

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del
Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025

Tesis para obtener el título profesional de Contador Público

AUTOR:

Guerrero Moreno, Zarai Emilyn

Código ORCID: 0009-0000-4568-9372

Hoyos Chavez, Jesica Nataly

Código ORCID: 0009-0006-3576-7561

ASESOR:

Luis Menacho, Jesica Fabiola

Código ORCID: 0000-0003-0508-6176

CHIMBOTE – PERU

2025

Índice general

Índice general.....	ii
Índice de tablas	iii
Palabras clave	iv
Constancia de originalidad	v
Título.....	vi
Resume.....	vii
Abstract.....	viii
1. Introducción.....	9
2. Metodología.....	29
3. Resultados.....	31
4. Análisis y discusión	459
5. Conclusiones.....	49
6. Recomendaciones	51
Agradecimiento.....	52
Referencias bibliográficas.....	53
Anexos	59

Índice de tablas

Tabla 1	33
Tabla 2	34
Tabla 3	35
Tabla 4	36
Tabla 5	37
Tabla 6	38
Tabla 7	39
Tabla 8	40
Tabla 9	41
Tabla 10	42
Tabla 11	43
Tabla 12	44
Tabla 13	45
Tabla 14	43
Tabla 15	44
Tabla 16	45
Tabla 17	43
Tabla 18	44

Palabras clave: Cultura Tributaria, Obligaciones Tributarias

Keywords: Tax Culture, Tax Obligations

Línea de investigación.

Línea de Investigación	Finanzas
Área	Ciencias Sociales
Subárea	Economía y Negocios
Disciplina	Economía



USP
UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 21 DE ABRIL DE CHIMBOTE, 2025." del (a) estudiante: **HOYOS CHAVEZ JESICA NATALY**, identificado(a) con Código N° **1118100235**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **30%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 18 de junio de 2025

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



NOTA: Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

Título:

**Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes
del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.**

TITLE

**Tax culture and tax obligations of merchants at the 21 de Abril
Market in Chimbote, 2025.**

Resumen

La investigación se llevó a cabo con el propósito de determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025. La indagación es de tipo básica, nivel descriptivo correlacional. diseño (no experimental), y corte transversal; la población estuvo conformada por los 275 comerciantes activos de la institución, mientras que la muestra estuvo compuesta por 101 comerciantes seleccionados de manera probabilística; se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento de acopio de data. Los instrumentos fueron sometidos a pruebas de confiabilidad con el estadístico Alpha de Cronbach, obteniendo un valor de 0,8879 para la variable cultura tributaria y 0,8986 para la variable obligaciones tributarias.

Los resultados del estudio expusieron una significativa relación entre la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, con un coeficiente de correlación de $r=0,892$, indicando una correlación positiva elevada; ello indica que con una mayor cultura tributaria de los contribuyentes se logrará un mayor cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes objeto de análisis.

Abstract

This research was conducted to determine the relationship between tax culture and compliance with tax obligations among merchants at the 21 de Abril Market in Chimbote, 2025. The research was basic, descriptive, and correlational. It used a non-experimental, cross-sectional design. The population consisted of the institution's 275 active merchants, while the sample consisted of 101 merchants selected probabilistically. Surveys and questionnaires were used as data collection instruments. The instruments were tested for reliability using Cronbach's alpha, yielding a value of 0.8879 for the tax culture variable and 0.8986 for the tax obligations variable.

The results of the study demonstrated a significant relationship between tax literacy and tax compliance among merchants at the 21 de Abril Market in Chimbote, 2025. The correlation coefficient was $r=0.892$, indicating a high positive correlation. This suggests that a stronger tax literacy among taxpayers will lead to greater tax compliance among merchants at the 21 de Abril Market in Chimbote.

1. INTRODUCCIÓN

Para la presente investigación se han considerado los siguientes antecedentes relacionados con las variables de estudio:

Luna (2024), en su tesis tuvo por objetivo investigar la relación entre cultura tributaria y su influencia en el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias. La metodología cuantitativa, además tuvo un enfoque deductivo, diseño correlacional y transversal; se utilizó la encuesta como técnica y como instrumento el cuestionario; fueron 250 comerciales que constituyeron la población, y 81 comerciantes del Mercado Central Puno (periodo 2024) la muestra probabilística. Los resultados demostraron una correlación positiva baja ($Rho=0,383^{**}$ y $sig.=0,000$) entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado Central Puno; existe una correlación positiva baja ($Rho=0,313^{**}$ y $sig.=0,004$) entre la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias; no existe correlación ($Rho=0,160^{**}$ y $sig.=0,155$) entre la educación tributaria y las obligaciones tributarias; existe una correlación positiva baja ($Rho=0,310^{**}$ y $sig.=0,005$) entre la orientación tributaria y las obligaciones tributarias; existe una correlación positiva baja ($Rho=0,364^{**}$ y $sig.=0,001$) entre la difusión tributaria y las obligaciones tributarias.

Rodríguez (2024), en su investigación tuvo como propósito analizar la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado Modelo en Chimbote (2024). La metodología cuantitativa fue aplicada, además de contar con un nivel correlacional y diseño no experimental (transversal); fueron 194 microempresarios que constituyeron la muestra y a quienes se aplicó dos cuestionarios, llegando así a los siguientes resultados de las dimensiones analizadas: valores tributarios: ($Rho=0,478$; $p\text{-valor}=0.001$), conocimiento tributario: ($Rho=0,419$; $p\text{-valor}=0.000$) y educación tributaria: ($Rho=0,560$; $p\text{valor}= 0.000$) se correlacionaron con la variable obligaciones tributarias. Se concluyó que, existe una correlación leve entre la

cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los microempresarios del mercado Modelo de Chimbote.

Anchiraico (2024), en su estudio tuvo por propósito identificar la relación existente entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los contribuyentes dedicados a los servicios de publicidad ubicados en el jirón Alejandro O. Deústua del distrito de El Tambo – 2022. La investigación cuantitativa, tuvo un nivel descriptivo correlacional, además de un diseño no experimental; se empleó la encuesta como técnica, usando al cuestionario como instrumento; la muestra estuvo compuesta por 62 contribuyentes dedicados a los servicios de publicidad del distrito de El Tambo. Resultados: existe una relación directa positiva media ($Rho=0,401$ y $sig=0,001$) entre la cultura y obligaciones tributarias en los contribuyentes dedicados a los servicios de publicidad ubicados en dicho jirón; existe una relación directa positiva media ($Rho=0,417$ y $sig=0,001$) entre la conciencia tributaria y obligaciones tributarias; existe una relación directa positiva media ($Rho=0,384$ y $sig=0,002$) entre el conocimiento tributario y obligaciones tributarias. Conclusión: la cultura tributaria y sus dimensiones son determinantes para cumplir adecuadamente con las obligaciones tributarias.

Huamán (2024), en su tesis tuvo como propósito establecer la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales en la Asociación Megacentro (Mayorista) “El Paraíso” de Arequipa, 2022. El estudio cuantitativo, no experimental y transversal tuvo a 153 asociados que constituyeron la muestra; empleando como instrumento el cuestionario. Como resultados se obtuvo que, el 60.78 % (representado por 93 casos), se encuentra en el nivel regular, en cuanto a la Cultura tributaria y el 50.98 % (representado por 78 casos), se encuentra en el nivel regular en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Se obtuvo además que, existe una relación alta ($Rho=0,871$) entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe una relación media ($Rho=0,559$) entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe una relación media ($Rho=0,653$) entre la educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe una relación media

($Rho=0,587$) entre la difusión y orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Pariona (2024), en su estudio tuvo como propósito determinar cómo la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de la obligación fiscal del Imp. a la Renta de Tercera Categoría de la Compañía Buena Tierra Sur E.I.R.L. de Tacna, año 2022. La metodología fue de tipo básica, diseño no experimental y transeccional; Fueron 16 asistentes y auxiliares que constituyeron la muestra; se tuvo al cuestionario como instrumento. Los resultados demostraron que, la cultura tributaria es regular (75,0%), y el cumplimiento de las obligaciones fiscales del Imp. a la Renta de 3ra Categoría es regular (75,0%). Conclusiones: la cultura tributaria significativamente se relaciona con el cumplimiento de la obligación fiscal del Imp. a la Renta de 3ra Categoría ($Rho=0,822$) que muestra una correlación positiva muy fuerte; la práctica de valores tributarios tiene una correlación positiva alta ($Rho=0,854$) con las obligaciones fiscales del Imp. a la Renta de 3ra Categoría; la actitud hacia el cumplimiento de las obligaciones tributarias se relaciona significativamente ($Rho=0,814$) con las obligaciones fiscales; el comportamiento tributario se relaciona significativamente ($Rho=0,811$) con las obligaciones fiscales.

Olortegui y Pumayauli (2024), en su tesis tuvieron como propósito determinar si la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, de los negociantes de las galerías de Gamarra del distrito de La Victoria, en el periodo 2022. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo, tipo correlacional; siendo la encuesta y el cuestionario utilizados como técnicas para acopiar los datos. Resultados: la cultura tributaria se relaciona de manera positiva ($Rho=0,726$) con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, de los comerciantes de las galerías de Gamarra del distrito de La Victoria, 2022; la educación tributaria se relaciona positivamente ($Rho=0,650$) con el cumplimiento de las obligaciones formales; la conciencia tributaria se relaciona también positivamente ($Rho=0,643$) con el cumplimiento de las obligaciones sustanciales. En consecuencia, si se fortaleciera la cultura tributaria en los comerciantes

encuestados, mayor sería el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los mismos.

Taculí (2024), en su tesis tuvo como finalidad determinar la relación de la cultura tributaria con las obligaciones tributarias de los empresarios de la Cámara de Comercio de Cajamarca, 2023. Esta metodología cuantitativa, tipo aplicada, nivel descriptivo – correlacional, además de diseño no experimental, corte transversal; tuvo a 387 empresarios de la Cámara de Comercio en estudio que constituyeron la población y por conveniencia de 60 empresarios la muestra. Utilizando la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Se concluyó qué: existe una relación positiva moderada entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias según la medida estadística Pearson ($r = 0,450$), el 60% de los empresarios en análisis conoce sobre cultura tributaria, y el 55% conoce sobre las obligaciones tributarias.

Alava, Alban, Romero & Panchana (2024), en su investigación se enfocaron en la cultura tributaria y la responsabilidad que tienen los contribuyentes en relación al pago y declaración de sus impuestos con base en la conciencia social, la razón, la confianza, ética, el compromiso ciudadano y la solidaridad social. Se aplicó una metodología descriptiva y exploratoria, con base en la revisión de información de fuentes primarias referente a la cultura tributaria y su relación en la recaudación de impuestos de la provincia. De los resultados obtenidos se concluyó que: para la sostenibilidad fiscal del Ecuador se evidencia la necesidad de la recaudación tributaria puesto que el monto anual duplica los ingresos petroleros, los cuales además de ser inferiores, son muy volátiles; los cambios drásticos que se han dado a nivel de control, reglamentación y sobre todo concienciación tributaria deben servir para que los Contribuyentes de todo el país comprendan la importancia de contribuir en el desarrollo de los planes establecidos por el Gobierno.

Pérez (2024), en su investigación tuvo como propósito determinar la relación de la cultura tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes de la Plaza Pecuaria “Iscoconga” en el Distrito de Llacanora, Cajamarca, 2023.

La metodología fue cuantitativa, nivel descriptivo – correlacional, diseño no experimental, corte transversal; la muestra estuvo conformada por 60 comerciantes objeto de análisis; se llegó a emplear la técnica de la encuesta y por instrumento un cuestionario. Determinando en conclusión qué, si existe relación positiva media según la medida estadística “Rho Spearman” igual a 0,626 y una significancia de 0,000 ($0.000 < 0.05$), entre las variables de cultura tributaria y obligaciones tributarias. Entonces si los comerciantes en análisis, incurren en mayor desconocimiento de cultura tributaria mayor serán obligaciones tributarias.

Macías & Parrales (2024), en su estudio tuvieron por objeto analizar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de sus socios. Se utilizó una metodología descriptiva y exploratoria, con un enfoque correlacional, aplicando encuestas a los 110 socios de la cámara y realizando entrevistas al presidente. Los resultados indicaron que solo el 32% de los socios posee un conocimiento alto sobre sus obligaciones tributarias, mientras que el 41% manifestó estar algo comprometido con su cumplimiento. Asimismo, el 45% de los encuestados revisa sus políticas contables ocasionalmente. En cuanto al aspecto más importante para el cumplimiento tributario, el 41% señaló el conocimiento. Las conclusiones indican la necesidad de fortalecer la capacitación y el acompañamiento personalizado para mejorar la cultura tributaria, especialmente entre las pequeñas y medianas empresas.

