	59
4.6.2. Muestra.....	59
4.6.2.1. Unidad de Análisis.	60
4.6.2.2. Tamaño de la Muestra.	60
4.6.2.3. Selección de la Muestra.	60
4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	61
4.7.1. Técnicas.	61
4.7.2. Instrumentos.....	61
4.7.2.1. Diseño.	61
4.7.2.2. Confiabilidad.	62
4.7.2.3. Validez.	64
Capítulo V.....	67
Resultados.....	67

5.1. Descripción del Trabajo de Campo	67
5.2. Presentación de Resultados	68
5.2.1. Baremación.	68
5.2.1.1. Análisis Descriptivo de la Variable Cultura Tributaria y sus Dimensiones.....	69
5.2.1.2. Análisis Descriptivo de la Variable Cumplimiento de Obligaciones Tributarias y sus Dimensiones	73
5.3. Contrastación de Resultados	76
5.3.1. Contrastación de la Hipótesis General.	77
5.3.1.1. Planteamiento de Hipótesis.....	77
5.3.1.2. Establecer la Significancia Estadística.	77
5.3.1.3. Elección de la Prueba Estadística.	77
5.3.1.4. Cálculo del Valor p.....	78
5.3.1.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.....	79
5.3.2. Contrastación de la Hipótesis Específica 1.	79
5.3.2.1. Planteamiento de Hipótesis.....	79
5.3.2.2. Establecer la Significancia Estadística.	80
5.3.2.3. Elección de la Prueba Estadística.	80
5.3.2.4. Cálculo del Valor p.....	80
5.3.2.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.	81
5.3.3. Contrastación de la Hipótesis Específica 2.	82
5.3.3.1. Planteamiento de Hipótesis.....	82
5.3.3.2. Establecer la Significancia Estadística.	82
5.3.3.3. Elección de la Prueba Estadística.	82
5.3.3.4. Cálculo del Valor p.....	83

5.3.3.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.....	84
5.3.4. Contrastación de la Hipótesis Específica 3.....	84
5.3.4.1. Planteamiento de Hipótesis.....	84
5.3.4.2. Establecer la Significancia Estadística.....	85
5.3.4.3. Elección de la Prueba Estadística.....	85
5.3.4.4. Cálculo del Valor p.....	85
5.3.4.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.....	87
5.3.5. Contrastación de la Hipótesis Específica 4.....	87
5.3.5.1. Planteamiento de Hipótesis.....	87
5.3.5.2. Establecer la Significancia Estadística.....	88
5.3.5.3. Elección de la Prueba Estadística.....	88
5.3.5.4. Cálculo del Valor p.....	88
5.3.5.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.....	90
5.4. Análisis y Discusión de Resultados.....	90
Conclusiones.....	95
Recomendaciones.....	98
Lista de Referencias.....	101
Anexos.....	111

Lista de Tablas

Tabla 1 Presunciones	25
Tabla 2 Cálculo del IGV	37
Tabla 3 Matriz de operacionalización de la variable 1 Cultura tributaria	54
Tabla 4 Definición operacional de la variable 2 Cumplimiento de obligaciones tributarias ...	55
Tabla 5 Resumen de procesamiento de casos variable 1: cultura tributaria	63
Tabla 6 Estadísticas de fiabilidad variable 1: Cultura tributaria.....	63
Tabla 7 Resumen de procesamiento de casos variable 2: Cumplimiento de obligaciones tributarias.....	64
Tabla 8 Estadísticas de fiabilidad variable 2: Cumplimiento de obligaciones tributarias	64
Tabla 9 Recuento y porcentajes del estudio de la variable 1 Cultura tributaria	69
Tabla 10 Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión 1 Educación tributaria.....	70
Tabla 11 Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión 2 Actitudes tributarias.....	72
Tabla 12 Recuento y porcentajes del estudio de la variable 2 cumplimiento de obligaciones tributarias.....	73
Tabla 13 Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión 1 obligaciones tributarias sustanciales.....	74
Tabla 14 Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión 2 obligaciones tributarias formales.....	75
Tabla 15 Asociación para cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias ...	78
Tabla 16 Prueba chi-cuadrado para la hipótesis general.....	78
Tabla 17 Tabla cruzada de asociación para cultura y obligaciones tributarias sustanciales....	80
Tabla 18 Prueba chi-cuadrado para la hipótesis específica 1	81
Tabla 19 Tabla cruzada de asociación para cultura y obligaciones tributarias formales.....	83

Tabla 20 Prueba chi-cuadrado para la hipótesis específica 2	83
Tabla 21 Tabla cruzada para educación tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias	86
Tabla 22 Prueba chi-cuadrado para la hipótesis específica 3	86
Tabla 23 Actitudes tributarias y el cumplimiento de obligaciones tributarias.....	89
Tabla 24 Prueba chi-cuadrado para la hipótesis específica 4	89

Lista de Figuras

Figura 1. Estadísticas Tributarias en América Latina y El Caribe 2023.....	21
Figura 2. Ingresos tributarios del Gobierno central 2018 – 2022	22
Figura 3. Variación porcentual de ingresos recaudados por tributos internos.....	22
Figura 4. Regímenes tributarios	38
Figura 5. Libros y registros contables obligatorios.....	39
Figura 6. El sistema tributario peruano.....	40
Figura 7. Tipos de infracciones.....	41
Figura 8. El método científico	58
Figura 9. Estadígrafo de alfa de Cronbach.....	62
Figura 10. Baremos de medición de confiabilidad	63
Figura 11. Estadígrafo de validez de V de Aiken	65
Figura 12. Baremo para la interpretación de la V de Aiken	65
Figura 13. Resultados de la prueba V de Aiken.....	66
Figura 14. Barra sobre cultura tributaria.....	70
Figura 15. Barra sobre educación tributaria.....	71
Figura 16. Barra sobre actitudes tributarias	72
Figura 17. Barra sobre cumplimiento de obligaciones tributaria.....	74
Figura 18. Barra sobre obligaciones tributarias sustanciales	75
Figura 19. Barra sobre obligaciones tributarias formales	76
Figura 20. Fórmula estadística chi-cuadrado	77
Figura 21. Dispersión de puntos de la hipótesis general.....	79
Figura 22. Fórmula estadística chi-cuadrado	80
Figura 23. Dispersión de puntos de la hipótesis específica 1	81

Figura 24. Fórmula estadística chi-cuadrado	82
Figura 25. Dispersión de puntos de la hipótesis específica 2	84
Figura 26. Fórmula estadística chi-cuadrado	85
Figura 27. Dispersión de puntos de la hipótesis específica 3	87
Figura 28. Fórmula estadística chi-cuadrado	88
Figura 29. Dispersión de puntos de la hipótesis específica 4	89

Resumen

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo Metropolitano – 2022. Debido a que, en los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, a pesar de contar con RUC no emiten sus comprobantes por todas las ventas que realizan; así mismo, derivado de ello no realizan el pago de sus impuestos de manera correcta, no solicitan sus comprobantes de compra por la adquisición de sus mercaderías. La investigación se elaboró bajo el método científico, enfoque cuantitativo, deductivo, de tipo básico, nivel explicativo y diseño no experimental, transversal y relacional. La muestra fue no probabilística por criterio del investigador, estuvo constituida por 177 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano. Se utilizó como técnica la encuesta e instrumento el cuestionario, con una escala de Likert, dada la naturaleza de medición de las variables se realizó la prueba no paramétrica chi-cuadrado. Concluyendo que la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, puesto que el valor de significancia bilateral valor p ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %.

Palabras claves: cultura tributaria, cumplimiento de obligaciones tributarias

Abstract

The general objective of this research was to determine the incidence of tax culture in compliance with tax obligations in grocery merchants in the public markets of Huancayo metropolitano – 2022. The lack of tax culture on the part of grocery merchants is notorious. They are unaware of tax issues and therefore of the obligations they must comply with (such as paying taxes), all of this has a negative impact on the collection of taxes in the country since tax culture is a fundamental pillar for correct collection. of taxes, to finance public expenses, equitable redistribution and generate benefits for the taxpayer. The research was conducted under the scientific method, quantitative, deductive, basic type, relational level and non-experimental, transversal, relational design. The non-probabilistic convenience sample was made up of 177 grocery merchants from the public markets of Metropolitan Huancayo. The survey was used as a technique and the questionnaire was used as an instrument, with a Likert scale. Given the nature of measurement of the variables, the non-parametric Pearson Chi-square test was conducted. Concluding that, there is a direct relationship between tax culture and compliance with tax obligations in grocery merchants in the public markets of Huancayo metropolitano – 2022, since the bilateral significance value p-value ($p = 0.000 < 0.05$) with an error probability of 5% and confidence level of 95%.

Keywords: compliance with tax obligations, tax culture

Introducción

La presente tesis titulada «Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022», es de gran relevancia debido a que se pudo diagnosticar que los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, a pesar de contar con RUC no emiten sus comprobantes por todas las ventas que realizan; así mismo, derivado de ello no realizan el pago de sus impuestos de manera correcta, no solicitan sus comprobantes de compra por la adquisición de sus mercaderías; además que no presentan sus declaraciones de impuestos en los plazos establecidos por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat); no incluyen a sus trabajadores en planilla, los contribuyentes que están en el nuevo RUS no pagan el monto mínimo de S/ 20.00 a pesar de estar obligados.

Es así, que se pudo identificar las causas de la problemática del estudio que muestra que los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, carecen de la predisposición para ser buenos contribuyentes, ya que no poseen cultura tributaria, desconocen de términos básicos sobre tributación; además que las percepciones que tienen sobre los tributos y su administración es de rechazo por los múltiples actos de corrupción que se vienen presentando en Perú en todos los niveles del Estado, es por eso que se oponen a la importancia que representa el pago de sus tributos al desarrollo del país. Que se manifiesta con el incumplimiento del pago de sus tributos, afectando a su vez los ingresos del país por la no emisión de todos sus comprobantes de pago por las ventas que realizan; pedir sus debidos comprobantes de gasto para generar formalidad en la cadena económica; así mismo, desconocen los plazos establecidos por la Sunat para la declaración de sus impuestos y la devolución de sus saldos a favor que puedan tener. Es preciso señalar que la carencia de cultura

tributaria, trae consigo muchas dificultades al país, al no percibir suficientes ingresos por parte de los tributos y, por ende, no cumplir con el gasto público ni la redistribución correspondiente a todos los ciudadanos, por ello se formuló el siguiente problema ¿Cuál es la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?

El desarrollo de la tesis estuvo compuesto por cinco capítulos, los que se explican a continuación:

Capítulo I: Planteamiento de estudio, se ha sintetizado la descripción de la problemática de los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, comenzando por el entorno más amplio hasta los más cercanos, así mismo, se realizó la formulación del problema general y específicos, los objetivos, justificación teórica y práctica.

Capitulo II: Marco teórico, se exponen los antecedentes de la investigación, considerando artículos científicos, antecedentes internacionales y nacionales, así como, las bases teóricas que permiten desarrollar la investigación ampliamente con base en la teoría científica y conceptual y la definición de los términos básicos.

Capitulo III: Hipótesis y variables, se dilucidó el objetivo general y específicos de la investigación. Del mismo modo, se muestra la identificación de las variables, sus dimensiones e indicadores, donde se añade la matriz de operacionalización de las variables.

Capitulo IV: Metodología, se mencionó el enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación; la población y muestra empleada, así como, las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos, los cuales antes de su aplicación a la muestra de estudio, tuvieron que pasar por la prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach y la validez de contenido propuesto por Hernández Nieto.

Capítulo V: Resultados, se ejecutó la prueba de hipótesis, bajo la prueba estadística chi-cuadrado para su comprobación; por ser variables de tipo categórico, de naturaleza cualitativa y escalas ordinales; siendo un estudio transversal, donde la muestra estuvo constituida por un solo grupo. Además, que con esta prueba estadística se planteó determinar la relación de las variables de estudio.

Por último, se presentan las conclusiones, recomendaciones, lista de referencias y los anexos.

Capítulo I

Planteamiento del estudio

1.1. Delimitación de la Investigación

1.1.1. Territorial.

La presente investigación se ha realizado en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano en el departamento de Junín.

1.1.2. Temporal.

La delimitación temporal está comprendida por el periodo tributario de 2022.

1.1.3. Conceptual.

El estudio ha comprendido los siguientes conceptos para las variables de estudio:

Para Armas y Colmenares (2009), la cultura tributaria se identifica como «el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones» (p. 141). Se evidencia una desinformación acerca de las estrategias y planes que adelanta la administración tributaria en lo de educar al contribuyente.

Aguayo (2014) menciona que «las obligaciones tributarias, son obligaciones de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente» (p. 242).

Dichas obligaciones tributarias pueden ser formales y sustanciales.

1.2. Planteamiento del Problema

La cultura tributaria es el conjunto de información y conocimientos que tiene un determinado país sobre los impuestos, y el conjunto de percepciones, normas, costumbres y actitudes que tiene la sociedad sobre los impuestos; que al presentarse en un nivel bajo, incide de forma negativa en el cumplimiento de obligaciones tributarias, la cual se encuentra establecida bajo el modelo de la autodeterminación del tributo, que además implica cumplir con diversos deberes formales, cuya exigencia puede ser coaccionada por el fisco, esta coerción implica una cobranza forzosa por parte de Sunat.

A nivel internacional, con respecto a los países en desarrollo, el Banco Mundial (2020) encontró que los niveles de cumplimiento tributario son inusualmente bajos en los países en desarrollo donde la capacidad de recaudar impuestos de sus ciudadanos es fundamental para la educación y la supervivencia nacional. Por lo general, estos países solo pueden recaudar impuestos sobre el 10 % y 20 % de su producto interno bruto (PIB). El promedio para los países de altos ingresos es del 40 %. En Guatemala, los ingresos tributarios fueron solo el 12 % del PIB. En Polonia, en cambio, el 62 % de la población no pagó impuestos el año anterior. Y en Kosovo, los ingresos totales del Gobierno fueron solo el 14 % del PIB.

Por otro lado, la realidad que se presenta en América Latina es deplorable en relación con la cultura tributaria, los contribuyentes tienen muchos paradigmas a la hora de cumplir con sus obligaciones tributarias, así mismo, desconocen de los temas tributarios. Profundizando más, según el folleto de estadísticas tributarias en América Latina y El Caribe de la OCDE (2021) se produjo una alza de los ingresos tributarios en toda la región de ALC gracias a la reactivación económica tras el impacto inicial de la pandemia de covid-19. Los precios más altos de los productos básicos y el fin de las medidas temporales de desgravación fiscal. La relación promedio de impuestos a PIB para la región de ALC de 2019 fue de 21,7 %, 0,8 puntos porcentuales más que el nivel registrado en 2020. Cuba y Venezuela fueron excluidos debido

a problemas con los datos, por lo que el promedio de ALC representa el promedio no ponderado de los 25 países de esta región. En contraste, el ingreso fiscal promedio como porcentaje del PIB en los países de la OCDE aumentó en 0,6 puntos porcentuales. Hasta el 34,1 % de 2020 a 2021.

Como se puede observar en la figura 1, el Perú se ubica en el puesto 19 con un 17.9 % de ingresos tributarios totales como porcentaje del PIB, por debajo del promedio, que es de 21.7 %. Esto indica que en el Perú, la cultura tributaria representa un desafío, ya que los ciudadanos no se encuentran familiarizados con sus responsabilidades como deudores tributarios, peor aun, desconocen de la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias. En el 2022, se recaudaron S/ 157 768 millones de ingresos tributarios del Gobierno central (descontando las devoluciones de impuestos), lo que representa un crecimiento de 4,8 % respecto al año previo. En términos nominales se obtuvieron S/ 17 820 millones más que en el 2021, informó Sunat.

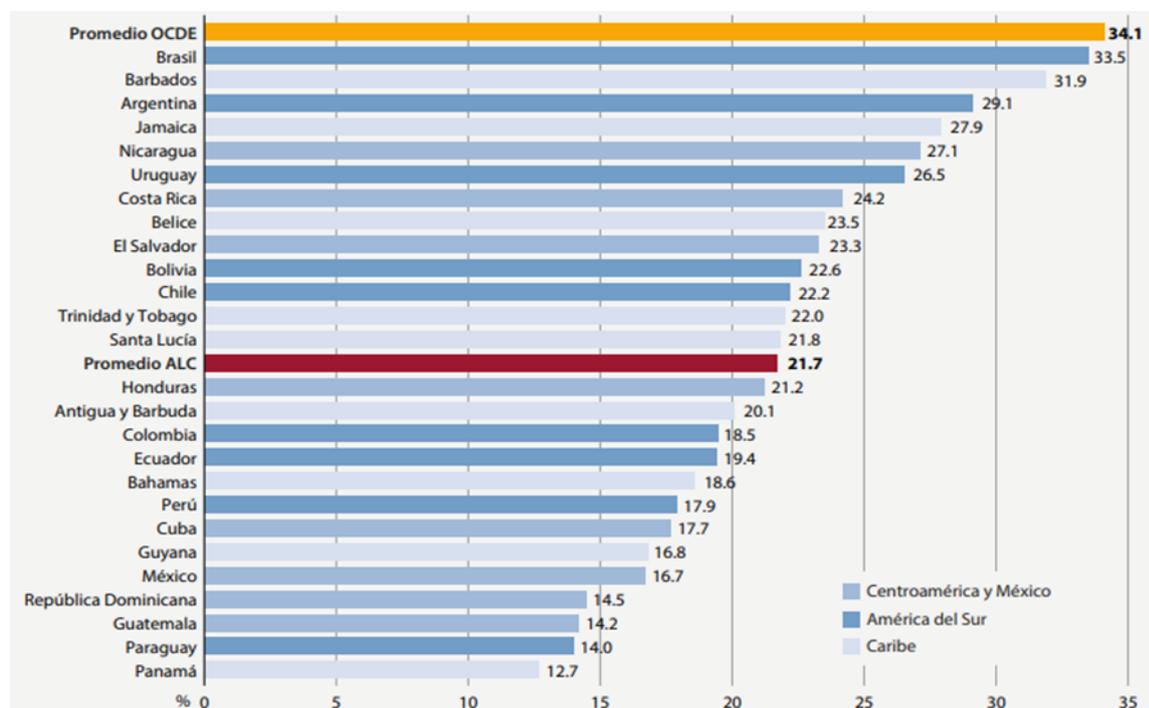


Figura 1. Estadísticas Tributarias en América Latina y El Caribe 2023

Nota. OCDE (2023)

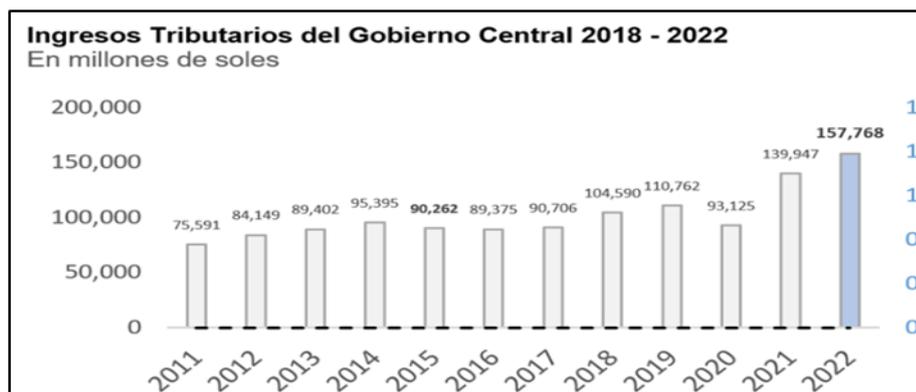


Figura 2. Ingresos tributarios del Gobierno central 2018 – 2022

Nota. Adaptada de «Microfinanzas», Parker (2022)

<https://microfinanzas.pe/ingresos-tributarios-del-gobierno-central-aumentaron-48-en-el-2022>

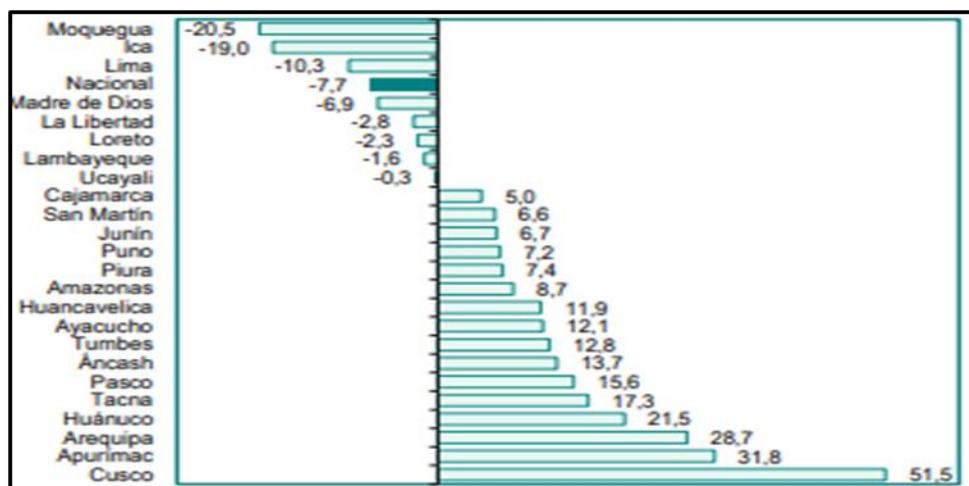


Figura 3. Variación porcentual de ingresos recaudados por tributos internos

Nota. Adaptada del Instituto Nacional de Estadísticas e Informáticas (INEI, 2022).
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4175822/02%20Informe%20Tecnico%20Panorama%20Economico>

En el contexto nacional, según el INEI (2022), en diciembre del 2022, los ingresos que fueron recaudados por tributos internos fueron de S/ 10 651 144.00, reconociéndose una recaudación inferior en 7,7 % al año anterior donde se obtuvo S/ 11 538 446.00. Esta disminución de lo recaudado tuvo que ver con pagos del impuesto a la renta de 5.^a categoría, regularización de personas jurídicas; impuesto general a las ventas de cuenta propia y el impuesto selectivo al consumo. Es así, que se observa un evidente retraso en el crecimiento económico por la causa principal de la falta de cultura tributaria por parte de los contribuyentes,

así también, el estancamiento del bienestar de la población, debido a que los ingresos recaudados por tributos son usados para sustentar el gasto público y la retribución para toda la sociedad, y estos al no ser pagados lo impiden.

Por su parte, los dos mercados públicos de mayor relevancia para mencionar en Huancayo son el Mercado Modelo de Huancayo junto con el mercado Ruez Patiño, que representan uno de los sectores económicos más grandes de la provincia de Huancayo. El Mercado Modelo de Huancayo es un centro de abastecimiento zonal de tipo minorista que inició sus actividades en 1971, este mercado cuenta con 1000 puestos fijos y activos. Respecto al mercado Ruez Patiño, este es un centro de abastecimiento zonal de tipo mixto (minorista y mayorista), inició sus actividades en 1988, albergando a la fecha 900 puestos fijos y 600 puestos activos. Los comerciantes de abarrotes que trabajan en estos establecimientos se encuentran obligados a ser formales y entregar sus comprobantes de pago correspondientes para un correcto pago de sus tributos. Sin embargo al poseer insuficiente cultura tributaria, estos desconocen de los temas relacionados con sus obligaciones que le corresponde dentro del pago de impuesto de tercera categoría como el IGV y el impuesto a la renta. Carecen de la predisposición a ser buenos contribuyentes, ya que no poseen una cultura tributaria, desconocen de términos básicos sobre temas tributarios y las percepciones que tienen sobre los tributos, como también desconocen de la importancia que representa el pago de sus tributos al desarrollo del país.

Esta problemática se fundamenta en los estudios científicos como el de Mamaní y Espinoza (2022) quienes presentaron en su tesis «Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Pacocha – Ilo, 2021», que el conocimiento sobre cultura tributaria es mínimo, que hay poca valoración tributaria al igual que casi no tienen conciencia tributaria los comerciantes de este mercado; lo que ocasiona una

baja predisposición al cumplimiento de sus obligaciones tributarias de forma voluntaria, que conlleva a una evasión de impuestos.

Siguiendo esta premisa Chuctaya y Zuñiga (2021) remarcaron en su tesis «Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del centro comercial El Paraíso en la ciudad de Cusco – 2021» que, si los contribuyentes son más conscientes de la cultura tributaria, más personas se sumarían al objetivo del cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Asimismo, si la población tuviera suficiente conocimiento fiscal de adónde va el impuesto, se darían cuenta de la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias y, por lo tanto, habrá más realizaciones de obras públicas para el beneficio de una población en desarrollo.

Cabe resaltar que el 68 % de los comerciantes de abarrotes de los mercados de Huancayo metropolitano en estudio se encuentran en el nuevo RUS y aunque están sobrepasando sus ventas en más de S/ 5000.00 solo pagan el monto mínimo de S/ 20.00 acogiéndose a la primera escala de este régimen tributario. Mientras el otro 32 % aún no cuentan con RUC. Apéndice 11.

Ante ello, se pudo diagnosticar que los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, a pesar de contar con RUC, no emiten sus comprobantes por todas las ventas que realizan; así mismo, derivado de ello no realizan el pago de sus impuestos de manera correcta, no solicitan sus comprobantes de compra por la adquisición de sus mercaderías; además que no presentan sus declaraciones de impuestos en los plazos establecidos por Sunat y no incluyen a sus trabajadores en planilla.

