

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



CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES
DEL MERCADO LAS FLORES, INDEPENDENCIA - HUARAZ –
2024

Tesis para optar el título profesional de Contadora Pública

Autora:

Bach. Rodríguez Romero, Jennifer Milagros

Asesor

Dr. Santos Diaz, Pablo Arnulfo

Código ORCID: 0000 00028606 3146

CIUDAD DE HUARAZ – PERÚ

2024

Índice General

Índice General.....	i
Índice De Tablas.....	ii
Índice De Figuras	iv
Palabras clave	v
Constancia de originalidad	vi
Cultura Tributaria Y Cumplimiento De Obligaciones Tributarias De Los Comerciantes Del Mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.	vii
Resumen	viii
Abstract.....	ix
Introducción.....	1
Metodología.....	15
Resultados.....	20
Análisis y discusión	43
Conclusiones.....	49
Recomendaciones	50
Referencias bibliográficas	53
Anexos.....	59

Índice de tablas

Tabla 1 Baremo de rango de puntuaciones y los niveles respectivos de la Variable 1: Cultura tributaria.	19
Tabla 2 Baremo de rango de puntuaciones y los niveles respectivos de la Variable 2: Cumplimiento de obligaciones tributarias.	20
Tabla 3 Asociación entre los niveles de la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.	21
Tabla 4 Nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.	23
Tabla 5 Nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.	24
Tabla 6 Asociación entre los niveles en la dimensión conocimiento de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.	25
Tabla 7 Asociación entre los niveles en la dimensión conciencia de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.	27
Tabla 8 Asociación entre los niveles en la dimensión Hábitos de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.	29
Tabla 9 Asociación entre los niveles en la dimensión conocimiento de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Sustanciales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.	31
Tabla 10 Asociación entre los niveles en la dimensión conciencia de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Sustanciales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.	33
Tabla 11 Asociación entre los niveles en la dimensión Hábitos de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Sustanciales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.	34
Tabla 12 Resultados de la prueba de normalidad con SPSS V.25	37
Tabla 13 Coeficiente de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las variables “Cultura tributaria” y “Cumplimiento de obligaciones tributarias” de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.	38

Tabla 14 Coeficiente de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “Cultura tributaria” y la dimensión Obligaciones Formales de la variable “Cumplimiento de obligaciones tributarias” de los comerciantes del mercado referido.....	39
Tabla 15 Coeficiente de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “Cultura tributaria” y la dimensión Obligaciones Sustanciales de la variable “Cumplimiento de obligaciones tributarias” de los comerciantes del mercado referido.....	41

Índice de figuras

Figura 1	Dispersión entre las puntuaciones de la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.....	21
Figura 2	Dispersión entre las puntuaciones en la dimensión conocimiento de la cultura tributaria y en la dimensión de Obligaciones Formales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.....	26
Figura 3	Dispersión entre las puntuaciones de la dimensión conciencia de cultura tributaria y de la dimensión de Obligaciones Formales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.....	28
Figura 4	Dispersión entre las puntuaciones de la dimensión hábitos de cultura tributaria y de la dimensión de Obligaciones Formales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.....	29
Figura 5	Dispersión entre las puntuaciones de la dimensión conocimiento de cultura tributaria y de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.....	31
Figura 6	Dispersión entre las puntuaciones de la dimensión conciencia de cultura tributaria y de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.....	33
Figura 7	Dispersión entre las puntuaciones de la dimensión Hábitos de cultura tributaria y de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.....	35

Palabras clave

Tema	Cultura Tributaria
Especialidad	Contabilidad

Línea de investigación

Línea de programa	Tributación
Área	Ciencias Económicas
Sub Área	Economía y negocios
Disciplina	Economía



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 CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAS FLORES, INDEPENDENCIA - HUARAZ - 2024," del (a) estudiante: Jennifer Milagros Rodríguez Romero, identificado(a) con Código N° 2007120316, se ha verificado un porcentaje de similitud del 26%, 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, 13 de Febrero 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 TURNITL.

Titulo

Cultura Tributaria y cumplimiento de obligaciones Tributarias de los comerciantes
del mercado las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.

Resumen

El presente estudio se planteó como objetivo, determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024. Los comerciantes del referido mercado parecen no estar dispuestos a cumplir con sus obligaciones tributarias. De ahí que se formuló como problema ¿Qué relación existe entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024? Este estudio se desarrolló en el marco del paradigma cuantitativo, como una investigación básica, con un diseño no experimental, transversal correlacional. La población de comerciantes del referido mercado es de 50 personas, y se determinó una muestra censal de todos los 50 comerciantes. Por lo que, como conclusión se determinó que existe relación positiva y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between tax culture and compliance with tax obligations of merchants in the Las Flores market, Independencia - Huaraz –2024. The merchants in the aforementioned market seem to be unwilling to comply with their tax obligations. Hence, the problem was formulated: What relationship exists between tax culture and compliance with tax obligations of the merchants of the Las Flores market, Independencia - Huaraz – 2024? This study was developed within the framework of the quantitative paradigm, as a basic research, with a non-experimental, cross-sectional correlational design. The population of merchants in the aforementioned market is 50 people, and a census sample of all 50 merchants was determined. Therefore, as a conclusion, it was determined that there is a positive and significant relationship between tax culture and compliance with tax obligations of merchants in the Las Flores market, Independencia - Huaraz –2024.

Introducción

Como antecedentes internacionales destacan no pocos interesantes estudios. El trabajo de Morales & Cedeño (2023) tiene como objetivo principal analizar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de la obligación tributaria de la patente municipal, en el contexto de los profesionales del cantón Manta. A través de un diseño metodológico cuantitativo descriptivo y una muestra de 80 profesionales, se evidencia que el conocimiento de las obligaciones tributarias no es un predictor suficiente para garantizar el pago oportuno del impuesto.

Mora y Peña (2023), en su estudio sobre la cultura tributaria y la incidencia en el pago de impuestos, Mercado Central del cantón, Ecuador; precisó como objetivo analizar la cultura tributaria como elemento que incide en el pago de impuestos. Usó como metodología un enfoque cuantitativo, fue no experimental, descriptiva, correlacional y documental. Utilizó la encuesta a los vendedores del mercado central. Como resultado obtuvo que los comerciantes no cuentan con conocimiento de cultura tributaria, así también se encontró que los comerciantes no son formales lo que es relevante en cuanto a su conocimiento de cultura tributaria, exponiéndoles a sanciones o multas. Como conclusión se precisó que, una cultura tributaria impulsa a que los comerciantes se formalicen y puedan acceder a beneficios que se le otorgará cuando cumplan con sus deberes tributarios puntualmente.

De acuerdo con Quimis y Quiñonez (2023), en su estudio sobre la cultura tributaria y los valores o actitudes para cumplir con los deberes tributarios, indicó como objetivo el analizar el cumplimiento de los deberes tributarios en base al conocimiento de la cultura tributaria en los mercaderes de Guayas. Como metodología usó un enfoque mixto, fue no experimental, descriptiva, correlacional y documental. Como instrumento usó una encuesta. Como resultado se obtuvo que, el 71 % desconoce lo que es cultura tributaria y el 70 % precisan que no pueden realizar el aporte de sus deberes tributarios por diversos factores como el de no tener la solvencia económica y otro es que no conocen el uso del dinero que aporten. Como conclusión, se precisó que es importante que se fortalezca el conocimiento en base a la cultura tributaria y así se desvanezcan los temores de los comerciantes ante sus deberes tributarios, para

que conozcan los beneficios que pueden obtener si ejecutan correctamente sus pagos de impuestos.

La investigación de Palma et al (2022) tuvo como objetivo principal evaluar el nivel de cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes afiliados a la Cámara de Comercio del Cantón Quevedo. A través de un diseño metodológico cuantitativo, se empleó una encuesta a una muestra de 173 comerciantes. Los resultados obtenidos evidencian un bajo nivel de conocimiento tributario entre los encuestados, lo que se traduce en un incumplimiento generalizado de las obligaciones fiscales. Estos hallazgos sugieren la necesidad de fortalecer las acciones de difusión y educación tributaria dirigidas a este sector.

Romero y Palma (2022), en su estudio sobre la cultura tributaria y el cumplimiento de deberes en vendedores de la plaza Bahía de Babahoyo, Ecuador; indicó, como objetivo analizar la cultura tributaria como elemento trascendental en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Usó como metodología un enfoque mixto, fue no experimental, descriptiva, correlacional y documental. Utilizó la encuesta a los vendedores de la plaza y entrevista a un experto tributario. Como resultado obtuvo que los comerciantes no cuentan con conocimiento ilustrativo en base a la cultura tributaria, así también se encontró que los mercaderes no son en su mayoría formales lo cual es preocupante, lo que debe ser de relevancia para la institución tributaria. Como conclusión se precisó que, una cultura tributaria con todos sus elementos incentiva a que los comerciantes puedan acceder al cumplimiento de sus deberes tributarios de forma voluntaria, para evitar multas o sanciones.

Como antecedentes nacionales cabe mencionar la investigación de Quiñónez & Villegas (2023), la cual tiene como objetivo principal determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación de Producción Agropecuaria las Lagunas. A través de un diseño metodológico mixto, se empleó una encuesta a los 24 socios para evaluar el nivel de conocimiento y percepción sobre la tributación. Los resultados obtenidos evidencian un bajo nivel de

conocimiento tributario entre los asociados, lo que resalta la necesidad de implementar programas de capacitación y sensibilización para fortalecer la cultura tributaria en la organización.

En su estudio, Lugo (2023) buscó determinar cómo la cultura tributaria influye en la recaudación de impuestos en la provincia de Huaura en 2018. A través de una encuesta a 120 personas relacionadas con el ámbito tributario, se encontró que la mayoría considera que una sólida cultura tributaria contribuye positivamente a aumentar la recaudación fiscal. Los resultados sugieren que fomentar una mayor conciencia tributaria en la población puede tener un impacto positivo en los ingresos públicos. Estos hallazgos respaldan la idea de que promover valores como la integridad y la responsabilidad en materia tributaria puede contribuir a mejorar la eficiencia del sistema fiscal.

La investigación de Custodio & Zavaleta (2023) tuvo como objetivo principal determinar el grado de incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de Distribuidora Mayrin S.A.C. durante el año 2023. A través de una metodología cuantitativa de tipo descriptivo y no experimental, se empleó una muestra no probabilística de seis colaboradores y se realizó un análisis documental de los informes contables del periodo 2022. Los resultados obtenidos permitieron concluir que la cultura tributaria ha ejercido una influencia positiva en el comportamiento tributario de la empresa, facilitando el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y consolidando su posición como contribuyente formal.

Chávez & Oblitas (2022) en su estudio buscan establecer la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones fiscales en la empresa Dream Color E.I.R.L. durante el año 2020. Los autores demuestran que existe una relación directa y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la empresa Dream Color E.I.R.L. Los resultados obtenidos revelan que una mayor conciencia y conocimiento tributarios se traducen en un mayor cumplimiento de las obligaciones fiscales. Estos hallazgos subrayan la necesidad de implementar estrategias para fortalecer la cultura tributaria en las organizaciones.

Chávez & Oblitas (2022) en su estudio buscan establecer la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones fiscales en la empresa Dream Color E.I.R.L. durante el año 2020. Los autores demuestran que existe una relación directa y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la empresa Dream Color E.I.R.L. Los resultados obtenidos revelan que una mayor conciencia y conocimiento tributarios se traducen en un mayor cumplimiento de las obligaciones fiscales. Estos hallazgos subrayan la necesidad de implementar estrategias para fortalecer la cultura tributaria en las organizaciones.