Villasmil, Maza, Padilla & Torres (2024), en su investigación tuvieron como propósito analizar los factores influyentes en el incumplimiento de las obligaciones tributarias en Colombia, explorando desafíos identificados en investigaciones entre 2019 y 2024. Se aplicó un enfoque cualitativo, además de un diseño documental descriptivo; fueron 50 investigaciones sobre cultura tributaria las que constituyeron un análisis. Dando como resultado retos importantes, como la evasión fiscal, la ausencia de presentación de impuestos y una comprensión limitada de las responsabilidades tributarias. La complejidad de las regulaciones, la ausencia de planificación fiscal y la indiferencia social también impactan en la cultura tributaria. Los elementos que inciden en el incumplimiento evidencian desconocimiento fiscal, complejidad de las

regulaciones, desconfianza en las instituciones del gobierno, presión tributaria, ineficacia en la inspección, cultura de evasión y problemas económicos. En conclusión, tratar estos asuntos requiere un enfoque holístico y coordinado para potenciar la educación fiscal, simplificar las regulaciones y reforzar la confianza en las instituciones.

Lima, Quispe y Tapahuasco (2024), en su tesis tuvieron como finalidad 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 metodología cuantitativa se aplicó bajo el método científico, deductivo, de tipo básico, además tuvo un nivel explicativo y diseño no experimental, transversal y relacional; fueron 177 comerciantes de abarrotes de los mercados en cuestión quienes constituyeron la muestra, siendo esta no probabilística; se utilizó como técnica la encuesta, y por instrumento el cuestionario. Se concluyó que, la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del sector y periodo en análisis, puesto que el valor de significancia bilateral es: ($p = 0.000 < 0.05$) con una probabilidad de error del 5% y nivel de confianza del 95%.

Lapa (2024), en su investigación tuvo como propósito determinar si existe influencia significativa de la Cultura tributaria en las obligaciones tributarias del contribuyente de las micro y pequeñas empresas del Multicentro Santa Clara - Ate, 2021. Se aplicó el tipo de investigación básico, con alcance explicativo, diseño no experimental y corte transversal; fueron 129 empresarios de las Mypes en análisis que constituyeron la población; mientras que la muestra utilizada fue de 97 microempresarios del mencionado Multicentro; se empleó como instrumento el cuestionario. Tomando en cuenta los resultados obtenidos, se confirmó que la cultura tributaria si tiene influencia significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, lo cual se respalda con una prueba Chi Cuadrado. Se concluyó que, la cultura tributaria si tiene una influencia significativa en las obligaciones tributarias, de modo que, al realizar mejoras en la variable cultura tributaria se impactará positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes.

Toala y Lucio (2024), en su estudio tuvieron como objetivo determinar la cultura tributaria en las obligaciones fiscales de la Asociación de Comerciantes Mercado 13 de Octubre del cantón Jipijapa. La metodología empleada consistió en aplicar encuestas a una muestra representativa de 53 comerciantes con el objetivo de analizar el estado actual del mercado. Los resultados mostraron que el 58,49% de los comerciantes carecen de comprensión en temas tributarios, lo que lleva al incumplimiento de sus responsabilidades legales. Además, un preocupante 50,94% expresó desconocimiento sobre el uso de herramientas en línea para la presentación de declaraciones fiscales. En conclusión, se resalta la urgente necesidad de fomentar una cultura tributaria entre los comerciantes en análisis, especialmente en cuanto al cumplimiento de las obligaciones fiscales, el registro contable y el uso de plataformas digitales para la presentación de declaraciones. Esto subraya la importancia de implementar programas educativos y recursos que aborden estas deficiencias, promoviendo así el cumplimiento tributario y minimizando el riesgo de errores o infracciones.

Paguay (2024), busca principalmente examinar la cultura tributaria para entender la situación actual en términos de conciencia, cumplimiento y fraude fiscal. Respecto a la metodología, se utilizó un enfoque cuantitativo de carácter descriptivo con un diseño no experimental-transversal. Además, se utilizó el método deductivo, bibliográfico, de campo y analítico. Para la recopilación de datos, se empleó la encuesta, realizada a una muestra de 40 comerciantes propietarios de los puestos. El principal hallazgo fue que la mayoría de los participantes en la encuesta poseen escaso conocimiento. Además, en el cumplimiento fiscal, el 68% no se encuentra bajo ningún régimen fiscal debido a la falta de conocimientos en los contribuyentes al iniciar una empresa. Finalmente, en la defraudación fiscal, una gran cantidad de los encuestados no cumplen con sus obligaciones, lo que resulta en la evasión de impuestos. Se aconseja a las universidades locales, al SRI y al Estado, establecer programas de formación en asuntos fiscales, con el objetivo de incrementar el entendimiento de los

comerciantes acerca de sus responsabilidades, ventajas y que estos se registren de forma voluntaria.

Aguilar y López (2023), en su investigación tuvo como propósito determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de un mercado mayorista de Trujillo, 2023. La metodología cuantitativa, fue tipo aplicada, diseño no experimental – transversal, además de tener un alcance correlacional y descriptivo; fueron 323 comerciantes del mercado en cuestión que constituyeron la muestra; se aplicó el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. Resultados: se obtuvo una medida estadística Rho Spearman de: 0,412 existe una incidencia positiva-media entre las variables de estudio. Además, se analizó que existe un nivel bajo de 47.68% de cultura tributaria y el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias en un nivel medio de 49.61%. Concluyendo que, la cultura tributaria incide directamente en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de un mercado mayorista de Trujillo.

Custodio y Zavaleta (2023), tuvieron por propósito determinar la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en Distribuidora Mayrin S.A.C. Chimbote, 2023. La metodología cuantitativa, fue de diseño descriptivo no experimental, tipo transversal; además de tener un muestreo no probabilístico, con una muestra de seis entrevistados; los instrumentos de recolección de datos incluyen una guía de entrevista para analizar la cultura tributaria; asimismo, se utilizó el análisis documental para evaluar las obligaciones tributarias, utilizando informes del periodo 2022. Los resultados obtenidos se fundamentaron en el método de la estadística descriptiva. Se determinó que la influencia de la cultura fiscal ha ejercido un efecto beneficioso en el cumplimiento de las responsabilidades fiscales en la Distribuidora Mayrin S.A.C. Este efecto beneficioso ha simplificado significativamente el cumplimiento de las obligaciones, posibilitando que la distribuidora se transforme en un contribuyente formal de forma eficaz.

Chavez y Rodriguez (2023), en su investigación tuvo como propósito determinar la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias de

la empresa Melacentro Blas's S.R.L. Chimbote – 2022. La metodología utilizada es cuantitativa, teniendo como muestra a 5 trabajadores de las áreas de gerencia, contabilidad y administración y los reportes de libros contables, del IGV, del IR y planilla, haciendo una muestra total de 9; el diseño fue no experimental transversal, alcance descriptivo correlacional. Finalmente, conforme a los resultados que se obtuvieron de la entrevista y los reportes tributarios, se pudo determinar que la cultura tributaria incide en las obligaciones tributarias, de modo que, si se tiene una alta cultura tributaria, el cumplimiento de las obligaciones es mucho más efectivo.

Calderón y Rivas (2023), tuvieron como propósito determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en empresas comerciales del Emporio Comercial de Gamarra, en el Periodo 2022. La investigación cuantitativa, fue de corte transversal, no experimental; y fueron 409 comerciantes que constituyeron la población y la muestra por 198 comerciantes del Emporio en cuestión. En el resultado se pudo observar que los comerciantes se encuentran a disposición de incrementar su cultura tributaria y seguir cumpliendo sus obligaciones tributarias. La medida estadística Spearman entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales es de: 0.247. Los resultados muestran una correlación positiva y significativa, lo que sugiere que cuando la cultura tributaria aumenta o disminuye, también lo hace el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Por tal motivo se recomienda que los comerciantes reciban mayor conocimiento respecto a la cultura tributaria de entidades tributarias y con ello saber la importancia de la realización a sus responsabilidades.

Mamani y Espinoza (2022), en su tesis tuvieron como propósito determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021. La metodología fue de tipo aplicada, con diseño no experimental, nivel correlacional de corte transversal; la población fue de 383 comerciantes y una muestra de 61 comerciantes del mercado mencionado. Respecto a los resultados se determinó una relación positiva alta ($Rho=0,845$ y valor sig.= $0,000<0,05$) entre la cultura

tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021; relación positiva alta ($Rho=0,701$ y valor sig. $=0,000<0,05$) entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe relación positiva alta ($Rho=0,836$ y valor sig. $=0,000<0,05$) entre la educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe relación positiva alta ($Rho=0,701$ y valor sig. $=0,000<0,05$) entre la orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe relación positiva alta ($Rho=0,810$ y valor sig. $=0,000<0,05$) entre la difusión tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Montalvo y Rijalva (2022), tuvieron por objetivo determinar si la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del centro comercial Muruhuay en el Cercado de Lima, en el año 2019. La metodología cuantitativa, fue de alcance explicativo; aplicando por técnica la encuesta, teniendo como instrumento al cuestionario. Como resultado principal se obtuvo qué, entre la cultura tributaria de los comerciantes encuestados y el cumplimiento de las obligaciones tributarias existe una influencia significativa ($Rho=0,98$ y sig $=0,000$); existe una correlación positiva alta ($Rho=0,92$ y sig $=0,000$) entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del centro comercial Muruhuay; existe una correlación positiva alta ($Rho=0,74$ y sig $=0,000$) entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del centro comercial. En conclusión, la cultura tributaria influye positivamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes de la galería en estudio.

Guillermo (2022), en su tesis tuvo por objetivo analizar la relación entre la cultura tributaria y la obligación tributaria en el Centro Comercial Bahía Center, Chimbote, 2021. Según la metodología, el tipo de investigación básica fue a nivel descriptivo- correlacional con diseño no experimental; siendo 108 comerciantes que constituyeron la población, y 47 comerciantes la muestra; la técnica aplicada fue la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario. Se obtuvo los

resultados puesto que permitieron demostrar que existe relación entre las dimensiones de la cultura tributaria y la obligación tributaria ya que el $p=0,000<0.05$, obteniendo como valores del estadístico Spearman, $Rho=0.702$, 0.641 y 0.653 considerablemente para cada dimensión, lo cual indica la existencia de una correlación positiva. Conclusión: Existe relación de significancia entre la cultura tributaria y la obligación tributaria del Centro Comercial Bahía Center, Chimbote, 2021, ya que el valor $p=0,000<0.05$ indicó un valor de $Rho= 0.696$, lo cual representa una correlación positiva entre las variables estudiadas.

Carrasco y Santamaria (2022), en su tesis tuvieron como finalidad proponer la cultura tributaria como apoyo en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de calzados del mercado modelo. La metodología fue descriptiva; entre los comerciantes fueron 346 que constituyeron la población, siendo una muestra de 52; la técnica utilizada es la encuesta y el instrumento aplicado es el cuestionario. Los resultados son el limitado nivel de cultura tributaria que tiene los comerciantes en análisis, disponen de la muestra obtenida el 11,5% de los comerciantes señalan que tienen un bajo nivel de cultura tributaria ya que poseen dificultades por la falta de cultura tributaria, en algunos casos suelen caer en sanciones y multas, debido a que la Administración Tributaria no les brinda la orientación necesaria en temas tributarios, normas y no están actualizados con las leyes establecidas por el Estado. El 1,9% de los comerciantes consideran que tienen un nivel alto de cultura tributaria, lo que es relevante ya que la falta de esta cultura constituye un problema serio para la sociedad. Al analizar la relación entre el primer factor de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes, se concluye que existe una correlación significativa entre los valores de contribución y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, con un índice de $0,779$. De esta forma, se acepta la hipótesis de investigación H1: La cultura tributaria se relaciona de manera significativa con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes en análisis, en el periodo determinado.

Castillo y Rodriguez (2022), en su tesis tuvieron como propósito determinar la incidencia de la cultura tributaria en la evasión tributaria de los socios del

Mercado Chacra la Olla, Chimbote – 2020. La metodología cuantitativa, fue tipo aplicada y de diseño no experimental, además de transversal, descriptivo correlacional; siendo todos los socios del mercado en cuestión constituyeron la población y solo 80 colaboradores la muestra; los instrumentos utilizados fueron el cuestionario y la guía de análisis documental. Los resultados obtenidos muestran una correlación entre cultura tributaria y evasión tributaria de 0.767, lo que señala una correlación positiva. Se llegó a la conclusión de que, existe una fuerte relación entre la cultura tributaria y la evasión fiscal, ya que los socios, al estar informados y contar con una educación tributaria adecuada, pueden cumplir de manera correcta con sus obligaciones fiscales, lo que contribuye a reducir la evasión tributaria.