Es así, que se pudo identificar las causas de la problemática del estudio que muestra que los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano carecen de la predisposición para ser buenos contribuyentes, ya que no poseen cultura tributaria, desconocen de términos básicos sobre tributación; además que las percepciones que

tienen sobre los tributos y su administración es de rechazo por los múltiples actos de corrupción que se vienen presentando en Perú en todos los niveles del Estado, es por eso que se oponen a la importancia que representa el pago de sus tributos al desarrollo del país.

De permanecer esta problemática en los comerciantes de abarrotes de los mercados de Huancayo metropolitano, se pronostica que pueden ser sujetos de presunciones tributarias establecidas en el Código Tributario Artículo 65.º que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 1

Presunciones

N.º	Presunciones
1	Presunción de ventas o ingresos por omisiones en el registro de ventas o libro de ingresos, o en su defecto, en las declaraciones juradas, cuando no se presente o no se exhiba dicho registro o libro.
2	Presunción de ventas o ingresos por omisiones en el registro de compras, o en su defecto, en las declaraciones juradas, cuando no se presente o no se exhiba dicho registro.
3	Presunción de ingresos omitidos por ventas, servicios u operaciones gravadas, por diferencia entre los montos registrados o declarados por el contribuyente y los estimados por la Administración Tributaria por control directo.
4	Presunción de ventas o compras omitidas por diferencia entre los bienes registrados y los inventarios.
5	Presunción de ventas o ingresos omitidos por patrimonio no declarado o no registrado.
6	Presunción de ventas o ingresos omitidos por diferencias en cuentas abiertas en empresas del sistema financiero.
7	Presunción de ventas o ingresos omitidos cuando no exista relación entre los insumos utilizados, producción obtenida, inventarios, ventas y prestaciones de servicios.
8	Presunción de ventas o ingresos en caso de omisos.
9	Presunción de ventas o ingresos omitidos por la existencia de saldos negativos en el flujo de ingresos y egresos de efectivo o cuentas bancarias.
10	Presunción de renta neta o ventas omitidas mediante la aplicación de coeficientes económicos tributarios.
11	Presunción de ingresos omitidos u operaciones gravadas omitidas en la explotación de juegos de máquinas tragamonedas.

- 12 Presunción de remuneraciones por omisión de declarar o registrar a uno o más trabajadores.
- 13 Otras previstas por leyes especiales.

Nota. Adaptada del Código Tributario, 2007

<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro2/titul22.htm>

A partir de los problemas descritos como control al pronóstico, se hace necesaria esta investigación en el nivel relacional, para poder determinar si existe una relación entre las variables de estudio y con los resultados poder aportar a esta problemática. Y mediante ello, se puede señalar las recomendaciones de forma más concreta, a fin de que se puedan mejorar el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes, mediante el fortalecimiento de su cultura tributaria por parte de Sunat, siendo partícipes de capacitaciones y convenios con instituciones universitarias para que mediante sus programas de proyección social puedan recibir asesoría profesional gratuita para la mejora de las deficiencias presentadas; ello a su vez redundará en una mayor recaudación tributaria y, por ende, se verá reflejado en una mejor calidad de los servicios que brinda el Estado.

Por todo lo detallado, es imprescindible realizar una investigación con base en las variables determinadas de acuerdo a los problemas presentados en las unidades de estudio para poder brindar mayor conocimiento con base en el método aplicado y poder cumplir con el objetivo central que es determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, y de esta manera brindar recomendaciones que serán de mucha utilidad para las unidades de estudio.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General.

¿Cuál es la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?

1.3.2. Problemas Específicos.

¿Cuál es la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?

¿Cuál es la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?

¿Cuál es la incidencia de la educación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?

¿Cuál es la incidencia de las actitudes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General.

Determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

1.4.2. Objetivos Específicos.

Determinar la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

Determinar la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

Determinar la incidencia de la educación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

Determinar la incidencia de las actitudes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

1.5. Justificación de la Investigación

1.5.1. Justificación Teórica.

En la presente investigación se demuestra que, debido a la falta de cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias, a causa de la falta de educación tributaria, la conciencia, la responsabilidad y la voluntad del pago de tributos; aún no se ha realizado un estudio en su totalidad en los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano.

Por este motivo, los resultados obtenidos permitirán tener un conocimiento amplio y conciso con referencia a esta investigación, que a su vez servirá como una fuente confiable para investigaciones que se darán posteriormente.

1.5.2. Justificación Práctica.

El presente proyecto de investigación se realiza a causa de que, en los mercados públicos de Huancayo metropolitano, existen problemas frente a la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias, es preciso señalar que la cultura tributaria tiene un impacto en la educación tributaria, la conciencia, la responsabilidad y la voluntad del pago de tributos.

Por este motivo, en esta investigación se analiza y se demuestra la incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano.

Con la finalidad de que aquellos futuros nuevos comerciantes que se integren en el rubro del comercio de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano se encuentren informados y beneficiados.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Artículos Científicos.

Quispe et al. (2020) en su artículo «La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador», tuvieron como objetivo identificar los factores más importantes de la cultura tributaria en los contribuyentes para explicar qué es un factor causal para la evasión fiscal. En la presente investigación se utilizó el método deductivo, tiene un nivel descriptivo y causal y un enfoque cualitativo. Así mismo, en la investigación materia de la presente como resultado se evidencia que se aplicó una encuesta para la recogida de información a una muestra de 381 contribuyentes, de los cuales son efectivos 307 de una población total de 39 503. Los autores del presente artículo concluyen que existen tres tipos de cultura tributaria, aquella que responde a una norma obligatoria, a un acto voluntario y al logro de un beneficio; la cultura tributaria depende de factores obligatorios, como el delito que implica no pagar los impuestos; factores voluntarios, como la disponibilidad de lugares habilitados para realizar los pagos; factores de beneficio como inconsistencia en las reformas tributarias (muchas modificaciones), altas tasas de los impuestos, corrupción en las instituciones que afecta a los ingresos de la empresa.

Trinidad et al. (2022) en el artículo «Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de obligaciones tributarias – Mercado José Carlos Mariátegui – San Juan de Lurigancho», cuyo objetivo fue determinar la relación de cultura tributaria con el cumplimiento de la obligación tributaria en comerciantes del Mercado José Carlos Mariátegui – San Juan de Lurigancho; emplearon el tipo de estudio no experimental, el diseño correlacional, aplicando dos cuestionarios confiables y debidamente validados a una población de 120 comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, distrito de San Juan de Lurigancho y se procesó la información a través del *software* SPSS v.26. El resultado del artículo determina que la cultura tributaria se relaciona con la obligación tributaria con una $\rho = 0,577$, en cuanto a las dimensiones valores tributarios $\rho = 0,586$, educación tributaria $\rho = 0,511$, conciencia tributaria $\rho = 0,466$ y existe una correlación positiva media entre la conciencia y la obligación tributarias con coeficiente de correlación de ρ de Spearman de 0,466. Así mismo, concluyeron que, la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, observándose que existe una correlación positiva considerable.

Orihuela y Gutiérrez (2022) en el artículo «Cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias bajo el nuevo régimen único simplificado» plantearon como objetivo determinar si existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las personas y entidades que se encuentran acogidas al Nuevo Régimen Único Simplificado del centro comercial. La investigación fue de diseño no experimental, de tipo correlacional, con el cual se recolectó información por medio de un cuestionario, la muestra estuvo conformada por 90 comerciantes a quienes se les realizó la encuesta. Al finalizar concluyeron que la cultura tributaria tiene relación directa y positiva a nivel medio con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en contribuyentes acogidos al régimen tributario del nuevo régimen único simplificado.

Ordoñez y Chapoñan (2020) en el artículo «Cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias» mostraron como objetivo determinar la relación de la cultura y las obligaciones tributarias de los comerciantes del distrito de Las Pirias. Para el estudio emplearon el método de investigación descriptivo, de diseño no experimental transversal; donde la muestra estuvo conformada por 80 comerciantes que realizan sus actividades en el mercado del distrito de Las Pirias, sobre los cuales se aplicó una encuesta y un cuestionario de 20 ítems. Es así, que concluyeron que la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pues mediante la encuesta se determinó que ambas variables se encuentran en un nivel medio, por lo que se relacionan de manera directa, es decir, si se mejora la cultura tributaria, el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias será más alto. Se demostró que los comerciantes en el distrito Las Pirias no cumplen con las obligaciones tributarias correspondientes llegando a un nivel bajo, además de no tener información de las sanciones tributarias por la evasión.

2.1.2. Tesis Internacionales y Nacionales.

2.1.2.1. Internacionales.

Pila (2022) en su tesis «Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones en los sectores turísticos y hoteleros de la provincia de Cotopaxi», manifestó como objetivo principal determinar la cantidad de contribuyentes de dicha provincia que cumplen con el pago de sus tributos en el sector turístico y hotelero del periodo 2020; su población estuvo conformada por 110 locales turísticos, por ello se aplicó la muestra a 78 locales turísticos mediante una encuesta con la finalidad de analizar el nivel de cultura tributaria y el impacto en el cumplimiento del pago de tributos. Es así, que concluye que el nivel de cultura tributaria que posee cada individuo es muy importante y es gracias a ello que la mayoría de los contribuyentes cumplen con sus obligaciones tributarias de una manera correcta y oportuna.

Tene (2019) en su tesis «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» tuvo como objetivo conocer el nivel de cultura tributaria y de qué manera influye en el cumplimiento de las obligaciones de dicho mercado; su población de estudio fue de 1200 comerciantes, haciéndose necesario aplicar la muestra de 300 personas mediante un cuestionario de preguntas, permitiendo obtener información relevante sobre el nivel de conocimientos en el ámbito tributario y determinar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, para el estudio se empleó un método de investigación cuantitativa, porque se basa en datos estadísticos realizados por medio de encuestas, que permitió tener datos reales de la situación en la que se encontraban los contribuyentes. Por tanto, concluyó que el nivel de conocimientos en el ámbito tributario de los comerciantes del Mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja, resaltan un margen importante de desconocimiento sobre la gestión que tiene la administración tributaria, en este caso el servicio de rentas internas.

2.1.2.2. Nacionales.

Suárez (2019) en su tesis titulada «La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones de las pequeñas y microempresas del distrito de Independencia, 2019» planteó como objetivo determinar la cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las pequeñas y microempresas del distrito de Independencia, 2019. La investigación fue cuantitativa, correlacional, no experimental y transversal; como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta aplicada a 60 representantes mediante un cuestionario estructurado. Es así como concluyeron que la cultura tributaria influye positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las pequeñas y microempresas del distrito de Independencia, 2019.

Mamaní y Espinoza (2022) en su tesis «Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Pacocha – Ilo, 2021» cuyo objetivo fue señalar la relación que existe entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de dicho mercado del 2021. La población fue constituida por 383 comerciantes y se determinó una muestra de 61 comerciantes. Se elaboró un cuestionario de 21 preguntas que fue aplicado al total de los comerciantes. Se determinó que el conocimiento sobre cultura tributaria es mínimo, que hay poca valoración tributaria al igual que casi no tienen conciencia tributaria los comerciantes de este mercado; lo que ocasiona una baja predisposición al cumplimiento de sus obligaciones tributarias de forma voluntaria, que conlleva a una evasión de impuestos. Por ello, concluyeron que, a mayor cultura tributaria, mayor cumplimiento de los comerciantes con sus obligaciones tributarias y a través de la brecha de autenticidad se desarrollarán mecanismos de verificación para apoyar negocios que generen valor agregado.

Chuctaya y Zuñiga (2021) en su tesis «Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del centro comercial El Paraíso en la ciudad de Cusco – 2021» plantearon como objetivo principal analizar la relación entre el cumplimiento de obligaciones tributarias y la cultura tributaria de los negociantes de dicha galería comercial – 2021. El estudio de la tesis se basó en un enfoque cuantitativo, el nivel fue correlacional, el tipo de investigación aplicado, y el método de investigación deductivo, inductivo, el diseño fue no experimental de corte transversal. La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario que fue aplicado a los negociantes de la galería comercial. Por tanto, concluyó que, si los contribuyentes son más conscientes de la cultura tributaria, más personas se sumarían al objetivo del cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Asimismo, si la población tuviera suficiente conocimiento fiscal de adónde va el impuesto, se darían cuenta de la importancia de

cumplir con sus obligaciones tributarias y, por lo tanto, habrá más realizaciones de obras públicas para el beneficio de una población en desarrollo.

Palomino (2021) en su tesis «Cultura y obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de calzados del mercado Raez Patiño, Huancayo, 2021» planteo como objetivo principal analizar la relación que existe entre la cultura y las obligaciones tributarias de los vendedores de dicho mercado. La metodología de la tesis fue el método científico, el diseño es correlacional, no experimental y de corte transversal; el autor tomó en cuenta una muestra de 50 vendedores. Concluyendo que, con el fin de incentivar y aumentar el nivel de cumplimiento de los comerciantes con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria, es necesario que el personal administrativo de la Administración tributaria realice inspecciones a los comerciantes para aumentar la conciencia tributaria, ya que ellos son los encargados de emitir comprobantes por las ventas realizadas y pagando sus impuestos de manera oportuna con el fin de reducir su temor a posibles inspecciones por parte de la Sunat.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Cultura Tributaria

2.2.1.1. Teoría Científica.

La teoría que fundamentó la primera variable de investigación **cultura tributaria**, fue la teoría de la disuasión desarrollada por Allingham y Sadmo, donde explican que el pago del impuesto es resultado de una decisión económica racional. «Los individuos estarán dispuestos a pagar tanto perciban que el beneficio de evasión sea inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto.» (Agreda y Muñoz, 2022, p. 5).

2.2.1.2. Teoría Conceptual.

Para Armas y Colmenares (2009), la cultura tributaria se identifica como «el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones» (p. 141). Se evidencia una desinformación acerca de las estrategias y planes que adelanta la administración tributaria en lo de educar al contribuyente.

Según Reátegui (2015), «la cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. El elevado nivel de conciencia tributaria hará de Perú, un país diferente con muchas oportunidades de progreso para los hijos, donde se reduzca o anule la evasión tributaria» (p. 73).

Por ello, se puede decir, que es muy importante promover la cultura tributaria en los contribuyentes con diversos programas de la Administración Tributaria

Asimismo, Montiel et al. (2020) menciona que la «cultura tributaria o cultura fiscal es un concepto amplio que conecta principios básicos de tributación como justicia, equidad, solidaridad, y la conducta y transparencia. En ese orden de ideas la cultura tributaria empuja al cumplimiento de las obligaciones fiscales de manera voluntaria» (p. 97).

2.2.1.3. Bases Legales.

a. Impuesto General a las Ventas (IGV)

Sunat (2024) define que «el impuesto general a las ventas (IGV) es un impuesto que pagan todos los ciudadanos al realizar una adquisición, es decir, se cobra en la compra final del bien o servicio» (p. 1). Dicho tributo se aplica sobre el monto acordado para pagar, resultando en el «monto total por pagar» o «precio de venta».

Western Union (2022) indica que «en Perú, este impuesto es del 16 %, pero se incluye un 2 % adicional del Impuesto de Promoción Municipal, que suma un total de 18 %, aplicado

sobre el valor total de las ventas» (p. 1). Por otro lado, el IGV es conocido en otros países, como Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile, por ejemplo, como el IVA (Impuesto al Valor Agregado).

El Comercio (2022) menciona que «el IGV es el impuesto que se debe pagar cuando se compra bienes muebles o cuando una empresa presta sus servicios, que también se aplica a persona natural o jurídica» (p. 1). Así mismo, el IGV se aplica sobre el monto acordado por pagar, lo que da como resultado el monto total para pagar, llamado también «precio de venta», por el 18 % que se aplica sobre el monto pactado.

Tabla 2

Cálculo del IGV

IGV = importe base x 0.18	
<p>En caso de saber el importe total, es decir, incluido IGV, entonces el cálculo es de la siguiente manera.</p> <p style="text-align: center;">Base = total / (1 + 0.18)</p> <p style="text-align: center;">Base = total / 1.18</p>	<p>Finalmente, restando el monto total menos el monto da como resultado:</p> <p style="text-align: center;">IGV = Total – Base</p>

Nota. Adaptada de El Comercio (2022)

b. Impuesto a la Renta (IR)

Sunat (2024) define que el impuesto a la renta «grava los ingresos que provienen del arrendamiento (alquiler), enajenación u otro tipo de cesión de bienes inmuebles y muebles, de acciones y demás valores mobiliarios (ganancias de capital) o del trabajo realizado en forma dependiente e independiente» (p. 2). Es decir, es un tributo que se determina anualmente, el ejercicio inicia el 1 de enero y finaliza el 31 diciembre de cada año.

El impuesto a la renta tiene dos distintas formas de determinar el IR, esta se divide en personas naturales y jurídicas. El Gobierno peruano (2024) menciona que «están obligados a

presentar la Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta los sujetos que hubieran obtenido rentas o pérdidas de tercera categoría como contribuyentes del Régimen General o del Régimen MYPE Tributario - RMT» (p. 9). Estas son generalmente empresas de comercio, la industria, minería y toda actividad que genere un negocio o empresa.

c. Regímenes Tributarios.

El Gobierno del Perú (2024) define que «el régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos. Se puede optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio» (p. 1). Donde existen cuatro regímenes tributarios: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG).

Conceptos	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Régimen Especial de Renta - RER	Régimen MYPE Tributario - RMT	Régimen General de Renta
Persona Natural o Jurídica	Sólo para Personas Naturales.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1,700 UIT en el año.	Sin límite.
Límite de compras	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Sin límite.	Sin límite.
Comprobantes de pago que pueden emitir	Boletas de venta, Guías de remisión y tickets (*).	Facturas, boletas y todos los demás permitidos.		
Declaración Jurada Mensual/ Anual	Con el pago de la cuota mensual se tendrá por presentada la Declaración Mensual.	Sólo Declaración Mensual.	Declaración Mensual y Anual.	
Trabajadores	Sin límite.	Máximo 10 por turno.	Sin límite.	Sin límite.
Libros o registros contables que debe llevar	Ninguno	Sólo Registro de Compras y Ventas.	Según tus ingresos.	Según tus ingresos.
Valor máximo de activos fijos	S/ 70,000 (no se computan predios ni vehículos)	S/ 126,000 (no se computan predios ni vehículos)	Sin límite.	Sin límite.

Figura 4. Regímenes tributarios

Nota. Recuperada de Sunat (2024)

<https://renta.sunat.gob.pe/personas/que-es-el-impuesto-renta-de-personas>

d. Libros Contables.

Sunat (2024) define que «los tipos de libros o registros contables que estarás obligado a llevar dependerán del Régimen Tributario en el que te encuentres, sea como persona natural con negocio o como persona jurídica (empresa que hayas formado)» (p. 1). En ese sentido, se está obligado a llevar los siguientes libros o registros contables: régimen único simplificado, régimen especial, régimen MYPE tributario.

Limite de ingresos	Libros obligados a llevar
Ingresos Neto hasta 300 UIT	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de ventas • Registro de compras • Libro Diario de Formato Simplificado
Ingresos Netos desde 300 UIT hasta 500 UIT	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de Ventas • Registro de Compras • Libro Diario • Libro Mayor
Ingresos Netos mayores a 500 UIT y que no superen las 1,700 UIT	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de Compras • Registro de Ventas • Libro Diario • Libro Mayor • Libro de Inventarios y Balances

Figura 5. Libros y registros contables obligatorios

Nota. Recuperada de Sunat (2024)

<https://emprender.sunat.gob.pe/tributando/libros-registros-contables/libros-registros-contables-obligatorios>

2.2.1.4. Educación Tributaria.

Según Cárdenas (2020) «corresponde a la Administración Tributaria en cooperación con los centros educativos asumir el compromiso de formar ciudadanos a mediano plazo capaces de hacer cumplir reglas de convivencia relacionados a la tributación» (p. 244). La formación de los ciudadanos debe enfatizar en materia de impuestos, sanciones e infracciones, responsabilidad tributaria y voluntad de pagos.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2021) «la educación cívico-tributaria es una herramienta clave para transformar la cultura tributaria y aumentar el cumplimiento fiscal voluntario» (p. 1).



Figura 6. El sistema tributario peruano

Nota: Recuperada de OECD, 2021

<https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5>

a. Impuestos.

Según la plataforma virtual del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA, 2023), «los impuestos son tributos o cargas que los ciudadanos están obligados a pagar como consecuencia de determinados hechos, actos o negocios sin que exista una contraprestación directa por su pago» (p. 1).

Según la página web Santander (2022), «una gran parte de los recursos económicos que utilizan las administraciones públicas para su propio funcionamiento, así como, para cubrir las necesidades de la población, proviene del dinero que los ciudadanos y las empresas pagan en forma de impuestos» (p. 1).

En la plataforma virtual del diario Gestión (2021) se menciona que «los impuestos son los tributos que las personas naturales y jurídicas que pagan y que permiten al Estado sostener y financiar los gastos públicos» (p. 3).

b. Sanciones e Infracciones Tributarias.

Según el Gobierno del Perú (2022) si eres una persona natural con o sin negocio, o representas a una persona jurídica se debe «cumplir con las obligaciones tributarias al realizar tus actividades, ya que es posible que, debido a una acción u omisión, te encuentres ante una infracción y sanción tributaria impuesta por Sunat, pudiendo acogerse al régimen de gradualidad» (p. 1).

Para Annibaldi y Piccioni (2012), «la consecuencia del incumplimiento de la obligación tributaria con mayor influencia directa en el patrimonio del deudor es la «infracción o sanción» que se debe afrontar» (p. 18).

De acuerdo a Arce (2015), «la infracción tributaria, no requiere que exista voluntad o intencionalidad de cometerla a diferencia de los delitos tributarios en los que sí es necesario que exista dolo para que la conducta pueda ser calificada como tal» (p. 3).

Infracciones	Artículo
Infracciones relacionadas a la obligación de inscribirse, actualizar o acreditar la inscripción en los registros de la administración.	173° del CT
Infracciones relacionadas a la obligación de emitir, otorgar y exigir comprobantes de pago.	174° del CT
Infracciones relacionadas a la obligación de llevar libros y/o registros o contar con informes u otros documentos.	175° del CT
Infracciones relacionadas a la obligación de presentar las declaraciones y comunicaciones.	176° del CT
Infracciones relacionadas a la obligación de permitir el control de la administración, informar y comparecer ante la misma.	177° del CT
Infracciones relacionadas con el cumplimiento de las obligaciones tributarias	178° del CT

Figura 7. Tipos de infracciones

Nota. Recuperada de Panta, 2022

<https://elblogdelcontador.com/infraccion-y-sancion-tributaria/>

c. Responsabilidad Tributaria.

Según Castellanos (2009) «el responsable es una persona que en virtud de la realización de un presupuesto definido en la norma queda sujeto al pago de la deuda tributaria en función de garantía, en ausencia de la falta de pago del deudor principal» (167). La responsabilidad

tributaria son las obligaciones sustanciales y formales que debe cumplir una persona natural o jurídica.

Para Hernández (2014), «la responsabilidad subsidiaria solo se puede hacer efectiva cuando ha sido imposible cobrar al contribuyente habiendo sido este declarado como insolvente patrimonial» (p. 19).

Del mismo modo, para Gonzáles (2003), «la responsabilidad tributaria constituye un elemento lógico en una explicación de la realidad tributaria a partir de los esquemas conceptuales proporcionados por la teoría general de las obligaciones» (p. 5).

d. Voluntad de Pagos.

Para Solórzano (2011), «el cumplimiento tributario voluntario va relacionado con la moral fiscal que está constituida por una sola variable, denominada tolerancia al fraude inscrita en la dimensión de los valores y motivaciones internas del individuo» (p. 8). Los resultados por el incumplimiento de las administraciones tributarias, en la cuales existen altas percepciones de riesgo, así como, la sensibilidad al aumento de las sanciones, no tienen relación con la gran magnitud del incumplimiento de las obligaciones tributarias.

Según Lozano (2010), «la voluntad de pago de los potenciales deudores es un componente indirecto que determina la elevada rentabilidad de las instituciones financieras» (p. 1). Debido a esto, los bancos exigen una mayor tasa de interés por el préstamo o microempresarios de los cuales desconocen esa voluntad de pagar.

Para Clementi (2020), la voluntad de pago es «la predisposición de una persona de pagar una deuda. La entidad crediticia puede valorar esta predisposición examinando el historial crediticio del cliente» (p. 1).

2.2.1.5. Actitudes Tributarias

Las ciencias del comportamiento humano demuestran que la forma de actuar de un individuo está fuertemente asociada con sus actitudes hacia ese comportamiento o acción por la misma razón; Timaná y Pazo (2014) mencionan que «las actitudes de los contribuyentes hacia el pago de impuestos podrían influir en su decisión de cumplir o no su obligación» (p. 14).

Solórzano (2011) menciona que «en la mayoría de los países latinoamericanos ha prevalecido una conducta social adversa al pago de impuestos, manifestándose en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento» (p. 7).

a. Equidad Tributaria

Para Solórzano (2011) «la percepción de equidad respecto a la evasión de impuestos influye en el cumplimiento de los contribuyentes puesto que cuando perciben que es generalizada y poco sancionada sienten una menor obligación de cumplir y ven mayores espacios para evadir impuestos» (p. 24).