Cubas & Banda (2022) evaluaron la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en Súcota. Los resultados, obtenidos a través de un análisis correlacional, revelan una alta correlación positiva entre ambas variables, lo que confirma la hipótesis de investigación. La investigación concluye que existe una estrecha relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes minoristas de Súcota. Los hallazgos sugieren que fomentar una mayor conciencia y educación tributaria puede contribuir a mejorar la recaudación fiscal en la localidad.

El estudio de Taipe (2022) se propuso identificar y describir cómo la cultura tributaria influye en la reducción de infracciones y sanciones de los comerciantes de ferreterías en el distrito de Independencia - Huaraz durante el 2018. La investigación, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance descriptivo correlacional, encuestó a una muestra de 10 comerciantes de un total de 20 dedicados a la venta de herramientas y suministros de construcción. Los principales hallazgos fueron: Un 70% de los comerciantes encuestados demostró desconocimiento sobre sus obligaciones tributarias. El 80% presentó un nivel bajo de cultura tributaria. Un 60% admitió haber incurrido en infracciones y sanciones. Un 90% manifestó su disposición a recibir capacitación en temas tributarios para evitar futuras infracciones y sanciones que conlleven multas. El análisis de los resultados reveló que los comerciantes consideran que una mejor cultura tributaria y capacitaciones por parte de las entidades correspondientes contribuirían a evitar infracciones y sanciones. En conclusión, la investigación determinó que la falta de cultura tributaria es un factor

que propicia que los comerciantes de ferreterías incurran en infracciones y sanciones. El estudio evidenció una clara relación entre la baja cultura tributaria de los comerciantes de ferretería y la comisión de infracciones y sanciones, destacando la necesidad de implementar programas de capacitación para mejorar el conocimiento y cumplimiento de las obligaciones tributarias.

El estudio de Granados (2021) determinó la relación entre la cultura tributaria y la evasión de impuestos en los negocios de Lan Center en Huaraz durante el 2019. Se empleó un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo no experimental. Se encuestó a los 11 trabajadores que conformaban la población y la muestra. Los hallazgos revelaron que la mayoría de los encuestados: Practicaban la conciencia tributaria (64%), consideraban que la capacitación mejora la cultura tributaria (73%), percibían que los trabajadores de sus microempresas tenían cultura tributaria (55%); emitían comprobantes de pago por los servicios prestados (55%); realizaban el pago puntual de tributos (73%); identificaban la complejidad de las normas (64%), el factor sociocultural (64%) y el alto índice de informalidad (73%) como factores que contribuyen a la evasión tributaria. Consideraban que el sistema tributario generaba evasión (73%), realizaban las declaraciones de sus tributos (82%), atribuían la evasión tributaria principalmente al factor económico (91%).

Con base en Lima, Quispe y Tapahuasco (2024), en su estudio sobre la cultura tributaria y la incidencia del cumplimiento de deberes tributarios en comerciantes de mercados públicos en Huancayo. Como objetivo precisó, determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de los deberes tributarios. Como metodología usó un enfoque cuantitativo, relacional y no experimental, realizó un cuestionario, en la cual participaron 177 comerciantes. Como resultado se indicó que los comerciantes no conocen la cultura tributaria lo que los lleva a cometer faltas que recaen en multas o sanciones que perjudica sus comercios, debido a que, si cuentan con RUC, pero no emiten comprobantes infringiendo la norma lo que genera que no realicen el pago de sus impuestos debido a su desconocimiento de cultura tributaria, en la parte estadística se determinó un valor p de 0,000 y una confianza de 95%. Como conclusión se precisó que, si existe una incidencia positiva entre la cultura

tributaria y el cumplimiento de deberes tributarios, lo que indica que cuando se carece de conocimiento en cultura tributaria no se cumple con los deberes tributarios.

Mendoza (2024), en su estudio sobre la cultura tributaria y la incidencia en el acatamiento de deberes tributarias en el mercado "La Parada"; con metodología de enfoque cuantitativo, aplicada, correlacional y no experimental, realizó un cuestionario, como población se contó con 580, en la cual participaron 232 comerciantes en la muestra. Como resultado se indicó que los comerciantes en un 39,2 % tienen un conocimiento en cultura, este conocimiento es mínimo y solo el 37,9 % cumplen con sus deberes tributarios, en la parte estadística se determinó un valor p de 0,000 y una correlación de 0,521. Como conclusión se precisó que, si existe una incidencia positiva entre la cultura tributaria y el cumplimiento de deberes tributarios, lo que indica que la carencia de cultura tributaria perjudica el cumplimiento de los deberes tributarios.

Aguilar y López (2023), en su estudio sobre la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de deberes tributarias de comerciantes en un mercado mayorista en Trujillo. Como objetivo precisó el conocer como incide la cultura tributaria en el cumplimiento de deberes tributarios de los comerciantes. Como metodología usó un enfoque cuantitativo, correlacional y no experimental, realizó un cuestionario, en la cual participaron 323 comerciantes. Como resultado se indicó que los comerciantes poseen un nivel bajo de cultura tributaria en 47.68% y el nivel de cumplimiento de deberes tributarias es de 49.61%, en la parte estadística se determinó un valor p de 0,000 y una correlación media de 0,412. Como conclusión se precisó que, si existe una incidencia positiva entre la cultura tributaria y el cumplimiento de deberes tributarios en los comerciantes de un mercado mayorista en Trujillo.

Flores y Fernández (2022), en su estudio sobre la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de deberes tributarias de comerciantes del mercado el Huayco. Como objetivo precisó el conocer como incide la cultura tributaria en los cumplimientos de deberes tributarios de los comerciantes. Como metodología aplicó enfoque cuantitativo, correlacional y no experimental, realizó un cuestionario, en la

cual participaron como población y muestra 75 comerciantes. Como resultado se indicó que los comerciantes no conocen la cultura tributaria lo que los lleva a cometer faltas que recaen en multas o sanciones que perjudica sus comercios, también no poseen un nivel alto de conciencia en que son usados sus tributos, en la parte estadística se determinó un valor p de 0,000 y una correlación de 0, 824. Como conclusión se precisó que, si existe una incidencia positiva entre la cultura tributaria y el cumplimiento de deberes tributarios, lo que indica que a falta de conocimiento en cultura tributaria no habrá conciencia de cumplimiento de los deberes tributarios.

Chinchay (2021), en su estudio sobre la cultura tributaria y la incidencia en el acatamiento de deberes tributarias en la Av. 27 de noviembre - Huaraz. Como metodología usó enfoque cuantitativo, aplicada, correlacional y no experimental, realizó una encuesta, como población y muestra de 17 comerciantes. Como resultado se indicó que los comerciantes en un 53 % no recibieron alguna orientación a cerca de cultura tributaria y el 47 % no emiten comprobantes, en la parte estadística se determinó un valor p de 0,000 y una correlación de 0, 721. Como conclusión se precisó que, si existe una incidencia positiva entre la cultura tributaria y el cumplimiento de deberes tributarios, lo que indica que la carencia de cultura tributaria perjudica el cumplimiento de los deberes tributarios, debido a que los comerciantes al no estar orientados poseen un temor a realizar sus deberes tributarios.

La fundamentación científica de las variables del presente estudio, se basa en varios autores. Con respecto a Cultura Tributaria, Gálvez & Shioda (2021) afirman que la cultura tributaria es un conjunto de elementos interrelacionados (conocimientos, valores y actitudes) que moldea la forma en que las personas y las instituciones perciben y actúan en el ámbito tributario. En esa misma línea, Huatay y Sánchez (2018) sostienen que la cultura tributaria se refiere a los valores, conocimientos y habilidades que influyen en la forma en que las personas cumplen con sus obligaciones fiscales.

Gálvez & Shioda (2021) distinguen tres dimensiones de la cultura tributaria: Conocimiento, Conciencia y Hábitos. Definen el conocimiento tributario como el

conjunto de información que poseen las personas sobre el sistema tributario, incluyendo las obligaciones fiscales y los derechos de los contribuyentes. Asimismo, dicen que el conocimiento tributario es el nivel de información que adquieren las personas con respecto a lo establecido en la normativa tributaria.

Gálvez & Shioda (2021) precisan que “conocimiento tributario” implica información, valores y actitudes que tienen las personas cuando realizan sus actividades económicas. Por lo que las dimensiones de la cultura tributaria están en función a los conocimientos, los valores y las experiencias de cada uno de los contribuyentes.

Gálvez & Shioda (2021) señalan que la conciencia tributaria se manifiesta cuando las personas reconocen que evadir impuestos es perjudicial y prefieren cumplir con sus obligaciones fiscales, confiando en que el gobierno utilizará los recursos de manera adecuada.

Gálvez & Shioda (2021) señalan que la conciencia tributaria refleja la disposición de un individuo a cumplir con sus deberes fiscales. Esta actitud se fundamenta en la comprensión de que los impuestos son un mecanismo fundamental para financiar las actividades del Estado.

Gálvez & Shioda (2021) precisan que los hábitos tributarios son las costumbres arraigadas de los contribuyentes en relación con el cumplimiento de sus deberes fiscales, lo cual incluye el registro contable de sus transacciones y el pago oportuno de los impuestos correspondientes.

Gálvez & Shioda (2021) sostienen que el objetivo primordial de fomentar una cultura tributaria radica en evitar el incumplimiento de las obligaciones fiscales, con el fin de garantizar la óptima operatividad del Estado al disponer de los recursos financieros indispensables.

Con relación a la variable Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias, Gálvez & Shioda (2021) sostienen que el cumplimiento de las obligaciones tributarias constituye el vínculo fundamental entre el contribuyente y las autoridades fiscales, materializándose en el pago de impuestos o la prestación de servicios establecidos

por ley. Asimismo, se entiende por cumplimiento de la normativa tributaria el conjunto de acciones que el contribuyente realiza para dar cabal cumplimiento a sus deberes fiscales.

SUNAT (2020) distingue dos dimensiones del cumplimiento de las Obligaciones Tributarias: Obligaciones Formales y Obligaciones Sustanciales.

Las obligaciones tributarias formales engloban los trámites necesarios para obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) de una empresa, constituyendo el punto de partida para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, entre las que se destaca la emisión y exigencia de comprobantes de pago (SUNAT, 2020).

Las obligaciones formales, también denominadas accesorias, surgen como consecuencia de la relación entre el Estado y el contribuyente, y tienen como objetivo garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias principales (SUNAT, 2020).

En suma, el cumplimiento de las obligaciones formales implica la obligación de las empresas de reportar su situación financiera a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.

De acuerdo con SUNAT (2020), las obligaciones tributarias sustanciales se refieren a los deberes fundamentales de los contribuyentes, consistentes en el pago puntual de tributos y el cumplimiento de otras obligaciones de carácter fiscal. Estas obligaciones, al implicar una prestación económica, constituyen el núcleo de la relación tributaria.

Según SUNAT (2020), los regímenes tributarios son clasificaciones en las que todas las personas o empresas deben inscribirse ante la Administración Tributaria, ya sea que estén ejerciendo o inicien una actividad económica. Estos regímenes determinan la manera en que los contribuyentes deben calcular y pagar sus impuestos.

SUNAT (2020) clasifica a los contribuyentes en cuatro regímenes tributarios, entre los cuales destaca el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), dirigido a pequeños negocios que comercializan sus productos o servicios al público en

general. Este régimen se caracteriza por su simplicidad contable y un pago único mensual.

El Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER) es el segundo régimen tributario y aplica a personas naturales y jurídicas que obtienen ingresos de actividades comerciales o de servicios. Este régimen establece una tasa mensual del 1.5% sobre la renta neta y una tasa del 18% por el Impuesto General a las Ventas (IGV), eximiendo a los contribuyentes de presentar una declaración jurada anual.

El Régimen MYPE Tributario (RMT) es el tercer régimen tributario, diseñado para personas naturales y jurídicas cuyos ingresos anuales no superan las 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Este régimen permite desarrollar cualquier tipo de actividad económica y emitir todo tipo de comprobantes de pago, sin restricciones en cuanto al monto de las compras.

Y por último, el Régimen General (RG) es el régimen tributario más amplio, aplicable a todas las personas naturales o jurídicas que desarrollan alguna actividad económica, sin importar el tipo o el monto de sus ingresos. Este régimen exige llevar contabilidad completa y el pago mensual de dos impuestos: el Impuesto a la Renta (1.5% sobre las ventas netas) y el Impuesto General a las Ventas (18% sobre las compras netas). Además, se debe presentar una declaración jurada anual y pagar un impuesto adicional del 29.50% sobre la renta neta.

La justificación teórica de la presente investigación se fundamenta en la necesidad de comprender sobre la relación entre la cultura tributaria y el comportamiento de los comerciantes respecto a sus obligaciones fiscales. La literatura existente muestra que una mayor cultura tributaria está asociada con un mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que los comerciantes que entienden la importancia de contribuir al sistema tributario tienden a cumplir más con sus deberes. Este estudio ampliará el marco teórico sobre la cultura tributaria, proporcionando nuevos datos que podrían ser útiles para futuras investigaciones.

Desde una perspectiva práctica, esta investigación puede ofrecer recomendaciones concretas para mejorar el cumplimiento tributario entre los comerciantes del mercado Las Flores. Al identificar las áreas donde la cultura tributaria es deficiente, se podrán diseñar programas de capacitación y sensibilización que fomenten una mayor conciencia sobre la importancia de cumplir con las obligaciones fiscales. Esto no solo beneficiará a los comerciantes al evitar sanciones, sino que también contribuirá a aumentar la recaudación fiscal del Estado.

La justificación metodológica radica en el enfoque cuantitativo que se utilizará para analizar la relación entre las variables. La aplicación de encuestas y análisis estadísticos permitirá obtener datos empíricos que apoyen, validen o refuten las hipótesis planteadas. Este enfoque facilitará una comprensión más profunda de cómo diferentes aspectos de la cultura tributaria afectan el cumplimiento fiscal. Además, el uso de métodos estadísticos robustos garantizará la fiabilidad y validez de los resultados obtenidos.

Desde un punto de vista científico, esta investigación contribuirá al cuerpo de conocimiento existente sobre economía, contabilidad y administración pública. Al explorar la relación entre cultura tributaria y cumplimiento fiscal en un contexto específico como el mercado Las Flores, se generarán evidencias que podrían ser utilizadas por académicos y profesionales para desarrollar teorías más completas sobre el comportamiento tributario en economías informales. Además, los hallazgos podrían ser relevantes para políticas públicas dirigidas a mejorar la formalización de pequeños comerciantes.

La justificación social se centra en el impacto positivo que un mayor cumplimiento tributario puede tener en la comunidad. Al fomentar una cultura tributaria sólida entre los comerciantes del mercado Las Flores, se puede contribuir a una mayor equidad fiscal y a una mejor provisión de servicios públicos en la región. Esto es especialmente relevante en contextos donde la informalidad es alta y donde los recursos del Estado son limitados. Un aumento en el cumplimiento tributario podría resultar en más recursos para programas sociales y desarrollo comunitario.

A nivel global, promover una cultura tributaria sólida es un desafío constante. Muchos ciudadanos, especialmente aquellos con menos recursos o conocimientos, enfrentan dificultades para entender la complejidad del sistema tributario. Esto limita su capacidad para tomar decisiones informadas y cumplir con sus responsabilidades fiscales (OCDE, 2021).

La pandemia de COVID-19 ha reconfigurado el panorama global, ejerciendo una presión sin precedentes sobre los sistemas de salud, las políticas fiscales y las economías de todos los países. Ante esta crisis sanitaria de carácter mundial, los gobiernos han implementado una variedad de medidas, diseñadas a la medida de las circunstancias específicas de cada nación (OCDE, 2021); (Mauro, 2024); (Gálvez & Shioda, 2021).

Los impuestos son la principal fuente de ingresos para los gobiernos, los cuales utilizan estos fondos para proporcionar servicios esenciales a la población. La evasión fiscal rompe este ciclo, afectando la calidad y cantidad de los servicios públicos (Hurtado et al., 2023).

En Perú, la falta de conocimiento sobre impuestos entre vendedores ambulantes e informales impide que cumplan con sus obligaciones tributarias. Es fundamental que la población entienda que los impuestos financian servicios básicos y promueven el desarrollo. Los gobiernos deben fomentar una cultura tributaria desde la escuela para ampliar la base tributaria y garantizar la sostenibilidad de los servicios públicos (SUNAT, 2020).

A través de una delegación de facultades legislativas, el Congreso peruano habilitó al Poder Ejecutivo a establecer medidas de política fiscal, entre ellas, la creación del programa Reactiva Perú, cuyo propósito es fomentar el capital de trabajo de las empresas y contribuir a la estabilidad económica del país (Gálvez & Shioda, 2021).

La desconfianza de los ciudadanos en el uso de los recursos públicos, agravada por los casos de corrupción, ha generado una cultura de evasión fiscal. La fiscalización

tributaria se vuelve compleja ante esta situación, ya que muchos contribuyentes no ven incentivos para cumplir con sus obligaciones (Gálvez & Shioda, 2021).

Las estrategias de fiscalización, por sí solas, no son suficientes para reducir la evasión tributaria. La falta de conciencia tributaria y la percepción de inequidad en la distribución de los recursos públicos son factores determinantes. Para mejorar el cumplimiento voluntario, es necesario implementar políticas de educación fiscal y adaptar las estrategias de recaudación a las características socioeconómicas de la población (Gálvez & Shioda, 2021).

A nivel local, el Mercado Las Flores del barrio de Nicrupampa Distrito de Independencia - Huaraz – Ancash – 2024, es un centro de actividad económica vibrante, donde tanto comerciantes establecidos como vendedores informales participan en una variedad de negocios. Estos incluyen desde tiendas de comestibles, frutas y verduras, hasta carnicerías, panaderías, tiendas de ropa, puestos de electrodomésticos, productores de aceitunas y artículos para el hogar, entre otros. Además, el mercado atrae a turistas, lo que contribuye a su dinamismo comercial. Los residentes locales han desarrollado habilidades empresariales para generar ingresos y satisfacer sus necesidades económicas, impulsados por la naturaleza activa del mercado.

En el mercado referido, los comerciantes muestran un bajo nivel de cumplimiento de sus obligaciones tributarias debido a la falta de conocimiento sobre conceptos básicos de impuestos y a percepciones erróneas sobre los mismos, lo que se traduce en una cultura tributaria débil. Los contribuyentes carecen de conciencia tributaria y no cumplen voluntariamente con sus obligaciones, además de que no existe motivación para tributar, ya que desconocen los beneficios que esto aporta a la sociedad. La falta de educación tributaria por parte de la SUNAT, que no implementa programas educativos efectivos para crear conciencia tributaria en los ciudadanos, agrava el problema. Por otro lado, la complejidad del sistema tributario y la falta de orientación adecuada, sumado a que las charlas virtuales no son suficientes ni accesibles para todos los contribuyentes, dificultan aún más el cumplimiento tributario.

La clave para mejorar el cumplimiento tributario reside en la promoción de una sólida cultura tributaria. Al fortalecer esta cultura, se incentiva a los ciudadanos a cumplir voluntariamente con sus obligaciones fiscales, lo que a su vez se traduce en un aumento en la recaudación de impuestos. Este incremento en los ingresos del Estado permite mejorar la calidad de los servicios públicos que se ofrecen a la sociedad.

En este sentido, resulta fundamental que la administración tributaria implemente estrategias y medidas de control efectivas, tales como la difusión de información relevante, la organización de charlas informativas y la prestación de asesoramiento personalizado a los contribuyentes. De esta manera, se fomenta una cultura tributaria en la que los ciudadanos comprendan la importancia de cumplir con sus deberes fiscales de manera voluntaria, como un pilar fundamental para el desarrollo económico y social del país.

Los beneficios de una cultura tributaria sólida se extienden a diversos ámbitos de la sociedad, como la educación, la cultura, la recreación, la salud, la seguridad, el transporte y los programas de inversión. Al contribuir con el pago de impuestos, los ciudadanos se convierten en actores clave en la construcción de un futuro próspero para su comunidad y para el país en su conjunto.

Formulación del problema. ¿Qué relación existe entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024?

La Cultura Tributaria se define como un conjunto de elementos interrelacionados (conocimientos, valores y actitudes) que moldea la forma en que las personas y las instituciones perciben y actúan en el ámbito tributario (Gálvez & Shioda, 2021).

El cumplimiento de las obligaciones tributarias constituye el vínculo fundamental entre el contribuyente y las autoridades fiscales, materializándose en el pago de impuestos o la prestación de servicios establecidos por ley. Asimismo, se entiende por cumplimiento de la normativa tributaria el conjunto de acciones que el

contribuyente realiza para dar cabal cumplimiento a sus deberes fiscales (Gálvez & Shioda, 2021).

Para efectos de la definición operacional de la variable 1, CULTURA TRIBUTARIA, se mide con un cuestionario de 10 ítems de preguntas para cinco escalas de valoración de las 3 dimensiones. Con escala Likert, su categorización es : 1 (Muy en desacuerdo), 2 (En desacuerdo), 3 (Indiferente), 4 (De acuerdo), 5 (Muy de acuerdo)

Y, para la definición operacional de la variable 2, CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS, se mide con un cuestionario de 10 ítems de preguntas para cinco escalas de valoración de las 2 dimensiones. La Categorización también es con escala Likert: 1 (Nunca), 2 (Casi nunca), 3 (A veces), 4 (Casi siempre), 5 (Siempre). (Ver en Anexo 04: Operacionalización de las variables).

Por lo tanto, se infiere la siguiente hipótesis: Existe relación positiva y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

En ese sentido se plantea como Objetivo General: Determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024. Y, como objetivos específicos: 1. Determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024. 2. Determinar el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024. 3. Determinar la relación entre las dimensiones de la cultura tributaria y la variable cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Metodología

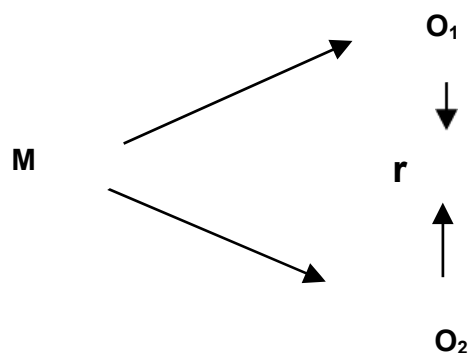
Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

En este trabajo de investigación, enmarcado en el paradigma cuantitativo, se empleó métodos numéricos para explorar la conexión existente entre dos variables específicas. Al tratarse de un estudio básico, se busca contribuir al acervo de conocimiento científico sobre el tema, sin una aplicación práctica inmediata. La metodología correlacional permitió evaluar si las variables (cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias) estaban relacionadas de manera estadísticamente significativa (Thompson & Skau, 2023); (Méndez, 2024); (Rovetto, 2018); (Hernández et al, 2014).