Alva y Rosales (2022), en su tesis tuvieron como finalidad encontrar la relación que existe entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de la empresa FAMY LAB E.I.R.L. La investigación se basó en un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo propositivo y de diseño no experimental de corte transversal; la muestra probabilística estimada fue de 15 colaboradores; como instrumento se utilizó el cuestionario. Como resultado de la investigación da cuenta que la cultura tributaria incide en la obligación tributaria de la empresa FAMY LAB Chimbote 2021, debido a que los colaboradores de la entidad tienen un nivel deficiente de conocimiento en cuanto a cultura tributaria, por lo tanto, esto genera deficiencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y se ve reflejado en la empresa al no poder cumplir a tiempo de acuerdo al cronograma tributario.

Respecto a la fundamentación científica, en relación a la variable Cultura Tributaria, Barrueta (2020, citado por Espinosa, et al., 2021) sostiene que la cultura tributaria se compone del conjunto de valores, saberes y actitudes que todos los integrantes de una sociedad deben tener en cuenta en los procedimientos fiscales, particularmente en relación a la anulación de los impuestos, tal como lo establecen las leyes de varios países, en este caso las de Colombia. Esta cultura se manifiesta en el cumplimiento constante de las responsabilidades y deberes fiscales, fundamentados en la razón, la confianza y la validación de valores como

la ética individual, el respeto a las normas, la responsabilidad y la solidaridad ciudadana, tanto de los contribuyentes como de los empleados de las distintas entidades tributarias. Por lo tanto, la cultura tributaria es relevante no solo para el contribuyente que la abona, sino también para los funcionarios responsables de gestionar lo recaudado, con el fin de que el país pueda mantener un ingreso estable e invertir en los programas sociales y económicos previamente mencionados.

De acuerdo con la SUNAT (2020), la cultura tributaria se refiere a un grupo de valores, saberes y actitudes compartidos por los integrantes de una sociedad en relación con la imposición y el cumplimiento de las leyes que la rigen, que llevan al cumplimiento constante y voluntario de las obligaciones fiscales basándose en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto para los contribuyentes como para los empleados de las distintas entidades fiscales.

Trinidad et al. (2022, citados por Trujillo, 2024) indican que la cultura tributaria abarca una serie de principios y saberes que son propios de un país y de sus contribuyentes en cuanto a la imposición fiscal. Bajo este enfoque, la cultura fiscal surge del altruismo, la responsabilidad, el compromiso y la percepción de los derechos y responsabilidades que existen en una sociedad.

Bravo (2012, citado por López, 2024) estableció que la cultura tributaria se refiere a los mecanismos de información, valores, principios interpretativos, códigos, guía y lógicas clasificatorias de la conducta del ciudadano respecto al impuesto. Regula de manera legislativa los límites y las probabilidades de cómo los aportadores, tanto hombres como mujeres, se comportan.

Calderón y Rivas (2023) indican que la Cultura tributaria se refleja en el cumplimiento constante de los deberes fiscales, fundamentado en la razón, la confianza y la confirmación de los valores éticos individuales, el respeto a la ley, la responsabilidad ciudadana y la solidaridad social de todos. La cultura tributaria es un instrumento significativo que se produce para robustecer el sistema fiscal, es un sistema justo, progresivo y equitativo que nace de la necesidad de recolectar impuestos. El objetivo principal es implementar una política de recolección de fondos para el desembolso público y la provisión de bienes colectivos, con el

objetivo de estabilizar la economía y el progreso del país. De acuerdo con la SAT (2019, citado por Calderón y Rivas, 2023), la cultura tributaria surge del concepto de crear un sistema fiscal que guíe al ciudadano y lo incentive a cumplir sus responsabilidades de manera organizada. El desafío esencial es potenciar el servicio al contribuyente a través de la información, los servicios y la educación. Esta cultura se fomenta a través del cumplimiento de responsabilidades voluntarias para reforzar el crecimiento de la sociedad.

Según Amasifuen (2015, citado por Calderón y Rivas, 2023), nos indica que la cultura tributaria se refiere al conjunto de presupuestos fundamentales de comportamiento de una población que asume lo que se debe y no debe hacer en relación al cumplimiento de las obligaciones fiscales. Los resultados se pueden apreciar en la variación que se presenta en el cumplimiento de las responsabilidades tributarias. Por esta razón, se afirma que los países más avanzados son los más responsables de cumplir con sus responsabilidades fiscales.

Respecto a las dimensiones de la variable Cultura Tributaria, en la presente investigación se consideran las siguientes:

Conciencia Tributaria: De acuerdo con Bravo (2011, citado por Mamani y Espinoza, 2022), señala que la conciencia tributaria se refiere a la motivación inherente de pagar impuestos, aludiendo a las actitudes y convicciones de los individuos, o sea, los elementos no coercitivos que incentivan la intención de aportar por parte de los agentes. Esto se limita al estudio de la tolerancia al fraude y se considera que está definida por los valores individuales. Además, Mamani y Espinoza (2022) indican que la conciencia fiscal surge en un proceso donde se combinan varios sucesos que proporcionan causa, justificación y diferenciación social al comportamiento del ciudadano en relación a la imposición fiscal. El resultado de este proceso de generación de conciencia fiscal es binario; es decir, un individuo puede asumir la postura de tolerar o no la evasión, generando individuos con conciencia fiscal positiva y individuos con conciencia fiscal negativa.

Educación Tributaria: Según Díaz y Lindemberg (2015, citado por Mamani y Espinoza, 2022), la educación tributaria es un proceso de enseñanza y

aprendizaje cuyo propósito es promover una ciudadanía activa, participativa y solidaria, a través de entender tanto sus derechos fiscales, en particular la correcta administración del gasto público por los gobiernos, como sus responsabilidades, en particular el deber esencial de pagar impuestos. Según Mavares (2011, citado por Mamani y Espinoza, 2022), la educación tributaria se refiere a la instrucción de valores orientados al cumplimiento cívico de las obligaciones de cada ciudadano de aportar a los costos públicos. Esto se consigue al asumir las obligaciones que nos pertenecen como miembros de una sociedad democrática.

Orientación Tributaria: Consiste en determinar la presencia de un hecho que está sujeto a la normativa fiscal, identificar al individuo que está obligado a abonar el impuesto, establecer la base imponible y la cantidad del impuesto a pagar. Pérez y Merino (2012, citado por Mamani y Espinoza, 2022) señalan que la orientación tributaria tiene una relación con el verbo guiar. Esta acción incluye una referencia a ubicar un objeto en una posición específica, a transmitir un mensaje o comunicar de manera oportuna y comprensible hacia un individuo aquel concepto o término que desconozca y que aspira a comprender, o a guiar a una persona hacia un lugar específico. Por lo tanto, podemos afirmar que la orientación fiscal es aquella en la que SUNAT comunica, informa y orienta al contribuyente proporcionando información acerca de asuntos fiscales.

Difusión Tributaria: Según Torres (2013, citado por Mamani y Espinoza, 2022) indica que son instrumentos de comunicación, utilizados con el objetivo de comunicar información de manera individual o simultánea hacia un conjunto específico de individuos. Es importante aclarar que la Administración Tributaria lleva a cabo diversas actividades programadas a través de medios informativos, con el objetivo de informar mediante programas de guía, charlas y formación fiscal, dirigidos por los expertos de la SUNAT. De esta manera, los contribuyentes, así como el público en general, se encuentran al tanto y, además, aspira a crear conciencia fiscal, proporcionando información que reforzará el conocimiento tributario.

Respecto a la variable Obligaciones Tributarias, según la SUNAT (2020), 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.

El Centro Interamericano de Administraciones Tributarias - CIAT (2015, citado por Trujillo, 2024) sostiene que la obligación tributaria es el deber legal de acatar las normas dictadas en las leyes fiscales de un país o jurisdicción determinada. Esto conlleva la obligación de abonar impuestos y seguir todos los requisitos y procesos dictados por las autoridades tributarias. Además, tradicionalmente se clasifican en responsabilidades fiscales sustanciales y formales.

Calderón y Rivas (2023) manifiestan que la obligación tributaria es aquella que surge de la necesidad de abonar sus impuestos al estado para sostener los costos públicos. Por lo tanto, surgen responsabilidades entre los contribuyentes y la Administración. En consecuencia, el Estado está preparado para exigir el abono de impuestos. Por lo tanto, es crucial señalar que el propósito del pago de impuestos es que el contribuyente, en función de su capacidad financiera, sostenga los costos requeridos para la conservación de las infraestructuras e instituciones del estado. La violación de las responsabilidades fiscales conlleva la correspondiente penalización. Para concluir, se establece que la obligación tributaria es un derecho público estipulado por la ley, cuyo propósito es cumplir con la prestación tributaria que es exigible.

Respecto a las dimensiones de la variable Obligaciones Tributarias, en la presente investigación se consideran las siguientes:

Obligación Tributaria Formal: Blog Telesup (2020), señala que las obligaciones tributarias formales son las que emergen de la necesidad de abonar impuestos para mantener los costos del Estado. Estas responsabilidades indican que existe una relación entre el contribuyente y la administración, y, por ende, el Estado tiene la autoridad para exigir el abono de impuestos. La finalidad del abono de los impuestos es que el contribuyente, en función de su capacidad financiera, cubra los costos requeridos para la conservación de las infraestructuras e instituciones estatales. La violación de las responsabilidades fiscales implica la sanción correspondiente.

Asimismo, en relación a los tipos de obligaciones tributarias formales, el Estado adopta el rol de acreedor fiscal, mientras que los negocios y las personas físicas son deudores fiscales. En términos generales, la satisfacción de nuestras responsabilidades como deudores fiscales se conoce como Tributo. Los impuestos pueden categorizarse en tres grupos:

Impuestos: se refiere a los pagos que realizamos los contribuyentes, que el Estado recolecta en un fondo común. Un impuesto no genera un beneficio concreto y directo, como un trabajo o servicio a beneficio del contribuyente.

Contribuciones: se refiere a los pagos que realizamos los contribuyentes y que se destinan a un fondo especial, el cual se utilizará para financiar las obras y servicios diseñados para beneficiar únicamente a los contribuyentes que están contribuyendo o contribuyeron a dicho fondo. Por ejemplo, EsSalud brinda atención a aquellos que están actualizados con sus aportaciones para los servicios sanitarios. El sistema de Pensiones Públicas proporciona sus servicios únicamente a aquellos que contribuyeron para ello.

Tasas: Se refiere a los abonos que realiza el contribuyente por la entrega efectiva de un servicio público proporcionado por una entidad estatal. Dentro de estas figuran: Arbitrios, Derechos y las tasas en su sentido más literal.

Obligación Tributaria Sustancial: A las obligaciones tributarias sustanciales también se denominan obligaciones principales y se relacionan con el pago de los impuestos. Este deber incluye un impuesto de naturaleza patrimonial, que puede manifestarse en un acuerdo entre el sujeto pasivo que realiza el pago y el acreedor, que es el fisco, que recibe. Normalmente, el contribuyente tiene la obligación de entregar una cantidad monetaria, tal como lo establece la legislación en sus artículos 69 y 70 del Código Tributario, o una especie o especies en excepción.

Según manifiesta Bravo (2016, citado por Peña y Núñez, 2021), entre las obligaciones sustanciales establecidas por la ley, se incluyen el pago de los impuestos en un periodo específico, el pago de forma adecuada las retenciones de impuestos realizadas y la consignación de las cantidades de detracciones aplicadas a otros contribuyentes en el banco estipulado en la legislación. Estas obligaciones sustanciales conforman todo lo relacionado con la recolección de impuestos; es

decir, el desembolso en dinero legal que se entrega al Estado, para los costos que requieren la realización de obligaciones y que se exigen de manera obligatoria, imponiendo sanciones si los contribuyentes no lo hacen. En resumen, el Estado, al ejercer plenamente su autoridad, tiene la potestad de forzar al contribuyente a cumplir con su obligación, dado que es imprescindible recolectar los impuestos para sufragar los servicios y bienes que proporciona a la sociedad.