Forastieri (2000) menciona que «un impuesto único que alcanza a la generalidad de la población, puede ser muy injusto y que, para cumplir con el objetivo de que toda la población concurra al sostenimiento del Estado, es más deseable un sistema de impuestos múltiples» (p. 5).

b. Inmoralidad del Gobierno

Para Johnson (2011), «los gobiernos y administraciones tributarias deben crear confianza en su credibilidad y entregar bienes públicos a cambio de los impuestos» (p. 266).

Es evidente la inmoralidad de este gobierno corrupto, viendo obras sin concluirse, los viajes de los funcionarios por motivos de «trabajo» donde gastan grandes cantidades de dinero y no lo justifican debidamente. Compartiendo esta opinión, Rojas (2016), menciona que

«nuestros políticos con sus discursos demagogos cada cuadro años nos dicen que han de erradicar la pobreza, mejorará el empleo y que veremos un mejor país... pero no deja de pasar unos meses y todo queda en el olvido» (p. 8).

2.2.2. Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias

2.2.2.1. Teoría Científica.

La teoría que sustentó la segunda variable de la investigación **cumplimiento de las obligaciones tributarias** fue la teoría de Pérez Royo donde explica la obligación y relación jurídico-tributaria, «que por imperio de las disposiciones normativas surgen entre el Estado y los contribuyentes derechos y deberes recíprocos, que constituyen el contenido de una relación especial: la relación jurídico-tributaria» (Aguayo, 2014, p. 240).

2.2.2.2. Teoría Conceptual.

Aguayo (2014) menciona que, «las obligaciones tributarias, son obligaciones de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente» (p. 242). Dichas obligaciones tributarias pueden ser formales y sustanciales.

Cedeño y Torres (2016) mencionan que, «la obligación tributaria, es una relación donde intervienen dos sujetos, el que actúa como sujeto activo que es el Estado a través de la Administración Tributaria y los contribuyentes como sujeto pasivo» (p. 22).

Por otra parte, el artículo 1 del libro primero del Código Tributario (2013) precisa que «la obligación tributaria es un derecho público» (p. 9), en otras palabras, es un nexo jurídico entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene por finalidad cumplir con la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente.

2.2.2.3. Obligaciones Tributarias Sustanciales.

Según Pinillos (2019), «son obligaciones tributarias materiales las de carácter sustancial, las de realizar pagos a cuenta o anticipados y de retener o percibir, así como, todas las demás que tengan por objeto una prestación de dar contenido económico» (p. 3). Para Flores y Ramos (2016), las obligaciones sustanciales por lo general, «son el pago de los impuestos correspondientes a un determinado periodo de tiempo, dentro de los cuales existen factores indispensables como son: el pago del impuesto a la renta mensual y los pagos de renta anual» (p. 63).

Asimismo, Sunat (2017) afirma en su estudio que las obligaciones sustanciales se le entiende también como compromiso primordial, esto se considera como una obligación de dar, es decir, realizar el pago de obligaciones tributarias a sus acreedores (p. 19).

a. Pago de Deudas Tributarias

Robles (2006) menciona que «el pago en materia tributaria consiste en que el sujeto pasivo (deudor) ponga a disposición del acreedor tributario una cierta cantidad de dinero, que en estricto debería corresponder al total del tributo adeudado» (p. 149).

Debido a la emergencia sanitaria originada por el coronavirus, se promulgaron normativas para facilitar el pago de los tributos. Así menciona López (2021), «el artículo 36° del Código Tributario Peruano prevé el procedimiento para acogerse al aplazamiento o fraccionamiento de las deudas tributarias originadas en los tributos administrados por la Sunat» (p. 214).

2.2.2.4. Obligaciones Tributarias Formales.

Son aquellas obligaciones cuya observancia va a facilitar el control de la Administración Tributaria, así como, el adecuado cumplimiento del pago del tributo por parte del contribuyente.

Asimismo, tienen como objetivo permitir y facilitar el cumplimiento de la obligación sustancial, tanto así que hay obligaciones formales que, de ser incumplidas, hacen imposible el cumplimiento de la obligación sustancial, convirtiéndose en parte esencial del proceso.

Para Flores y Ramos (2016) las obligaciones formales hacen referencia a «la documentación, es decir, a la formalización de los negocios, es decir, la inscripción en los registros de Sunat, la emisión de los comprobantes de pago, llevar libros contables según corresponda, y declarar los ingresos de manera mensual» (p. 63).

Según Pinillos (2019) «las obligaciones formales están relacionadas directamente en el deber de contribuir con la Administración Tributaria en la correcta determinación de las obligaciones tributarias sustanciales» (p. 3).

a. Presentación de Declaraciones Juradas

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF, 2022), «la declaración es el medio que informa a la Sunat los ingresos que generas por la venta de una casa o intereses por préstamos de dinero, u otros. También sirve para determinar el impuesto que debes pagar ese mes por esa acción» (p. 1).

Para Pérez y Gardey (2017), «una declaración jurada es una manifestación escrita o verbal cuya veracidad es asegurada mediante un juramento ante una autoridad judicial o administrativa. Esto hace que el contenido de la declaración sea tomado como cierto hasta que se demuestre lo contrario» (p. 1).

Campoy (2009), «el servicio de declaraciones y pagos es el insumo principal de información del proceso recaudatorio de las autoridades hacendarias» (p. 6). Y con el objeto de cumplir con sus metas de recaudación determinaron una nueva forma de presentar declaraciones y pagar impuestos ante el Servicio de Administración Tributaria.

b. Hechos Gravables

Según la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BCN, 2014), «en términos generales el hecho gravado puede definirse como aquel acontecimiento o circunstancia de consecuencias jurídicas o económicas que, por mandato de la ley, da origen a la obligación tributaria» (p. 1).

Para Pinillos (2019) la base gravable es «la magnitud o la medición del hecho gravado, a la cual se le aplica la correspondiente tarifa, y de esta manera liquidar el monto de la obligación tributaria» (p. 4).

Asimismo, Ataliba (1994) menciona que «la base gravable únicamente es determinable en los casos de actos fluidos, como la renta, cuando los hechos han sido objetivamente circunscritos en el tiempo» (p. 65).

c. Formalidad Tributaria

Para Sánchez (2023) una vez lograda la formalidad tributaria se deberán pagar dos impuestos, «la generación de rentas empresariales es el IR, con una tasa de 29.5 % sobre la renta neta y el IGV, el cual aplica sobre las ventas realizadas, con una tasa del 18 %» (p. 11).

Según Ruiz (2017), «en la medida que el RER y RUS persiguen la formalización de las empresas entonces nos encontramos ante una razón objetiva que justifica el establecimiento de reglas especiales para la determinación de la obligación tributaria» (p. 4).

2.3. Definición de Términos Básicos

2.3.1 Acreedor Tributario.

«Es aquél en favor del cual debe realizarse la prestación tributaria. El Gobierno Central, los gobiernos regionales y los gobiernos locales, son acreedores de la obligación

tributaria, así como, las entidades de derecho público con personería jurídica propia, cuando la ley les asigne esa calidad expresamente» (MEF, 2023, p. 3).

2.3.2 Comerciantes.

«El comerciante es un profesional, ya sea una persona o empresa, que se encarga principalmente de la compra y venta de productos de diferentes tipos con el objetivo de obtener ganancias por esa intermediación» (Indeed, 2022, p. 3).

2.3.3 Comprobantes de Pago.

«El comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios.» (Sunat, 2022, p. 2).

2.3.4 Conciencia Tributaria.

«La conciencia tributaria implica que la ciudadanía comprenda el rol social de los impuestos a partir de procesos educativos, es así como se describe la importancia de la enseñanza de la tributación desde el sistema educativo básico.» (Cárdenas, 2020, p. 241).

2.3.5 Contraprestación.

«La contraprestación es el pago que se compromete a efectuar una persona o empresa a su contraparte en una transacción. Esto, como retribución por la entrega de dinero, de una mercancía o de un servicio.» (Westreicher, 2019, p. 1).

2.3.6 Contribuyente.

«El contribuyente es la persona física o jurídica que debe cumplir con las obligaciones tributarias impuestas por la normativa tributaria.» (Trujillo, 2020, p. 1).

2.3.7 Deudor Tributario.

«Son los sujetos que deben cumplir con financiar la actividad estatal. Aquí se encuentran fundamentalmente las personas naturales y las personas jurídicas.» (Ruiz de Castilla Ponce de León, 2017, p. 78).

2.3.8 Exigible Coactivamente.

«Es la establecida mediante Resolución de Determinación o de Multa o la contenida en la resolución de pérdida del fraccionamiento notificadas por la Sunat y no reclamada en el plazo de ley» (Sunat, 2023, p. 1).

2.3.9 Financiamiento

«La financiación o financiamiento es el proceso por el cual una persona o empresa capta fondos. Así, dichos recursos podrán ser utilizados para solventar la adquisición de bienes o servicios, o para desarrollar distintos tipos de inversiones.» (Westreicher, 2020, p. 1).

2.3.10 Formalización

«La formalización de una empresa es un proceso multidimensional y gradual que ocurre cuando sus emprendedores se ocupan de su apertura comercial, la búsqueda de insumos, la propia producción de bienes y servicios, la comercialización y el pago de tributos.» (Hotmart, 2023, p. 1).

2.3.11 Gastos Públicos

«Son el conjunto de erogaciones que, por concepto de gastos corrientes, gastos de capital y servicio de deuda, realizan las entidades con cargo a los créditos presupuestarios respectivos.» (MEF, 2023, p. 1).

2.3.12 Leyes Tributarias

«Es aquella que regula los principios generales y comunes de los tributos y la cual debe aplicarse en todos los supuestos relacionados con ellos. Establece tributos, los extingue y determina cuándo y cómo deben pagarse.» (Trujillo, 2022, p. 1).

2.3.13 Libros Contables

«Los libros contables son aquellos documentos donde se refleja y se plasma toda la información económica, financiera y contable de una compañía. Ahí aparecen todos los datos necesarios para poder entender el funcionamiento económico-financiero de una compañía.» (Donoso, 2020, p. 1).

2.3.14 Personas Jurídicas

«Se refiere a una unidad con una serie de derechos y obligaciones. Dicha unidad puede estar compuesta por uno o varios individuos a través de la creación de sociedades mercantiles, entes estatales u otras organizaciones de diverso tipo.» (Sánchez, 2021, p. 1).

2.3.15 Recaudación

«Mecanismo que dispone un Estado para el cobro de impuestos a los ciudadanos. El proceso comienza con la estipulación legal de las tasas por pagar y contempla diversas acciones para garantizar que todas las personas y las empresas cumplan.» (Pérez y Merino, 2013, p. 3).

2.3.16 Servicios Públicos

«Es una actividad creada y controlada para asegurar la satisfacción de necesidades públicas, de carácter material, económico y cultural, sujeta a un régimen de derecho público y sometida a una regulación intensa.» (Guzmán, 2023, p. 3).

Capítulo III

Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General.

La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

3.1.2. Hipótesis Específicas

La cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

La cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

La educación tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

Las actitudes tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

3.2. Identificación de las Variables

Según Arias (2006) citado por Gallardo (2017), la variable es una peculiaridad que está sujeta a alteraciones de medición u observación, que puede cambiar y cuya variación es

susceptible de medirse u observarse como resultado de un análisis, asimismo, son los que otorgan valor a la investigación y coadyuvan a la relación entre la hipótesis planteada de la investigación y las teorías planteadas.

La presente investigación cuenta con dos variables:

Variable 1: Cultura tributaria

Variable 2: Cumplimiento de obligaciones tributarias

3.2.1. Definición Conceptual.

3.2.1.1. Cultura Tributaria.

La teoría que fundamentó la primera variable de investigación **cultura tributaria**, fue la teoría de la disuasión desarrollada por Allingham y Sadmo, donde explican que el pago del impuesto es resultado de una decisión económica racional. «Los individuos estarán dispuestos a pagar tanto perciban que el beneficio de evasión sea inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto» (Agreda y Muñoz, 2022, p. 5).

3.2.1.2. Cumplimiento de Obligaciones Tributarias.

La teoría que sustentó la segunda variable de la investigación **cumplimiento de obligaciones tributarias** fue la teoría de Pérez Royo donde explica la obligación y relación jurídico-tributaria. «Que por imperio de las disposiciones normativas surgen entre el Estado y los contribuyentes derechos y deberes recíprocos, que constituyen el contenido de una relación especial: la relación jurídico-tributaria» (Aguayo, 2014, p. 240).

3.2.2. Definición Operacional

3.2.2.1. Cultura Tributaria.

Según la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT, 2023), «la cultura tributaria es el cumplimiento permanente de las obligaciones tributarias con base en la

educación y actitudes tributarias, los valores de la razón, la confianza y la afirmación de la moral personal, el respeto a la ley, la responsabilidad cívica y la solidaridad social» (p. 1).

3.2.2.2. Cumplimiento de Obligaciones Tributarias.

«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, siendo exigible coactivamente» (Código Tributario, 2013, art. 1).

3.3. Operacionalización de las Variables

Página siguiente

Tabla 3

Matriz de operacionalización de la variable 1 Cultura tributaria

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Conceptualización	Indicadores
Variable 1 Cultura tributaria	Según la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT, 2023). “La cultura tributaria es el cumplimiento permanente de las obligaciones tributarias con base en la educación y actitudes tributarias , los valores de la razón, la confianza y la afirmación de la moral personal, el respeto a la ley, la responsabilidad cívica y la solidaridad social” (p. 1).	Educación tributaria	Según Cárdenas (2020) “Corresponde a la Administración Tributaria en cooperación con los centros educativos asumir el compromiso de formar ciudadanos a mediano plazo capaces de hacer cumplir reglas de convivencia relacionados a la tributación” (p. 244). La formación de los ciudadanos debe enfatizar en materia de impuestos, sanciones e infracciones, responsabilidad tributaria y voluntad de pagos.	Impuestos Sanciones e infracciones tributarias
		Actitudes tributarias	Solórzano (2011) menciona que. “En la mayoría de países latinoamericanos ha prevalecido una conducta social adversa al pago de impuestos, manifestándose en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento (p. 7). De esta manera se busca crear conciencia en los contribuyentes mediante propuestas que desmientan la inmoralidad del gobierno e implantar la equidad tributaria.	Responsabilidad tributaria Voluntad de pagos Equidad tributaria Inmoralidad del gobierno

Nota. Adaptada de bases teóricas o científicas de la variable 1 Cultura tributaria

Tabla 4

Definición operacional de la variable 2 Cumplimiento de obligaciones tributarias

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Conceptualización	Indicadores
Variable 2 Cumplimiento de las obligaciones tributarias	Aguayo (2014) menciona que, “Las obligaciones tributarias, son obligaciones de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente” (p. 242). Dichas obligaciones tributarias pueden ser formales y sustanciales.	Obligaciones tributarias sustanciales	Según Pinillos (2019), “Son obligaciones tributarias materiales las de carácter sustancial, las de realizar pagos a cuenta o anticipados y de retener o percibir, así como todas las demás que tengan por objeto una prestación de dar de contenido económico” (p. 3).	Pago de deudas tributarias
		Obligaciones tributarias formales	Para Flores y Ramos (2016) las obligaciones formales hacen referencia a. “La documentación, es decir a la formalización de los negocios, es decir, la inscripción en los registros de SUNAT, la emisión de los comprobantes de pago, llevar libros contables según corresponda, y declarar los ingresos de manera mensual” (p. 63). La documentación a la que se hace referencia son conocidas como declaraciones juradas, donde se registran los hechos gravables.	Presentación de declaraciones juradas Hechos gravables Formalidad tributaria

Nota. Adaptada de bases teóricas o científicas de la variable 2 Cumplimiento de obligaciones tributarias

Capítulo IV

Metodología

4.1. Enfoque de la Investigación

El enfoque desarrollado en la investigación fue el **cuantitativo**, debido a que utilizó la estadística como medio para la obtención de sus resultados con base en la estadística descriptiva e inferencial para la prueba de hipótesis.

De acuerdo con Torres (2016) en el enfoque cuantitativo se parte de identificar y formular un problema científico, seguida de una revisión de la literatura afín al tema, con la que se construye un marco teórico-referencial; posteriormente, y sobre la base de esos dos aspectos se formulan hipótesis de investigación; en estas últimas se precisan las variables fundamentales de la investigación, las que son definidas conceptual y operacionalmente. De ese último proceso resultan un conjunto de indicadores con los que se construyen los reactivos que dan lugar a los instrumentos de investigación, siempre de carácter estructurado. Con ellos se obtienen datos, los que son procesados con recursos estadísticos potentes con la intención de confirmar o refutar las hipótesis inicialmente establecidas, en el proceso se busca el máximo control (p. 2).

4.2. Tipo de Investigación

La investigación presentada fue de **tipo aplicada**, ya que partieron de conocimientos científicos existentes para crear nuevos conocimientos a partir del estudio de las dos variables de estudio y bajo la contratación de su hipótesis principal, que se aplicaron posteriormente dentro de la práctica contable.

Según Lozada (2014), la investigación aplicada busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo. Esta se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos de la investigación básica» (p. 34).

4.3. Nivel de Investigación

El presente trabajo de investigación estuvo enmarcado dentro del nivel **explicativo**, donde analizó la incidencia, mediante la relación causal de las dos variables de investigación, las cuales son la variable 1 «Cultura tributaria» y la variable 2 «Cumplimiento de obligaciones tributarias», con la finalidad de apoyar a nuevas investigaciones consignadas en el mismo nivel que se encuentra la investigación o sea de mayor escala dentro de los tipos de investigaciones científicas.

Molina y Rodrigo (2009) mencionan que «aquí el investigador da una explicación del hecho, fenómeno o problema de manera clara y precisa, «por qué es lo que es», «por qué sucede como sucede» mediante proposiciones de valor para encontrar las causas que lo originaron, las consecuencias que produjeron, las relaciones existentes y lograr una mejor comprensión del hecho dentro de su espacio y tiempo» (p. 1).

4.4. Métodos de Investigación

4.4.1. Método General.

El presente estudio utilizó el método científico como método general porque fueron implementados métodos estructurados que fueron el camino a seguir de la investigación, dentro

de los cuales se consideraron, el planteamiento del problema, la formulación de la hipótesis, contrastar la hipótesis del investigador y dar a conocer los resultados.

Según Tamayo (2012) afirma que el método científico es «un conjunto de procedimientos por los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigativo» (p. 30). El método científico está representado mediante el siguiente esquema:



Figura 8. El método científico

Nota. Adaptada de Abreu (2014)

<http://www.cpicmha.sld.cu/literaturapatrimonial/A-Manual>

4.4.2. Método Específico.

El método específico que se planteó para esta investigación fue el deductivo, ya que según Barchini (2006) consiste en «extraer consecuencias lógicas de enunciados dados, esto es en deducir conclusiones a partir de premisas, aplicando en cada paso una regla de inferencia» (p. 20).

4.5. Diseño de Investigación

4.5.1. Investigación de Diseño no Experimental.

Según Agudelo y Aigner (2008), «la investigación no experimental o ex postfacto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones» (p. 39).

Por lo tanto, la presente investigación se encuentra bajo el diseño **transeccional o transversal** en la cual se recolectan datos en una sola ocasión. Así precisan Cvetkovic et al. (2021) recalando que «el elemento clave que define a un estudio transversal es la evaluación

de un momento específico y determinado de tiempo, en contraposición a los estudios longitudinales que involucran el seguimiento en el tiempo» (p. 180).

4.5.2. Tipo Correlacional – Causal.

Hernández et al. (2017) describen que «se aplica estos diseños para poder verificar la relación o asociación de las variables de estudio. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras con base en una relación causa – efecto (causal)» (p. 103).

4.6. Población y Muestra

4.6.1. Población.

Pineda et al. (1994) afirman que la población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. «El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales, entre otros» (p. 108).

Para la presente investigación se cuenta con una **población finita**, ya que se conoce el marco poblacional, el cual está compuesto por 1651 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

4.6.2. Muestra.

Hernández et al. (2017) mencionan que «la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población» (p. 175). La muestra es una parte representativa de la población.

4.6.2.1. Unidad de Análisis.

De acuerdo con Ortega (2022) la unidad de análisis es «una parte esencial de un proyecto de investigación lo que principalmente analiza; una unidad de análisis es el objeto sobre el que esperas tener algo que decir al final de tu análisis, quizá el tema principal de tu investigación (p. 2). Por lo que la unidad de análisis del estudio estuvo comprendida por los 177 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo – Metropolitano.

a. Criterios de Inclusión

- Se incluyeron a los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo – Metropolitano, básicamente los de los mercados Modelo y Ruez Patiño.

b. Criterios de Exclusión.

- Se excluyeron a los comerciantes de abarrotes de otros mercados distintos a Modelo y Ruez Patiño, por no tener autorización para el acceso a la información.

4.6.2.2.Tamaño de la Muestra.

La muestra estuvo conformada por **177 comerciantes** de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano.

4.6.2.3. Selección de la Muestra.

La elección de la muestra fue de tipo **no probabilístico por criterio del investigador**, según detalla Rios (2022), «es un método que sirve para seleccionar los individuos que formarán parte de la muestra de un estudio estadístico. En particular, en el muestreo no probabilístico se seleccionan a los individuos basándose en el criterio subjetivo de los investigadores» (p. 3).

4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.7.1. Técnicas.

La tesis usó a la **encuesta** como técnica de recolección de datos, según Tamayo (2008) «es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida» (p. 24).

4.7.2. Instrumentos.

Por lo tanto, el instrumento que se empleó en la indagación fue el **cuestionario** que permitió entrar en relación inmediata con 177 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo, ello consistió en una serie de preguntas con el propósito de obtener información dirigida a los vinculados directamente a los objetivos y propósitos del estudio, realizando preguntas claras y concretas considerando las variables y dimensiones de la pesquisa.

Sobre el cuestionario Sierra (1994) argumenta que es «un instrumento que consiste en aplicar a un universo definido de individuos una serie de preguntas o ítems sobre un determinado problema de investigación del que deseamos conocer algo» (p. 194). De esta definición se puede concluir que la palabra encuesta se utiliza para denominar a todo el proceso que se lleva a cabo, mientras la palabra cuestionario quedaría restringida al formulario que contiene las preguntas que son dirigidas a los sujetos objeto de estudio.

4.7.2.1. Diseño.

El cuestionario se diseñó considerando las variables de estudio y cada una de sus dimensiones; así mismo, se tuvo en cuenta trabajarla mediante una escala tipo Likert, con cinco posibles respuestas.

Según el autor Matas (2018) las escalas Likert «son instrumentos psicométricos donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional» (p. 39).

4.7.2.2. Confiabilidad.

Para las ciencias sociales el término medición, según Mendoza y Garza (2009), «es una actividad fundamental, que busca que el proceso de observación de personas, objetos, entre otros aspectos de la realidad, tenga sentido. Para lograr esto, es necesario medir y cuantificar los aspectos de interés científico» (p. 18).

Este análisis de confiabilidad está determinado por el método de medición de la consistencia interna mediante el estadístico de **alfa de Cronbach**.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s^2}{ST^2} \right]$$

Donde,

k = El número de ítems

$\sum s^2$ = Sumatoria de varianzas de los ítems.

sT^2 = Varianza de la suma de los ítems.

α = Coeficiente de alfa de Cronbach

Figura 9. Estadígrafo de alfa de Cronbach

Nota. Recuperada de Pérez (2014)

<https://asesoriatesis1960.blogspot.com/2014/07/coeficiente-alfa-de-cronbach.html>

Para la toma de decisión respecto a la fiabilidad del instrumento respecto a las dos variables de estudio, se tomó en cuenta los baremos establecidos:

Rangos	Interpretación
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,0	Confiabilidad perfecta

Figura 10. Baremos de medición de confiabilidad

Nota. Recuperada de Pérez (2014)

<https://asesoriatesis1960.blogspot.com/2014/07/coeficiente-alfa-de-cronbach.html>

a. Alfa de Cronbach para la variable 1: Cultura tributaria.

Tabla 5

Resumen de procesamiento de casos variable 1: cultura tributaria

		N	%
	Válido	177	100.0
Casos	Excluido	0	.0
	Total	177	100.0

Nota. Adaptada de base de datos SPSS

Tabla 6

Estadísticas de fiabilidad variable 1: Cultura tributaria

Alfa de Cronbach	N de elementos
.824	13

Nota. Adaptada de base de datos SPSS

El resultado de confiabilidad alfa de Cronbach para la variable 1: **Cultura tributaria.**

En el baremo de interpretación el valor α **0,824** indicó que el instrumento es de **excelente confiabilidad.**

b. Alfa de Cronbach para la variable 2: *Cumplimiento de obligaciones tributarias*.

Tabla 7

Resumen de procesamiento de casos variable 2: Cumplimiento de obligaciones tributarias

		N	%
	Válido	177	100.0
Casos	Excluido	0	.0
	Total	177	100.0

Nota. Adaptada de base de datos SPSS

Tabla 8

Estadísticas de fiabilidad variable 2: Cumplimiento de obligaciones tributarias

Alfa de Cronbach	N de elementos
.910	7

Nota. Adaptada de base de datos SPSS

El resultado de confiabilidad alfa de Cronbach para la variable 2: **Cumplimiento de obligaciones tributarias**. En el baremo de interpretación el valor α **0,910** indicó que el instrumento es de **excelente confiabilidad**.