Diseño de investigación

El diseño de investigación es un plan estratégico (hoja de ruta) que orienta el proceso investigativo. Actúa como una brújula, indicando el camino a seguir para recopilar la información necesaria y responder a las preguntas de investigación (Hernández et al, 2014).



Dónde:

M: Representa la Muestra de Comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

O1: Representa la variable: Cultura Tributaria

O2: Representa la variable: Obligaciones Tributarias

r: Representa la relación entre las 2 variables.

Población y Muestra

La población de la presente investigación fue de 50 comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024 (Hernández et al, 2014).

La muestra de la presente investigación es censal ya que se encuestó a los 50 comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024 (Hernández et al, 2014).

Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas

Para esta investigación, se empleó la encuesta como método único para recopilar datos, debido a su comprobada efectividad para obtener información de manera simultánea en grandes grupos de personas. Esta característica la posiciona como una herramienta esencial en campos como las ciencias sociales y la salud.

Instrumentos

A fin de medir cada variable, se administra un cuestionario que incluye una escala de Likert. Este instrumento de medición, compuesto por una serie de afirmaciones, posibilita la recolección de datos numéricos sobre las opiniones de los participantes. Los cuestionarios son recursos habituales en la investigación debido a su utilidad para obtener información específica y mensurable (Hernández et al, 2014).

La Variable 1, Cultura Tributaria se midió con un cuestionario de 10 ítems de preguntas para cinco escalas de valoración de las 3 dimensiones; cuya

categorización va desde 1 (Muy en desacuerdo), 2 (En desacuerdo), 3 (Indiferente), 4 (De acuerdo), y 5 (Muy de acuerdo).

La Variable 2, Cumplimiento de obligaciones tributarias se midió con un cuestionario de 10 ítems de preguntas para cinco escalas de valoración de las 2 dimensiones; ; cuya categorización va desde 1 (Nunca), 2 (Casi nunca), 3 (A veces), 4 (Casi siempre), y 5 (Siempre).

Procesamiento y análisis de la información

En el presente estudio se utilizó los programas Excel y SPSS versión 25 para el procesamiento de los datos obtenidos.

Validez y confiabilidad

Validez

La validez de un instrumento alude a su capacidad para medir con exactitud el concepto que se desea evaluar. Para asegurar la validez de contenido, se suele solicitar la opinión de un panel de expertos. Estos evaluadores examinan minuciosamente cada pregunta del instrumento, verificando su claridad, pertinencia y capacidad para medir el constructo en cuestión. Este proceso es esencial para garantizar la calidad y fiabilidad de los datos obtenidos (Hernández et al, 2014).

Por lo que, mediante el juicio de 3 expertos se determina la validez de los 2 instrumentos del presente estudio.

Confiabilidad

La confiabilidad indica el grado en que un instrumento de medición produce resultados consistentes. A través de una prueba piloto, se verifica la claridad de las preguntas del cuestionario y la estabilidad de las respuestas. Si los resultados de la prueba piloto son congruentes con lo esperado, se puede concluir que el cuestionario posee un nivel aceptable de confiabilidad (Hernández et al, 2014).

Por lo que, se utiliza el estadígrafo Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad de los 2 instrumentos del presente estudio.

Los 2 cuestionarios (prueba piloto) se aplicaron en el mercado denominado “Gran Mercado Popular de Huaraz”. Los análisis de consistencia interna, mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, reportaron valores de 0,849 para el instrumento de la variable “Cultura tributaria” y 0,926 para el instrumento de la variable “Cumplimiento de obligaciones tributarias”. Estos resultados indican que los instrumentos utilizados son altamente confiables y adecuados para medir los constructos de interés en el contexto del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz.

Para analizar los niveles de las dos variables, se elaboró los siguientes dos baremos de rango de puntuaciones y sus niveles respectivos para cada una de ellas.

Tabla 1

Baremo de rango de puntuaciones y los niveles respectivos de la Variable 1: Cultura tributaria.

Dimensiones		Niveles		
		Bajo	Medio	Alto
1	Conocimiento (1-5)	5 – 11	12 – 18	19 – 25
2	Conciencia (6-8)	3 – 7	8 – 11	12 – 15
3	Hábitos (9 - 10)	2 – 4	5 – 7	8 – 10

Total:	10 – 23	24– 37	38 – 50
--------	---------	--------	---------

Cultura Tributaria

Nota. Elaboración de la investigadora.

Tabla 2

Baremo de rango de puntuaciones y los niveles respectivos de la Variable 2: Cumplimiento de obligaciones tributarias.

Dimensiones		Niveles		
		Bajo	Medio	Alto
1	Obligaciones Formales (1 - 8)	8-18	19-29	30-40
2	Obligaciones Sustanciales (9 - 10)	2 – 4	5 – 7	8 – 10
Total:	Cumplimiento De Obligaciones Tributarias	10 – 23	24– 37	38 – 50

Nota. Elaboración de la investigadora.

Resultados

Del objetivo general.

Tabla 3

Asociación entre los niveles de la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

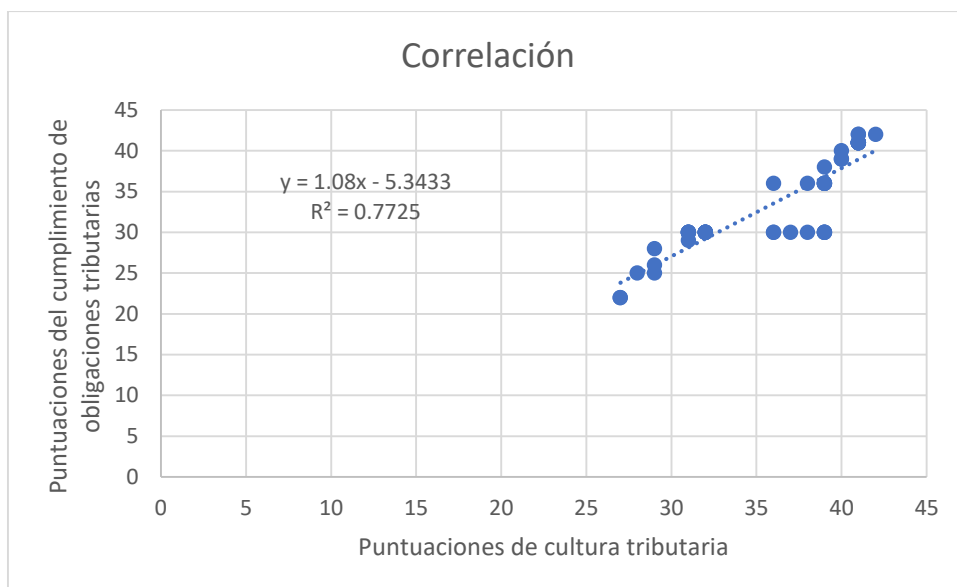
Niveles	Niveles de Cumplimiento de Obligaciones Tributarias			Total		
	Bajo	Medio	Alto			
	f	0	0		0	0
Bajo	%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
Cultura Tributaria	Medio	f	2	21	0	23
		%	4.0%	42.0%	0.0%	46.0%
	Alto	f	0	11	16	27
		%	0.0%	22.0%	32.0%	54.0%
	Total	f	2	32	16	50
		%	4.0%	64.0%	32.0%	100.0%

Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: En la Tabla 3, de los comerciantes encuestados del mercado referido, año 2024, el 32% tiene un nivel alto de Cultura Tributaria (CT), y un nivel alto de Cumplimiento de Obligaciones Tributarias (COT). Y, el 42% tiene un nivel medio de CT , y un nivel medio de COT.

Figura 1

Dispersión entre las puntuaciones de la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.



Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: La Figura 1 muestra que las puntuaciones de la CT van en aumento, y sucede igualmente con las puntuaciones de la COT de los comerciantes encuestados del mercado indicado. Se determina que la pendiente de la ecuación lineal tiene un coeficiente ($m=1,08$) positivo, según el modelo de regresión lineal aplicado. Este valor señala una directa relación entre los puntajes de ambas variables. Y, significa que a medida que aumenta la CT, se espera un aumento proporcional en el 77,25 % de COT, tal como se refleja en el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,7725$). Es decir, el 77,25% de la variabilidad en el COT puede ser explicado por la CT en este modelo.

Análisis descriptivo

Con relación al objetivo específico 1.

Determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Tabla 4

Nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

	Conocimiento	Consciencia	Hábitos
Bajo	0	0	23
Medio	20	35	0
Alto	30	15	27
Total	50	50	50
	Conocimiento	Consciencia	Hábitos
Bajo	0%	0%	46%
Medio	40%	70%	0%
Alto	60%	30%	54%
Total	100%	100%	100%

Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

La Tabla 4 muestra en cuanto a la dimensión Conocimiento de Cultura Tributaria (CT), que el 60% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 40% restante, en el nivel medio.

Con respecto a la dimensión Consciencia de CT, la Tabla 4 muestra que el 30% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 70% en el nivel medio.

Y con relación a la dimensión Hábitos de CT, la Tabla 4 muestra que el 54% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 46% restante, en el nivel bajo.

La Tabla 4 muestra que el 48% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto de cultura tributaria; el 36,67% en el nivel medio; y el 15,33 % en bajo nivel de cultura tributaria .

En ese sentido, con la Tabla 4, se determina el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Con relación al objetivo específico 2.

Determinar el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Tabla 5

Nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

	Obligaciones formales	Obligaciones Sustanciales
Bajo	2	1
Medio	29	29
Alto	19	20
Total	50	50
	Obligaciones formales	Obligaciones Sustanciales
Bajo	4%	2%
Medio	58%	58%
Alto	38%	40%
Total	100%	100%

Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

La Tabla 5 muestra en cuanto a la dimensión Obligaciones formales de COT, que el 38% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 58% restante, en el nivel medio.

Con respecto a la dimensión Obligaciones sustanciales de COT, la Tabla 5 muestra que el 40% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 58% en el nivel medio; y apenas el 2% en el nivel bajo.

La Tabla 5 muestra que el 39% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto de cumplimiento de obligaciones tributarias; el 58% en el nivel medio; y el 3 % en el nivel bajo.

En ese sentido, con la Tabla 5, se determina el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Con relación al objetivo específico 3.