En relación con la justificación metodológica, esta investigación permitirá comprender los procesos metodológicos y la adecuada aplicación y validación del instrumento para obtener la información necesaria para proponer soluciones y recomendaciones. La investigación, se llevará a cabo mediante una encuesta que permitirá recolectar información de la población en estudio, con la finalidad de brindar mejoras para que sirva de referencia a futuros estudios de similares características. Desde el punto de vista práctico, esta investigación se lleva a cabo con el objetivo de aportar y perfeccionar el sistema fiscal de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, considerando las resoluciones que el Estado pueda tomar. El vínculo establecido entre la cultura fiscal y el cumplimiento de las responsabilidades tributarias facilita el análisis del nivel de conciencia fiscal de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote. En cuanto a la justificación social, esta investigación constituye una valiosa contribución para la sociedad en su conjunto, dado que, a través del fortalecimiento de la cultura fiscal, el Estado podrá incrementar la recaudación de ingresos y incentivar a los ciudadanos a cumplir con sus responsabilidades fiscales. En cuanto a las responsabilidades fiscales, los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote comprenderán que el cumplimiento de estas obligaciones promueve la eficiencia en la provisión de servicios por las entidades públicas administradoras, lo que permite al Estado realizar su tarea social de redistribución del ingreso.

Respecto al problema de investigación, a escala mundial, la opinión general acerca de los impuestos es negativa, dado que numerosos ciudadanos piensan que el pago de impuestos no es ventajoso debido a la ausencia de eficacia y supervisión por parte de las entidades encargadas. Según Rodríguez (2020, citado por Huamán, 2024), esta opinión negativa evidencia la falta de entendimiento sobre

el asunto. Por esta razón, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) resalta la importancia de los ingresos económicos para elevar el nivel de vida de los habitantes, financiar servicios y fomentar el desarrollo. En América Latina, el cumplimiento de responsabilidades fiscales es esencial para el progreso de los países. Es esencial la sensibilización acerca de la relevancia de la formalización tanto de las empresas como de los ciudadanos.

En el ámbito nacional, la SUNAT reportó que la carencia de cultura fiscal ha provocado el cierre anticipado de numerosas empresas en Perú. La falta de conocimiento tributario en los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, es citada como una de las causas por las que el Servicio de Administración Tributaria no consigue recaudar todos los impuestos, de acuerdo con Peña (2015, citado por Huamán, 2024). Respecto a las autoridades tributarias, es importante considerar la configuración de las competencias a nivel individual: ¿de qué manera se reparten los ingresos fiscales entre las entidades locales y centrales? ¿Hasta qué punto es explícita y exacta la legislación fiscal en relación y cómo se penalizan las infracciones de forma correspondiente?

Hoy en día, la SUNAT pone en marcha el programa un cambio hacia un sistema de pago a medida, con una evaluación personal adecuada (lo que implicó una transición a la práctica convencional) y escasas exenciones fiscales (por ende, incluso los beneficios de capital se ven afectados). Además, se llevan a cabo conferencias sin costo para emprendedores emergentes. Es vital que las actividades de la empresa se lleven a cabo en el contexto legal, y la formalización es fundamental para una gestión y control más efectivos de estas (SUNAT, 2020).

En el ámbito local, se puede observar que en Chimbote, los comerciantes del Mercado 21 de Abril, a veces, presentan dificultades para cumplir correctamente con las obligaciones fiscales, ya sean formales y/o significativas. Sin embargo, también se percibe que dicha entidad si aplica valores tributarios, una actitud fiscal hacia las responsabilidades fiscales, así como una adecuada conducta tributaria. Por lo tanto, es crucial entender la cultura fiscal y el

cumplimiento de las responsabilidades tributarias de los vendedores del Mercado 21 de Abril de Chimbote.

Bajo este contexto, en la presente investigación se plantea el problema de investigación, con la siguiente interrogante: ¿Cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025?

En cuanto a la conceptualización y operacionalización de variables, la definición conceptual de la variable Cultura Tributaria, de acuerdo con la SUNAT (2020), la cultura tributaria se refiere a un grupo de valores, saberes y actitudes compartidos por los integrantes de una sociedad en relación con la imposición y el cumplimiento de las leyes que la rigen, que llevan al cumplimiento constante y voluntario de las obligaciones fiscales basándose en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto para los contribuyentes como para los empleados de las distintas entidades fiscales; en cuanto a la definición operacional de la variable Cultura Tributaria, se medirá mediante el cuestionario de Cultura Tributaria considerando a las dimensiones: Conciencia Tributaria, Educación Tributaria, Orientación Tributaria y Difusión Tributaria; en cuanto a la definición conceptual de la variable Obligaciones Tributarias, según la SUNAT (2020), la obligación tributaria se define como un vínculo de derecho público entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario, establecido por la ley, cuyo propósito es garantizar el cumplimiento de la prestación tributaria, la cual puede ser exigida de forma coactiva. En cuanto a la definición operacional de la variable Obligaciones Tributarias, se refiere a las actividades y responsabilidades que deben cumplir los contribuyentes, tales como el pago de impuestos y la presentación de las declaraciones fiscales, dentro de los marcos legales establecidos, se medirá mediante el cuestionario de Obligaciones Tributarias considerando a las dimensiones: Obligación Tributaria Formal y Obligación Tributaria Sustancial.

En la presente investigación, se planteó la siguiente hipótesis: La cultura tributaria influye de manera significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025. Asimismo, en concordancia con la hipótesis de investigación, el objetivo general de este estudio consistió en analizar cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025. A partir de este objetivo general, se desglosaron los siguientes objetivos específicos: Determinar cómo la conciencia tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025; establecer cómo la educación tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025; precisar cómo influye la orientación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025; determinar cómo se relaciona la difusión tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.

2. METODOLOGÍA

La investigación actual se enmarca dentro de un enfoque cuantitativo y adopta un diseño no experimental, caracterizado por su naturaleza descriptiva correlacional. Este enfoque implica una serie de procesos secuenciales y probatorios que se alinean con la recolección de datos, tal como lo describen Hernández, Fernández y Baptista (2014), ya que no se ha manipulado deliberadamente las variables, Es transversal, debido a que la recolección de datos se realizó en un solo momento.

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de elementos, deben situarse claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo, acorde con lo señalado por Hernández, Fernández y Baptista (2014). En nuestro caso, la población estuvo conformada por los por los 275 comerciantes activos del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.

La muestra, es una parte representativa de la población cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos de estas, puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población, según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Para la obtención de la muestra, se ha trabajado con un nivel de confianza del 95%, con un margen de error del 5%. La muestra probabilística estuvo conformada por 101 comerciantes activos del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.

Respecto a las técnicas e instrumentos de investigación, se procedió a utilizar la técnica de la encuesta para ambas variables, que nos permitió recoger los datos de la población objetivo para luego convertirla en la información requerida para la ejecución de la investigación. Se utilizó el cuestionario, instrumento compuesto por (12) ítems para la variable Cultura Tributaria y (12) ítems para la variable Obligaciones Tributarias, y se empleó como escala de medición, la escala de Likert.

Respecto al procesamiento de los datos obtenidos se realizó mediante la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, y que corresponden a los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025. Durante la realización del trabajo de campo, se utilizaron: SPSS versión 22 y Excel 2016. En esta investigación, se ejecutó primero el análisis descriptivo de las variables, a través de tablas o gráficos de frecuencias absolutas y/o relativas, posteriormente se ejecutó el análisis inferencial o prueba de hipótesis con la finalidad de identificar la correlación entre las variables en estudio (Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias), para ello se empleó el coeficiente de Correlación de Pearson (r), por ser una prueba estadística paramétrica.

3. RESULTADOS

Resultados Descriptivos

Análisis descriptivo: Variable Cultura Tributaria

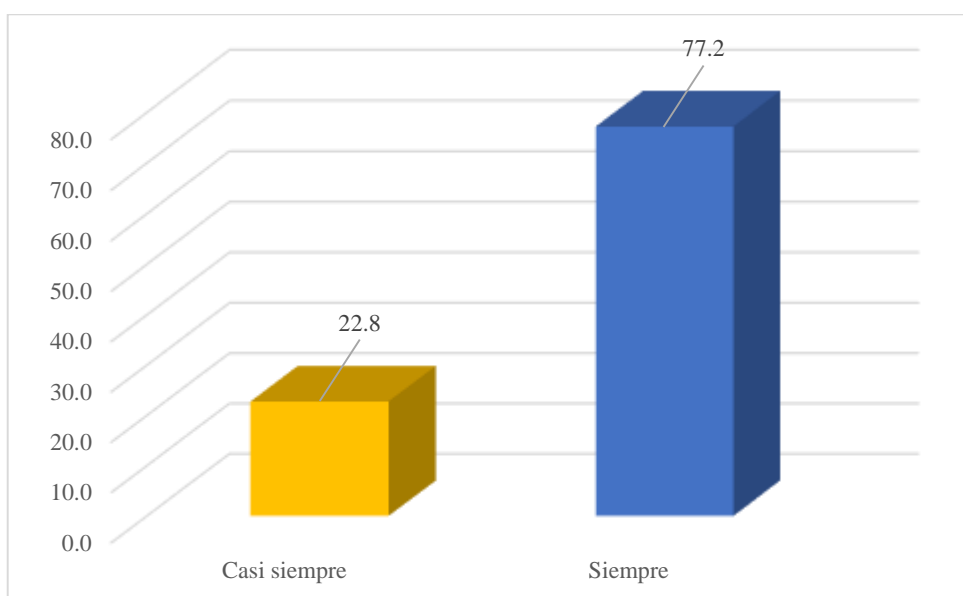


Figura 1. Nivel de la variable Cultura Tributaria.

*Fuente: Cuestionario aplicado a los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de
Chimbote, 2025.*

Interpretación: En la figura 1, se muestran los resultados sobre la variable Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado en cuestión. Del 100,0% de los comerciantes encuestados el 77,2% manifiesta que Siempre cuentan con una considerable prevalencia de cultura tributaria en su organización, entendida como el conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros

de la sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen; mientras que el 22,8% indica que Casi siempre tienen una adecuada cultura tributaria.

Análisis descriptivo: Dimensión Conciencia Tributaria

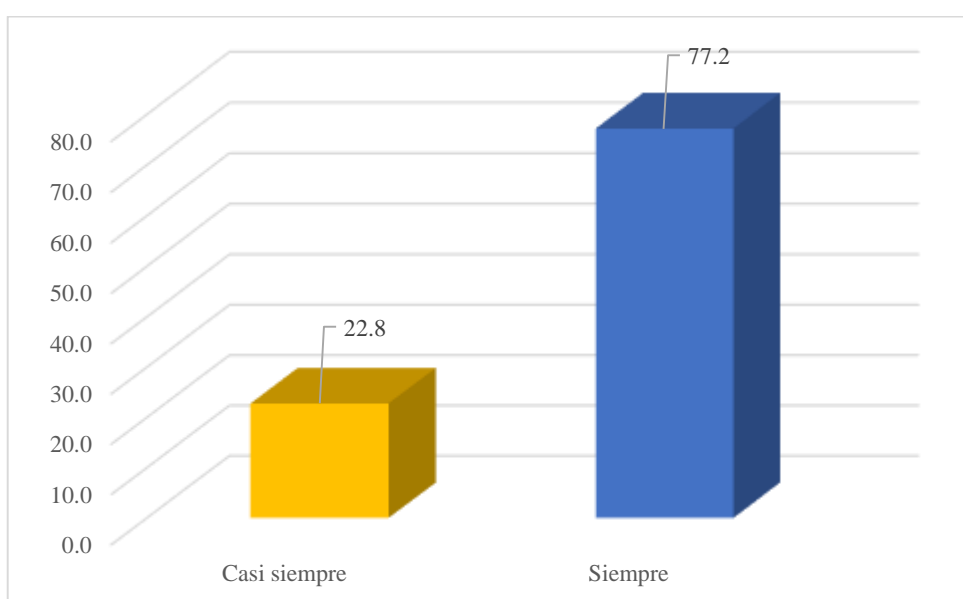


Figura 2. Nivel de la dimensión Conciencia Tributaria

Fuente: Cuestionario aplicado a los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.

Interpretación: En la figura 2, se muestran los resultados sobre la dimensión Conciencia Tributaria de los Comerciantes en análisis. Del 100,0% de los comerciantes encuestados el 77,2% manifiesta que Siempre cuentan con una adecuada conciencia tributaria en su organización, entendida como las motivaciones intrínsecas de las personas a pagar voluntariamente los impuestos y a las actitudes, creencias y percepciones de las personas; mientras que el 22,8% indica que Casi siempre tienen una apropiada conciencia tributaria.