4.7.2.3. Validez.

De acuerdo con Rusque (2003) la validez «representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas» (p. 134). Reafirmada como proceso, se han postulado para ella cinco fuentes de evidencia: según el contenido, la estructura interna, con relación a otras variables, en las consecuencias del instrumento y en los procesos de respuesta.

Para el tratamiento de la información de validez, debido al cuestionario que tienen varias alternativas de respuesta se utilizó la **planilla de juicio de 3 expertos**.

Criterios	JUEZ			S	V Aiken	Conclusión
	01	02	03			
1. CLARIDAD	1	1	1	3	1.00	Válido
2. OBJETIVIDAD	1	1	1	3	1.00	
3. PERTINENCIA	1	1	1	3	1.00	
4. ORGANIZACIÓN	1	1	1	3	1.00	
5. SUFICIENCIA	1	1	1	3	1.00	
6. ADECUACIÓN	1	1	1	3	1.00	
7. CONSISTENCIA	1	1	1	3	1.00	
8. COHERENCIA	1	1	1	3	1.00	
9. METODOLOGÍA	1	1	1	3	1.00	
10. SIGNIFICATIVIDAD	1	1	1	3	1.00	
					1.00	

Figura 13. Resultados de la prueba V de Aiken

Nota. Recuperada de Supo, 2020

Análisis: se obtuvo un índice de 1.00 por lo que indica dentro del baremo de interpretación para el estadígrafo V de Aiken que la validez del instrumento es «acceptable».

Capítulo V

Resultados

5.1. Descripción del Trabajo de Campo

El proceso de trabajo de campo inicia con el reconocimiento de las actividades que desempeñan los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, para a continuación proseguir con las siguientes acciones:

- Se construyó el instrumento de investigación mediante el reconocimiento de los indicadores de las variables y constructo de los ítems.
- Se elaboró el cuestionario en el formulario de Google, aprovechando los avances tecnológicos.
- Se remitió el link del cuestionario a los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano para su recolección automática en el drive de los investigadores.
- Se exportaron los datos del Drive en un Excel, obteniendo la sábana de datos para su procesamiento estadístico.
- Los datos de Excel se exportaron en el programa SPSS, para ser tabulados con el método de percentiles, según la medición final de las variables.
- Se realizó la estadística descriptiva con la medición final de las variables, mostrándolos con gráficos de barra y tablas de frecuencias absolutas y relativas, con su debida interpretación de los resultados.
- La prueba de hipótesis se realizó considerando el ritual de significancia estadística propuesta por Supo (2020), según se muestra: [1] se planteó la hipótesis nula y alterna, [2] se estableció el nivel de significancia, [3] se eligió la prueba estadística, usando el criterio del estudio, cálculo de p-valoré, [4] tomar decisiones de acuerdo con los resultados obtenidos.

- Según los criterios del estudio se eligió la prueba estadística chi-cuadrado, por ser variables de tipo categórico, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal; siendo un estudio transversal y la muestra estuvo constituida por un solo grupo. Además, que con esta prueba estadística se determinó la relación causal de las variables de estudio.
- Se realizó la prueba de hipótesis con el resultado obtenido con el SPSS. Según Supo (2020). «este último paso en el ritual de la significancia estadística no fue planteado originalmente por Fisher, pero cobra vital importancia con la aparición de los *softwares* estadísticos que calculan directamente el valor p , el cual cuantifica el error tipo I» (p. 14). Y ayuda a tomar una decisión de rechazo de la hipótesis nula (H_0) cuando es menor al nivel de significancia y de no rechazo cuando su valor es mayor al alfa planteado.
- El resultado de la comprobación de hipótesis, se mostró en tablas y gráficos de dispersión de puntos, con su debida interpretación.

5.2. Presentación de Resultados

A continuación, se inició presentando los resultados descriptivos de la investigación que está compuesta de las tablas de frecuencias y las gráficas de barra, que permiten narrar los resultados obtenidos de las encuestas, por cada variable y dimensión del estudio. Para ello se realizó la baremación mediante percentiles 30 y 70, para obtener el valor final de las variables, para su interpretación descriptiva y para la prueba de hipótesis.

5.2.1. Baremación.

De acuerdo con el estudio de Vallejos et al. (2012), los baremos se establecieron mediante percentiles 30 y 70, estableciendo las medidas finales de las variables del estudio, así como, para cada uno de las dimensiones y el puntaje total de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias.

Con respecto a la valoración total de cultura tributaria (mínimo: 26 y máximo: 60), se observa que los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo enmarcan sus respuestas con puntajes de 26 a 42 establecen que la cultura tributaria es «bajo», contrario a ello, los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo que enmarcan sus respuestas con puntajes dentro de 42 a 49 establecen que la cultura tributaria es «regular»; asimismo, como «alto» están los puntajes de 49 a 60. Como se ve en el apéndice 6.

Con respecto a la valoración total del cumplimiento de obligaciones tributarias (mínimo: 7 y máximo: 34), se observa que los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo que enmarcan sus respuestas con puntajes de 7 a 19 establecen que el cumplimiento de obligaciones tributarias es «deficiente», contrario a ello, los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo que enmarcan sus respuestas con puntajes dentro de 19 a 25 establecen que el cumplimiento de obligaciones tributarias es «regular»; asimismo, como «eficiente» están los puntajes de 25 a 34. Como se ve en el apéndice 6.

5.2.1.1. Análisis Descriptivo de la Variable Cultura Tributaria y sus Dimensiones.

a) Resultados obtenidos de la variable 1 Cultura tributaria.

Tabla 9

Recuento y porcentajes del estudio de la variable 1 Cultura tributaria

V1_Cultura tributaria					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	59	33,3	33,3	33,3
	Regular	67	37,9	37,9	71,2
	Alto	51	28,8	28,8	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes de cultura tributaria.

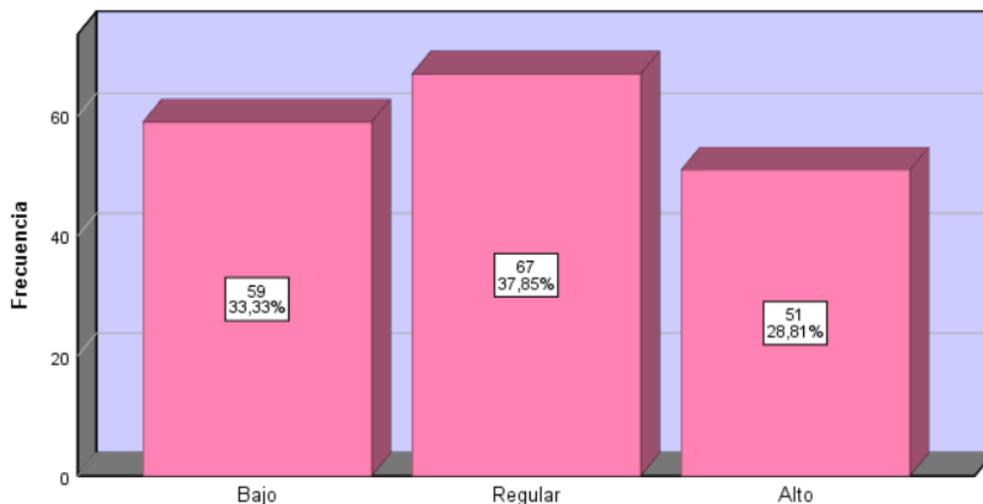


Figura 14. Barra sobre cultura tributaria

Nota. Adaptada de base de datos SPSS

Análisis. La tabla 9 y figura 14 muestran las frecuencias y porcentajes de la variable 1 cultura tributaria, donde se observa que el 37.85 % (67 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una cultura tributaria «regular» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias. Así mismo, el 33.33 % (59 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una cultura tributaria «baja» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias. Mientras que, solo el 28.81 % (51 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen «alta» cultura tributaria respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias.

b) Resultados obtenidos de la dimensión 1 Educación tributaria.

Tabla 10

Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión 1 Educación tributaria

V1_D1_Educación tributaria					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	60	33,9	33,9	33,9
	Regular	80	45,2	45,2	79,1

Buena	37	20,9	20,9	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes de educación tributaria.

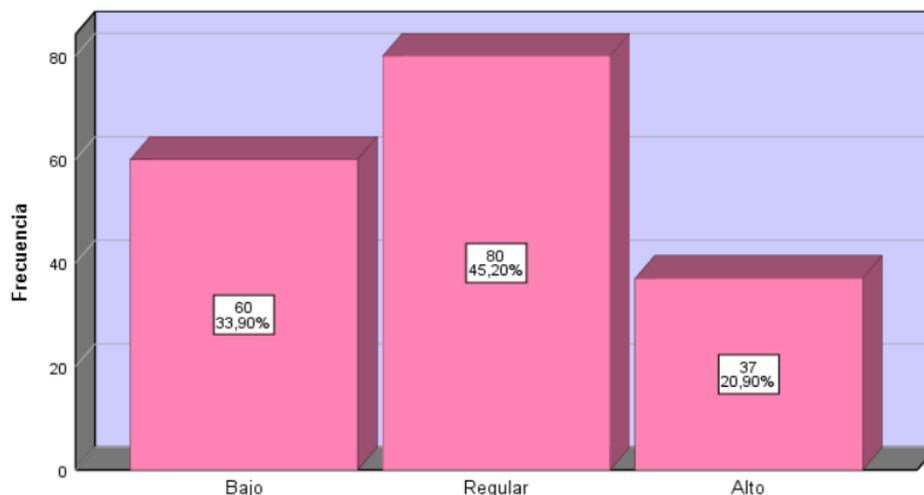


Figura 15. Barra sobre educación tributaria

Nota. Adaptada de base de datos SPSS.

Análisis. La tabla 10 y figura 15 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 1: educación tributaria, donde se observa que el 45.20 % (80 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una educación tributaria «regular». Así mismo, el 33.90 % (60 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una educación tributaria «baja». Mientras que, solo el 20.90 % (37 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una educación tributaria «alta».

c) Resultados obtenidos de la dimensión 2 actitudes tributarias.

Tabla 11

Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión 2 Actitudes tributarias

V1_D2_Actitudes tributarias					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas	74	41,8	41,8	41,8
	Regulares	59	33,3	33,3	75,1
	Muchas	44	24,9	24,9	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes de actitudes tributarias



Figura 16. Barra sobre actitudes tributarias

Nota. Adaptada de base de datos SPSS

Análisis. La tabla 11 y figura 16 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 2: actitudes tributarias, donde se observa que el 41.81 % (74 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen «mala» actitud tributaria respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias. Así mismo, el 33.33 % (59 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una actitud tributaria «regular» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias. Mientras que, solo el 24.86 % (44 comerciantes) de abarrotes de los

mercados públicos de Huancayo tienen una actitud tributaria «buena» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias.

5.2.1.2. Análisis Descriptivo de la Variable Cumplimiento de Obligaciones Tributarias y sus Dimensiones

A continuación, se presenta el resultado descriptivo de la variable y sus respectivas dimensiones. La labor de campo, se realizó aplicando un cuestionario de encuesta a 177 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo.

a) Resultados obtenidos de la variable 2 cumplimiento de obligaciones tributarias.

Tabla 12

Recuento y porcentajes del estudio de la variable 2 cumplimiento de obligaciones tributarias

V2_Cumplimiento de obligaciones tributarias					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	63	35,6	35,6	35,6
	Regular	68	38,4	38,4	74,0
	Eficiente	46	26,0	26,0	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes de cumplimiento de obligaciones tributarias

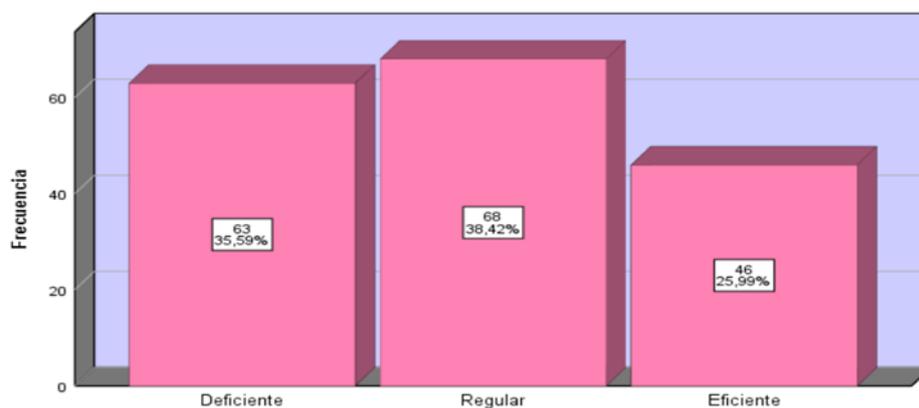


Figura 17. Barra sobre cumplimiento de obligaciones tributaria

Nota. Adaptada de base de datos SPSS

Análisis. La tabla 12 y figura 17 muestran las frecuencias y porcentajes de la variable 2 cumplimiento de obligaciones tributarias, donde se observa que el 38.42 % (68 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen un cumplimiento de obligaciones tributarias «regular». Así mismo, el 35.59 % (63 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen un cumplimiento de obligaciones tributarias «deficiente». Mientras que, solo el 25.99 % (46 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen un cumplimiento de obligaciones tributarias «eficiente».

b) Resultados obtenidos de la dimensión 1 obligaciones tributarias sustanciales.

Tabla 13

Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión 1 obligaciones tributarias sustanciales

V2_D1_Obligaciones tributarias sustanciales					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	66	37,3	37,3	37,3
	Regular	88	49,7	49,7	87,0
	Eficiente	23	13,0	13,0	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes de obligaciones tributarias sustanciales

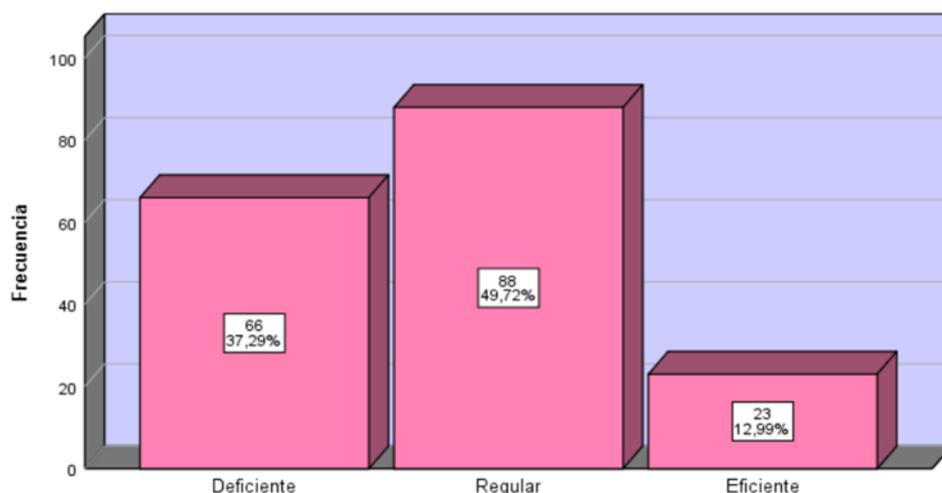


Figura 18. Barra sobre obligaciones tributarias sustanciales
Nota. Adaptada de base de datos SPSS

Análisis. La tabla 13 y figura 18 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 1, obligaciones tributarias sustanciales, donde se observa que el 49.72 % (88 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias sustanciales de modo «regular». Así mismo, el 37.29 % (66 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias sustanciales de modo «deficiente». Mientras que, solo el 12.99 % (23 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias sustanciales de modo «eficiente».

c) Resultados obtenidos de la dimensión 2 obligaciones tributarias formales.

Tabla 14

Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión 2 obligaciones tributarias formales

V2_D2_Obligaciones tributarias formales					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	66	37,3	37,3	37,3
	Regular	76	42,9	42,9	80,2
	Eficiente	35	19,8	19,8	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes de obligaciones tributarias formales

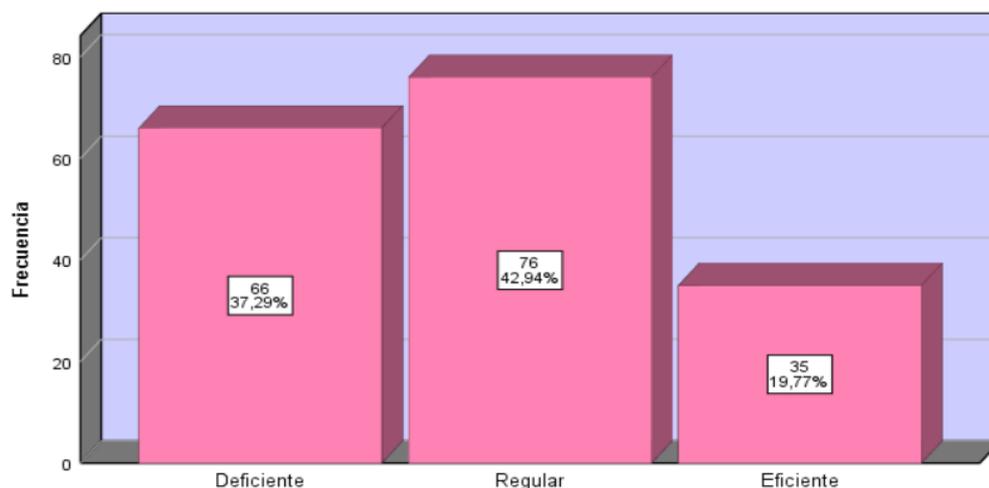


Figura 19. Barra sobre obligaciones tributarias formales

Nota. Adaptada de base de datos SPSS

Análisis. La tabla 14 y figura 19 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 1, obligaciones tributarias formales, donde se observa que el 42.94 % (76 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias formales de modo «regular». Así mismo, el 37.29 % (66 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias formales de modo «deficiente». Mientras que, solo el 19.77 % (35 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias formales de modo «eficiente».

5.3. Contrastación de Resultados

Dado que el planteamiento de hipótesis de la investigación demanda determinar la asociación entre variables, se presenta los resultados considerando los siguientes pasos: planteamiento de hipótesis nula y alterna, establecer el nivel de significancia estadística, elección de la prueba estadística, cálculo del valor p y conclusión estadística.

5.3.1. Contrastación de la Hipótesis General.

5.3.1.1. Planteamiento de Hipótesis.

Hipótesis nula (H₀).

La cultura tributaria **no** incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

Hipótesis alterna (H_a).

La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

5.3.1.2. Establecer la Significancia Estadística.

Se consideró un nivel de significancia de $\alpha = 0.05 = 5 \%$, con un nivel de confianza del 95 %.

5.3.1.3. Elección de la Prueba Estadística.

Por ser variables de tipo categórico, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal; siendo un estudio transversal y la muestra estuvo constituida por un solo grupo. Se trabajó con la prueba estadística chi-cuadrado, ya que ayudó a determinar la relación causal de las variables:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Figura 20. Fórmula estadística chi-cuadrado

Nota. Recuperada de La Torre, 2021

<https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2325/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

5.3.1.4. Cálculo del Valor p .

Para obtener el chi-cuadrado calculado, en el SPSS se realizó una tabla cruzada con las preguntas del 1 al 13 y del 14 al 20, y se estimó la prueba estadística correspondiente.

Tabla 15

Asociación para cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias

Tabla cruzada V1_Cultura tributaria*V2_Cumplimiento de obligaciones tributarias					
		Recuento			Total
		V2_Cumplimiento de obligaciones tributarias			
		Deficiente	Regular	Eficiente	
V1_Cultura tributaria	Bajo	34	20	5	59
	Regular	23	27	17	67
	Alto	6	21	24	51
Total		63	68	46	177

Nota. Adaptada de la base de datos SPSS

Tabla 16

Prueba chi-cuadrado para la hipótesis general

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	32.375 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	34.781	4	.000
Asociación lineal por lineal	31.956	1	.000
N de casos válidos	177		

Nota. Se observa que el valor p es $0,000 < 0,05$ para la prueba de hipótesis general

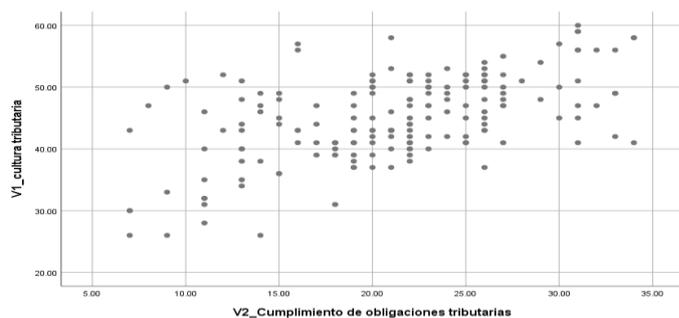


Figura 21. Dispersión de puntos de la hipótesis general

Nota. Se observa la asociación de las variables que corresponden a la hipótesis general.

5.3.1.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.

Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula con un valor $p = 0.000$ y se acepta la hipótesis de la investigación, en el sentido que, la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022; comprobado con el resultado ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta una alta cultura tributaria en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá favorablemente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

5.3.2. Contrastación de la Hipótesis Específica 1.

5.3.2.1. Planteamiento de Hipótesis.

Hipótesis nula (H₀).

La cultura tributaria **no** incide significativamente en las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

Hipótesis alterna (H_a).

La cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

5.3.2.2. Establecer la Significancia Estadística.

Se consideró un nivel de significancia de $\alpha = 0.05 = 5\%$, con un nivel de confianza del 95 %.

5.3.2.3. Elección de la Prueba Estadística.

Por ser variables de tipo categórico, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal; siendo un estudio transversal y la muestra estuvo constituida por un solo grupo. Se trabajó con la prueba estadística chi-cuadrado, ya que ayudó a determinar la relación de las variables:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Figura 22. Fórmula estadística chi-cuadrado

Nota. Recuperada de La Torre, 2021. En <https://n9.cl/96yo1>

5.3.2.4. Cálculo del Valor p.

Para obtener el chi-cuadrado calculado, en el SPSS se realizó una tabla cruzada con las preguntas del 1 al 13 y del 14 al 15, y se estimó la prueba estadística correspondiente.

Tabla 17

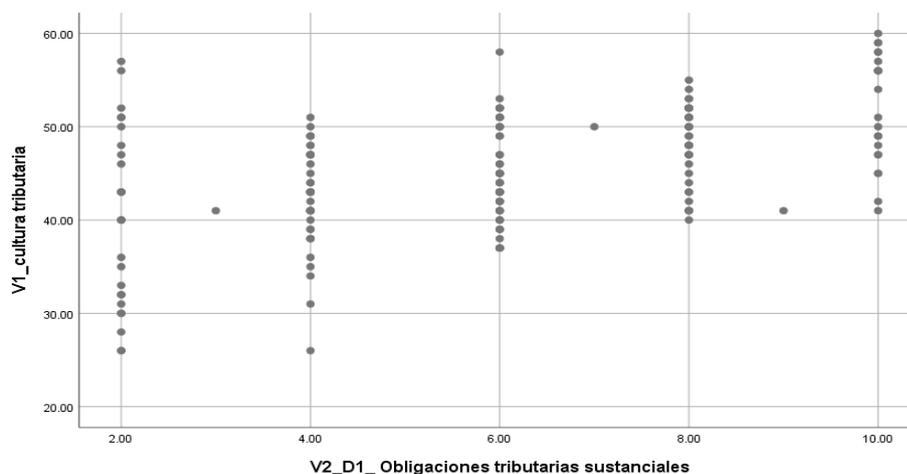
Tabla cruzada de asociación para cultura y obligaciones tributarias sustanciales

Tabla cruzada V1_Cultura tributaria*V2_D1_Obligaciones tributarias sustanciales					
		Recuento			
		V2_D1_Obligaciones tributarias			
		sustanciales			Total
		Deficiente	Regular	Eficiente	
V1_Cultura tributario	Bajo	32	24	3	59
	Regular	26	34	7	67
	Alto	8	30	13	51
Total		66	88	23	177

Nota. Elaborada de la base de datos SPSS

Tabla 18*Prueba chi-cuadrado para la hipótesis específica 1*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
chi-cuadrado de Pearson	22.107 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	22.887	4	.000
Asociación lineal por lineal	21.000	1	.000
N de casos válidos	177		

Nota. Elaborada de la base de datos SPSS*Figura 23.* Dispersión de puntos de la hipótesis específica 1*Nota.* Se observa la asociación de las variables que corresponden a la hipótesis específica 1.

5.3.2.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.

Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula con un valor $p = 0.000$ y se acepta la hipótesis de la investigación, en el sentido que, la cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022; comprobado con el resultado ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta un alto grado de cultura tributaria en los en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano incidirá favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias sustanciales.

5.3.3. Contrastación de la Hipótesis Específica 2.

5.3.3.1. Planteamiento de Hipótesis.

Hipótesis nula (H₀).

La cultura tributaria **no** incide significativamente en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

Hipótesis alterna (H_a).

La cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

5.3.3.2. Establecer la Significancia Estadística.

Se consideró un nivel de significancia de $\alpha = 0.05 = 5\%$, con un nivel de confianza del 95 %.