Determinar la relación entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Tabla 6

Asociación entre los niveles en la dimensión conocimiento de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Niveles		Obligaciones Formales			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Conocimiento	Bajo	f	0	0	0	
		%	0.0%	0.0%	0.0%	
	Medio	f	2	18	0	20
		%	4.0%	36.0%	0.0%	40.0%
	Alto	f	0	11	19	30
		%	0.0%	33.0%	63.0%	100.0%

	%	0.0%	22.0%	38.0%	60.0%
Total	f	2	29	19	50
	%	4.0%	58.0%	38.0%	100.0%

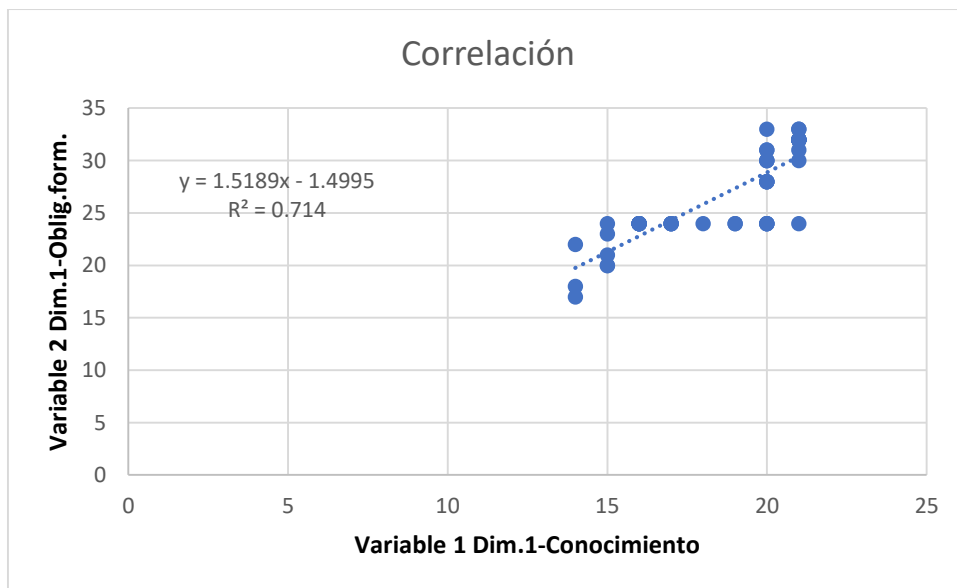
Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: En la Tabla 6, de los comerciantes encuestados del mercado referido, el 38% tiene un nivel alto en la dimensión conocimiento de Cultura Tributaria (CT), y un nivel alto en la dimensión de Obligaciones Formales de Cumplimiento de Obligaciones Tributarias (COT). Y, el 36% tiene un nivel medio en la dimensión conocimiento de CT, y un nivel medio en la dimensión de Obligaciones Formales de COT.

Figura 2

Dispersión entre las puntuaciones en la dimensión conocimiento de la cultura tributaria y en la dimensión de Obligaciones Formales del cumplimiento de obligaciones

tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.



Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: La Figura 2 muestra que las puntuaciones de la dimensión conocimiento de la CT, van en aumento, y sucede igualmente con las puntuaciones de la dimensión de Obligaciones Formales del COT de los comerciantes encuestados del mercado indicado. Se determina que la pendiente de la ecuación lineal tiene un coeficiente ($m=1,52$) positivo, según el modelo de regresión lineal aplicado. Este valor indica una directa relación entre los puntajes de las subvariables. Y, significa que a medida que aumenta la dimensión conocimiento de la CT, se espera un aumento proporcional en el 71,40 % de la dimensión de Obligaciones Formales del COT, tal como muestra el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,7140$). Es decir, el 71,40% de la variabilidad en la dimensión de Obligaciones Formales del COT, puede ser explicado por la dimensión conocimiento de la CT en este modelo.

Tabla 7

Asociación entre los niveles en la dimensión conciencia de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales del cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

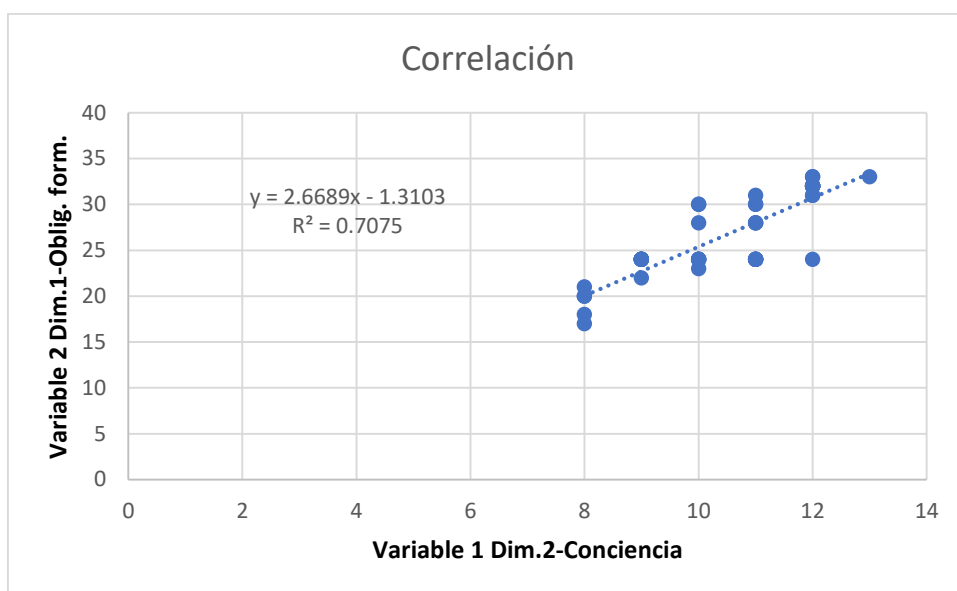
Niveles	Obligaciones Formales			Total		
	Bajo	Medio	Alto			
Consciencia	Bajo	f	0	0	0	
		%	0.0%	0.0%	0.0%	
	Medio	f	2	28	5	35
		%	4.0%	56.0%	10.0%	70.0%
	Alto	f	0	1	14	15
		%	0.0%	2.0%	28.0%	30.0%
Total	f	2	29	19	50	
	%	4.0%	58.0%	38.0%	100.0%	

Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: La Tabla 7 muestra que de los comerciantes encuestados del mercado referido, el 28% tiene un nivel alto en la dimensión conciencia de Cultura Tributaria (CT), y un nivel alto en la dimensión de Obligaciones Formales de COT. Y, el 56% tiene un nivel medio en la dimensión conocimiento de CT, y un nivel medio en la dimensión de Obligaciones Formales de COT.

Figura 3

Dispersión entre las puntuaciones de la dimensión conciencia de CT y de la dimensión de Obligaciones Formales del COT de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.



Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: La Figura 3, muestra que, las puntuaciones de la dimensión conciencia de la CT, van en aumento, y sucede igualmente con las puntuaciones de la dimensión de Obligaciones Formales del COT de los comerciantes encuestados del mercado indicado. Se determina que la pendiente de la ecuación lineal tiene El coeficiente $m=2,67$, positivo, según el modelo de regresión lineal aplicado. Ese valor señala una directa relación entre las puntuaciones de las subvariables. Y, quiere decir, que a medida que aumenta la dimensión conciencia de la CT, se espera un

aumento proporcional en el 70,75 % de la dimensión de Obligaciones Formales del COT, tal como se muestra en el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,7075$). Es decir, el 70,75% de la variabilidad en la dimensión de Obligaciones Formales del COT, puede ser explicado por la dimensión conciencia de la CT en este modelo.

Tabla 8

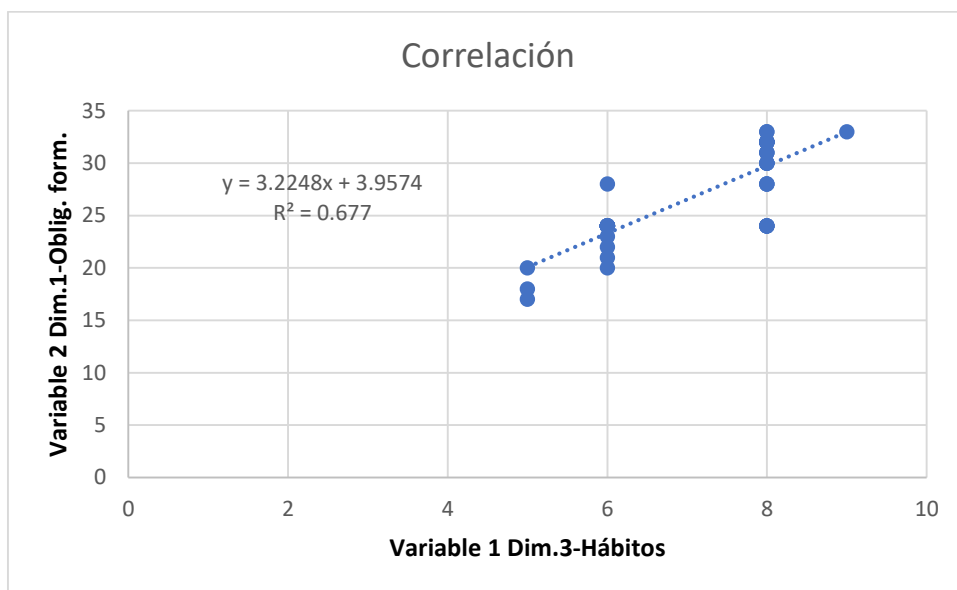
Asociación entre los niveles en la dimensión Hábitos de la CT y la dimensión Obligaciones Formales del COT de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Niveles		Obligaciones Formales			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Hábitos	Bajo	f	2	21	0	23
		%	4.0%	42.0%	0.0%	46.0%
	Medio	f	0	0	0	0
		%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Alto	f	0	8	19	27
		%	0.0%	16.0%	38.0%	54.0%
Total	f	2	29	19	50	
	%	4.0%	58.0%	38.0%	100.0%	

Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: La Tabla 8 muestra que de los comerciantes encuestados del mercado referido, el 38% tiene un nivel alto en la dimensión Hábitos de Cultura Tributaria (CT), y un nivel alto en la dimensión de Obligaciones Formales de COT. Y, el 04% tiene un nivel bajo en la dimensión Hábitos de CT, y un nivel bajo en la dimensión de Obligaciones Formales de COT.

Figura 4



Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: La Figura 4 muestra que, las puntuaciones de la dimensión hábitos de cultura tributaria (CT), van en aumento, y sucede igualmente con las puntuaciones de la dimensión de Obligaciones Formales del COT de los comerciantes encuestados del mercado indicado. Se determina que la pendiente de la ecuación lineal tiene el coeficiente $m=3,22$, positivo, según el modelo de regresión lineal aplicado. Ese valor señala una directa relación entre las puntuaciones de las subvariables. Y, significa que a medida que aumenta la dimensión hábitos de CT, se espera un aumento proporcional en el 67,70 % de la dimensión de Obligaciones Formales del COT, tal como se muestra en el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,6770$). Es decir, el 67,70% de la variabilidad en la dimensión de Obligaciones Formales del COT, puede ser explicado por la dimensión hábitos de CT en este modelo.

Con relación al objetivo específico 4.

Determinar la relación entre las dimensiones de la CT y la dimensión Obligaciones Sustanciales de los encuestados del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.