Análisis descriptivo: Dimensión Educación Tributaria

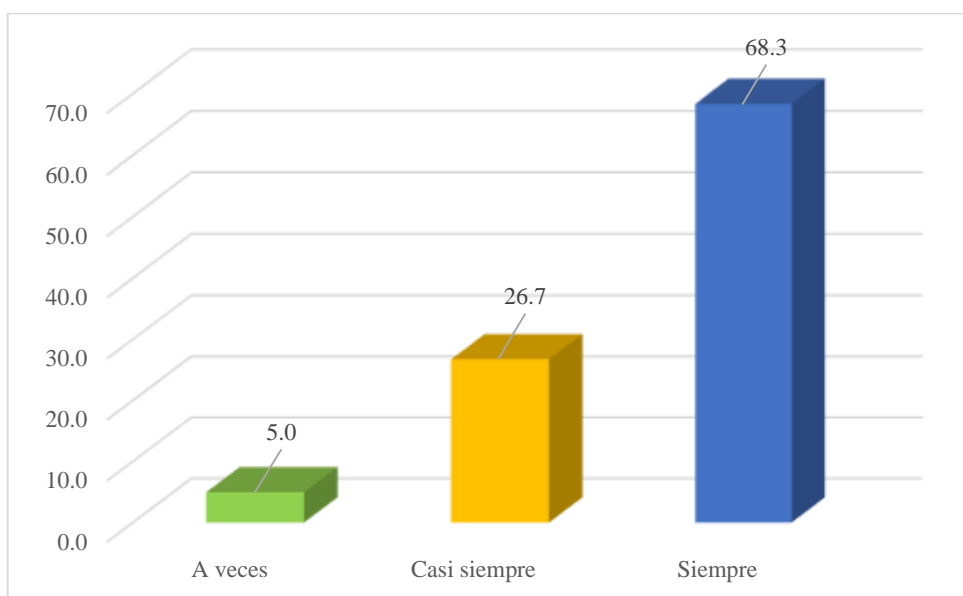


Figura 3. Nivel de la dimensión Educación Tributaria

Fuente: Cuestionario aplicado a los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.

Interpretación: En la figura 3, se muestran los resultados sobre la dimensión Educación Tributaria de los Comerciantes en análisis. Del 100,0% de los comerciantes encuestados el 68,3% manifiesta que Siempre cuentan con una adecuada educación tributaria en su organización, entendida como la estrategia que tiene como objetivo fomentar una ciudadanía solidaria, participativa y consciente de sus derechos y obligaciones, en el ámbito de los tributos; el 26,7% indica que Casi siempre tienen apropiada educación tributaria, y un 5,0% de los comerciantes encuestados manifiesta que A veces consideran tener una adecuada educación tributaria.

Análisis descriptivo: Dimensión Orientación Tributaria

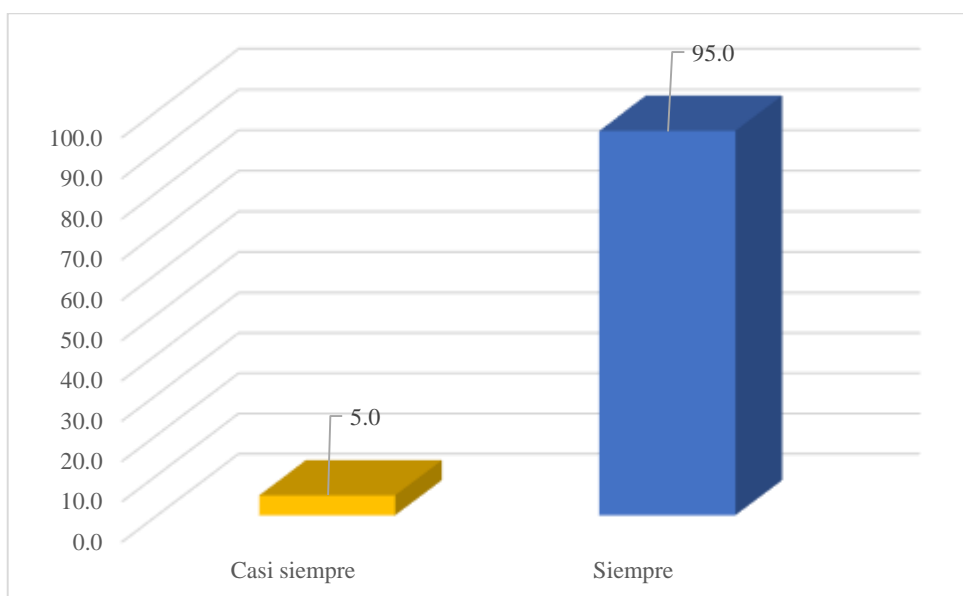


Figura 4. Nivel de la dimensión Orientación Tributaria

*Fuente: Cuestionario aplicado a los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de
Chimbote, 2025.*

Interpretación: En la figura 4, se muestran los resultados sobre la dimensión Orientación Tributaria de los Comerciantes en cuestión. Del 100,0% de los comerciantes encuestados el 95,0% manifiesta que Siempre cuentan con una adecuada orientación tributaria en su organización, entendida como la unidad administrativa responsable de asistir y guiar a los contribuyentes de manera personal, telefónica o en línea, sobre la adecuada aplicación y recolección de los impuestos que gestiona y de aquellos cuya recaudación se le asigna; mientras que el 5,0% indica que Casi siempre tienen una apropiada orientación tributaria.

Análisis descriptivo: Dimensión Difusión Tributaria

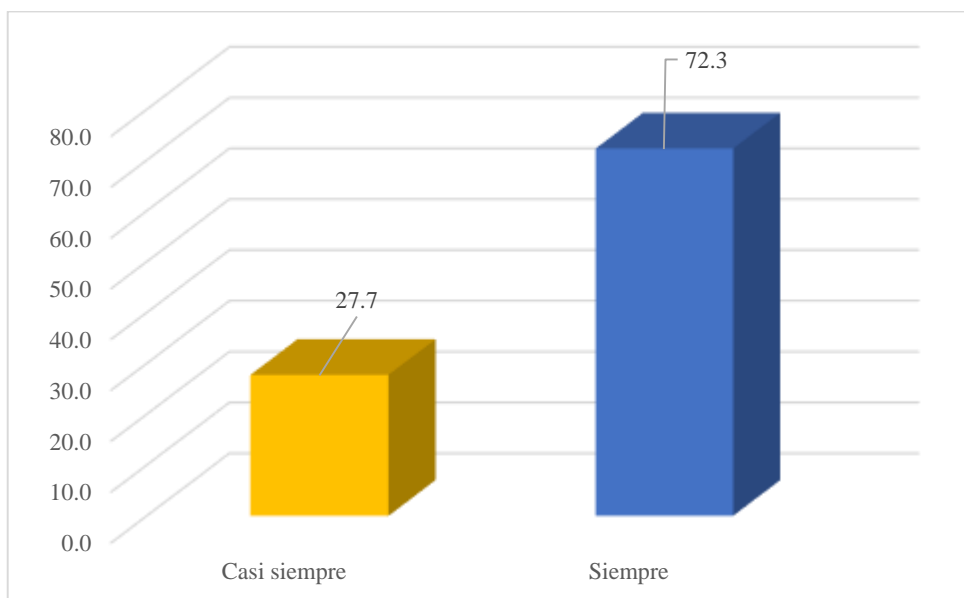


Figura 5. Nivel de la dimensión Difusión Tributaria

Fuente: Cuestionario aplicado a los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.

Interpretación: En la figura 5, se muestran los resultados sobre la dimensión Difusión Tributaria de los Comerciantes en análisis. Del 100,0% de los comerciantes encuestados el 72,3% manifiesta que Siempre cuentan con una adecuada difusión tributaria en su organización, entendida como el proceso que tiene como objetivo informar o convencer sobre el cumplimiento adecuado y oportuno de una obligación fiscal utilizando los medios que la administración le indique; mientras que el 27,7% indica que Casi siempre tienen una apropiada difusión tributaria.

Análisis descriptivo: Variable Obligaciones Tributarias

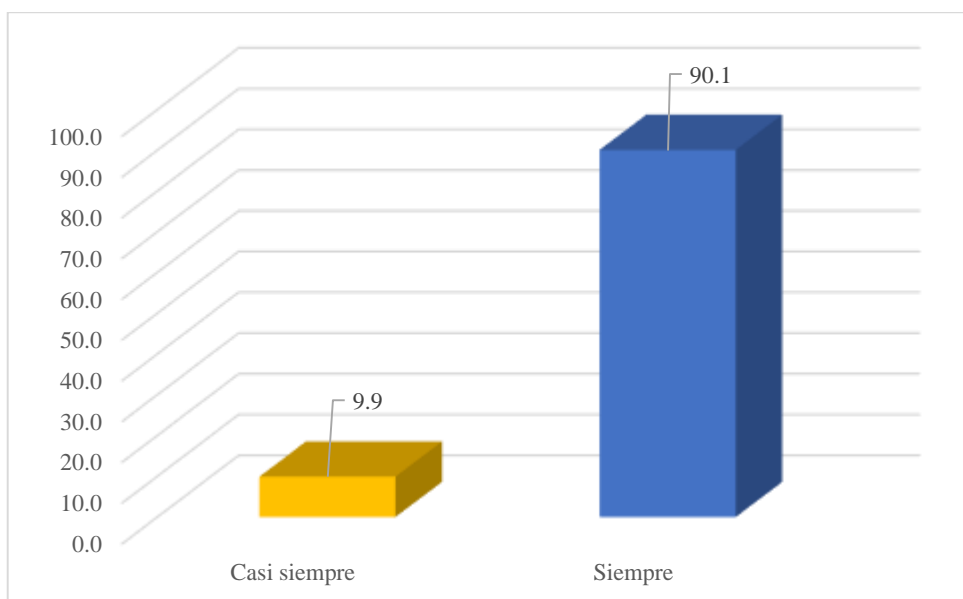


Figura 6. Nivel de la variable Obligaciones Tributarias.

Fuente: Cuestionario aplicado a los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.

Interpretación: En la figura 6, se muestran los resultados sobre la variable Obligaciones Tributarias de los Comerciantes en análisis. Del 100,0% de los comerciantes encuestados el 90,1% manifiesta que Siempre cumplen con las obligaciones tributarias derivadas del funcionamiento de su organización, entendida como la relación entre el acreedor y el deudor fiscal, definido por ley, cuyo propósito es el cumplimiento de la prestación fiscal, siendo exigible de forma coactiva; mientras que el 9,9% indica que Casi siempre cumplen con las obligaciones tributarias.

Análisis descriptivo: Dimensión Obligación Tributaria Formal

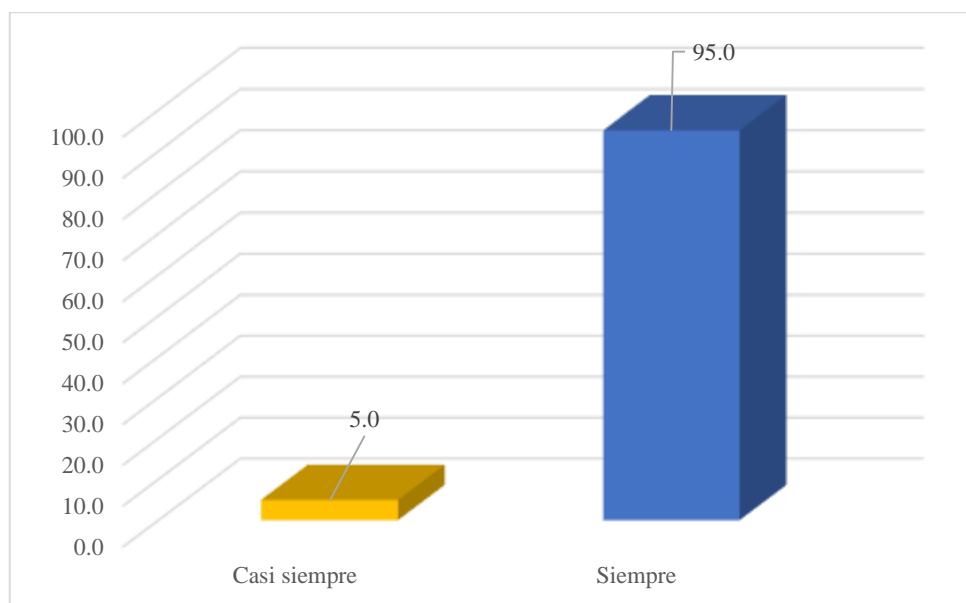


Figura 7. Nivel de la dimensión Obligación Tributaria Formal

Fuente: Cuestionario aplicado a los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.

Interpretación: En la figura 7, se muestran los resultados sobre la dimensión Obligación Tributaria Formal de los Comerciantes en análisis. Del 100,0% de los comerciantes encuestados el 95,0% manifiesta que Siempre cumplen con las obligaciones tributarias formales como consecuencia del funcionamiento de su organización, entendida como las que, sin tener una naturaleza pecuniaria, son aplicadas por la legislación fiscal o aduanera a los sujetos tributarios, deudores o no del impuesto, y cuyo cumplimiento está vinculado con la realización de acciones o procedimientos fiscales o aduaneros; mientras que el 5,0% indica que Casi siempre cumplen con las obligaciones tributarias formales.