5.3.3.3. Elección de la Prueba Estadística.

Por ser variables de tipo categórico, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal; siendo un estudio transversal y la muestra estuvo constituida por un solo grupo. Se trabajó con la prueba estadística chi-cuadrado, ya que ayudó a determinar la relación de las variables, cuando los ítems tienen diferentes cantidades:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Figura 24. Fórmula estadística chi-cuadrado

Nota. Recuperada de La Torre, 2021

<https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2325>

5.3.3.4. Cálculo del Valor p.

Para obtener el chi-cuadrado calculado, en el SPSS se realizó una tabla cruzada con las preguntas del 1 al 13 y del 16 al 20, y se estimó la prueba estadística correspondiente.

Tabla 19

Tabla cruzada de asociación para cultura y obligaciones tributarias formales

Tabla cruzada V1_Cultura tributaria*V2_D2_Obligaciones tributarias formales					
		Recuento			Total
		V2_D2_Obligaciones tributarias formales			
		Deficiente	Regular	Eficiente	
V1_Cultura tributaria	Bajo	34	20	5	59
	Regular	23	32	12	67
	Alto	9	24	18	51
Total		66	76	35	177

Nota. Elaborada de la base de datos SPSS

Tabla 20

Prueba chi-cuadrado para la hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
chi-cuadrado de Pearson	23.806 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	24.096	4	.000
Asociación lineal por lineal	22.499	1	.000
N de casos válidos	177		

Nota. Elaborada de la base de datos SPSS

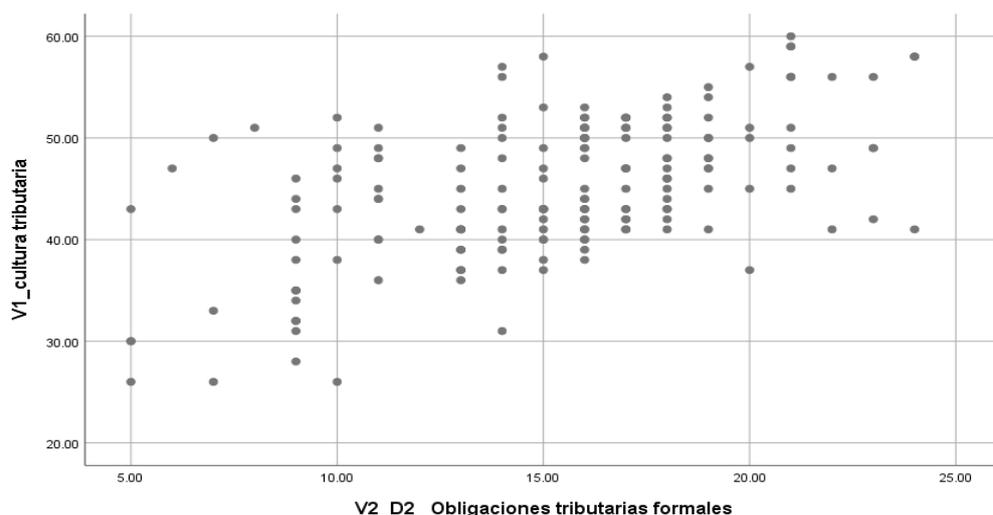


Figura 25. Dispersión de puntos de la hipótesis específica 2

Nota. Se observa la asociación de las variables que corresponden a la hipótesis específica 2

5.3.3.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.

Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula con un valor $p = 0.000$ y se acepta la hipótesis de la investigación, en el sentido que, la cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022; comprobado con el resultado ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta una cultura tributaria alta en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá favorablemente en las obligaciones tributarias formales.

5.3.4. Contrastación de la Hipótesis Específica 3.

5.3.4.1. Planteamiento de Hipótesis.

Hipótesis nula (H₀).

La educación tributaria **no** incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

Hipótesis alterna (Ha).

La educación tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

5.3.4.2. Establecer la Significancia Estadística.

Se consideró un nivel de significancia de $\alpha = 0.05 = 5 \%$, con un nivel de confianza del 95 %.

5.3.4.3. Elección de la Prueba Estadística.

Por ser variables de tipo categórico, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal; siendo un estudio transversal y la muestra estuvo constituida por un solo grupo. Se trabajó con la prueba estadística chi-cuadrado, ya que ayudó a determinar la relación causal de las variables:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Figura 26. *Fórmula estadística chi-cuadrado*

Nota. Recuperada de La Torre, 2021

<https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2325>

5.3.4.4. Cálculo del Valor p.

Para obtener el chi-cuadrado calculado, en el SPSS se realizó una tabla cruzada con las preguntas del 1 al 8 y del 14 al 20, y se estimó la prueba estadística correspondiente.

Tabla 21

Tabla cruzada para educación tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias

Tabla cruzada V1_D1_Educación tributaria*V2_Cumplimiento de obligaciones tributarias					
		Recuento			
		V2_Cumplimiento de obligaciones tributarias			Total
		Deficiente	Regular	Eficiente	
V1_D1_Educación tributaria	Bajo	34	24	2	60
	Regular	24	33	23	80
	Alto	5	11	21	37
Total		63	68	46	177

Nota. Elaborada de la base de datos SPSS

Tabla 22

Prueba chi-cuadrado para la hipótesis específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	39.752 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	43.959	4	.000
Asociación lineal por lineal	36.561	1	.000
N de casos válidos	177		

Nota. Elaborada de la base de datos SPSS

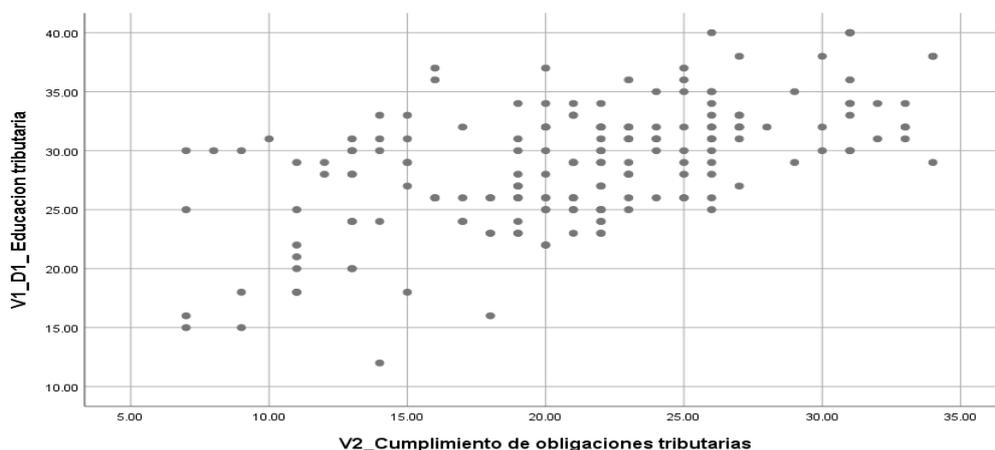


Figura 27. Dispersión de puntos de la hipótesis específica 3

Nota. Se observa la asociación de las variables que corresponden a la hipótesis específica 3.

5.3.4.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.

Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula con un valor $p = 0.000$ y se acepta la hipótesis de la investigación, en el sentido que, la educación tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022; comprobado con el resultado ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta una educación tributaria alta en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

5.3.5. Contrastación de la Hipótesis Específica 4.

5.3.5.1. Planteamiento de Hipótesis.

Hipótesis nula (H₀).

Las actitudes tributarias **no** inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

Hipótesis alterna (Ha).

Las actitudes tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.

5.3.5.2. Establecer la Significancia Estadística.

Se consideró un nivel de significancia de $\alpha = 0.05 = 5\%$, con un nivel de confianza del 95 %.

5.3.5.3. Elección de la Prueba Estadística.

Por ser variables de tipo categórico, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal; siendo un estudio transversal y la muestra estuvo constituida por un solo grupo. Se trabajó con la prueba estadística chi-cuadrado, ya que ayudó a determinar la relación causal de las variables, cuando los ítems tienen diferentes cantidades:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Figura 28. *Fórmula estadística chi-cuadrado*

Nota. Recuperada de La Torre, 2021. En <https://n9.cl/rfbwe>

5.3.5.4. Cálculo del Valor p.

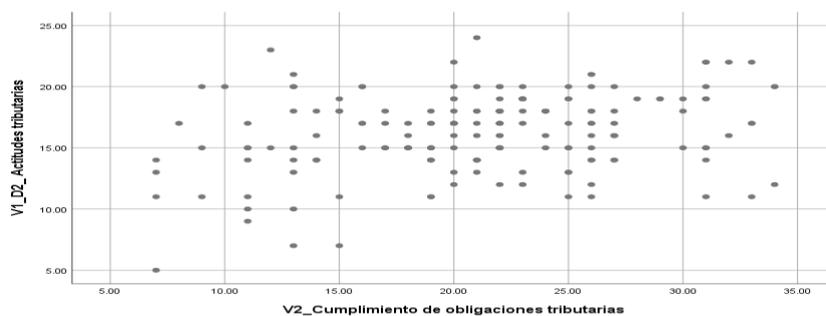
Para obtener el chi-cuadrado calculado, en el SPSS se realizó una tabla cruzada con las preguntas del 9 al 13 y del 14 al 20, y se estimó la prueba estadística correspondiente.

Tabla 23*Actitudes tributarias y el cumplimiento de obligaciones tributarias*

Tabla cruzada V1_D2_Actitudes tributarias*V2_Cumplimiento de obligaciones tributarias					
		Recuento			
		V2_D2_Cumplimiento de obligaciones tributarias			
		Deficiente	Regular	Eficiente	Total
V1_D2_Actitudes tributarias	Mala	37	22	15	74
	Regular	17	28	14	59
	Buena	9	18	17	44
Total		63	68	46	177

Nota. Elaborada de la base de datos SPSS**Tabla 24***Prueba chi-cuadrado para la hipótesis específica 4*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
chi-cuadrado de Pearson	14.445 ^a	4	.006
Razón de verosimilitud	14.289	4	.006
Asociación lineal por lineal	10.676	1	.001
N de casos válidos	177		

Nota. Elaborada de la base de datos SPSS*Figura 29.* Dispersión de puntos de la hipótesis específica 4*Nota.* Se observa la asociación de las variables que corresponden a la hipótesis específica 4.

5.3.5.5. Conclusión Estadística – Toma de Decisión.

Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula con un valor $p = 0.006$ y se acepta la hipótesis de la investigación, en el sentido que, las actitudes tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022; comprobado con el resultado ($p = 0.006 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta una actitud tributaria buena en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

5.4. Análisis y Discusión de Resultados

1. Con respecto al objetivo general, determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, se puede mencionar que, al obtener una significancia asintótica de 0.000 y quedar comprobada la hipótesis del investigador, se pudo probar que existe una incidencia significativa de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022. En el sentido que, si se presenta una alta cultura tributaria en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá de manera favorable en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. El instrumento de investigación refleja la presencia de deficiencias respecto a la cultura tributaria en los comerciantes, careciendo de educación en temas como los impuestos, sanciones e infracciones, sus responsabilidades como contribuyentes y su obligación del pago de tributo. La información presentada en la investigación, concuerda con la exploración de Trinidad et al. (2022) quienes concluyeron que la cultura tributaria se relaciona con la obligación

tributaria con una $\rho = 0,577$, la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado José Carlos Mariátegui, observándose que existe una correlación positiva considerable. Así también los resultados concuerdan con la investigación de Orihuela y Gutiérrez (2022) quienes concluyeron que la cultura tributaria incide favorablemente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en contribuyentes acogidos al régimen tributario del nuevo régimen único simplificado.

2. Con respecto al objetivo específico 1, determinar la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, se puede mencionar que, al obtener una significancia asintótica de 0.000; se acepta la hipótesis del investigador en razón que, la cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022. En el sentido que, si se presenta un alto grado de cultura tributaria en los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano incidirá en un mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias sustanciales. El instrumento de investigación refleja la presencia de deficiencias con los contribuyentes al no reconocerse como deudores tributarios y por ende incumplir con el pago de sus deudas tributarias. El resultado obtenido concuerda con lo presentado por Ordoñez y Chapoñan (2020) quienes concluyeron que, la cultura tributaria incide favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pues mediante la encuesta se determinó que ambas variables se encuentran en un nivel medio, por lo que se relacionan de manera directa, es decir, si se mejora la cultura tributaria, el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias fue más alto. Así mismo, los resultados concuerdan con lo presentado por Quispe et al. (2020) quienes demostraron que existen tres tipos de cultura tributaria, aquella que responde a una norma obligatoria, a un acto voluntario

y al logro de un beneficio, la cultura tributaria depende de factores obligatorios, como: al delito que implica no pagar los impuestos; factores voluntarios, como: la disponibilidad de lugares habilitados para realizar los pagos y factores, de beneficio como: Inconsistencia en las reformas tributarias (muchas modificaciones), altas tasas de los impuestos, corrupción en las instituciones, afecta a los ingresos de la empresa.

3. Con respecto al objetivo específico 2, determinar la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, se puede mencionar que, al obtener una significancia bilateral de 0.000 y quedar comprobada la hipótesis del investigador, se pudo probar que, existe una incidencia significativa de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022. En el sentido que, si se presenta una alta cultura tributaria alta en los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá favorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias formales. El instrumento de investigación refleja una presencia de deficiencias con la presentación de declaraciones juradas, con el reconocimiento de acontecimientos o circunstancias que dan origen a la obligación tributaria y no contar con la documentación necesaria para acreditar el cumplimiento de la obligación sustancial. Los resultados presentados en la investigación, concuerdan con la investigación de Pila (2022) quien concluyó que el nivel de cultura tributaria que posee cada individuo es muy importante y es gracias a ello que la mayoría de los contribuyentes cumplen con sus obligaciones tributarias de una manera correcta y oportuna, por tanto analizo que el nivel de cultura tributaria impacta en el cumplimiento del pago de tributos. También se asemeja los resultados del estudio con las conclusiones de Tene (2019) quien evidenció que el nivel de conocimientos en el ámbito tributario de los comerciantes del Mercado Gran Colombia de

la ciudad de Loja, resalta un margen importante de desconocimiento sobre la gestión que tiene la administración tributaria, en este caso el servicio de rentas internas.

4. Con respecto al objetivo específico 3, determinar la incidencia de la educación tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, se puede mencionar que, al obtener una significancia asintótica de 0.000, y quedar comprobada la hipótesis del investigador, se pudo probar que, existe una incidencia significativa de la educación tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022. En el sentido que, si se presenta una educación tributaria alta en los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. El instrumento de investigación refleja la presencia de dificultades específicamente en la carencia de educación en temas tributarios de los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo, desconociendo sus responsabilidades como deudores tributarios, las sanciones e infracciones por no cumplir con el pago de sus tributos, y demás temas tributarios. Los resultados presentados en la investigación, concuerda con la investigación Suárez (2019) quien concluyó que la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas del distrito de Independencia, 2019; de acuerdo con lo mencionado por los representantes de las MYPE y el valor Chi cuadrado $p = 0,018$ lo cual indica una influencia positiva entre las dos variables en estudio. Así también los resultados concuerdan con lo presentado por Mamaní y Espinoza (2022) quienes concluyeron que a mayor cultura tributaria se tendrán resultados favorables respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias.
5. Con respecto al objetivo específico 4, determinar la incidencia de las actitudes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los

mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, se puede mencionar que, al obtener una significancia asintótica de 0.006, y quedar comprobada la hipótesis del investigador, se pudo probar que, las actitudes tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022. En el sentido que, si se presenta una actitud tributaria buena en los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. El instrumento de investigación refleja la presencia de dificultades sobre la equidad tributaria y la ética del gobierno. Los resultados presentados en la investigación, concuerdan con la investigación de Chuctaya y Zuñiga (2021) quienes concluyeron que existe la relación significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial El Paraíso de la ciudad de Cusco, 2021. Este se obtuvo a través de «la validación de la hipótesis general haciendo uso del coeficiente de correlación de Spearman. Dando como resultado $\rho = 0.735$. De la misma manera los resultados, concuerdan con la conclusión de la tesis de Palomino (2021), donde los resultados muestran que existe relación directa entre cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de calzados del Mercado Ruez Patiño, Huancayo, 2021, ($\rho = 0.782$; $p = 0.000 < 0.05$) y se tiene como conclusión que donde la mayoría de los comerciantes de venta de calzados del Mercado Ruez Patiño perciben un nivel malo de cultura tributaria (90 %) y que no cumplen con sus obligaciones tributarias (90 %).

Conclusiones

1. Se ha demostrado que existe una incidencia significativa de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, puesto que el valor de significancia bilateral valor p ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta una alta cultura tributaria en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, se reflejará una incidencia positiva en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Mientras el resultado descriptivo muestra que el 37.85 %, 67 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una cultura tributaria «regular» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias. Así mismo, el 33.33 %, 59 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una cultura tributaria «baja» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias. Mientras que, solo el 28.81 %, 51 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen «alta» cultura tributaria respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias.
2. Se ha demostrado que existe incidencia significativa de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, puesto que el valor de significación bilateral con un valor p ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta un alto grado de cultura tributaria en los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano este incidirá positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias sustanciales. Mientras el resultado descriptivo dilucida que el 49.72 %, 88 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias sustanciales de modo «regular». Así

mismo, el 37.29 %, 66 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias sustanciales de modo «deficiente». Mientras que, solo el 12.99 %, 23 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias sustanciales de modo «eficiente».

3. Se ha demostrado que existe incidencia significativa de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, puesto que el valor de significancia bilateral valor p ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta una cultura tributaria alta en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá en el cumplimiento de las obligaciones tributarias formales. Mientras el resultado descriptivo presenta que el 42.94 %, 76 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias formales de modo «regular». Así mismo, el 37.29 %, 66 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias formales de modo «deficiente». Mientras que solo el 19.77 %, 35 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo cumplen sus obligaciones tributarias formales de modo «eficiente».
4. Se ha demostrado que existe incidencia significativa de la educación tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, puesto que el valor de significancia bilateral con un valor p ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta una educación tributaria alta en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá favorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias. Mientras el resultado descriptivo precisa que el 45.20 %, 80 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una

educación tributaria «regular» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias. Así mismo, el 33.90 %, 60 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una educación tributaria «baja» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias. Mientras que, solo el 20.90 %, 37 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una educación tributaria «alta» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias.

5. Se ha demostrado que existe incidencia significativa de las actitudes tributarias en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022, puesto que el valor de significancia bilateral con un valor p ($p = 0.001 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. Debido a que, si se presenta una actitud tributaria buena en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano, incidirá favorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias. Mientras el resultado descriptivo muestra que el 41.81 %, 74 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen «mala» actitud tributaria respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias. Así mismo, el 33.33 %, 59 comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una actitud tributaria «regular» respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias. Mientras que, solo el 24.86 % (44 comerciantes) de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo tienen una actitud tributaria «buena» respecto al cumplimiento de obligaciones tributarias.

Recomendaciones

1. Debido a que se determinó la incidencia significativa de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, evidenciándose deficiencias respecto a la cultura tributaria en los comerciantes, careciendo de educación en temas como los impuestos, sanciones e infracciones, sus responsabilidades como contribuyentes y su obligación del pago de tributo. Por ello, se recomienda a los comerciantes educarse sobre la recaudación de impuestos y la redistribución de recursos. Esto implica saber cómo y en qué se gasta el dinero público. Para ello, deben participar en programas de educación cívico-tributaria realizados por el Estado a través de la administración tributaria, que pongan de manifiesto la toma de conciencia y sensibilización pública. Asimismo, la Sunat debería ofrecer incentivos a los buenos contribuyentes por el cumplimiento debido de sus obligaciones, como enviarles invitaciones directas a las subastas de bienes embargados por ellos, para que tengan conocimiento oportuno y mejores posibilidades de acceder a ellos. Es recomendable también que se apliquen los resultados correctamente, ya que se podrían dejar de lado, aspectos importantes presentados debido a las variables de estudio, como lo muestran los antecedentes.
2. Debido a que se determinó la incidencia significativa de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias sustanciales, evidenciándose deficiencias con los contribuyentes al no reconocerse como deudores tributarios y por ende incumplir con el pago de sus deudas tributarias. Por ello, se recomienda a los comerciantes de abarrotes manejar un control de sus ingresos y salidas de dinero, esto les permitirá saber cada fin de mes con cuánto dinero cuentan para hacer frente al pago de sus tributos. Se recomienda del mismo modo, continuar con investigaciones similares en niveles superiores, de este modo se incrementará el conocimiento científico, respecto a las variables de estudio contratado con sus resultados.

3. Se determinó la incidencia significativa de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias formales, evidenciándose deficiencias con la presentación de declaraciones juradas, con el reconocimiento de acontecimientos o circunstancias que dan origen a la obligación tributaria y no contar con la documentación necesaria para acreditar el cumplimiento de la obligación sustancial. Para cumplir las obligaciones tributarias formales se recomienda, primeramente, estar formalizados, acogerse a un régimen tributario (NRUS, RER, REMYPE, RG), estos regímenes regulan el cumplimiento de las obligaciones fiscales vinculadas al pago de tributos. Para acogerse a uno de estos regímenes se debe evaluar la actividad la cual se está desarrollando y estimar los ingresos que se obtendrá por dicha actividad. A partir de aquí se debe facturar con todos los requisitos exigidos por la ley, llevar la contabilidad de tu empresa de acuerdo con los parámetros establecidos, conservar los documentos que acrediten la correcta facturación, si es el caso informar el cese de actividades, exigir facturas o el documento correspondiente, realizar las declaraciones y pagos de los impuestos de manera frecuente y correcta en los plazos establecidos por la Sunat. Todos estos conocimientos pueden ser adquiridos a través de un convenio de prácticas pre profesionales con las universidades de Huancayo, y así los estudiantes destacados puedan ir prestando sus servicios profesionales a las unidades de estudio. Es recomendable igualmente que esta investigación sea publicada en distintas bases de datos de investigación científica, para que sirva como ventana abierta a otra investigación.
4. Se determinó la incidencia significativa de la educación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, evidenciándose dificultades, en la carencia de educación en temas tributarios de los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo, desconociendo sus responsabilidades como deudores tributarios, las sanciones e infracciones por no cumplir con el pago de sus tributos. Por ello, se recomienda a los comerciantes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano emitir sus comprobantes

por todas las ventas que realizan, de esta manera se acortaran las brechas de incumplimiento, presentación y pago de sus impuestos. Así también, es recomendable adiestrar a los sujetos de estudio en referencia a los resultados obtenidos, para que puedan ampliar sus conocimientos y sirva de algún modo para mejorar actitudes negativas presentados por ellos.

5. Se determinó la incidencia significativa de las actitudes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, evidenciándose la falta de equidad tributaria y la evidente falta de ética del gobierno. Por ello se recomienda a los comerciantes de abarrotes hacer llegar todas sus dudas y quejas a la Municipalidad de Huancayo, respecto al abandono que tienen en la mejora de sus espacios de trabajo e inversión en infraestructura del sector salud y educación; para que sean tomados en cuenta y buscar la mejora de la población en general, con mayor y eficiente atención de sus necesidades. También es indispensable que los funcionarios realicen una gestión transparente de los fondos públicos y que el estado brinde servicios de calidad a favor de los ciudadanos. De esta manera, los contribuyentes tendrán mayor confianza hacia el pago de impuestos y se podrá fortalecer el compromiso de la población. Así también, es imperioso sugerir que se lleve adelante los resultados de la investigación, para poder continuar con la línea de investigación necesaria hasta llegar al máximo nivel de investigación científica y poder aplicarla para la mejora inmediata del ámbito de estudio.

Lista de Referencias

- Agudelo, G., Aignerren, M., y Ruiz, J. (2023). Diseño de la investigación experimental y no experimental. *Centros de estudios de opinión Universidad de Antioquia*, 1-46.
- Montiel Paternina, S., Peña Sánchez, A., y Martínez Carrascal, C. (2020). *Cultura tributaria : formas de mejorarla*. Colombia: Universidad Libre. Obtenido de <https://www.unilibre.edu.co/cartagena/images/investigación/libros/Cultura-Tributaria.pdf>
- Abreu, J. L. (2014). El método de la investigación. *International Journal of Good Conscience*, 195-204.
- Agreda Rosales, L. M., y Muñoz Cotrina, O. M. (2022). Cultura tributaria y evasión tributaria en trabajadores independientes. Lima, Perú: Universidad de Ciencias y Humanidades.
- Aguayo López, J. M. (2014). La obligación tributaria y el pago: Antes del inicio de cobranza coactiva en la legislación peruana. Apuntes y disquisiciones. *Derecho y Sociedad*, 239-254.
- Aguayo López, J. M. (2014). La obligación tributaria y el pago: Antes del inicio de la cobranza coactiva- en la legislación peruana. *Derecho y Sociedades*, 239-254.
- Annibaldi, J., y Piccioni, I. (2012). *Infracciones y sanciones tributarias*. Mendoza, Argentina.
- Arce Furuya, L. A. (21 de setiembre de 2015). *estudioarce.com*. Obtenido de <https://estudioarce.com/articulos/infracciones-tributarias-y-delitos-tributarios.html>
- Armas, M., y Colmenares, M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *REDHECS*, 141-160.
- Ataliba, G. (1994). Perfil de la renta como materia gravable. *IUS ET VERITAS*, 65-68.
- Barchini, G. E. (2006). Métodos «I + D» de la Informática. *Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales*, 16-24.