Tabla 9

Asociación entre los niveles en la dimensión conocimiento de la CT y la dimensión Obligaciones Sustanciales del COT de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

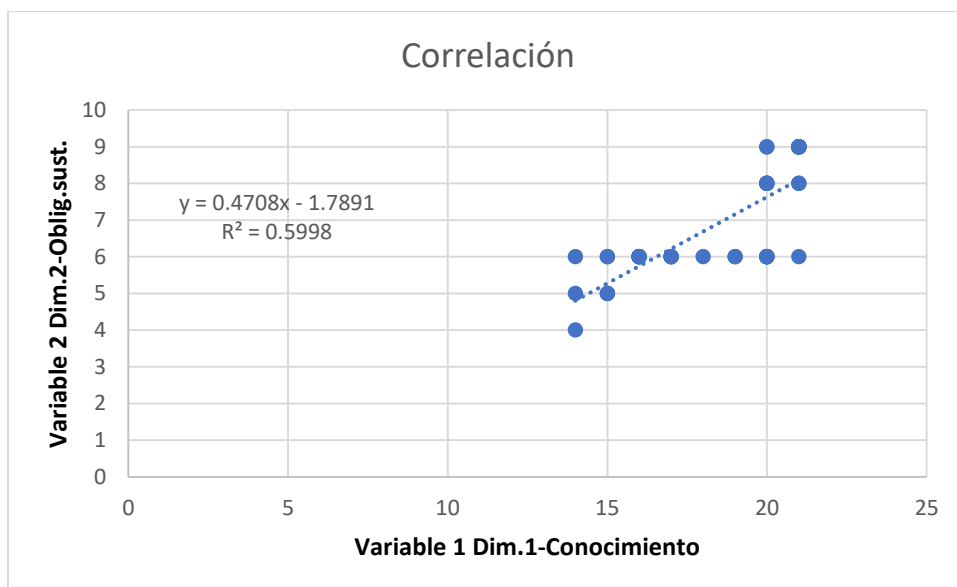
Niveles		Obligaciones Sustanciales			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Conocimiento	Bajo	f	0	0	0	0
		%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Medio	f	1	19	0	20
		%	2.0%	38.0%	0.0%	40.0%
	Alto	f	0	10	20	30
		%	0.0%	20.0%	40.0%	60.0%
	Total	f	1	29	20	50
		%	2.0%	58.0%	40.0%	100.0%

Fuente. Matriz de niveles y puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: En la Tabla 9, de los comerciantes encuestados del mercado referido, el 40% tiene un nivel alto en la dimensión conocimiento de Cultura Tributaria (CT), y un nivel alto en la dimensión de Obligaciones Sustanciales de COT. Y, el 38% tiene un nivel medio en la dimensión conocimiento de CT, y un nivel medio en la dimensión de Obligaciones Sustanciales de COT.

Figura 5

Dispersión entre las puntuaciones de la dimensión conocimiento de CT y de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.



Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: En la Figura 5, se muestra que las puntuaciones de la dimensión conocimiento de cultura tributaria (CT), van en aumento, y sucede igualmente con las puntuaciones de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT de los comerciantes encuestados del mercado indicado. Se determina que la pendiente de la ecuación lineal tiene un valor de coeficiente ($m=0,47$), positivo, según el modelo de regresión lineal aplicado. Ese valor indica una directa relación entre las puntuaciones de las subvariables. Y, significa que, a medida que aumenta la dimensión conocimiento de CT, se espera un aumento proporcional en el 59,98% de la dimensión de Obligaciones Formales del COT, tal como se muestra en el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,5998$). Es decir, el 59,98% de la variabilidad en la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT, puede ser explicado por la dimensión hábitos de CT en este modelo.

Tabla 10

Asociación entre los niveles en la dimensión conciencia de la CT y la dimensión Obligaciones Sustanciales del COT de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

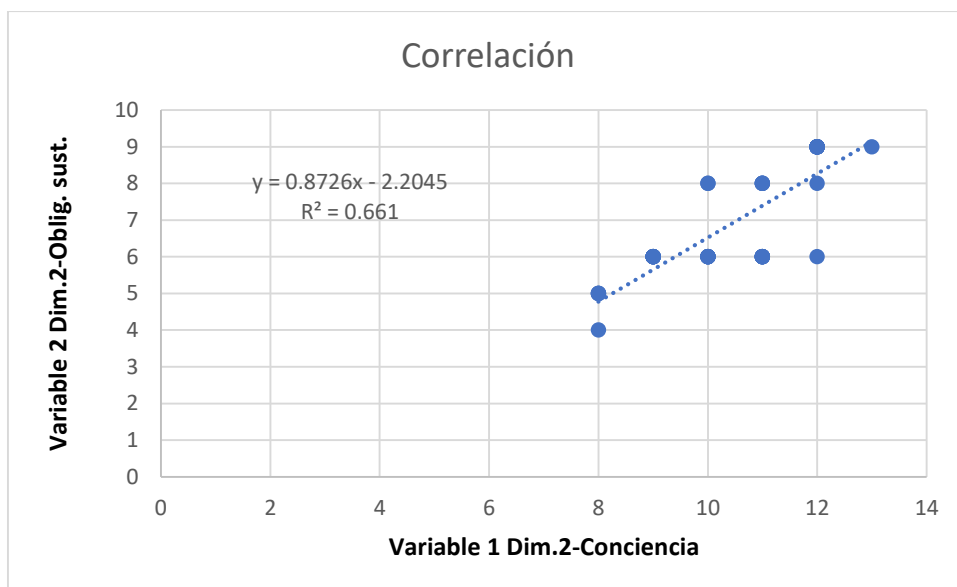
Niveles		Obligaciones Sustanciales			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Consciencia	Bajo	f	0	0	0	0
		%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Medio	f	1	28	6	35
		%	2.0%	56.0%	12.0%	70.0%
	Alto	f	0	1	14	15
		%	0.0%	2.0%	28.0%	30.0%
	Total	f	1	29	20	50
		%	2.0%	58.0%	40.0%	100.0%

Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: En la Tabla 10, de los comerciantes encuestados del mercado referido, el 28% tiene un nivel alto en la dimensión conciencia de Cultura Tributaria (CT), y un nivel alto en la dimensión de Obligaciones Sustanciales de COT. Y, el 56% tiene un nivel medio en la dimensión conciencia de CT, y un nivel medio en la dimensión de Obligaciones Sustanciales de COT.

Figura 6

Dispersión entre las puntuaciones de la dimensión conciencia de CT y de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.



Fuente. Matriz de niveles y puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: En la Figura 6, se muestra que las puntuaciones de la dimensión conciencia de cultura tributaria (CT), van en aumento, y sucede igualmente con las puntuaciones de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT de los comerciantes encuestados del mercado indicado. Se determina que la pendiente de la ecuación lineal tiene un valor de coeficiente ($m=0,87$), positivo, según el modelo de regresión lineal aplicado. Este valor indica una relación directa entre las puntuaciones de las subvariables . Y, significa que, a medida que aumenta la dimensión conciencia de CT, se espera un aumento proporcional en el 66,10% de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT, tal como se muestra en el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,6610$). Es decir, el 66,10% de la variabilidad en la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT, puede ser explicado por la dimensión conciencia de CT en este modelo.

Tabla 11

Asociación entre los niveles en la dimensión Hábitos de la CT y la dimensión Obligaciones Sustanciales del COT de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

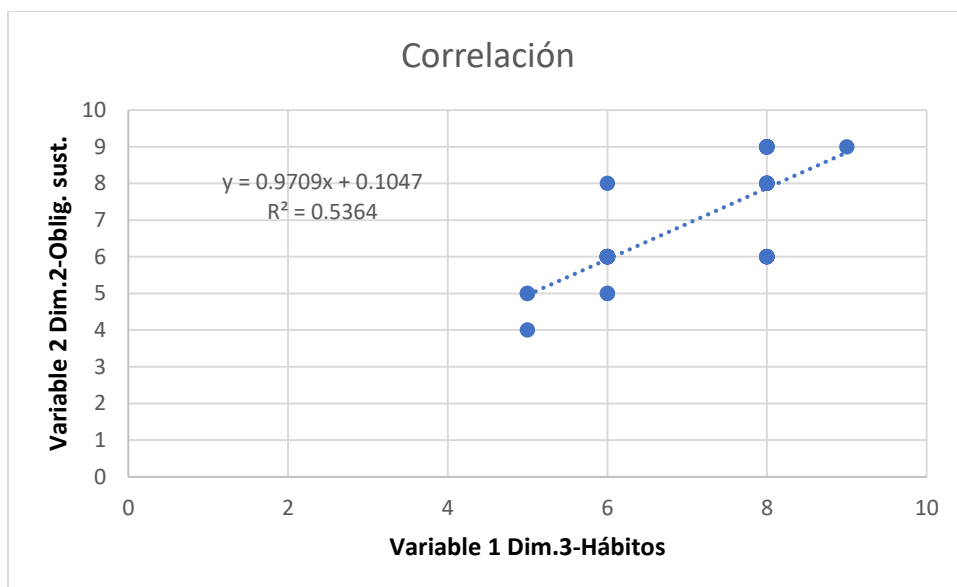
Niveles		Obligaciones Sustanciales			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Hábitos	Bajo	f	1	21	1	23
		%	2.0%	42.0%	2.0%	46.0%
	Medio	f	0	0	0	0
		%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Alto	f	0	8	19	27
		%	0.0%	16.0%	38.0%	54.0%
	Total	f	1	29	20	50
		%	2.0%	58.0%	40.0%	100.0%

Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: En la Tabla 11, de los comerciantes encuestados del mercado referido, el 38% tiene un nivel alto en la dimensión Hábitos de Cultura Tributaria (CT), y un nivel alto en la dimensión de Obligaciones Sustanciales de COT. Y, el 02% tiene un nivel bajo en la dimensión Hábitos de CT, y un nivel bajo en la dimensión de Obligaciones Sustanciales de COT.

Figura 7

Dispersión entre las puntuaciones de la dimensión Hábitos de CT y de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.



Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: En la Figura 7, se muestra que las puntuaciones de la dimensión Hábitos de cultura tributaria (CT), van en aumento, y sucede igualmente con las puntuaciones de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT de los comerciantes encuestados del mercado indicado. Se determina que la pendiente de la ecuación lineal tiene un valor de coeficiente ($m=0,97$), positivo, según el modelo de regresión lineal aplicado. Este valor indica una directa relación entre las puntuaciones de las subvariables. Y, significa que, a medida que aumenta la dimensión Hábitos de CT, se espera un aumento proporcional en el 53,64% de la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT, tal como se refleja en el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,5364$). Es decir, el 53,64% de la variabilidad en la dimensión de Obligaciones Sustanciales del COT, puede ser explicado por la dimensión Hábitos de CT en este modelo.

Prueba de Hipótesis

Los datos fueron sometidos a la prueba de normalidad para determinar el tipo de prueba de contrastación de hipótesis.

Prueba de Normalidad

Hipótesis:

H₀: La distribución de los datos es normal.

H_i: La distribución de los datos no es normal.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Si la significación observada “p” es menor que α , se rechaza H₀.

Estadístico de prueba: Dado que la muestra es menor a 50 unidades, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk.

Tabla 12

Resultados de la prueba de normalidad con SPSS V.25

		Pruebas de normalidad		
		Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.
V1-Cultura tributaria		,616	50	,000
V2-Cumplimiento de obligaciones tributarias		,725	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: Al analizar la Tabla 12, se muestra que tanto la Cultura tributaria como el Cumplimiento de obligaciones tributarias presentan desviaciones significativas respecto a una distribución normal ($p < 0.05$). Por lo tanto, se rechazó H₀ y se decidió utilizar pruebas estadísticas no paramétricas (coeficiente de

correlación de Spearman “ ρ ”) para determinar el grado de relación entre las variables “Cultura tributaria” y “Cumplimiento de obligaciones tributarias”, cuyos resultados en la Tabla 12 indican que las variables no corresponden a una distribución normal.

Formulación de la hipótesis estadística general:

H₁: Existe relación positiva y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

H₀: No existe relación positiva y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Tabla 13

Coefficiente de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las variables “Cultura tributaria” y “Cumplimiento de obligaciones tributarias” de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Correlaciones

			Cultura tributaria	Cumplimiento de obligaciones tributarias
Tau_b de Kendall	Cultura tributaria	Coefficiente de correlación	1,000	,721**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Cumplimiento de obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	,721**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Rho de Spearman	Cultura tributaria	Coefficiente de correlación	1,000	,733**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Cumplimiento de obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	,733**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

Fuente. Matriz de niveles y puntuaciones (Anexo 05).