Análisis descriptivo: Dimensión Obligación Tributaria Sustancial

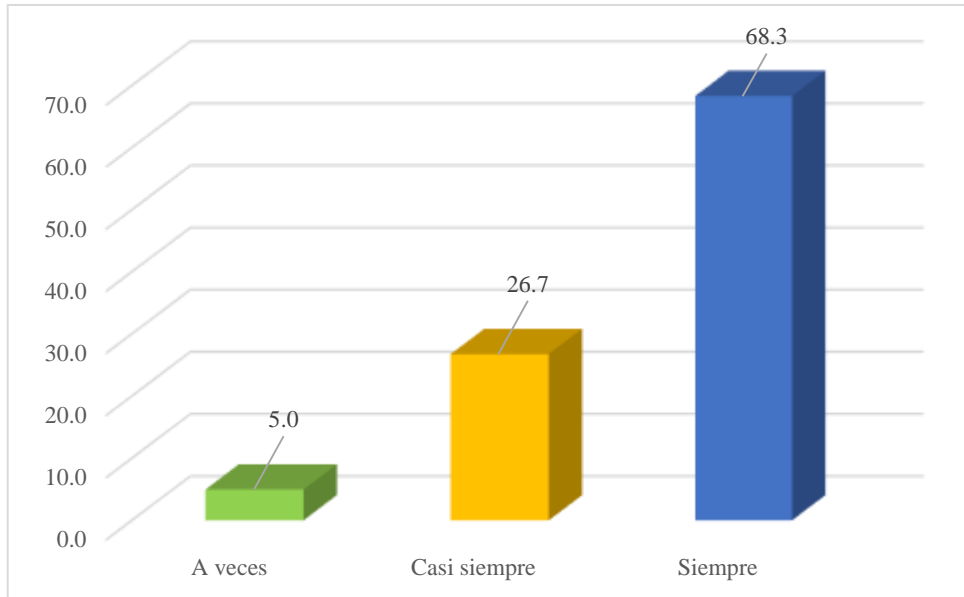


Figura 8. Nivel de la dimensión Obligación Tributaria Sustancial

Fuente: Cuestionario aplicado a los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de
Chimbote, 2025.

Interpretación: En la figura 8, se muestran los resultados sobre la dimensión Obligación Tributaria Sustancial de los Comerciantes en cuestión. Del 100,0% de los comerciantes encuestados el 68,3% manifiesta que Siempre cumplen con las obligaciones tributarias sustanciales como consecuencia del funcionamiento de su organización, entendida como aquella en la que el sujeto pasivo (contribuyente) está obligado por la ley a entregar un monto específico al organismo público como impuesto, una vez establecido el hecho imponible; el 26,7% indica que Casi siempre cumplen con las obligaciones tributarias sustanciales, mientras que el 5,0% señala que A veces cumplen con dichas obligaciones tributarias.

Prueba de Normalidad

Tabla 1

Pruebas de Normalidad - Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura tributaria	,289	101	,000	,686	101	,000
Obligaciones tributarias	,367	101	,000	,645	101	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: En la Tabla 1, se presenta la prueba de normalidad llevada a cabo en las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril. Para determinar si hay una distribución normal, se escoge la prueba “Kolmogórov-Smirnov” porque la muestra comprende más de 50 participantes. De modo que, con respecto a las variables, tanto la Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias tienen un p-valor inferior a 0,05, por lo tanto, la hipótesis nula no es aceptada. Es decir, no es normal la distribución de los datos y, por tanto, se aplica la prueba no paramétrica Rho Spearman, para determinar la relación entre ambas.

Contrastación de hipótesis

Resultados del objetivo general

Tabla 2

Correlación entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.

			Cultura Tributaria	Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Cultura Tributaria	Coeficiente de correlación	1	,891**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	101	101
	Obligaciones Tributarias	Coeficiente de correlación	,891**	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	101	101

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

Interpretación: En la Tabla 2, se observa que medida estadística Rho Spearman es 0,891** con una significación bilateral de: $0,000 < 0,05$ lo que significa que, existe una correlación positiva elevada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril, es decir, que al existir una mayor cultura tributaria de los comerciantes contribuyentes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de investigación siendo que su significación bilateral de: $0,000 < 0,05$.

Resultados del objetivo específico N° 1

Tabla 3

Correlación entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, en su dimensión Conciencia Tributaria.

			Conciencia Tributaria	Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Conciencia Tributaria	Coefficiente de correlación	1	,832**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	101	101
	Obligaciones Tributarias	Coefficiente de correlación	,832**	1
Sig. (bilateral)		,000		
N		101	101	

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

Interpretación: En la Tabla 3, se observa que la medida estadística Rho Spearman es 0,832** con una significación bilateral de: $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva elevada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril, en su dimensión conciencia tributaria, es decir, que al existir una mayor conciencia tributaria de los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de investigación siendo que su significancia bilateral de $0,000 < 0,05$.

Resultados del objetivo específico N° 2

Tabla 4

Correlación entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, en su dimensión Educación Tributaria.

			Educación Tributaria	Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Educación Tributaria	Coefficiente de correlación	1	,835**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	101	101
	Obligaciones Tributarias	Coefficiente de correlación	,835**	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	101	101

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

Interpretación: En la Tabla 4, se observa que la medida estadística Rho Spearman: es 0,835** con una significación bilateral de: $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva elevada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril, en su dimensión educación tributaria, es decir, que al existir una mayor educación tributaria de los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de investigación siendo que su significancia bilateral de $0,000 < 0,05$.

Resultados del objetivo específico N° 3

Tabla 5

Correlación entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, en su dimensión Orientación Tributaria.

			Orientación Tributaria	Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Orientación Tributaria	Coeficiente de correlación	1	,608**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	101	101
	Obligaciones Tributarias	Coeficiente de correlación	,608**	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	101	101

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

Interpretación: En la Tabla 5, se observa que la medida estadística Rho Spearman es: 0,608** con una significación bilateral de: $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril, en su dimensión orientación tributaria, es decir, que al existir una mayor orientación tributaria de los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de investigación siendo que su significancia bilateral de $0,000 < 0,05$.

Resultados del objetivo específico N° 4

Tabla 6

Correlación entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, en su dimensión Difusión Tributaria.

			Difusión Tributaria	Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Difusión Tributaria	Coefficiente de correlación	1	,704**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	101	101
	Obligaciones Tributarias	Coefficiente de correlación	,704**	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	101	101

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

Interpretación: En la Tabla 6, se observa que la medida estadística Rho Spearman es: 0,704** con una significación bilateral de: $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril, en su dimensión difusión tributaria, es decir, que al existir una mayor difusión tributaria en los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución. Por lo tanto, se confirma la hipótesis de investigación siendo que su significancia bilateral de $0,000 < 0,05$.

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Pariona (2024), en su estudio tuvo como propósito determinar cómo la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de la obligación fiscal del Imp. a la Renta de Tercera Categoría de la Compañía Buena Tierra Sur E.I.R.L. de Tacna, año 2022. Los resultados demostraron que la cultura tributaria es regular (75,0%), y el cumplimiento de las obligaciones fiscales del Imp. a la Renta de 3ra Categoría es regular (75,0%). Conclusiones: la cultura tributaria se relaciona significativamente con el cumplimiento de la obligación fiscal del Imp. a la Renta de 3ra Categoría ($Rho=0,822$) que muestra una correlación positiva muy fuerte. Por lo tanto, los resultados del investigador mencionado confirmarían los resultados de la presente investigación, reflejados en la Tabla 02, donde se observa que la medida estadística Rho Spearman es: $0,891^{**}$ con una significación bilateral de $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva elevada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, es decir, que al existir una mayor cultura tributaria de los comerciantes contribuyentes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

Montalvo y Rijalva (2022), en su estudio tuvieron como objetivo determinar si la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del centro comercial Muruhuay en el Cercado de Lima, en el año 2019. Como resultado principal se obtuvo que, entre la cultura tributaria de los comerciantes encuestados y el cumplimiento de las obligaciones tributarias existe una influencia significativa ($Rho=0,98$ y $sig=0,000$); existe una correlación positiva alta ($Rho=0,92$ y $sig=0,000$) entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del centro comercial Muruhuay; existe una correlación positiva alta ($Rho=0,74$ y $sig=0,000$) entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del centro comercial Muruhuay. En conclusión, la cultura

tributaria influye positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes en análisis. Por lo tanto, los resultados de los investigadores mencionados confirmarían los resultados de la presente investigación, reflejados en la Tabla 03, donde se observa que la medida estadística Rho Spearman es 0,832** con una significación bilateral de $0,000 < 0,05$ lo que significa que, existe una correlación positiva elevada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril, en su dimensión conciencia tributaria, es decir, que al existir una mayor conciencia tributaria de los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

Huamán (2024), en su tesis tuvo como propósito establecer la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales en la Asociación Megacentro Mayorista El Paraíso, Arequipa, 2022. Los resultados indicaron que el 60.78% (equivalente a 93 casos) se encuentra en el nivel regular en relación con la cultura tributaria, mientras que el 50.98% (equivalente a 78 casos) se ubica en el nivel regular en cuanto al cumplimiento de las obligaciones tributarias. Además, se obtuvo que, existe una relación alta ($Rho=0,871$) entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe una relación media ($Rho=0,559$) entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe una relación media ($Rho=0,653$) entre la educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe una relación media ($Rho=0,587$) entre la difusión y orientación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Por lo tanto, los resultados del investigador mencionado confirmarían los resultados de la presente investigación, reflejados en la Tabla 04, donde se observa que la medida estadística Rho Spearman es: 0,835** con una significación bilateral de: $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva elevada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril, en su dimensión educación tributaria, es decir, que al existir una mayor educación tributaria de los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

Luna (2024), en su tesis tuvo por objetivo en investigar la relación entre cultura tributaria y su influencia en el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias. Los resultados demostraron una correlación positiva baja ($Rho=0,383^{**}$ y $sig.=0,000$) entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado Central Puno; existe una correlación positiva baja ($Rho=0,313^{**}$ y $sig.=0,004$) entre la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias; no existe correlación ($Rho=0,160^{**}$ y $sig.=0,155$) entre la educación tributaria y las obligaciones tributarias; existe una correlación positiva baja ($Rho=0,310^{**}$ y $sig.=0,005$) entre la orientación tributaria y las obligaciones tributarias; existe una correlación positiva baja ($Rho=0,364^{**}$ y $sig.=0,001$) entre la difusión tributaria y las obligaciones tributarias. Por lo tanto, los resultados del investigador mencionado confirmarían los resultados de la presente investigación, reflejados en la Tabla 05, donde se observa que la medida estadística Rho Spearman es $0,608^{**}$ con una significancia bilateral de $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril en el periodo establecido, en su dimensión orientación tributaria, es decir, que al existir una mayor orientación tributaria de los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

Mamani y Espinoza (2022), en su tesis tuvieron como propósito determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Pacocha – Ilo, 2021. Respecto a los resultados se determinó una relación positiva alta ($Rho=0,845$ y valor $sig.=0,000 < 0,05$) entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado antes mencionado; relación positiva alta ($Rho=0,701$ y valor $sig.=0,000 < 0,05$) entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe relación positiva alta ($Rho=0,836$ y valor $sig.=0,000 < 0,05$) entre la educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe relación positiva alta ($Rho=0,701$ y valor $sig.=0,000 < 0,05$) entre la orientación tributaria y el

cumplimiento de las obligaciones tributarias; existe relación positiva alta ($Rho=0,810$ y valor sig. $=0,000<0,05$) entre la difusión tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Por lo tanto, los resultados de los investigadores mencionados confirmarían los resultados de la presente investigación, reflejados en la Tabla 06, donde se observa que la medida estadística Rho Spearman es $0,704^{**}$ con una significación bilateral de: $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril, en su dimensión difusión tributaria, es decir, que al existir una mayor difusión tributaria en los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

5. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo general, se determinó que la medida estadística Rho Spearman es 0,891** con una significación bilateral de $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva elevada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, es decir, que al existir una mayor cultura tributaria de los comerciantes contribuyentes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

Respecto al primer objetivo específico, se determinó que la medida estadística Rho Spearman es 0,832** con una significación bilateral de $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva elevada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, en su dimensión conciencia tributaria, es decir, que al existir una mayor conciencia tributaria de los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

Respecto al segundo objetivo específico, se determinó que la medida estadística Rho Spearman es 0,835** con una significación bilateral de $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva elevada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, en su dimensión educación tributaria, es decir, que al existir una mayor educación tributaria de los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

Respecto al tercer objetivo específico, se determinó que la medida estadística Rho Spearman es 0,608** con una significación bilateral de $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre las

variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, en su dimensión orientación tributaria, es decir, que al existir una mayor orientación tributaria de los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

Respecto al cuarto objetivo específico, se determinó que la medida estadística Rho Spearman es 0,704** con una significancia bilateral de $0,000 < 0,05$ lo que significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025, en su dimensión difusión tributaria, es decir, que al existir una mayor difusión tributaria en los comerciantes traerá consigo un mayor nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la institución.