- BBVA. (2 de agosto de 2023). *bbva.com*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/tasas-impuestos-cotizaciones-por-que-y-para-que-debemos-pagar-tributos/>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (28 de agosto de 2014). *bcn.cl*. Obtenido de [https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/21103/5/JPCHechos %20gravados %20basicos %20\(2\)_v2.pdf](https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/21103/5/JPCHechos%20gravados%20basicos%20(2)_v2.pdf)
- Campoy Cárdenas, K. (11 de diciembre de 2009). Declaraciones y pagos electrónicos ante el servicio de administración tributaria. Ensenada, México: Universidad Autónoma de Baja California.
- Cárdenas, G. (2020). La educación tributaria en el Perú: Una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. *In Crescendo*, 241-258.
- Castellanos Torres, J. A. (2009). El procedimiento de la derivación de responsabilidad tributaria. *Icade*, 165-222.
- Cedeño Castillo, L. M., y Torres Calle, M. (2016). *Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes del Cantón Girón para el año 2016*. Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca.
- Chipia Lobo, J. F. (2016). Validez y confiabilidad. *ULA Medicina* (págs. 1-32). Venezuela: ULA Medicina. Obtenido de <https://es.slideshare.net/JoanFernandoChipia/validez-y-confiabilidad-70453164>
- Chuctaya Pacsi, N. C., y Zuñiga Marmanillo, Y. Y. (10 de abril de 2021). Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del Centro Comercial El Paraíso en la ciudad de Cusco - 2021. Huancayo, Perú: Universidad Continental.
- Clementi, F. (14 de julio de 2020). *francoiseclementi.com*. Obtenido de <https://www.francoiseclementi.com/glossary/voluntad-de-pago/>
- Código Tributario. (22 de junio de 2013). *Texto Único del Código Tributario*. El Peruano.

- Cvetkovic Vega, A., Maguiña Quispe, J., Soto, A., Lama Valdivia, J., y Correa López, L. (2021). Estudios Transversales. *Revista Facultad de Medicina Humana*, 179-185.
- Donoso Sánchez, A. (1 de agosto de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/libros-contables.html>
- Flores García, A., y Ramos Ramos, J. N. (2016). El grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del régimen de tercera categoría, Tarapoto, 2016. *Accounting power for business*, 59-69.
- Forastieri, J. (2 de octubre de 2000). *ciat.org*. Obtenido de https://www.ciat.org/Biblioteca/ConferenciasTecnicas/2000/Espanol/Taormina_italia_2000_tema2_2_mexico.pdf
- Gamboa Neyre, F., y Gonzales Solis, A. (diciembre de 2019). La cultura tributaria en la formalización de las Mypes en Carapongo. Lima: Universidad Peruana Unión.
- García Guadalupe, J. J. (2018). Revisión de la instrumentación de la tesis de la escuela de posgrado de la Universidad Nacional de Educación durante el periodo 2012-2014. *1er Congreso Nacional de Educación* (págs. 1-31). Lima: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- García, J. L. (6 de diciembre de 2017). *Universidad de Ciencias y Humanidades*. Obtenido de <https://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>
- Gestión, D. (4 de abril de 2021). *gestion.pe*. Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/que-son-los-impuestos-y-para-que-sirven-nnda-nnlt-noticia/?ref=gesr>
- Gobierno del Perú. (19 de diciembre de 2022). *www.gob.pe*. Obtenido de <https://www.gob.pe/24720-infracciones-y-sanciones-tributarias>
- González Ortiz, D. (16 de mayo de 2003). La figura del responsable tributario en el derecho español. Valencia, España: Universitat de Valencia.
- Guzmán Napurí, C. (31 de julio de 2023). *Universidad Continental*. Obtenido de

<https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/los-servicios-publicos-en-el-peru-quien-los-brinda>

Hernández Berenguel, L. (2014). *La responsabilidad tributaria*. Instituto Peruano de Derecho Tributario.

Hernández Sampieri, R., Méndez Valencia, S., Mendoza Torres, C. P., y Cuevas Romo, A. (2017). *Fundamentos de investigación*. Mexico: Printed in Mexico.

Hotmart. (14 de febrero de 2023). *Hotmart.com*. Obtenido de <https://hotmart.com/es/blog/formalizacion>

Indeed. (30 de septiembre de 2022). *indeed.com*. Obtenido de <https://www.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/que-es-comerciante#:~:text=El%20comerciante%20es%20un%20profesional,obtener%20ganancias%20por%20esa%20intermediaci%C3%B3n>.

INEI. (2022). *Panorama Económico Departamental*. Lima: INEI.

Johnson, V. (2011). *ciat.org*. Obtenido de https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2011/Espanol/2011_tema_2.1_nzelanda_Johnson.pdf

La Torre Mendoza, M. (23 de Marzo de 2021). *Afrontamiento al estrés en estudiantes de psicología de una Universidad Privada de Huancayo-2020*. Huancayo, Perú: Universidad Peruana Los Andes. Obtenido de <https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2325/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López Nieves, M. (2021). De las facilidades para el pago de las deudas tributarias en tiempos de covid-19 en Perú y Colombia. *Revista de Derecho Fiscal*, 211-223.

Lozada, J. (2014). Investigación aplicada: Definición, propiedad intelectual e industria. *CienciaAmérica*, 34-39.

- Lozano Flores, I. (9 de febrero de 2010). *gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/voluntad-de-pago-del-deudor-en-microfinanzas/>
- Mamaní Cáceres, H. M., y Espinoza Coa, O. M. (23 de diciembre de 2022). *Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Pacocha - llo 2021*. Universidad Continental.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (22 de febrero de 2022). *www.gop.pe*. Obtenido de <https://www.gob.pe/1141-declaracion-y-pago-de-impuestos-a-sunat-personas-naturales-declarar-y-pagar-rentas-de-segunda-categoria>
- _____. (31 de julio de 2023). *mef.gop.pe*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/glosario_tributario.pdf
- _____. (31 de julio de 2023). *mef.gop.pe*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=100751&view=article&catid=29&id=76&lang=es-ES
- Mendoza Gomez, J., y Garza, J. B. (2009). La medición en el proceso de investigación científica: Evaluación. *Innovaciones de Negocios*, 17-32.
- OECD. (24 de noviembre de 2021). *oecd.org*. Obtenido de <https://www.oecd.org/tax/la-educacion-civico-tributaria-es-una-herramienta-clave-para-transformar-la-cultura-tributaria-y-aumentar-el-cumplimiento-fiscal-voluntario.htm>
- Ordoñez Vazquez, M., y Chapoñan Ramírez, E. (2020). Cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias. *Revista de Investigación y Cultura -Universidad César Vallejo*, 77-84.
- Orihuela Samaniego, K., y Gutierrez Sandoval, J. J. (2022). Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias bajo el nuevo régimen único simplificado. *Valor Contable*, 71-83.
- Ortega, C. (25 de setiembre de 2022). *Question Pro*. Obtenido de

<https://www.questionpro.com/blog/es/unidad-de-analisis/#:~:text=La%20unidad%20de%20an%C3%A1lisis%20es,tema%20principal%20de%20tu%20investigaci%C3%B3n.>

Palomino Vilchez, V. M. (2021). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de calzados del Mercado Ruez Patiño, Huancayo 2021*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.

Palomino Vilchez, V. M. (2021). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de calzados del Mercado Ruez Patiño, Huancayo 2021*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.

Panta, O. (21 de diciembre de 2022). *elblogdelcontador.com*. Obtenido de <https://elblogdelcontador.com/infraccion-y-sancion-tributaria/>

Parker Chávez, J. (4 de enero de 2023). *Microfinanzas.pe*. Obtenido de <https://microfinanzas.pe/ingresos-tributarios-del-gobierno-central-aumentaron-48-en-el-2022-respecto-al-ano-previo/>

Pérez Leal, J. (27 de julio de 2014). *Asesoría de tesis*. Obtenido de <https://asesoriatesis1960.blogspot.com/2014/07/coeficiente-alfa-de-cronbach.html>

Pérez Porto, J., y Gardey, A. (8 de marzo de 2017). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/declaracion-jurada/#:~:text=Una%20declaraci%C3%B3n%20jurada%20es%20una,que%20se%20demuestra%20lo%20contrario.>

____, y Merino, M. (31 de diciembre de 2013). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/recaudacion/#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20tambi%C3%A9n%20se%20emplea,les%20permite%20equilibrar%20las%20finanzas%20E2%80%9D.>

- Pila Maigua, E. L. (marzo de 2022). Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones en los sectores turísticos y hoteleros de la provincia de Cotopaxi. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Pineda, B., De Alvarado, E. L., & De Canales, F. (1994). *Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de personal de salud*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- Pinillos, J. (2019). Elementos de la obligación tributaria sustancial del gravamen a los movimientos financieros en Colombia. *Espacios*, 1-10.
- Quispe Fernández, G., Arellano Cepeda, O., Negrete Costales, O., Rodríguez, E., & Vélez Hidalgo, K. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador. *Revista Espacios*, 153-171.
- Reátegui, M. A. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Accounting power for business*, 73-90.
- Rios. (11 de julio de 2022). *Probabilidadyestadistica.net*. Obtenido de <https://www.probabilidadyestadistica.net/muestreo-no-probabilistico/>
- Robles Moreno, C. D. (2006). El pago de la deuda tributaria como medio de extinción de la obligación tributaria. *Foro Jurídico*, 149-155.
- Rodó, P. (03 de noviembre de 2022). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/author/P.rodó>
- Rojas González, D. (10 de diciembre de 2016). *elpais.cr*. Obtenido de <https://www.elpais.cr/2016/12/10/la-inmoralidad-de-nuestros-politicos/>
- Ruiz de Castilla Ponce de León, F. (2017). La obligación tributaria y los deberes administrativos. *Derecho y Sociedad*, 78-82.
- Ruiz de Castilla, F. (1 de octubre de 2017). *polemos.pe*. Obtenido de <https://polemos.pe/formalizacion-tributaria-las-empresas/>

Sánchez Bao, L. (27 de julio de 2023). *mafirma.pe*. Obtenido de

<https://mafirma.pe/es/noticias/835--por-que-formalizar-tributariamente-un-negocio-#:~:text=La%20formalizaci%C3%B3n%20permite%20acreditar%20el,una%20justa%20competencia%20de%20precios.>

Sánchez Galán, J. (1 de septiembre de 2021). *Economipedia.com*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/persona-juridica.html>

Santander. (21 de noviembre de 2022). *santander.com*. Obtenido de

<https://www.santander.com/es/stories/que-son-impuestos>

SAT. (1 de agosto de 2023). *portal.sat.gob.gt*. Obtenido de

<https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>

Sierra Bravo, R. (1994). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Paraninfo.

Solórzano Tapia, D. L. (5 de julio de 2011). *congreso.gob.pe*. Obtenido de

[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)

Suárez Sánchez, J. (2019). La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas del distrito de Independencia.

Huaraz, Perú: Universidad Católica los Ángeles.

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2017). *sunat.gob.pe*. Obtenido de

<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro1/libro.pdf>

_____. (2020). *Glosario de terminos sobre cultura tributaria y aduanera*. Lima: Sunat.

Obtenido de <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>

_____. (12 de julio de 2022). Reglamento de comprobantes de pago. El Peruano.

_____. (31 de julio de 2023). *orientación.sunat.gob.pe*. Obtenido de

[https://orientacion.sunat.gob.pe/3614-deuda-exigible-y-deuda-exigible-coactivamente-](https://orientacion.sunat.gob.pe/3614-deuda-exigible-y-deuda-exigible-coactivamente-empresas#:~:text=Se%20considera%20deudas%20exigible%20coactivamente,en%20el%20plazo%20de%20ley.)

[empresas#:~:text=Se%20considera%20deudas%20exigible%20coactivamente,en%20el%20plazo%20de%20ley.](https://orientacion.sunat.gob.pe/3614-deuda-exigible-y-deuda-exigible-empresas#:~:text=Se%20considera%20deudas%20exigible%20coactivamente,en%20el%20plazo%20de%20ley.)

Supo, J. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Arequipa: Bioestadístico EEDU EIRL.

Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. Mexico: Editorial Limusa SA.

Tene Pucha, T. E. (julio de 2019). *Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del mercado de Gran Colombia de la Ciudad de Loja*. Universidad Nacional de Loja.

Timaná, J., y Pazo, Y. (2014). *Pagar o no pagar es el dilema: las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima Metropolitana*. Lima: Universidad ESAN.

Torres Fernández, P. (2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual. *Atenas*, 1-10.

Trinidad Montes, H. E., Trinidad Montes, S. V., & Seminario Unzueta, R. J. (2022). Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de obligaciones tributarias - Mercado José Carlos Mariátegui - San Juan de Lurigancho. *Ágora*, 65-73.

Trujillo, E. (1 de enero de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/contribuyente.html>

_____. (1 de junio de 2022). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/norma-tributaria.html#:~:text=La%20norma%20tributaria%20es%20aquella,encuentra%20dentro%20del%20Derecho%20tributario.>

Vallejos Saldarriaga, J., Carlos Jaimes, Aguilar Polo, E., & Merino, M. (2012). Validez, confiabilidad y baremacion del inventario de estrategias metacognitivas en estudiantes universitarios. *Psicologia Trujillo*, 20. Obtenido de

<https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/revpsi/article/view/438>

Villegas, H. (2001). *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario*. Depalma.

Westreicher, G. (12 de febrero de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/contraprestacion.html>

Westreicher, G. (1 de abril de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>

Anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Marco teórico	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
			Variable 1:				Enfoque:
Problema general.	Objetivo general.	Hipótesis general.	Cultura tributaria			Impuestos	Cuantitativo
¿Cuál es la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?	Determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.	La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.	Para la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat, 2020) la cultura tributaria. Es un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, que conducen al cumplimiento permanente y	Variable 1: Cultura tributaria	Educación tributaria	Sanciones e infracciones tributarias	Tipo: Aplicada
						Responsabilidad tributaria	Nivel: Explicativo
						Voluntad de pagos	Método: Científico - deductivo
						Equidad tributaria	Diseño: No experimental, trasversal, correlacional.
Problemas específicos.	Objetivos específicos.	Hipótesis específicos.				Inmoralidad del gobierno	Población
1. ¿Cuál es la incidencia de la cultura tributaria en	1. Determinar la incidencia de la cultura tributaria en	1. La cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones					Población finita:
				Variable 2: Cumplimiento de las	Obligaciones tributarias sustanciales	Pago de deudas tributarias	1651 comerciantes de

Problema	Objetivo	Hipótesis	Marco teórico	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotos de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?	las obligaciones tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotos de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.	tributarias sustanciales en comerciantes de abarrotos de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.	voluntario de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias. (p.9).	obligaciones tributarias	Obligaciones tributarias formales	Presentación de declaraciones juradas Hechos gravables	abarrotos de los mercados públicos de Huancayo - Metropolitano.
2. ¿Cuál es la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotos de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?	2. Determinar la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotos de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.	2. La cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones tributarias formales en comerciantes de abarrotos de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.	Variable 2: Cumplimiento de las obligaciones tributarias Según la Organización Internacional del			Formalidad tributaria	Muestra No probabilístico, por criterio del investigador: 177 comerciantes de abarrotos de los mercados públicos de Huancayo - Metropolitano.
3. ¿Cuál es la incidencia de la	3. Determinar la incidencia de la	3. La educación tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones					Técnica de recolección de datos: Encuesta Instrumento: Cuestionario Técnica de

Problema	Objetivo	Hipótesis	Marco teórico	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
educación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022? 4. ¿Cuál es la incidencia de las actitudes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022?	educación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022. 4. Determinar la incidencia de las actitudes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.	tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022. 4. Las actitudes tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022.	Trabajo (OIT, 2017). La formalización es el proceso que llevan a cabo las empresas para incorporarse a la economía formal. Presenta diversas dimensiones: Registro y concesión de licencias, acceso a la seguridad social, y cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia de impuestos, legislación laboral y mejora de la productividad de empresas (p. 1).				procesamiento de datos: Sistema estadístico SPSS, prueba no paramétrica Chi Cuadrado

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CUESTIONARIO

Objetivo: El presente cuestionario permitirá realizar un estudio sobre la “CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN COMERCIANTES DE ABARROTES DE LOS MERCADOS PÚBLICOS DE HUANCAYO METROPOLITANO – 2022.”.

Datos generales:

Sexo: FEMENINO MASCULINO Edad:.....

Grado de

instrucción:.....

Instrucciones: Lea las preguntas atentamente, revise todas las opciones y marque con un apsa “X” la respuesta que considere más apropiada, piense antes de contestar y evite enmendaduras.

El presente cuestionario está estructurado por ítems con una escala de valoración Likert, que son las siguientes:

Variable independiente: CULTURA TRIBUTARIA

N°	Ítems	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	NI de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	¿Considera importante el conocimiento del pago de impuesto a la renta e IGV?					
2	¿Considera relevante tener conocimiento de los porcentajes de los impuestos de renta e IGV?					
3	¿Considera que es importante el conocimiento acerca de los límites de los ingresos anuales según el régimen tributario en el que se encuentra?					
4	¿Tener conocimiento de cómo subsanar las infracciones tributarias es importante para los contribuyentes?					
5	¿Tener conocimiento sobre las sanciones tributarias por incumplir el pago de tributo es importante?					
6	¿Considera usted que tiene que estar comprometido con sus deberes tributarios?					
7	¿Considera usted que debe pagar sus deudas tributarias a la SUNAT en el tiempo oportuno?					
8	¿Considera usted que el porcentaje de los impuestos es adecuado y accesible para cumplir con sus obligaciones tributarias?					
9	¿Considera usted que los impuestos que se aplican son de forma equitativa para todos?					

10	¿Considera usted que las normas y leyes que están implementadas por la Administración Tributaria se aplican por igualdad para todos?					
11	¿Considera usted que gracias a sus impuestos la ciudad Huancayo ha mejorado?					
12	¿Considera usted que la corrupción del estado es un factor que influye en el pago de sus impuestos?					
13	¿Usted tiene conocimiento en cómo afecta la informalidad a la recaudación de impuestos del estado?					

Variable dependiente: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

N°	Ítems	Nunca	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
14	¿Realizar el pago de sus impuestos es de suma importancia para su negocio?					
15	¿Le notifican órdenes de pago u órdenes de cobranza coactiva frecuentemente?					
16	¿Usted cumple mensualmente con la presentación de su declaración (RER, MYPE Tributario y RG) o pago del Nuevo RUS?					
17	¿Recibe la orientación adecuada de SUNAT, cuando tiene problemas para cumplir con sus obligaciones tributarias?					
18	¿Exigir el comprobante de compras es importante para el negocio y para el crecimiento económico del país?					
19	¿Emitir un comprobante de venta para cumplir con una correcta tributación es importante?					
20	¿La formalización bajo las exigencias de SUNAT constituidas en normas y leyes es importante para el crecimiento de su negocio?					

Anexo 3. Confiabilidad y validez del instrumento

1. CONFIABILIDAD

LA VARIABLE 1: Cultura tributaria

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Editor de datos interface. The 'Análisis' menu is open, and the 'Análisis de fiabilidad...' option is selected. The background displays a data grid with 33 variables (ID, Item1, Item2, ..., Item16, etc.) and 27 rows of data. The status bar at the bottom indicates 'Análisis de fiabilidad...' and 'IBM SPSS Statistics Processor está listo'.

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Editor de datos interface with the 'Análisis de fiabilidad' dialog box open. The 'Elementos' list contains 13 items, all of which are selected. The 'Modelo' is set to 'Alfa'. The 'Etiqueta de escala' field is empty. The background displays the same data grid as the previous screenshot. The status bar at the bottom indicates 'IBM SPSS Statistics Processor está listo' and 'Unicode ON'.

LA VARIABLE 2: Cumplimiento de las obligaciones tributarias

CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBU.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	ID	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17
1	1	5	5	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1
2	1	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
3	1	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	1	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
7	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
8	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
9	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
10	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
11	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
13	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
14	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
16	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
17	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
18	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
24	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
25	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
26	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
27	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Analizar > Escala > Análisis de fiabilidad...

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode ON

CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBU.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	ID	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17
1	1	5	5	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1
2	1	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
3	1	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	1	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
7	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
8	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
9	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
10	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
11	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
13	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
14	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
15	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
24	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
25	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
26	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
27	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Análisis de fiabilidad

Elementos:

- 8. ¿Considera usted qué el ...
- 9. ¿Considera usted qué los ...
- 10. ¿Considera usted qué la ...
- 11. ¿Considera usted qué pr...
- 12. ¿Considera usted qué la...
- 13. ¿Usted tiene conocimien...
- 14. ¿Usted cumple con el pa...
- 15. ¿Usted cumple con el pa...
- 16. ¿Usted cumple mensual...
- 17. ¿Usted como contribuye...
- 18. ¿Usted tiene conocimien...
- 19. ¿Usted emite y exige co...
- 20. ¿Usted realiza el registro...

Puntuaciones:

Modelo: Alfa

Etiqueta de escala:

Aceptar Pegar Restablecer Cancelar Ayuda

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode ON

2. VALIDEZ

Experto 1: Astete Montalvo Milagros

Universidad Continental
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
INSTRUMENTO DE OPINIÓN DE EXPERTOS

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo o Institución donde labora	Código del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Astete Montalvo Milagros Aparco	UNIVERSARIO PERUANO LOS ANDES		-Lima Aparco, ARIANA ISABELLA - Quito Condori, VIVIAN ROSSE - Tapahuasco Roman, LUZ CLARITA

Título: CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN COMERCIANTES DE ABARROTES DE LOS MERCADOS PÚBLICOS DE HUANCAYO METROPOLITANO – 2022.

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Niveles de Evaluación				
		Deficiente (00-20%)	Regular (21-40%)	Buena (41-60%)	Muy Buena (61-80%)	Excelente (81-100%)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				80	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades Observables				85	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia				75	
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					85
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación					90
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - Científico de la investigación					95
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre las dimensiones, subdimensiones e indicadores.				80	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					90
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación.					90

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El cuestionario resulta aplicable a la muestra seleccionada y así poder utilizar como un instrumento de recolección de datos.

Mg. Milagros Astete Montalvo
CONTADOR PÚBLICO
CPC N° 16497

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del Experto Informante	Teléfono N°
Huancayo 29 PE MAYO 2023	40073824	<i>[Firma]</i>	965004343

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario

El cuestionario está redactado con claridad y no requiere entendimiento para los comentarios solicitados para así lograr el objetivo de la investigación.

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	X	

Nombres y Apellidos del Experto: Milagros Aparco Astete Montalvo
 Teléfono: 965004343
 DNI: 40073824
 Firma: *[Firma]*

[Firma]
 Mg. Milagros Astete Montalvo
 CONTADOR PÚBLICO
 CPC N° 16497

Experto 2: Loayza de la Cruz Melchor Mauricio


Universidad Continental
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
INSTRUMENTO DE OPINIÓN DE EXPERTOS

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo o Institución donde labora	Código del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Loayza De La Cruz Melchor Mauricio	Gerente		-Lima Aparco, ARIANA ISABELLA - Quispe Condori, VIVIAN ROSSE - Tapahuasco Roman, LUZ CLARITA
Título: CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN COMERCIANTES DE ABARROTES DE LOS MERCADOS PÚBLICOS DE HUANCAYO METROPOLITANO – 2022.			

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente Regular Buena Muy Buena Excelente																			
		00 – 20%				21 – 40%				41 – 60%				61 – 80%				81 – 100%			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje Apropiado																				X
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades Observables																				X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia																				X
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica																				X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																				X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la Investigación.																				X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico – Científico de la Investigación																				X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre las dimensiones, subdimensiones e indicadores.																				X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																				X
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación.																				X

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del Experto Informante	Teléfono N°
Lima, 08 Junio 2023	40379810		987762937

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario.....

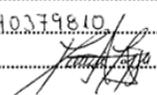
* El cuestionario plantea las preguntas asociadas de las variables independiente y dependiente como es La Cultura Tributaria y las obligaciones que tienen los comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo en el periodo 2022. Con un lenguaje sencillo claro y preciso para dicho sector.