Interpretación: Según indica la Tabla 13, se prueba que la “CT” y “COT” del mercado en estudio, están relacionadas de manera directa en nivel relativamente alto (Rho=0,733) y relativamente fuerte, y significativa (P-valor=0.000 menor a $\alpha =0.05$), por lo que, se rechaza la H_0 .

Formulación de la hipótesis estadística específica 1:

H_1 : Existe relación positiva y significativa entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

H_0 : No existe relación positiva y significativa entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Tabla 14

Coefficiente de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “Cultura tributaria” y la dimensión Obligaciones Formales de la variable “COT” de los comerciantes del mercado referido.

Rho de Spearman		Dimensión Obligaciones Formales de la variable “Cumplimiento de obligaciones tributarias”	
Dimensiones de la variable “Cultura tributaria”	Conocimiento	Coefficiente de correlación	,733**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	50
	Conciencia	Coefficiente de correlación	,620**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	50
	Hábitos	Coefficiente de correlación	,770**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	50

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

Fuente. Matriz de niveles y puntuaciones (Anexo 05). Nota: Elaboración propia de la investigadora.

Interpretación: De la Tabla 14, se prueba a través de los coeficientes de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “CT” y la dimensión Obligaciones Formales de la variable “COT” de los comerciantes del mercado referido, que existe correlación, a detallar:

Entre la dimensión Conocimiento de CT y la dimensión Obligaciones Formales de COT existe una relación directa de nivel alto y fuerte ($Rho=0,733$) y significativa ($P\text{-valor}=0.000$ menor a $\alpha =0.05$), en los comerciantes del mercado referido.

Entre la dimensión Conciencia de CT y la dimensión Obligaciones Formales de COT existe una relación directa de nivel alto y fuerte ($Rho=0,620$) y significativa ($P\text{-valor}=0.000$ menor a $\alpha =0.05$), en los comerciantes del mercado referido.

Entre la dimensión Hábitos de CT y la dimensión Obligaciones Formales de COT existe una relación directa de nivel alto y fuerte ($Rho=0,770$) y significativa ($P\text{-valor}=0.000$ menor a $\alpha =0.05$), en los comerciantes del mercado referido.

Formulación de la hipótesis estadística específica 2:

H_1 : Existe relación positiva y significativa entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Sustanciales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

H_0 : No existe relación positiva y significativa entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Sustanciales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –202

Tabla 15

Coefficiente de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “Cultura tributaria” y la dimensión Obligaciones Sustanciales de la variable “COT” de los comerciantes del mercado referido.

Rho de Spearman	Dimensión Obligaciones Sustanciales de la variable “Cumpliment o de obligaciones
-----------------	--

		tributarias”	
Dimensiones de la variable “Cultura tributaria”	Conocimiento	Coefficiente de correlación	,630**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	50
	Conciencia	Coefficiente de correlación	,620**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	50
	Hábitos	Coefficiente de correlación	,687**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	50

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

Fuente. Matriz de puntuaciones (Anexo 05). Nota: Elaboración propia de la investigadora.

Interpretación: De la Tabla 15, se prueba a través de los coeficientes de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “CT” y la dimensión Obligaciones Sustanciales de la variable “COT” de los comerciantes del mercado referido, que existe correlación, a detallar:

Entre la dimensión Conocimiento de CT y la dimensión Obligaciones Sustanciales de COT existe una relación directa de nivel moderadamente alto y fuerte ($Rho=0,630$) y significativa ($P\text{-valor}=0,000$ menor a $\alpha =0,05$), en los comerciantes del mercado referido.

Entre la dimensión Conciencia de CT y la dimensión Obligaciones Sustanciales de COT existe una relación directa de nivel alto y fuerte ($Rho=0,620$) y significativa ($P\text{-valor}=0,000$ menor a $\alpha =0,05$), en los comerciantes del mercado referido.

Entre la dimensión Hábitos de CT y la dimensión Obligaciones Sustanciales de COT existe una relación directa de nivel alto y fuerte ($Rho=0,687$) y significativa ($P\text{-valor}=0.000$ menor a $\alpha =0.05$), en los comerciantes del mercado referido.

Análisis y discusión

Con respecto al objetivo general, como se puede apreciar en la Tabla 3 y en la Figura 1, los resultados están en línea con otros estudios que analizan la relación entre la CT y el COT, como el estudio de Lima et al (2024), cuyos resultados determinaron un p valor de 0,000 con una probabilidad de error del 5% y un nivel de confianza de 95%, concluyendo que, existe una correlación positiva y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de deberes tributarios en los comerciantes estudiados.

Estos hallazgos también coinciden con los resultados de la investigación de Mendoza (2024), que determinaron un p valor de 0,000 y correlación de 0,521. El investigador concluyó que, existe una correlación positiva entre la CT y el cumplimiento de deberes tributarios en el mercado "La Parada". También están en línea con los resultados del estudio de Aguilar y López (2023), quienes determinaron un p valor de 0,000 y una correlación moderada de 0,412. Y concluyeron que existe una correlación positiva moderada entre la CT y el cumplimiento de deberes tributarios en los comerciantes del mercado mayorista en Trujillo.

De igual modo, otros antecedentes apoyan los resultados obtenidos en la presente investigación como el estudio de Flores y Fernández (2022), cuyos resultados indicaron un p valor de 0,000 y una correlación de 0,824. Concluyeron que, existe una correlación positiva y significativa entre la CT y el cumplimiento de deberes tributarios de los comerciantes del mercado El Huayco. También, la investigación de Chinchay (2021) en Huaraz, cuyos resultados indicaron un p valor de 0,000 y una correlación de 0,721; concluyendo que, existe una correlación positiva y significativa entre la CT y el cumplimiento de deberes tributarios de los comerciantes estudiados.

Con relación al objetivo específico 1: Determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

La Tabla 4 muestra en cuanto a la dimensión Conocimiento de CT, que el 60% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 40% restante, en el nivel medio. Con respecto a la dimensión Consciencia de CT, la Tabla 4 muestra que el 30% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 70% en el nivel medio. Y con relación a la dimensión Hábitos de CT, la Tabla 4 muestra que el 54% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 46% restante, en el nivel bajo. La Tabla 4 muestra que el 48% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto de cultura tributaria; el 36,67% en el nivel medio; y el 15,33 % en bajo nivel de cultura tributaria.

Es decir, más del 50% de los encuestados se encuentra prácticamente entre los niveles medio y bajo de cultura tributaria. En ese sentido, estos hallazgos son respaldados por la investigación de Palma et al (2022), cuyos resultados evidencian un bajo nivel de conocimiento tributario entre los encuestados, lo que se traduce en un incumplimiento generalizado de las obligaciones fiscales. También están en línea con los resultados del estudio de Morales & Cedeño (2023) , cuyos resultados evidencian que el conocimiento de las obligaciones tributarias no es un predictor suficiente para garantizar el pago oportuno del impuesto. Los resultados obtenidos en la presente investigación también son apoyados por la investigación de Mendoza (2024), que revelan que el 39,2 % de los comerciantes tienen un conocimiento insuficiente en cultura tributaria.

Así también, la presente investigación concuerda con los resultados del estudio de Mora y Peña (2023), cuyos resultados evidencian que los comerciantes no cuentan con suficiente conocimiento de cultura tributaria, exponiéndose a sanciones o multas.

Los resultados de la presente investigación también están en línea con la investigación de Quimis y Quiñonez (2023), en que, el 71 % de los encuestados no conoce sobre cultura tributaria y que no conocen el uso del dinero que aporten.

Además, estos resultados son corroborados por el estudio de Romero y Palma (2022) sobre la cultura tributaria y el cumplimiento de deberes en vendedores de la plaza Bahía de Babahoyo, cuyos resultados evidencian que los comerciantes no cuentan con conocimiento básico sobre cultura tributaria.

Otro respaldo al presente estudio los brinda la investigación de Quiñónez & Villegas (2023) en la Asociación de Producción Agropecuaria las Lagunas, cuyos resultados encontraron un bajo nivel de conocimiento tributario entre los asociados. Así también, la investigación de Granados (2021), cuyos hallazgos revelaron que el 64% de los encuestados practicaban la conciencia tributaria, el 73% consideraban que la capacitación mejora la cultura tributaria.

Con respecto al objetivo específico 2: Determinar el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

La Tabla 5 muestra en cuanto a la dimensión Obligaciones formales de COT, que el 38% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 58% restante, en el nivel medio. Con respecto a la dimensión Obligaciones sustanciales de COT, la Tabla 5 muestra que el 40% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto; y el 58% en el nivel medio; y apenas el 2% en el nivel bajo. La Tabla 5 muestra que el 39% de los comerciantes del mercado referido se encuentra en el nivel alto de cumplimiento de obligaciones tributarias; el 58% en el nivel medio; y el 3 % en el nivel bajo.

Es decir, más del 60% de los encuestados se encuentra prácticamente entre los niveles medio y bajo en cumplimiento de obligaciones tributarias. En ese sentido, estos hallazgos son respaldados por la investigación de Quimis y Quiñónez (2023), en que, el 70 % de los encuestados precisan que no pueden realizar el aporte de sus deberes tributarios por diversos factores como el de no tener la solvencia económica. Los resultados del presente trabajo también son apoyados por la investigación de

Mendoza (2024), que indican que solo el 37,9 % cumplen con sus deberes tributarios.

De igual modo, hay apoyo con el estudio de Custodio & Zavaleta (2023), cuyos resultados dicen que la cultura tributaria ha ejercido una influencia positiva en el comportamiento tributario de la empresa, facilitando el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y consolidando su posición como contribuyente formal. Así también, con el estudio de Chávez & Oblitas (2022), cuyos resultados revelan que una mayor conciencia y conocimiento tributarios conducen a un mayor cumplimiento de las obligaciones fiscales en la empresa Dream Color E.I.R.L.

Estos resultados también coinciden con los del estudio de Lugo (2023) y de Mora y Peña (2023), cuyos resultados evidencian que los comerciantes no cuentan con suficiente conocimiento de cultura tributaria, exponiéndose a sanciones o multas.

Con relación al objetivo específico 3: Determinar la relación entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

De la Tabla 14, se ha demostrado a través de los coeficientes de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “Cultura tributaria” y la dimensión Obligaciones Formales de la variable “Cumplimiento de obligaciones tributarias” de los comerciantes del mercado referido, que existe correlación positiva y significativa entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Los coeficientes de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “Cultura tributaria” y la dimensión Obligaciones Formales de la variable “Cumplimiento de obligaciones tributarias” son: Rho= 0,733 (Conocimiento); Rho= 0,620 (Conciencia) y Rho= 0,770 (Hábitos). Además, la relación es directa de nivel alto y fuerte (Rho=0,620) y significativa (P-valor=0,000 menor a $\alpha =0,05$), en los comerciantes del mercado referido.

Como se puede apreciar, estos resultados están en línea con otros estudios que analizan la relación entre las dimensiones de la variable “Cultura tributaria” y las dimensiones de la variable “Cumplimiento de obligaciones tributarias”; como el estudio de Mendoza (2024), quien concluyó que, existe una correlación positiva entre la cultura tributaria y el cumplimiento de deberes tributarios en el mercado "La Parada", basándose en un p valor de 0,000 y correlación de 0,521. También el de Lugo (2023), cuyos resultados sugieren que fomentar una mayor conciencia tributaria en la población puede tener un impacto positivo en los ingresos públicos.