6. RECOMENDACIONES

Se recomienda que los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote involucren en seminarios sobre impuestos organizados por organismos públicos para potenciar su entendimiento y acatamiento de las responsabilidades tributarias. Adicionalmente, la SUNAT debería aumentar la regularidad de las charlas y formación destinadas a los comerciantes para robustecer su cultura tributaria, particularmente en un periodo de expansión económica.

Se sugiere a la SUNAT promover la conciencia tributaria entre los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, informándoles sobre las consecuencias y sanciones por el incumplimiento de sus responsabilidades fiscales. Además, se les debería proporcionar información sobre diversas medidas que pueden facilitar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Se recomienda a los directivos de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote solicitar a la SUNAT la asignación de personal capacitado para ofrecer educación tributaria a los comerciantes. Esta capacitación debería incluir información sobre la importancia de la formalización y las ventajas que esta conlleva para la sociedad, con el objetivo de motivarlos a cumplir con sus responsabilidades tributarias.

Se recomienda a los directivos de los Comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote implementar en sus instalaciones una cabina de guía respaldada por la SUNAT, en la que cada comerciante pueda obtener consejo sobre su situación fiscal actual, además de guía y facilidades para inscribirse en la formalidad y cumplir con las responsabilidades fiscales exigidas por la legislación.

Se sugiere a los directivos de los Comerciantes del Mercado del Mercado 21 de Abril de Chimbote que desarrollen campañas de información y sesiones de educación que estimulen y promuevan la observancia de las obligaciones tributarias.

Agradecimiento

En primer lugar, quiero agradecer a mis padres, por haberme inculcado los valores necesarios para no rendirme en ningún momento de mi vida y al realizar esta investigación, para ustedes este trabajo con mucho aprecio e infinito agradecimiento. En segundo lugar, quiero agradecer a mis profesores y mi asesor, por brindarme los conocimientos necesarios para culminar exitosamente mi tesis. Y por último a la Universidad San Pedro por darme la oportunidad de estudiar y así poder obtener mi título profesional.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, Y. y López, M. (2023). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de un mercado mayorista de Trujillo, 2023*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad César Vallejo. Perú. Obtenido de:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/135366/Aguilar_PY-Lopez_CMA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alava, M., Alban, C., Romero, R. & Panchana, M. (2024). *Incidencia de la cultura tributaria en la recaudación de impuestos en la provincia de Los Ríos, revisión sistemática*. Código Científico Revista De Investigación, 5(E3), 246–266. Ecuador. Obtenido de:
<https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v5/nE3/318>
- Alva, O. y Rosales, J. (2022). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias de la empresa Famy lab. Año 2021*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad César Vallejo. Perú. Obtenido de:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/115645/Alva_BOA-Rosales_ZJJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Anchiraico, E. (2024). *Cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias en los contribuyentes dedicados a los servicios de publicidad ubicados en el jirón Deústua - El Tambo – 2022*. Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público. Universidad Continental. Perú. Obtenido de:
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/15320/1/IV_FCE_310_TE_Anchiraico_Gaspar_2024.pdf
- Blog Telesup (17 de octubre 2020). *Las Obligaciones Tributarias Formales*. Blog de Educación Aprende más con nosotros. Obtenido de:
<https://telesup.edu.pe/las-obligaciones-tributarias-formales/>
- Calderón, L. y Rivas, L. (2023). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas comerciales del Emporio Comercial de Gamarra, en el periodo 2022*. Tesis para optar al título profesional de Contadora Pública. Universidad Privada del Norte. Obtenido de:

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/37904/Calder%203n%20Wilchez%20Leslie%20Ximena%20-%20Rivas%20Paredes%20Lisseth%20Ivonne.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Carrasco, K. y Santamaria, G. (2022). *Cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de calzados del mercado modelo, Chiclayo 2021*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Señor de Sipán. Perú. Obtenido de:

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10478/Carrasco%20Remon%20Kyara%20%26%20Santamaria%20Chapo%20Gisela.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castillo, M. y Rodriguez, J. (2022). *La cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria en los comerciantes del mercado Chacra la Olla, Chimbote – 2020*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad César Vallejo. Perú. Obtenido de:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103429/Castillo_GMM-Rodriguez_LJL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Custodio, Y. y Zavaleta, E. (2023). *Cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias en Distribuidora Mayrin S.A.C., Chimbote, 2023*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad César Vallejo. Perú. Obtenido de:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/135167/Custodio_VYM-Zavaleta_FEP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chavez, D. y Rodriguez, E. (2023). *Cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de la empresa Melacentro Blas's S.R.L., Chimbote – 2022*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad César Vallejo. Perú. Obtenido de:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/132794/Chavez_ODL-Rodriguez_HEJ-SD.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Espinosa, Y., Rodríguez, G., Díaz, F. y Porras, E. (2021). *Cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales del*

- contribuyente. Tesis de Pregrado. Universidad Santo Tomás. Colombia. Obtenido de:
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contad/article/view/8322/13515>
- Guillermo, A. (2022). *Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Bahía Center, Chimbote, 2021*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad César Vallejo. Perú. Obtenido de:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/88252/Guillermo_CAMS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Huamán, M. (2024). *Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la Asociación Megacentro Mayorista El Paraíso, Arequipa, 2022*. Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público. Universidad Continental. Perú. Obtenido de:
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/15302/1/IV_FCE_310_TE_Huaman_Cruz_2024.pdf
- Huamán, G. (2024). *Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas de Turismo Huamanga - Ayacucho, 2023*. Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público. Universidad Continental. Perú. Obtenido de:
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/14975/1/IV_FCE_310_TE_Huaman_Borda_2024.pdf
- Lapa, K. (2024). *Cultura tributaria en las obligaciones tributarias de contribuyentes de las micro y pequeñas empresas de multicentro Santa Clara, Ate, 2021*. Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público. Universidad San Ignacio de Loyola. Perú. Obtenido de:
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/5727cdfe-e56b-4b74-b747-36595d11d67d/content>
- Lima, A., Quispe, V. y Tapahuasco, Luz. (2024). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes de abarrotes de los mercados públicos de Huancayo metropolitano – 2022*. Tesis para optar

el título profesional de Contador Público. Universidad Continental. Perú.
Obtenido de:

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/14972/2/IV_FCE_310_TE_Lima_Quispe_Tapahuasco_2024.pdf

López, A. (2024). *La cultura tributaria y cumplimiento tributario de la empresa comercializadora y distribuidora Joel S.A.C del distrito de Chincha Alta, 2023*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Privada San Juan Bautista. Perú. Obtenido de:

<https://repositorio.upsjb.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/b6b27779-113a-4a5a-b893-20b68fec557c/content>

Luna, E. (2024). *Cultura tributaria y obligación tributaria en los comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Privada San Carlos. Perú. Obtenido de:

https://repositorio.upsc.edu.pe/bitstream/handle/UPSC/940/Elizabeth_LUNA_RAMOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Macías, F. & Parrales, M. (2024). *Cultura Tributaria en la Cámara de Comercio del Cantón Jipijapa*. Revista Científica Ciencia y Desarrollo. Vol. 27, Núm. 4 (2024). Ecuador. Obtenido de:

<http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v27i4.2746>

Mamani, H. y Espinoza, O. (2022). *Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Pacocha - Ilo 2021*. Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público. Universidad Continental. Perú. Obtenido de:

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12217/1/IV_FCE_310_TE_Mamani_Espinoza_2022.pdf

Montalvo, J. y Rijalva, D. (2022). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el centro comercial Muruhuay*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad de Ciencias y Humanidades. Perú. Obtenido de:

https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/694/Montalvo_JA_Rijalva_D_tesis_contabilidad_finanzas_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Olortegui, M. y Pumayauli, G. (2024). *La cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de las galerías de Gamarra*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad de Ciencias y Humanidades. Perú. Obtenido de:

https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/880/Olortegui_MM_Pumayauli_GR_tesis_contabilidad_finanzas_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Paguay, A. (2024). *Cultura tributaria en el mercado Bicentenario, cantón Machala, provincia del Oro, año 2023*. Trabajo de integración curricular para la obtención del título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Ecuador. Obtenido de:

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/11603/1/UPSE-TCA-2024-0072.pdf>

Pariona, R. (2024). *Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales del impuesto a la renta de tercera categoría de la compañía buena tierra Sur EIRL. Tacna*. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Autónoma del Perú. Perú. Obtenido de:

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/3232/Pariona%20Granda%2c%20Rafael.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Peña, M. y Núñez, C. (2021). *Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el sector comercio de Pucallpa, Perú*. *Revista Hechos Contables*. Revista de Investigación en Contabilidad. Vol. 1 No. 2, pp. 51-62. Junio - Diciembre 2021. ISSN: 2810-8388. Obtenido de:

[file:///D:/DESCARGAS/4%20\(1\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/4%20(1).pdf)

Pérez, L. (2024). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes de la plaza pecuaria Iscocongá del distrito de Llacanora, Cajamarca, 2023*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Nacional de Cajamarca. Perú. Obtenido de:

- <http://190.116.36.86/bitstream/handle/20.500.14074/6897/TESIS%20LEIDY%20ROXANA%20PEREZ%20TERAN...pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Rodríguez, A. (2024). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los microempresarios del mercado modelo de Chimbote 2024*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad César Vallejo. Perú. Obtenido de:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/157846/Rodriguez_PAD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SUNAT (2020). *Glosario de términos sobre cultura tributaria y aduanera. Gerencia de Cultura Tributaria y Aduanera de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*. Obtenido de:
<https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>
- Taculí, R. (2024). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los empresarios de la Cámara de Comercio de Cajamarca, 2022*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Nacional de Cajamarca. Perú. Obtenido de:
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/6492/TESIS%20RAQUEL%20ANA%20ROSA%20TACUL%c3%8d%20D%c3%8dAZ%20-%2071085424.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Toala, L. y Lucio, A. (2024). *Cultura tributaria y las obligaciones fiscales del Mercado 13 de Octubre, Cantón Jipijapa*. Revista Científica Ciencia y Desarrollo, Vol. 27, Núm. 1 (2024). Ecuador. Obtenido de:
<http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v27i1.2584>
- Trujillo, V. (2024). *Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo y Central Huacho, 2023*. Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Gestión Pública. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Perú. Obtenido de:
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/10231/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Villasmil, M., Maza, C., Barros, J. & Torres, C. (2024). *Cultura tributaria en Colombia: Un análisis del cumplimiento de obligaciones fiscales*. Revista de ciencias sociales, ISSN-e 1315-9518, Vol. 30, N°. Extra 9 (Especial), 2024, págs. 422-436. Colombia. Obtenido de:
file:///D:/DESCARGAS/Dialnet-CulturaTributariaEnColombia-9645079.pdf

Anexos y apéndice.