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	X	

Nombres y Apellidos del Experto: Melchor Mauricio Loayza De la Cruz

Teléfono: 987762937

DNI: 40379810

Firma: 

Anexo 4. Matriz de operacionalización de variables

Variable 1: Cultura tributaria

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Conceptualización	Indicadores
Variable 1 Cultura tributaria	Según la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT, 2023). “La cultura tributaria es el cumplimiento permanente de las obligaciones tributarias con base en la educación y actitudes tributarias , los valores de la razón, la confianza y la afirmación de la moral personal, el respeto a la ley, la responsabilidad cívica y la solidaridad social” (p. 1).	Educación tributaria	Según Cárdenas (2020) “Corresponde a la Administración Tributaria en cooperación con los centros educativos asumir el compromiso de formar ciudadanos a mediano plazo capaces de hacer cumplir reglas de convivencia relacionados a la tributación” (p. 244). La formación de los ciudadanos debe enfatizar en materia de impuestos, sanciones e infracciones, responsabilidad tributaria y voluntad de pagos.	Impuestos
		Actitudes tributarias	Solórzano (2011) menciona que. “En la mayoría de países latinoamericanos ha prevalecido una conducta social adversa al pago de impuestos, manifestándose en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento (p. 7). De esta manera se busca crear conciencia en los contribuyentes mediante propuestas que desmientan la inmoralidad del gobierno e implantar la equidad tributaria.	Sanciones e infracciones tributarias Responsabilidad tributaria Voluntad de pagos Equidad tributaria Inmoralidad del gobierno

Variable 2: Cumplimiento de las obligaciones tributarias

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Conceptualización	Indicadores
Variable 2 Cumplimiento de las obligaciones tributarias	Aguayo (2014) menciona que, “Las obligaciones tributarias, son obligaciones de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente” (p. 242). Dichas obligaciones tributarias pueden ser formales y sustanciales.	Obligaciones tributarias sustanciales	Según Pinillos (2019), “Son obligaciones tributarias materiales las de carácter sustancial, las de realizar pagos a cuenta o anticipados y de retener o percibir, así como todas las demás que tengan por objeto una prestación de dar de contenido económico” (p. 3).	Pago de deudas tributarias
		Obligaciones tributarias formales	Para Flores y Ramos (2016) las obligaciones formales hacen referencia a. “La documentación, es decir a la formalización de los negocios, es decir, la inscripción en los registros de SUNAT, la emisión de los comprobantes de pago, llevar libros contables según corresponda, y declarar los ingresos de manera mensual” (p. 63). La documentación a la que se hace referencia son conocidas como declaraciones juradas, donde se registran los hechos gravables.	Presentación de declaraciones juradas Hechos gravables Formalidad tributaria

Anexo 5. Matriz de operacionalización del instrumento

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala valorativa	Valor final	Instrumento	Tipo de variable						
Variable 1 Cultura Tributaria	Educación tributaria	Impuestos	1	¿Considera importante el conocimiento del pago de impuesto a la renta e IGV?	Escala de Likert	Cuestionario de encuesta / escala ordinal de Likert	Tipo: variable categórica						
			2	¿Considera relevante tener conocimiento de los porcentajes de los impuestos de renta e IGV?									
			3	¿Considera que es importante el conocimiento acerca de los límites de los ingresos anuales según el régimen tributario en el que se encuentra?									
		Sanciones e infracciones tributarias	4	¿Tener conocimiento de cómo subsanar las infracciones tributarias es importante para los contribuyentes?				5= Muy de acuerdo	Escala ordinal	3 = Optima	Naturaleza: Cualitativa		
			5	¿Tener conocimiento sobre las sanciones tributarias por incumplir el pago de tributo es importante?				4= De acuerdo	3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			2 =	
			Responsabilidad tributaria	6				¿Considera usted que tiene que estar comprometido con sus deberes tributarios?	2 = En desacuerdo			Regular	1 =
				7				¿Considera usted que debe pagar sus deudas tributarias a la Sunat en el tiempo oportuno?	1 = Muy en desacuerdo			Deficiente	Escala: ordinal
Voluntad de pagos													

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala valorativa	Valor final	Instrumento	Tipo de variable
			8 ¿Considera usted que el porcentaje de los impuestos es adecuado y accesible para cumplir con sus obligaciones tributarias?				
			9 ¿Considera usted que los impuestos que se aplican son de forma equitativa para todos?				
		Equidad tributaria	10 ¿Considera usted que las normas y leyes que están implementadas por la Administración Tributaria se aplican por igualdad para todos?				
	Actitudes tributarias		11 ¿Considera usted que gracias a sus impuestos la ciudad Huancayo ha mejorado?				
		Inmoralidad del gobierno	12 ¿Considera usted que la corrupción del estado es un factor que influye en el pago de sus impuestos?				
			13 ¿Usted tiene conocimiento en cómo afecta la informalidad a la recaudación de impuestos del estado?				

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala valorativa	Valor final	Instrumento	Tipo de variable
Variable 2 Cumplimiento de las obligaciones tributarias	Obligaciones tributarias sustanciales	Pago de deudas tributarias	14	¿Realizar el pago de sus impuestos es de suma importancia para su negocio?	Escala de Likert 5= Siempre 4= Casi siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca	Escala de Likert 3 = Bastante 2 = Regular 1 = Nada	Tipo: variable categórica Naturaleza: Cualitativa Escala: ordinal
			15	¿Le notifican órdenes de pago u ordenes de cobranza coactiva frecuentemente?			
		16	¿Usted cumple mensualmente con la presentación de su declaración (RER, MYPE Tributario y RG) o pago del Nuevo RUS?				
	Obligaciones tributarias formales	Hechos gravables	17	¿Recibe la orientación adecuada de Sunat, cuando tiene problemas para cumplir con sus obligaciones tributarias?			
			18	¿Exigir el comprobante de compras es importante para el negocio y para el crecimiento económico del país?			
			19	¿Emitir un comprobante de venta para cumplir con una correcta tributación es importante?			
		Formalidad tributaria	20	¿La formalización bajo las exigencias de Sunat constituidas en normas y leyes es importante para el crecimiento de su negocio?			

Anexo 6. Matriz de recolección de datos

Mercado Modelo de Huancayo

N°	Marca temporal	Nombre	SEXO	EDAD	Mercado	1. ¿Usted tiene conocimiento del pago de impuesto a la renta e IGV?	2. ¿Usted tiene conocimiento de los porcentajes de los impuestos de renta e IGV?	3. ¿Usted tiene conocimiento acerca de los límites de los ingresos anuales según el régimen tributario en el que se encuentra?	4. ¿Usted tiene conocimiento de cómo subsanar las infracciones tributarias?	5. ¿Usted tiene conocimiento acerca de las sanciones tributarias por incumplir el pago de tributo?
1	6/17/2023 12:25:29	VILA DE MENDOZA EUSEBIA	Femenino	62	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
2	6/17/2023 12:27:25	CARHUALLANQUI QUISEP FERMIN CLAUDIO	Masculino	50	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
3	6/17/2023 12:33:06	TICSE CHUQUILLANQUI MARLENI	Femenino	61	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo
4	6/17/2023 12:34:42	ZUBILETE GUERREROS MERY CAROLINA	Femenino	42	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
5	6/24/2023 14:32:57	CRUZ AYUQUE MARIBEL HILDA	Femenino	53	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
6	6/24/2023 14:42:47	PECHO VIVANCO ELISA SONIA	Femenino	26	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
7	6/24/2023 14:48:12	MENDEZ DE MEZA ANGELA	Femenino	58	Mercado Modelo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	cuerto, ni en desa
8	6/24/2023 14:48:13	LOZANO JUZCAMAYTA, LUIS ENRIQUE	Masculino	26	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	De acuerdo	De acuerdo
9	6/24/2023 14:55:32	LOBATON ADAUTO ELIAS JULIAN	Masculino	28	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
10	6/24/2023 14:56:21	ROJAS ROJAS, BETTY GLORIA	Femenino	25	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
11	6/24/2023 14:57:58	CAMAROGO CONDIE, CATALINA	Femenino	54	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
12	7/8/2023 18:44:33	MONTALVAN APUMAYTA, NERY RAYMUNDA	Femenino	42	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	Muy de acuerdo	cuerto, ni en desa
13	7/8/2023 18:47:24	NOULI RENE MARIA MONTALVAN APUMAYTA	Femenino	31	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	En desacuerdo
14	7/8/2023 18:50:19	ESTHER BLANCA TICSE CHUQUILLANQUI	Femenino	51	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	De acuerdo	De acuerdo
15	7/8/2023 18:54:39	TICSE CHUQUILLANQUI MARINA EUGENIA	Femenino	36	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
16	7/8/2023 18:57:43	MARGARITA NELLY MENDOZA VILA	Masculino	35	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo
17	7/8/2023 19:00:00	MENDOZA VILA FELICIANO JESUS	Femenino	37	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo
18	7/8/2023 19:02:42	ISAURA ISABEL PALPA VALERIO	Femenino	46	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
19	7/8/2023 19:06:36	ALIAGA SALTACHIN, BERTHA HERMELUNDA	Femenino	39	Mercado Modelo	En desacuerdo	En desacuerdo	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	Muy de acuerdo
20	7/8/2023 19:09:23	MARIA I. CANCHUMAYTA PORRAS	Femenino	48	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	De acuerdo
21	7/8/2023 19:12:03	TEODORA QUISEP RAMOS	Femenino	43	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
22	7/8/2023 19:15:09	CACHUAN ROJAS, MARIUZ	Femenino	44	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
23	7/8/2023 19:17:25	MARIA I. CANCHUMAYTA PORRAS	Femenino	39	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	De acuerdo	De acuerdo
24	7/8/2023 19:20:14	MARIALUISA CANCHUMAYTA PORRAS	Masculino	31	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	De acuerdo
25	7/8/2023 19:23:29	SALCEDO PEÑA CATALINO GAUDENCIO	Masculino	30	Mercado Modelo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
26	7/8/2023 19:26:07	FIDEL SALCEDO NACION	Femenino	29	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	De acuerdo	De acuerdo
27	7/8/2023 19:30:36	PEÑA GARCIA NICOLASA	Femenino	28	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	cuerto, ni en desa
28	7/8/2023 19:33:49	ASTO GUTIERREZ GEDEON	Femenino	32	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
29	7/8/2023 19:36:15	ASTO GUTIERREZ CALEF DAVID	Masculino	53	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
30	7/8/2023 19:38:17	LUIS MAXIMO HILARIO ORE	Masculino	38	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
31	7/8/2023 19:40:44	POMA LOPEZ, CATALINA JASSIRA	Femenino	29	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
32	7/8/2023 19:42:34	CAÑARI HUANCA DARIO ANGEL	Femenino	27	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
33	7/8/2023 19:48:21	EZEQUIEL MIGUEL JULCA DELA CRUZ	Femenino	34	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
34	7/8/2023 19:50:26	GLORIA HINOJO AYLLON	Femenino	26	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
35	7/8/2023 19:53:01	JUSTINO ROMAN DE LA CRUZ	Femenino	24	Mercado Modelo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo
36	7/8/2023 19:56:02	VILCAHUAMAN PEREZ, ROSARIO	Femenino	33	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
37	7/9/2023 11:55:04	VILCAHUAMAN TICSE, VICENCIO CRISOSTOMO	Femenino	25	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	En desacuerdo
38	7/9/2023 12:00:15	MARIA LUISA CANCHUMAYTA PORRAS	Femenino	35	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
39	7/9/2023 12:04:29	DELFA SORADA VILCAHUAMAN MACURI	Femenino	45	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
40	7/9/2023 12:07:37	PEÑA ANILON BARRIONUEVO	Femenino	28	Mercado Modelo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
41	7/9/2023 12:09:47	SONIA PAULINA DEL POZO MEZA	Masculino	41	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
42	7/9/2023 12:12:55	MERY HINOJO AYLLON	Femenino	35	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
43	7/9/2023 12:15:23	ARMANDO JUVENAL QUISEP ROJAS	Femenino	34	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
44	7/9/2023 12:18:35	HECTOR ALFREDO CAÑARI HUANCA	Femenino	35	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
45	7/9/2023 12:22:40	CAÑARI HUANCA, DARIO ANGEL	Femenino	38	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	En desacuerdo
46	7/9/2023 12:24:38	ISABEL BALDEON DE PIÑAS	Femenino	25	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	En desacuerdo
47	7/9/2023 12:27:23	OLIVERIO KENY CONDOR HINOSTROZA	Femenino	31	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
48	7/9/2023 12:30:02	NELLY FERNANDEZ URBANO	Femenino	47	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	En desacuerdo
49	7/9/2023 12:32:03	SANCHEZ RAMOS GRECILIA	Masculino	42	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	En desacuerdo
50	7/9/2023 12:33:45	ROJAS TOVAR RAUL ANTONIO	Masculino	32	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
51	7/9/2023 12:35:16	ESPIRITU SOTOMAYOR, MARIO	Femenino	25	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
52	7/9/2023 12:37:25	HILDA SERRANO DE HUAMAN	Masculino	32	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
53	7/9/2023 12:40:32	MARIA LUISA CANCHUMAYTA PORRAS	Masculino	32	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
54	7/9/2023 12:42:33	JOSE MANUEL CONTRERAS ALDAVE	Masculino	30	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
55	7/9/2023 12:43:59	PICHULLA HUAYHUA, LUIS	Femenino	27	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
56	7/9/2023 12:45:33	MARIA LUISA CANCHUMAYTA PORRAS	Masculino	52	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
57	7/9/2023 12:47:55	DOMITILA LAURA DE ROJAS	Masculino	37	Mercado Modelo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
58	7/9/2023 12:50:42	WALTER ROJAS LAURA	Femenino	28	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
59	7/9/2023 12:52:39	PAULINA RAMOS DE INGA	Masculino	47	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
60	7/9/2023 12:54:15	OSWALDO LOBATON ADAUTO	Femenino	27	Mercado Modelo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
61	7/9/2023 12:56:01	ROJAS TOVAR SORADA	Masculino	45	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
62	7/9/2023 16:02:51	BERTHA ALIAGA SALTACHIN	Femenino	41	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
63	7/9/2023 16:04:53	ANA YESENIA MARTINEZ SOTO	Femenino	39	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
64	7/9/2023 16:07:31	ALBERTO PACORÍ CATAWAYO	Femenino	39	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
65	7/9/2023 16:14:52	ROJAS CARHUAMACA DE PONCE, CELINDA CAROLINA	Femenino	35	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	De acuerdo
66	7/9/2023 16:19:36	HILDA MARIA VIVAS BRUN	Femenino	25	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
67	7/9/2023 16:24:32	GUEVARA BERNADIA BELIZA	Masculino	45	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	De acuerdo
68	7/9/2023 16:27:26	MIRIAM TEODORA SALAS FIGUEROA	Masculino	34	Mercado Modelo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
69	7/9/2023 16:29:27	PICHULLA HUAYHUA, LUIS	Masculino	32	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
70	7/9/2023 16:31:27	PICHULLA HUAYHUA, LUIS	Femenino	30	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
71	7/9/2023 16:39:34	ALEJANDRINA LUZCO DE RUTTI	Masculino	38	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
72	7/9/2023 16:41:19	ALEJANDRO SALAS GUEVARA	Femenino	34	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
73	7/9/2023 16:43:46	EULAJIA PALPANMATIAS DE ROJAS	Femenino	25	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
74	7/9/2023 16:47:17	ARTICA SAEZ, WALTER	Masculino	45	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
75	7/9/2023 16:50:37	ANA ISABEL MESCUJA QUISEP	Masculino	39	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	De acuerdo	De acuerdo
76	7/9/2023 16:54:20	HUARANGA RICCE SEVERO	Femenino	41	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
77	7/9/2023 16:56:19	ALIAGA SALTACHIN, BERTHA HERMELUNDA	Femenino	29	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
78	7/9/2023 16:57:34	RUTILIA IGNACIO GARCIA	Masculino	45	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
79	7/9/2023 17:01:38	ERAIDA ROSA NINAYANA DE LA VEGA	Masculino	32	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
80	7/9/2023 17:03:58	CASTELLANOS SIMON MAXIMO	Femenino	54	Mercado Modelo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
81	7/9/2023 17:07:19	ALBERTO POSINO ESLAVA	Femenino	50	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	En desacuerdo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
82	7/9/2023 17:08:41	LOURDES V. RICCE JIMENEZ	Masculino	35	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	En desacuerdo
83	7/9/2023 17:10:57	BERTHA LUZMILA GOMEZ COCA	Femenino	29	Mercado Modelo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
84	7/9/2023 17:12:17	CONSTANCIA TENCELA DE CUYUBAMBA	Masculino	35	Mercado Modelo	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa	cuerto, ni en desa
85	7/9/2023 17:14:25	ORIHUELA LLANTAY HILDA GENOVEVA	Femenino	35	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
86	7/9/2023 17:17:20	HILDA MARIA VIVAS BRUN	Femenino	30	Mercado Modelo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo

Mercado Raez Patiño

N	Marca temporal	Nombre	SEXO	EDAD	Mercado	1. ¿Usted tiene conocimiento del pago de impuesto a la renta e IGV?	2. ¿Usted tiene conocimiento de los porcentajes de los impuestos de renta e IGV?	3. ¿Usted tiene conocimiento acerca de los límites de los ingresos anuales según el régimen tributario en el que se encuentra?	4. ¿Usted tiene conocimiento de cómo subanar las infracciones tributarias?	5. ¿Usted tiene conocimiento acerca de las sanciones tributarias por incumplir el pago de tributos?
1	6/17/2023 3:9:23.6	CARDENAS BLANCAS ROSARIO	Femenino	32	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
2	6/17/2023 3:10:08.03	JIMENEZ DE GAMBODA MARGARITA	Femenino	46	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
3	6/17/2023 3:10:08.04	BLANCAS CACERES TITO ARMANDO	Masculino	48	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy en desacuerdo	De acuerdo
4	6/17/2023 3:10:11.07	RICAPA PALIAN MIGUEL	Masculino	23	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
5	6/17/2023 3:10:21.07	CALDERON SALAZAR AUCIA	Femenino	69	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy de acuerdo
6	6/17/2023 3:10:30.38	CAVETANO LAZARO LAURA MERCEDES	Femenino	32	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
7	6/17/2023 3:10:30.43	GARCIA FLORES LUANA TEODORA	Femenino	65	Raez Patiño	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
8	6/17/2023 3:10:32.30	FLORES OLIHOONES LUIS FERNANDO	Masculino	42	Raez Patiño	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
9	6/17/2023 3:10:34.31	MALPICA HERRERA LEONCIO	Masculino	28	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
10	6/17/2023 3:10:48.23	EDGAR VEGA QUESPE	Masculino	29	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
11	6/17/2023 3:10:49.18	SANCHEZ RAMOS HOOVER NILO	Masculino	24	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
12	6/17/2023 3:10:58.11	VILA GUERRERO, JENNY	Femenino	52	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
13	6/17/2023 3:10:58.15	JUAN DENIS COICA ROQUE	Masculino	51	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
14	6/17/2023 3:11:05.44	GRACIELA GONZALO PORRAS	Femenino	25	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
15	6/17/2023 3:11:06.05	GARCIA ANGLUO DAVID EDUARDO	Masculino	35	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
16	6/17/2023 3:11:16.57	CEVERINO PALCAR CARDENAS	Masculino	38	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
17	6/17/2023 3:11:17.26	EVA MARIBEL MEZA ZANABRIA	Femenino	48	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
18	6/17/2023 3:11:25.58	ARTEAGA MELLENDEZ, DORIS	Femenino	13	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
19	7/8/2023 17:57:18	ALVAREZ CANTURIN, JORGE RICHARD	Masculino	28	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
20	7/8/2023 18:01:06	MACEDONIA TAPIA VDA DE VILLAVERDE	Femenino	49	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
21	7/8/2023 18:05:43	PEDRO ARBUÉS FONCECA DE LA CRUZ	Masculino	46	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
22	7/8/2023 18:16:39	JOSE ANTONIO CRISOSTOMO CASTRO	Masculino	52	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
23	7/8/2023 18:25:05	LOURDES RICE JIMENEZ	Femenino	35	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
24	7/8/2023 18:29:35	FELICIANA ESTRADA DE GUERRA	Femenino	43	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
25	7/8/2023 18:35:31	EIDA GUERRA ESTRADA	Femenino	50	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
26	7/8/2023 18:38:27	OLINDA PEREZ MORENO	Femenino	28	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
27	7/8/2023 18:41:23	LOBATON ADALTO OSWALDO	Masculino	36	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
28	7/8/2023 18:43:02	MARIA ANICITA MARIN GALVAN	Femenino	44	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
29	7/8/2023 19:13:41	DORIS ANTONIA BLANCAS ESPINOZA	Femenino	56	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
30	7/8/2023 19:17:08	MARIN DE AMBROSIO NELLY IRIS	Femenino	45	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
31	7/8/2023 19:20:20	PEDRO PAUCAR MEDINA	Masculino	52	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
32	7/8/2023 19:25:16	GAMARRA PORRAS HAYDEE	Femenino	45	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo
33	7/8/2023 19:29:35	AGUSTO BALBIN JUSTO	Masculino	36	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
34	7/8/2023 19:31:47	CASILDA POMA ALBERTO	Femenino	25	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
35	7/8/2023 19:33:55	VILCAHALPA ZUASNABAR, VALENTINA	Femenino	28	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
36	7/8/2023 19:39:06	AGUI LAURA, MILKA ROCIO	Femenino	41	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
37	7/8/2023 19:41:11	ELIZABE D E GONZALEZ ELENA	Femenino	29	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
38	7/8/2023 19:42:51	LINO TORRES ERNESTO TOMAS	Masculino	38	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
39	7/8/2023 19:52:20	SARA ARANCEL OLIVERA	Femenino	55	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
40	7/8/2023 19:58:17	ESTHER MARLENI PORTA YARANGA	Femenino	47	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
41	7/8/2023 20:00:45	CERION OCHOA MANUEL	Masculino	28	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Muy en desacuerdo
42	7/8/2023 20:01:51	CARMEN ROSA YARANGA JACINTO	Femenino	26	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
43	7/8/2023 20:03:33	FELIX TOMAS RIOS CALDERON	Masculino	33	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
44	7/8/2023 20:05:26	CELIA CECILIA PORTA YARANGA	Femenino	27	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
45	7/8/2023 20:07:27	YNCA CISNEROS DE UNTIVEROS, ROCIO ELENA	Femenino	39	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
46	7/8/2023 20:09:09	MARIA C ANCHARI URETA	Femenino	36	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
47	7/8/2023 20:10:51	FLORENCIA MEZA DE JILCAMANY	Femenino	39	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
48	7/8/2023 20:13:08	SOLEDAD MINANDA VILCHEZ LOZANO	Femenino	48	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
49	7/8/2023 20:15:57	DULA MELANDA MUCHA BONIFACIO	Femenino	37	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
50	7/8/2023 20:17:17	JAIME CAMPOS, MIGUEL ANGEL	Masculino	48	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy en desacuerdo	De acuerdo
51	7/8/2023 20:17:45	ANTONI JOSUE VIVANCO JUSTANO	Masculino	28	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
52	7/8/2023 20:19:24	SEMINARIO DAVID PORTA MACHA	Masculino	50	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
53	7/8/2023 20:21:16	CRISTIAN RAUL GAVILAN TORRES	Masculino	56	Raez Patiño	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
54	7/8/2023 20:23:39	NATALIA JULIA MEZA DE MENDOZA	Femenino	36	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
55	7/8/2023 20:23:50	NELLY VIVIANA ROMERO COCA	Femenino	47	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
56	7/8/2023 20:26:06	GREGORIO MILLAM HILARIO	Masculino	37	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
57	7/8/2023 20:27:12	MARIBEL ROCIO INGA GONZALES	Femenino	47	Raez Patiño	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
58	7/8/2023 20:29:05	PALUINA MEZA MEZA	Femenino	57	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo
59	7/8/2023 20:31:27	ORIHUELA ORIHUELA, BONIFACIA FAUSTINA	Femenino	35	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
60	7/8/2023 20:34:24	RONAL TISCÉ GUTARRA	Masculino	32	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
61	7/8/2023 20:36:48	CIRILIA MACHA DE PORTA	Femenino	29	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
62	7/8/2023 20:38:22	FREDOLDO DE LA CRUZ SERVA	Masculino	57	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
63	7/8/2023 20:41:15	NELIDA ASTO UCEDA	Femenino	41	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
64	7/8/2023 20:42:53	CONSUELO ROSA AVILIA BAQUERIZO	Femenino	37	Raez Patiño	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
65	7/8/2023 20:44:02	MARI A CARMEN AQUINO DE SANDOVAL	Femenino	39	Raez Patiño	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
66	7/8/2023 20:45:05	YENY YANETH HUAYTA AVILES/TOMAS ANTESANO	Femenino	25	Raez Patiño	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo
67	7/8/2023 20:46:31	REYNALDO EDGAR YOVERA VALVERDE	Masculino	39	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
68	7/8/2023 20:48:03	MATILDE LOZANO DE VILCHEZ	Femenino	46	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
69	7/8/2023 20:49:27	LIZ PORTA LOZANO	Femenino	37	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
70	7/8/2023 20:50:33	PALCAR FLORES, ROSA MARIA	Femenino	51	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
71	7/8/2023 20:51:48	ROMAN MEZA JULIAN	Masculino	36	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
72	7/8/2023 20:53:10	SANTA VASQUEZ VDA DE MEZA	Masculino	39	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
73	7/8/2023 21:53:35	VICTORIANA FRANCISCA DE LA CRUZ	Femenino	36	Raez Patiño	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
74	7/8/2023 21:57:17	JORGE ANTONIO RODRIGUEZ RIVERA	Masculino	33	Raez Patiño	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
75	7/8/2023 22:00:35	JOSE RUBEN CAPAYACHI LEIVA	Masculino	36	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
76	7/8/2023 22:04:21	JUDITH PORTA LOZANO	Femenino	26	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
77	7/8/2023 22:13:16	PEREZ DE LAURANO, AIDE	Femenino	32	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
78	7/8/2023 22:18:55	PORTALOZANO, KARINA YENE	Femenino	25	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
79	7/8/2023 22:20:57	SARA FLORES AGUIRRE	Femenino	55	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
80	7/8/2023 22:26:01	CRISTIAN RAUL GAVILAN TORRES	Masculino	40	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
81	7/8/2023 22:27:38	KETTY EXALTACION CARLOS LOPEZ	Femenino	24	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
82	7/8/2023 22:29:37	GLADIS PORTA MACHA	Femenino	54	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
83	7/8/2023 22:33:00	ORIHUELA HUAYCUCU, STEFANIE ANGELA	Femenino	31	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
84	7/8/2023 22:34:49	DINA LUZ CAPAYACHI LEIVA	Femenino	28	Raez Patiño	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Muy en desacuerdo	De acuerdo	Muy en desacuerdo
85	7/8/2023 22:36:40	HUAYCUCU PEREZ, ROSA NOEMI	Femenino	52	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
86	7/8/2023 22:40:05	MARIA ANTONIA RODRIGUEZ FUENTES	Femenino	52	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo
87	7/8/2023 22:42:27	MIGUEL ROJAS GARCIA	Masculino	44	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
88	7/8/2023 22:44:37	OLGA LOPEZ JULCA	Femenino	27	Raez Patiño	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
89	7/8/2023 22:46:43	CECILIA ANTONIA DE LA CRUZ BLANCAS	Femenino	48	Raez Patiño	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
90	7/8/2023 22:51:11	RUDY LEONCIO GALVAN TORRES	Masculino	60	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
91	7/8/2023 22:53:06	GAVIAN TORRES POOL ANTONIO	Masculino	54	Raez Patiño	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo

Anexo 8. Método de baremación

V1_Cultura tributaria

N	Válido	177
	Perdidos	0
Mínimo		26.00
Máximo		60.00
Percentiles	30	42.0000
	70	49.0000

MIN	26	42	49	60
	PER30	PER70	MAX	

26-42	Bajo
42-49	Regular
49-60	Alto

Estadísticos

V2_Cumplimiento de las obligaciones tributa

N	Válido	177
	Perdidos	0
Mínimo		7.00
Máximo		34.00
Percentiles	30	19.0000
	70	25.0000

MIN	7	19	25	34
	PER30	PER70	MAX	

7-19	Deficiente
19-25	Regular
25-34	Eficiente

V1_D1_Educación tributaria

N	Válido	177
	Perdidos	0
Mínimo		12.00
Máximo		40.00
Percentiles	30	26.0000
	70	32.0000

MIN	12	26	32	40
	PER30	PER70	MAX	

12-26	Bajo
26-32	Regular
32-40	Alto

Estadísticos

V2_D1_Obligaciones tributarias sustanciales:

N	Válido	177
	Perdidos	0
Mínimo		2.00
Máximo		10.00
Percentiles	30	4.0000
	70	8.0000

MIN	2	4	8	10
	PER30	PER70	MAX	

2-4	Deficiente
4-8	Regular
8-10	Eficiente

V1_D2_Actitudes tributarias

N	Válido	177
	Perdidos	0
Mínimo		5.00
Máximo		24.00
Percentiles	30	15.0000
	70	18.0000

MIN	5	15	18	24
	PER30	PER70	MAX	

5-15	Mala
15-18	Regular
18-24	Buena

Estadísticos

V2_D2_Obligaciones tributarias formales

N	Válido	177
	Perdidos	0
Mínimo		5.00
Máximo		24.00
Percentiles	30	14.0000
	70	17.6000

MIN	5	14	18	24
	PER30	PER70	MAX	

5-14	Deficiente
14-18	Regular
18-24	Eficiente

Anexo 9. Solicitud de lista de empadronados del Mercado Modelo de Huancayo

SOLICITUD

Huancayo 02 de noviembre 2022

Señor : Maria Isabel Cordova Broncano

Asunto : Solicitud de datos de empadronados

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. , para saludarle cordialmente y solicitarle formalmente el documento de la lista de empadronados del MERCADO MODELO - HUANCAYO.