ANEXO 01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
CULTURA TRIBUTARIA	De acuerdo con la SUNAT (2020), la cultura tributaria se refiere a un grupo de valores, saberes y actitudes compartidos por los integrantes de una sociedad en relación con la imposición y el cumplimiento de las leyes que la rigen, que llevan al cumplimiento constante y voluntario de las obligaciones fiscales basándose en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto para los contribuyentes como para los empleados de las distintas entidades fiscales.	Se medirá mediante el cuestionario de Cultura Tributaria considerando a las dimensiones: conciencia tributaria, educación tributaria, orientación tributaria y difusión tributaria.	Conciencia Tributaria	Pago voluntario de impuestos.	1	Likert
				Estímulo al cumplimiento fiscal.	2	Likert
				Beneficio colectivo para la sociedad.	3	Likert
			Educación Tributaria	Programas educativos sobre impuestos.	4	Likert
				Promoción de conciencia y ética tributaria.	5	Likert
				Entendimiento de derechos y responsabilidades.	6	Likert
			Orientación Tributaria	Servicios de atención al contribuyente.	7	Likert
				Asesoría y apoyo al contribuyente.	8	Likert
				Seminarios en línea gratuitos sobre orientación fiscal.	9	Likert
			Difusión Tributaria	Divulgación de temas fiscales en redes sociales.	10	Likert
				Campañas de concienciación tributaria.	11	Likert
				Campañas informativas sobre impuestos.	12	Likert
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	Según la SUNAT (2020), 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.	Se medirá mediante el cuestionario de Obligaciones Tributarias considerando a las dimensiones: obligación tributaria formal y obligación tributaria sustancial.	Obligación Tributaria Formal	Inscripción en el RUC.	1	Likert
				Emisión y entrega de recibos de pago.	2, 3	Likert
				Mantenimiento de registros contables.	4	Likert
				Presentación de declaraciones de Impuestos.	5, 6	Likert
			Obligación Tributaria Sustancial	Cumplimiento tributario.	7, 8	Likert
				Pago de sanciones e intereses.	9, 10	Likert
				Procedimientos y plazos de pago.	11, 12	Likert

ANEXO 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	VARIABLES	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
¿Cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025?	<p>Cultura Tributaria</p> <p>Obligaciones Tributarias</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Analizar cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>a) Determinar cómo la conciencia tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.</p> <p>b) Establecer cómo la educación tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.</p> <p>c) Precisar cómo influye la orientación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.</p> <p>d) Determinar cómo se relaciona la difusión tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.</p>	<p>La cultura tributaria influye de manera significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Es de tipo básica, nivel descriptivo correlacional y enfoque cuantitativo.</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN El diseño será no experimental, ya que no se ha manipulará deliberadamente las variables, Es transversal, debido a que la recolección de datos se realizará en un solo momento.</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA La población estará conformada por los 275 comerciantes activos del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025. La muestra estará conformada por 101 comerciantes activos del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025 elegidos aleatoriamente.</p> <p>TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS Se utilizará la técnica de la encuesta para ambas variables. El instrumento lo constituirá el cuestionario compuesto por (12) ítems para la variable Cultura Tributaria y (12) ítems para la variable Obligaciones Tributarias, y se empleará como escala de medición, la escala de Likert.</p>

ANEXO 03: CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

EDAD:

SEXO:

La presente investigación presenta el siguiente cuestionario, con el objetivo de recopilar información con respecto al tema “Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025”. Por lo cual requerimos de su apoyo en la participación de brindar información para el desarrollo de la relación de preguntas de manera objetiva, indicando si se encuentra de acuerdo en dicha participación. El tratamiento del cuestionario será absolutamente confidencial, se pretende que responda con absoluta libertad y con la mayor veracidad posible al mismo.

Indique Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre y Siempre, según su percepción sobre diversos aspectos de la organización marcando con una X en la respuesta que considere más acertada. Asegúrese de responder todas las preguntas. No hay respuestas correctas o incorrectas ni preguntas con trampa.

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

VARIABLE: CULTURA TRIBUTARIA

N°	Ítems	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Conciencia Tributaria						
1	¿Considera usted que los comerciantes del Mercado 21 de Abril cumplen voluntariamente con sus obligaciones tributarias?					
2	¿Considera usted que los comerciantes del Mercado 21 de Abril se sienten motivados con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?					
3	¿Considera usted que el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril beneficia a la sociedad?					
Dimensión 2: Educación Tributaria						
4	¿Considera usted que los programas de educación tributaria promueven el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril?					
5	¿Considera usted que la conciencia y la moral es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril?					
6	¿Cree usted que los comerciantes del Mercado 21 de Abril conocen sus derechos y obligaciones tributarias?					
Dimensión 3: Orientación Tributaria						
7	¿Considera usted que los canales de atención al comerciante del Mercado 21 de Abril brindan una adecuada orientación?					
8	¿Usted ha recibido asistencia tributaria de parte de la SUNAT?					
9	¿Considera usted que las charlas virtuales que brinda la SUNAT ayudan a concientizar a los comerciantes del Mercado 21 de Abril?					
Dimensión 4: Difusión Tributaria						
10	¿Se informa usted de los temas tributarios que difunde SUNAT en las redes sociales?					
11	¿Cree usted que las campañas de sensibilización concientizan a los comerciantes del Mercado 21 de Abril con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?					
12	¿Cree usted que las campañas de orientación tributaria que organiza SUNAT promueven el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril?					

ANEXO 04: CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

EDAD:

SEXO:

La presente investigación presenta el siguiente cuestionario, con el objetivo de recopilar información con respecto al tema “Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado 21 de Abril de Chimbote, 2025”. Por lo cual requerimos de su apoyo en la participación de brindar información para el desarrollo de la relación de preguntas de manera objetiva, indicando si se encuentra de acuerdo en dicha participación. El tratamiento del cuestionario será absolutamente confidencial, se pretende que responda con absoluta libertad y con la mayor veracidad posible al mismo.

Indique Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre, según su percepción sobre diversos aspectos de la organización marcando con una X en la respuesta que considere más acertada. Asegúrese de responder todas las preguntas. No hay respuestas correctas o incorrectas ni preguntas con trampa.

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

VARIABLE: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

N°	Ítems	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Obligación Tributaria Formal						
1	¿Usted considera importante la inscripción en el RUC?					
2	¿Usted emite comprobante de pago por las ventas que realiza?					
3	¿Usted emite comprobante de pago, incluso si no se lo solicitan?					
4	¿Usted considera que es necesario llevar libros y/o registros contables?					
5	¿Usted declara todos los ingresos obtenidos por su actividad como comerciante del Mercado 21 de Abril?					
6	¿Usted declara sus operaciones a la SUNAT en los plazos establecidos?					
Dimensión 2: Obligación Tributaria Sustancial						
7	¿Usted paga impuesto a la SUNAT?					
8	¿Usted cumple con el pago de sus tributos de manera oportuna?					
9	¿Usted alguna vez ha tenido multas por incumplimiento de obligaciones tributarias?					
10	¿Usted ha realizado pagos de intereses moratorios por no pagar sus impuestos dentro de los plazos establecidos?					
11	¿Usted realiza el pago de sus impuestos mediante transferencias bancarias?					
12	¿Usted paga sus impuestos en el plazo establecido según cronograma de la obligación tributaria?					



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD

ANEXO 04: VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: Carlos Manuel, González Chávez

Fecha: 14/02/2025

Especialidad: Administración

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario

Autor del instrumento: Guerrero Moreno, Zarai Emilyn.

Hoyos Chavez, Jesica Nataly

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

**“CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO 21 DE ABRIL DE CHIMBOTE,
2025”**

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				18	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				18	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?					19
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				18	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?			16		
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?				18	
Sumatoria parcial				32	90	57
Sumatoria Total		179				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)		0,90				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80 – 0,89	Validez buena
0,90 – 1,00	Validez muy buena

Coefficiente de Validez

$$\boxed{179} \quad \equiv \quad \boxed{0.90}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.



CARLOS MANUEL GONZALEZ CHAVEZ
Doctor en Administración
DNI 10588687



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD

ANEXO 05: VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: Roberto Carlos, Torres Carrillo

Fecha: 14/02/2025

Especialidad: Estadística

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario

Autor del instrumento: Guerrero Moreno, Zarai Emilyn.

Hoyos Chavez, Jesica Nataly

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

**“CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO 21 DE ABRIL DE CHIMBOTE,
2025”**

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				18	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?					19
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				17	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				17	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?			16		
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?				17	
Sumatoria parcial				32	86	57
Sumatoria Total		175				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)		0,88				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80 – 0,89	Validez buena
0,90 – 1,00	Validez muy buena

Coefficiente de Validez

$$\boxed{175} = \boxed{0.88}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.



ROBERTO CARLOS TORRES CARRILLO
Doctor en Estadística
DNI 32954472



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD

ANEXO 06: VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: Pablo Arnulfo, Santos Díaz

Fecha: 14/02/2025

Especialidad: Administración

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario

Autor del instrumento: Guerrero Moreno, Zarai Emilyn.

Hoyos Chavez, Jesica Nataly

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

**“CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO 21 DE ABRIL DE CHIMBOTE,
2025”**

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?			16		
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?					19
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				17	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?			16		
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?				17	
Sumatoria parcial				48	69	57
Sumatoria Total		174				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)		0,87				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80 – 0,89	Validez buena
0,90 – 1,00	Validez muy buena

Coefficiente de Validez

$$\boxed{174} \quad \equiv \quad \boxed{0.87}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.



PABLO A. SANTOS DÍAZ
REGISTRO ÚNICO DE COLEGIACIÓN
C.I.U.D. N° 0492

PABLO ARNULFO SANTOS DÍAZ
Mg. Administración de Empresas
DNI 32542582

ANEXO N° 09: ANÁLISIS DE FIABILIDAD CON ALFA DE CRONBACH

Variable N° 1: Cultura Tributaria

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,8879	12

Efectuada la determinación de la puntuación de todas las preguntas, para determinar el Alfa de Cronbach en Excel, para la variable Cultura Tributaria, se logra una fiabilidad del 88,79%, valor considerado como Bueno, según la escala a saber:

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,9 es Excelente

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,8 y menor a 0,9 es Bueno

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,7 y menor a 0,8 es Aceptable

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,6 y menor a 0,7 es Cuestionable

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,5 y menor a 0,6 es Pobre

Coefficiente alfa de Cronbach menor a 0,5 es Inaceptable

ANEXO N° 10: ANÁLISIS DE FIABILIDAD CON ALFA DE CRONBACH

Variable N° 2: Obligaciones Tributarias

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,8986	12

Efectuada la determinación de la puntuación de todas las preguntas, para determinar el Alfa de Cronbach en Excel, para la variable Obligaciones Tributarias, se logra una fiabilidad del 89,86%, valor considerado como Bueno, según la escala a saber:

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,9 es Excelente

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,8 y menor a 0,9 es Bueno

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,7 y menor a 0,8 es Aceptable

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,6 y menor a 0,7 es Cuestionable

Coefficiente alfa de Cronbach mayor a 0,5 y menor a 0,6 es Pobre

Coefficiente alfa de Cronbach menor a 0,5 es Inaceptable

CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 21 DE ABRIL DE CHIMBOTE, 2025.

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	4%
3	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	4%
4	Submitted to Universidad Maria Auxiliadora SAC Trabajo del estudiante	2%
5	apirepositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	2%
6	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	2%
7	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	2%
8	repositorio.autonomadeica.edu.pe Fuente de Internet	1%

9	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	1%
10	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	1%
11	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo Trabajo del estudiante	1%
12	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	1%
13	Submitted to Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo Trabajo del estudiante	1%
14	Submitted to Universidad Nacional de Cañete Trabajo del estudiante	1%
15	ojs.urbe.edu Fuente de Internet	1%
16	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	<1%
17	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1%
18	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1%

19

Submitted to Universidad Femenina del
Sagrado Corazón

Trabajo del estudiante

<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo

REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
Hoyos Chauz Jessica Nataly		76442964	Jessicatalyhoyoschauz@gmail.com
Apellidos y Nombres		DNI	Correo Electrónico
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/> Tesis	<input type="checkbox"/> Trabajo de Suficiencia Profesional	<input type="checkbox"/> Trabajo Académico	<input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional¹			
<input type="checkbox"/> Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional	<input type="checkbox"/> Título Segunda Especialidad	<input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado
4. Título del Documento de Investigación			
CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 21 DE ABRIL DE CHIMBOTE, 2025.			
5. Programa Académico			
CONTABILIDAD			
6. Tipo de Acceso al Documento			
<input checked="" type="checkbox"/> Abierto o Público ² (Info: openaccess/openaccess/)		<input type="checkbox"/> Acceso restringido ³ (Info: openaccess/restrictedAccess/) ⁴	
<input type="checkbox"/> En caso de restringido sustentar motivo			

A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS⁵

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de Investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.⁶



Jessica Hoyos
Firma

Chimote 05 09 2025

Importante

- Según Resolución de Consejo Directivo N° 001-2019-UNSP/DCD, Reglamento del Registro Nacional de Títulos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales AN 8 mayo 2022
- Ley N° 20358 Ley que regula el Repositorio Institucional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y Ley 2017-2018-DL
- Si el autor otorga el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva para que se pueda hacer uso de la obra en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo en el Mercado de la Ley 1422
- En caso de que el autor otorga la segunda opción únicamente se publicará los datos del autor y resumen de la obra de acuerdo a la Ley N° 2034-2019-COPI/CDU-CDU Normativa 02 y 03 que rige el funcionamiento del Repositorio Institucional Digital
- Las Licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que promueve la colaboración de las autorías en conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de contenidos educativos, obras artísticas, gubernamentales, entre otros. Estas licencias le otorgan garantía que el autor otorgará crédito por su obra
- Según el inciso 02 del artículo 21 del Reglamento del Registro Nacional de Títulos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales (RNT) Las universidades, instituciones académicas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos de investigación que se realicen en sus repositorios institucionales, presentando el tipo de acceso abierto o restringido, las cuales serán correctamente registradas con el Repositorio Digital (RDI) a través del [RepositorioUSP](#) (RDI).

Nota: - Proceso de libertad en los datos se procesará de acuerdo a Ley Ley 27966 en el 2014 (Ley 27966)