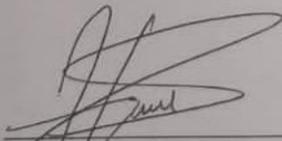
Estos documentos son necesarios para la realización de una serie de trámites con el fin de presentar datos para nuestro trabajo de investigación; por lo que nos permitimos solicitarlos ante su oficina de la manera más expedita posible.

Los documentos que necesitamos obtener:

- Lista de empadronados del mercado de abastos.

Esperando que pueda concederme esta petición tan pronto como le sea posible, me despido,

Atentamente,



CPCG Wilder Sergio Hilario Aquino
Coordinador de la carrera de Contabilidad

RECIBIDO

AsOCIACION UNICA DE COMERCIANTES
POSESIONARIOS DEL SUPERMERCADO
- 202

Fecha : 02/11/22
12:15 PM

EXP: 137

SOLICITUD

Huancayo 02 de noviembre 2022

Señor : Fredy Espinoza Ayala
 Presidente de la Asociación Comerciantes
 Mercado de Rues Patino

Asunto : Padron de asociados

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. , para saludarle cordialmente y solicitarle formalmente el documento de la lista de empadronados del Mercado (RAEZ PATINO - HUANCAYO).

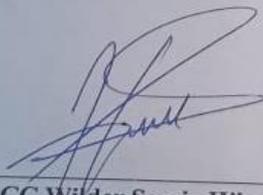
Estos documentos son necesarios para la realización de una serie de trámites con el fin de presentar datos para nuestro trabajo de investigación; por lo que nos permitimos solicitarlos ante su oficina de la manera más expedita posible.

Los documentos que necesitamos obtener:

- Lista de empadronados del mercado de abastos.

Esperando que pueda concederme esta petición tan pronto como le sea posible, me despido,

Atentamente,


 CPCC Wilder Sergio Hilario Aquino
 Coordinador de la carrera de Contabilidad

Anexo 10. Aceptación



ASOCIACION DE COMERCIANTES MERCADO RAEZ PATIÑO HYO

POR GIRO DE NEGOCIO
TOTAL 1078 ASOCIADOS

1	ABARROTES	91
2	CALZADOS	145
3	CARNES-POLLOS BENEFICIADOS Y LACTEOS	49
4	COMIDAS	129
5	COMPOSTURA DE ROPAS	46
6	FERRETERIA	114
7	FRUTAS	4
8	HOJALATERIA	28
9	HUEVOS	6
10	JUGUERIA	45
11	MENESTRAS Y CONDIMENTOS	34
12	MERCERIA	27
13	PANES	4
14	PELUQUERIA	3
15	PLASTICOS	21
16	REPARACION Y MANTENIMIENTO	32
17	ROPAS	167
18	TUBERCULOS	62
19	VERDURAS-GRANOS VERDES	48
20	VIDRIERIA	2
21	YERBAS MEDICINALES	21

1078


 MICHELLE FERNANDEZ
ADMINISTRADORA

Anexo 11. Bases de datos por régimen tributario del Mercado Modelo de Huancayo y Ruez Patiño

N.º	Mercado	Sección	Asociado	Tipo del comerciante (Contribuyente)	Régimen
1	Mercado Modelo	Abarrotes	Vila De Mendoza Eusebia	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
2	Mercado Modelo	Abarrotes	Carhuallanqui Quispe Fermin Claudio	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
3	Mercado Modelo	Abarrotes	Ticse Chuquillanqui Marleni	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
4	Mercado Modelo	Abarrotes	Zubilete Guerreros Mery Carolina	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
5	Mercado Modelo	Abarrotes	Cruz Ayuque Maribel Hilda	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
6	Mercado Modelo	Abarrotes	Pecho Vivanco Elsa Sonia	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
7	Mercado Modelo	Abarrotes	Mendez De Meza Angela	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
8	Mercado Modelo	Abarrotes	Lozano Juzcamayta, Luis Enrique	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
9	Mercado Modelo	Abarrotes	Lobaton Adatao Elias Julian	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
10	Mercado Modelo	Abarrotes	Rojas Rojas, Betty Gloria	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
11	Mercado Modelo	Abarrotes	Camargo Conde, Catalina	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
12	Mercado Modelo	Abarrotes	Montalvan Apumayta, Nery Raymunda	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
13	Mercado Modelo	Abarrotes	Noli Rene Maria Montalvan Apumayta	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
14	Mercado Modelo	Abarrotes	Esther Blanca Ticse Chuquillanqui	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
15	Mercado Modelo	Abarrotes	Ticse Chuquillanqui Marina Eugenia	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
16	Mercado Modelo	Abarrotes	Margarita Nelly Mendoza Vila	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
17	Mercado Modelo	Abarrotes	Mendoza Vila Feliciano Jesus	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
18	Mercado Modelo	Abarrotes	Isaura Isabel Palpa Valerio	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
19	Mercado Modelo	Abarrotes	Aliaga Saltachin, Bertha Hermelinda	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
20	Mercado Modelo	Abarrotes	Maria L. Canchumanya Porras	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
21	Mercado Modelo	Abarrotes	Teodora Quispe Ramos	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
22	Mercado Modelo	Abarrotes	Cachuan Rojas, Mariluz	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
23	Mercado Modelo	Abarrotes	Maria L. Canchumanya Porras	Persona natural con negocio	Nuevo RUS

N.º	Mercado	Sección	Asociado	Tipo del comerciante (Contribuyente)	Régimen
24	Mercado Modelo	Abarrotes	Marialuisa Canchumanya Porras	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
25	Mercado Modelo	Abarrotes	Salcedo Peña Catalino Gaudencio	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
26	Mercado Modelo	Abarrotes	Fidel Salcedo Nacion	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
27	Mercado Modelo	Abarrotes	Peña Garcia Nicolasa	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
28	Mercado Modelo	Abarrotes	Asto Gutierrez Gedeon	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
29	Mercado Modelo	Abarrotes	Asto Gutierrez Calef David	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
30	Mercado Modelo	Abarrotes	Luis Maximo Hilario Ore	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
31	Mercado Modelo	Abarrotes	Poma Lopez, Catalina Jassira	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
32	Mercado Modelo	Abarrotes	Cañari Huanca Dario Angel	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
33	Mercado Modelo	Abarrotes	Ezequiel Miguel Julca De La Cruz	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
34	Mercado Modelo	Abarrotes	Gloria Hinojo Ayllon	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
35	Mercado Modelo	Abarrotes	Justino Roman De La Cruz	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
36	Mercado Modelo	Abarrotes	Vilcahuaman Perez, Rosario	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
37	Mercado Modelo	Abarrotes	Vilcahuaman Ticse, Vicencio Crisostomo	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
38	Mercado Modelo	Abarrotes	Maria Luisa Canchumanya Porras	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
39	Mercado Modelo	Abarrotes	Delfa Soraida Vilcapoma Macuri	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
40	Mercado Modelo	Abarrotes	Yesica Ayllon Barrionuevo	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
41	Mercado Modelo	Abarrotes	Sonia Paulina Del Pozo Meza	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
42	Mercado Modelo	Abarrotes	Mery Hinojo Ayllon	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
43	Mercado Modelo	Abarrotes	Armando Juvenal Quispe Rojas	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
44	Mercado Modelo	Abarrotes	Hector Alfredo Cañari Huanca	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
45	Mercado Modelo	Abarrotes	Cañari Huanca, Dario Angel	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
46	Mercado Modelo	Abarrotes	Isabel Baldeon De Piñas	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
47	Mercado Modelo	Abarrotes	Oliverio Kenyi Condor Hinostroza	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
48	Mercado Modelo	Abarrotes	Nelly Fernandez Urbano	Persona natural con negocio	Nuevo RUS

N.º	Mercado	Sección	Asociado	Tipo del comerciante (Contribuyente)	Régimen
49	Mercado Modelo	Abarrotes	Sanchez Ramos Grecilia	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
50	Mercado Modelo	Abarrotes	Rojas Tovar Raul Antonio	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
51	Mercado Modelo	Abarrotes	Espiritu Sotomayor, Mario	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
52	Mercado Modelo	Abarrotes	Hilda Serrano De Huaman	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
53	Mercado Modelo	Abarrotes	Maria Luisa Canchunamaya Porras	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
54	Mercado Modelo	Abarrotes	Jose Manuel Contreras Aldave	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
55	Mercado Modelo	Abarrotes	Pichiulla Huayhua, Luis	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
56	Mercado Modelo	Abarrotes	Maria Luisa Canchumaya Porras	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
57	Mercado Modelo	Abarrotes	Domitila Laura De Rojas	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
58	Mercado Modelo	Abarrotes	Walter Rojas Laura	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
59	Mercado Modelo	Abarrotes	Paulina Ramos De Inga	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
60	Mercado Modelo	Abarrotes	Oswaldo Lobaton Adauto	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
61	Mercado Modelo	Abarrotes	Rojas Tovar Soraida	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
62	Mercado Modelo	Abarrotes	Bertha Aliaga Saltachin	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
63	Mercado Modelo	Abarrotes	Ana Yesenia Martinez Soto	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
64	Mercado Modelo	Abarrotes	Alberto Pacori Catamayo	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
65	Mercado Modelo	Abarrotes	Rojas Carhuamaca De Ponce, Celinda Carolina	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
66	Mercado Modelo	Abarrotes	Hilda Maria Vivas Brun	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
67	Mercado Modelo	Abarrotes	Guevara Bernaola, Beliza	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
68	Mercado Modelo	Abarrotes	Miriam Teodora Salas Figueroa	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
69	Mercado Modelo	Abarrotes	Pichiulla Huayhua, Luis	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
70	Mercado Modelo	Abarrotes	Pichiulla Huayhua, Luis	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
71	Mercado Modelo	Abarrotes	Alejandrina Uzco De Rutti	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
72	Mercado Modelo	Abarrotes	Alejandro Salas Guevara	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
73	Mercado Modelo	Abarrotes	Eulalia Palpanmatias De Rojas	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-

N.º	Mercado	Sección	Asociado	Tipo del comerciante (Contribuyente)	Régimen
74	Mercado Modelo	Abarrotes	Artica Saenz, Walter	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
75	Mercado Modelo	Abarrotes	Ana Isabel Mescua Quispe	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
76	Mercado Modelo	Abarrotes	Huaranga Ricce Severo	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
77	Mercado Modelo	Abarrotes	Aliaga Saltachin, Bertha Hermelinda	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
78	Mercado Modelo	Abarrotes	Rutilia Ignacio Garcia	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
79	Mercado Modelo	Abarrotes	Eraida Rosa Ninanya De La Vega	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
80	Mercado Modelo	Abarrotes	Castellanos Simon Maximo	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
81	Mercado Modelo	Abarrotes	Alberto Posino Eslava	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
82	Mercado Modelo	Abarrotes	Lourdes V. Ricse Jimenez	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
83	Mercado Modelo	Abarrotes	Bertha Luzmila Gomez Coca	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
84	Mercado Modelo	Abarrotes	Constancia Tenicela De Cuyubamba	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
85	Mercado Modelo	Abarrotes	Orihuela Llantay Hilda Genoveva	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
86	Mercado Modelo	Abarrotes	Hilda Maria Vivas Brun	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
87	Raez Patiño	Abarrotes	Cardenas Blancas Rosario	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
88	Raez Patiño	Abarrotes	Jimenez De Gamboa Margarita	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
89	Raez Patiño	Abarrotes	Blancas Caceres Tito Armando	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
90	Raez Patiño	Abarrotes	Ricapa Palian Miguel	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
91	Raez Patiño	Abarrotes	Calderon Salazar Alicia	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
92	Raez Patiño	Abarrotes	Cayetano Lazaro Laura Mercedes	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
93	Raez Patiño	Abarrotes	Garcia Flores Juana Teodora	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
94	Raez Patiño	Abarrotes	Flores Quiñones, Luis Fernando	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
95	Raez Patiño	Abarrotes	Malpica Herrera Leoncio	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
96	Raez Patiño	Abarrotes	Edgar Vega Quispe	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
97	Raez Patiño	Abarrotes	Sanchez Ramos Hoover Nilo	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
98	Raez Patiño	Abarrotes	Vila Guerrero, Jenny	Persona natural con negocio	Nuevo RUS

N.º	Mercado	Sección	Asociado	Tipo del comerciante (Contribuyente)	Régimen
99	Raez Patiño	Abarrotes	Juan Denis Coica Roque	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
100	Raez Patiño	Abarrotes	Graciela Gonzalo Porras	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
101	Raez Patiño	Abarrotes	Garcia Angulo David Eduardo	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
102	Raez Patiño	Abarrotes	Ceverino Paucar Cardenas	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
103	Raez Patiño	Abarrotes	Eva Maribel Meza Zanabria	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
104	Raez Patiño	Abarrotes	Arteaga Melendez, Doris	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
105	Raez Patiño	Abarrotes	Alvarez Canturin, Jorge Richard	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
106	Raez Patiño	Abarrotes	Macedonia Tapia Vda De Villaverde	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
107	Raez Patiño	Abarrotes	Pedro Arbues Fonceca De La Cruz	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
108	Raez Patiño	Abarrotes	Jose Antonio Crisostomo Castro	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
109	Raez Patiño	Abarrotes	Lourdes Ricse Jimenez	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
110	Raez Patiño	Abarrotes	Feliciana Estrada De Guerra	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
111	Raez Patiño	Abarrotes	Elba Guerra Estrada	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
112	Raez Patiño	Abarrotes	Olinda Perez Moreno	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
113	Raez Patiño	Abarrotes	Lobaton Adaudo Oswaldo	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
114	Raez Patiño	Abarrotes	Maria Aniceta Marin Galvan	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
115	Raez Patiño	Abarrotes	Doris Antonia Blancas Espinoza	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
116	Raez Patiño	Abarrotes	Marin De Ambrosio Nelly Iris	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
117	Raez Patiño	Abarrotes	Pedro Paucar Medina	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
118	Raez Patiño	Abarrotes	Gamarra Porras Haydee	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
119	Raez Patiño	Abarrotes	Agusto Balbin Justo	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
120	Raez Patiño	Abarrotes	Casilda Poma Alberto	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
121	Raez Patiño	Abarrotes	Vilcañaupa Zuasnabar, Valentina	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
122	Raez Patiño	Abarrotes	Agui Laura, Milka Rocio	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
123	Raez Patiño	Abarrotes	Elizarbe De Gonzales Elena	Persona natural con negocio	Nuevo RUS

N.º	Mercado	Sección	Asociado	Tipo del comerciante (Contribuyente)	Régimen
124	Raez Patiño	Abarrotes	Lino Torres Ernesto Tomas	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
125	Raez Patiño	Abarrotes	Sara Arancel Olivera	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
126	Raez Patiño	Abarrotes	Esther Marleni Porta Yaranga	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
127	Raez Patiño	Abarrotes	Cerron Ochoa,Manuel	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
128	Raez Patiño	Abarrotes	Carmen Rosa Yaranga Jacinto	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
129	Raez Patiño	Abarrotes	Felix Tomas Rios Calderon	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
130	Raez Patiño	Abarrotes	Celia Cecilia Porta Yaranga	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
131	Raez Patiño	Abarrotes	Ynca Cisneros De Untiveros, Rocio Elena	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
132	Raez Patiño	Abarrotes	Maria Canchari Ureta	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
133	Raez Patiño	Abarrotes	Florencia Meza De Julcamany	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
134	Raez Patiño	Abarrotes	Soledad Minanda Vilchez Lozano	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
135	Raez Patiño	Abarrotes	Dula Melanda Mucha Bonifacio	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
136	Raez Patiño	Abarrotes	Jaime Campos, Miguel Angel	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
137	Raez Patiño	Abarrotes	Antoni Josue Vivanco Justano	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
138	Raez Patiño	Abarrotes	Seminario David Porta Macha	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
139	Raez Patiño	Abarrotes	Cristian Raul Gavilan Torres	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
140	Raez Patiño	Abarrotes	Natalia Julia Meza De Mendoza	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
141	Raez Patiño	Abarrotes	Nelly Viviana Romero Coca	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
142	Raez Patiño	Abarrotes	Gregorio Millam Hilario	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
143	Raez Patiño	Abarrotes	Maribel Rocio Inga Gonzales	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
144	Raez Patiño	Abarrotes	Paulina Meza Meza	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
145	Raez Patiño	Abarrotes	Orihuela Orihuela, Bonifacia Faustina	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
146	Raez Patiño	Abarrotes	Ronal Ticse Gutarra	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
147	Raez Patiño	Abarrotes	Cirilia Macha De Porta	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
148	Raez Patiño	Abarrotes	Fredolino De La Cruz Serva	Persona natural con negocio	Nuevo RUS

N.º	Mercado	Sección	Asociado	Tipo del comerciante (Contribuyente)	Régimen
149	Raez Patiño	Abarrotes	Nelida Asto Uceda	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
150	Raez Patiño	Abarrotes	Consuelo Rosa Avila Baquerizo	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
151	Raez Patiño	Abarrotes	Maria Carmen Aquino De Sandoval	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
152	Raez Patiño	Abarrotes	Yeny Yaneth Huayta Aviles/Tomas Antesano	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
153	Raez Patiño	Abarrotes	Reynaldo Edgar Yovera Valverde	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
154	Raez Patiño	Abarrotes	Matilde Lozano De Vilchez	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
155	Raez Patiño	Abarrotes	Liz Porta Lozano	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
156	Raez Patiño	Abarrotes	Paucar Flores, Rosa Maria	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
157	Raez Patiño	Abarrotes	Roman Meza Julian	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
158	Raez Patiño	Abarrotes	Santa Vasquez Vda De Meza	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
159	Raez Patiño	Abarrotes	Victoriana Francisca De La Cruz	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
160	Raez Patiño	Abarrotes	Jorge Antonio Rodriguez Rivera	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
161	Raez Patiño	Abarrotes	Jose Ruben Capacyachi Leiva	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
162	Raez Patiño	Abarrotes	Judith Porta Lozano	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
163	Raez Patiño	Abarrotes	Perez De Laureano, Aide	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
164	Raez Patiño	Abarrotes	Porta Lozano, Karina Yene	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
165	Raez Patiño	Abarrotes	Sara Flores Aguirre	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
166	Raez Patiño	Abarrotes	Cristian Raul Gavilan Torres	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
167	Raez Patiño	Abarrotes	Ketty Exaltacion Carlos Lopez	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
168	Raez Patiño	Abarrotes	Gladis Porta Macha	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
169	Raez Patiño	Abarrotes	Orihuela Huaycuch, Stefanie Angela	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
170	Raez Patiño	Abarrotes	Dina Luz Capacyachi Leiva	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
171	Raez Patiño	Abarrotes	Huaycuch Perez, Rosa Noemi	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
172	Raez Patiño	Abarrotes	Maria Antonieta Rodriguez Fuentes	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
173	Raez Patiño	Abarrotes	Miguel Rojas Garcia	Persona natural con negocio	Nuevo RUS

N.º	Mercado	Sección	Asociado	Tipo del comerciante (Contribuyente)	Régimen
174	Raez Patiño	Abarrotes	Olga Lopez Julca	Persona natural con negocio	Nuevo RUS
175	Raez Patiño	Abarrotes	Cecilia Antonia De La Cruz Blancas	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
176	Raez Patiño	Abarrotes	Rudy Leoncio Galvan Torres	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-
177	Raez Patiño	Abarrotes	Galvan Torres Pool Antonio	El Sistema RUC no registra un número de RUC	-

Cuadro de regímenes por cada mercado de comerciantes de abarrotes de Huancayo metropolitano – 2022.

Mercado	NO REGISTRA un número de RUC (Informales)	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Régimen Especial de Renta - RER	Régimen MYPE Tributario - RMT	Régimen General de Renta	Total de Comerciantes de Abarrotes
1. Mercado Modelo de Huancayo	14	72	0	0	0	86
2. Mercado Raez Patiño	43	48	0	0	0	91
TOTAL	57	120	0	0	0	177

Análisis porcentual por tipo de comerciantes de abarrotes (Contribuyente) de Huancayo metropolitano – 2022.

Tipo del Comerciante (Contribuyente)	1. Mercado Modelo de Huancayo	2. Mercado Raez Patiño	Total, de Comerciantes de Abarrotes	%
NO REGISTRA un número de RUC (Informales)	14	43	57	32%
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	72	48	120	68%
TOTAL	86	91	177	100%

MERCADO MODELO DE HUANCAYO

a) Cuadro de regímenes del Mercado Modelo de Huancayo de comerciantes de abarrotes – 2022.

Mercado	NO REGISTRA un número de RUC (Informales)	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Régimen Especial de Renta - RER	Régimen MYPE Tributario - RMT	Régimen General de Renta	Total, de Comerciantes de Abarrotes
Mercado Modelo de Huancayo	14	72	0	0	0	86
TOTAL	14	72	0	0	0	86

b) Análisis porcentual por tipo de comerciantes de abarrotes (Contribuyente) del Mercado Modelo de Huancayo de comerciantes de abarrotes – 2022.

Tipo del Comerciante (Contribuyente)	Mercado Modelo de Huancayo	Total, de Comerciantes de Abarrotes	%
NO REGISTRA un número de RUC (Informales)	14	14	16%
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	72	72	84%
TOTAL	86	86	100%

MERCADO RAEZ PATIÑO**a) Cuadro de regímenes del Mercado Raez Patiño de comerciantes de abarrotes – 2022.**

Mercado	NO REGISTRA un número de RUC (Informales)	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Régimen Especial de Renta - RER	Régimen MYPE Tributario - RMT	Régimen General de Renta	Total, de Comerciantes de Abarrotes
Mercado Raez Patiño	43	48	0	0	0	91
TOTAL	43	48	0	0	0	91

b) Análisis porcentual por tipo de comerciantes de abarrotes (Contribuyente) del Mercado Raez Patiño de comerciantes de abarrotes – 2022.

Tipo del Comerciante (Contribuyente)	Mercado Raez Patiño	Total, de Comerciantes de Abarrotes	%
NO REGISTRA un número de RUC (Informales)	43	43	47%
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	48	48	53%
TOTAL	91	91	100%

Anexo 12. Evidencias