También, respaldan estos resultados la investigación de Custodio & Zavaleta (2023), cuyos resultados dicen que la cultura tributaria ha ejercido una influencia positiva en el comportamiento tributario de la empresa, facilitando el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y consolidando su posición como contribuyente formal. De igual modo, el estudio de Chávez & Oblitas (2022), cuyos resultados revelan que una mayor conciencia y conocimiento tributarios conducen a un mayor cumplimiento de las obligaciones fiscales en la empresa Dream Color E.I.R.L.

Con respecto al objetivo específico 4: Determinar la relación entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Sustanciales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

De la Tabla 15, se ha demostrado a través de los coeficientes de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “Cultura tributaria” y la dimensión Obligaciones Sustanciales de la variable “Cumplimiento de obligaciones tributarias” de los comerciantes del mercado referido, que existe correlación positiva y significativa entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Sustanciales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Los coeficientes de correlación de Rho (ρ) de Spearman entre las dimensiones de la variable “Cultura tributaria” y la dimensión Obligaciones Sustanciales de la variable “Cumplimiento de obligaciones tributarias” son: Rho= 0,630 (Conocimiento); Rho=0,620 (Conciencia) y Rho=0,687 (Hábitos). Además, la relación es directa de

nivel alto y fuerte ($Rho=0,620$) y significativa ($P\text{-valor}=0,000$ menor a $\alpha =0,05$), en los comerciantes del mercado referido.

Estos hallazgos concuerdan con los resultados del estudio de Taipe (2022), que revelan que el 70% de los comerciantes encuestados mostraron desconocimiento sobre sus obligaciones tributarias, el 80% mostró un nivel bajo de cultura tributaria; el 60% admitió haber incurrido en infracciones y sanciones. El análisis de los resultados evidenció una fuerte relación entre la baja cultura tributaria de los comerciantes ferreteros y la comisión de infracciones y sanciones.

Del mismo igual modo, con la investigación de Cubas & Banda (2022) cuyos resultados revelan una alta correlación positiva entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes minoristas de Sócota, lo que aporta evidencias a favor de la hipótesis de investigación.

Conclusiones

Con relación al objetivo general “Determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.”, se logró tal objetivo, como se ha demostrado el logro en cada uno de los objetivos específicos tratados. En ese sentido, y con relación a la hipótesis general “Existe relación positiva y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.”; se acepta la hipótesis porque se ha demostrado un coeficiente con un nivel relativamente alto ($Rho=0,733$) y relativamente fuerte, y significativa ($P\text{-valor}=0.000$ menor a $\alpha =0.05$), por lo que, se rechaza la H_0 .

Con respecto al objetivo específico 1: “Determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.”, se logró tal objetivo, al determinar que, más del 50% de los encuestados se encuentra prácticamente entre los niveles medio y bajo de cultura tributaria.

Con relación al objetivo específico 2: “Determinar el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.”, se logró tal objetivo, al determinar que más del 60% de los encuestados se encuentra prácticamente entre los niveles medio y bajo en cumplimiento de obligaciones tributarias.

Con respecto al objetivo específico 3: “Determinar la relación entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.”, se logró tal objetivo, como se ha demostrado estadísticamente que existe correlación positiva ($Rho= 0,733$ en dimensión Conocimiento; $Rho= 0,620$ en dimensión Conciencia, y $Rho= 0,770$ en dimensión Hábitos) y significativa ($P\text{-valor}=0,000$ menor a $\alpha =0,05$) entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Formales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Con relación al objetivo específico 4: “Determinar la relación entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Sustanciales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.”, se logró tal objetivo, como se ha demostrado estadísticamente que existe correlación positiva (Rho= 0,630 en dimensión Conocimiento; Rho= 0,620 en dimensión Conciencia, y Rho= 0,687 en dimensión Hábitos) y significativa (P-valor=0,000 menor a $\alpha =0,05$) entre las dimensiones de la cultura tributaria y la dimensión Obligaciones Sustanciales de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.

Recomendaciones

A las autoridades tributarias y a los dirigentes de comerciantes.

Desarrollar capacitación con talleres dirigidos a los comerciantes sobre la importancia de la cultura tributaria y el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Esto puede incluir información sobre cómo los impuestos contribuyen al desarrollo local y nacional.

Promover campañas de sensibilización que destaquen los beneficios del cumplimiento tributario, no solo para el Estado peruano, sino también para los propios comerciantes, como el acceso a servicios públicos mejorados y la estabilidad económica de la comunidad.

Organizar talleres, seminarios y cursos en línea que aborden temas fundamentales como la importancia de los impuestos, el proceso de declaración y pago, y las consecuencias del incumplimiento.

Lanzar campañas en redes sociales y medios locales que resalten los beneficios del cumplimiento tributario, como el desarrollo comunitario y la mejora de servicios públicos.

Establecer un servicio de asesoría fiscal donde los comerciantes puedan recibir orientación personalizada sobre sus obligaciones, ayudándoles a resolver dudas y a realizar sus declaraciones correctamente.

A los investigadores de las ciencias económicas y sociales.

Adoptar enfoques metodológicos mixtos que combinen métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión más completa de las dinámicas tributarias. Esto permitirá captar tanto datos estadísticos como narrativas que expliquen el comportamiento de los contribuyentes.

Investigar la efectividad de programas de educación tributaria en diferentes contextos. Evaluar cómo estos programas pueden ser diseñados para mejorar la comprensión y el cumplimiento de las obligaciones fiscales entre los comerciantes.

Referencias bibliográficas

- Aching Fasabi, K. Y. & Soto Flores, C. A. (2023). Cultura Tributaria y su incidencia en la formalización de los comerciantes de abarrotes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2022. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/134449>
- Aguilar, 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 de pregrado. Universidad César Vallejo. Trujillo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/135366>
- Andia Ovalle, M. S. & Huallpa Aguirre, T. (2024). Cultura tributaria y su incidencia para prevenir la evasión tributaria de los comerciantes del centro comercial Confraternidad, periodo 2022. <http://hdl.handle.net/20.500.12918/8870>
- Baca Huilla, A. & Cutipa Quispe, M. E. (2022). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento del impuesto a la renta en propietarios de viviendas, Wánchaq 2022. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/103491>
- Bautista De La Cruz, E. (2020). Cultura tributaria y su incidencia en la emisión de comprobantes electrónicos de la micro y pequeña empresa del sector comercio: ferretería Alca y Lapa EIRL distrito de Tambo, 2020. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/23665>
- Becerra Pacherez, C. L. & Camacho Piedra, J. (2021). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias, en médicos de la clínica Santa Rosa, Sullana-Perú, 2019. oai:repositorio.unp.edu.pe:20.500.12676/2881 <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/2881>
- Bellota Esquivel, R. E. (2022). Cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto predial de la Municipalidad distrital de Oropesa periodo 2021. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/99846>

- Chávez Vallejos, J. W. & Oblitas Otero, R. C.(2022). La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en la Empresa Dream Color EIRL Cutervo 2020. Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies, 3(2), 106-124. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i2.313>
- Chinchay Garro, J. S. (2021). La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes de abarrotes en la Av. 27 de Noviembre Huaraz, 2019. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25160>
- Chuctaya Pacsi, N. C. & Zuñiga Marmanillo, Y. Y. (2023). Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del Centro Comercial El Paraíso en la ciudad de Cusco-2021. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/12757>
- Chuquiyauri Panduro, A. (2021). Evasión tributaria y la recaudación del impuesto a la renta de las empresas de servicios rubro hoteles del distrito de Amarilis, Huánuco 2019. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25392>
- Cubas Tapia, J. L. & Banda Garcia, M. S. (2022). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes minoristas del distrito de Sócota-2022. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/10275>
- Custodio Vásquez, Y. M. & Zavaleta Francisco, E. P. (2023). Cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias en Distribuidora Mayrin SAC, Chimbote, 2023. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/135167>
- Flores, C. & Fernández, Y. (2022). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes de abarrotes del mercado el Huayco, 2019. Tesis de grado. Universidad Nacional de San Martín. <https://tesis.unsm.edu.pe/handle/11458/4548>
- Gálvez Jara, E. & Shioda Chávez, G. (2021). Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Zonal Palermo de Trujillo, 2020. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/65574>

- Granados Arana, O. R. (2021). La cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria en los negocios de Lan Center' S en el Distrito de Huaraz, 2019. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/37001>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. 6ta ed. México D.F. Editorial McGraw-Hill/ Interamericana Editores.
- Huatay Laván, L. A., & Sánchez Araujo, A. M. (2018). Influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado San Antonio–Cajamarca, julio 2018. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/14764>
- Hurtado Barazorda, K., Estrada Araoz, E. G., Gallegos Ramos, N. A., & Velasquez Giersch, L. (2023). Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes de Puerto Maldonado, Perú. Revista Universidad y Sociedad, 15(2), 187-193. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202023000200187&script=sci_abstract
- Laura,N S. (2018). Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de la Plataforma Andrés Avelino Cáceres Caso: Mercado Virgen de Fátima – 2016. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, <https://repositorio.unsa.edu.pe/items/602dea43-1a02-4170-bdbe-223d01b573ee> <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8374>
- Lima, A., Quispe, V. & Tapahuasco, L. (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 de grado. Universidad Continental. Huancayo. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/14972>

- Lugo Dávila, M. A. (2023). La cultura tributaria y su incidencia en la reducción de la evasión tributaria en la provincia de Huaura, 2018. <http://hdl.handle.net/20.500.14067/7492>
- Mauro, P. (2024). Tax Matters [*Asuntos fiscales*]. <https://coilink.org/20.500.12592/0rxwkgj>
- Méndez Castillejo, H. B. (2024). Hipótesis de investigación. <https://www.aprendizajeneuro.com/investigaciones-e-innovaciones-de-hugo-mendez/>
- Mendoza, G. (2024). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el mercado "La Parada" - La Victoria, período 2023. Tesis de pregrado. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/88a8ce8d-eafb-4bc8-ad29-2190e6bfb3a1/content>
- Mora, J. y Peña, K (2023). Cultura Tributaria y su incidencia en el pago de Impuestos Municipales, en el Mercado Central del cantón El Triunfo, 2021-2022. Tesis de grado. Universidad Estatal de Milagro. Ecuador. <https://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/7071>
- Morales-Ávila, R. & Cedeño-Pico, M. (2023). Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento del Impuesto a la Patente Municipal por Actividades Profesionales en el Cantón Manta, año 2021. 593 Digital Publisher CEIT, 8(4), 582-594 <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.4.1969>
- Mullisaca Machaca, R. G., & Sanca Quispe, M. D. L. A. (2024). Cultura tributaria y su Incidencia en la formalización de las microempresas del mercado internacional Tupac Amaru, Distrito de Juliaca, 2024. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/149284>
- Muñoz, X . V. (2018). Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en el Centro Comercial Golden Plaza - Huaraz,

2018. Universidad Cesar Vallejo, Huaraz, Perú.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/26246>
- Olivera Monterroso, J. (2022). Cultura tributaria y su incidencia en la recaudación tributaria en los restaurantes del distrito de Cusco 2022.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/104277>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico -OCDE. (2021). Building tax culture, compliance and citizenship. OCDE. [Construyendo cultura tributaria, cumplimiento y ciudadanía.]
https://www.oecd.org/en/publications/building-tax-culture-compliance-and-citizenship-second-edition_18585eb1-en.html
- Palma, A. M., Plúa, K. A. & Cedeño, J. A. (2022). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones fiscales Quevedo, 2022. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 3(2), 1433-1450. DOI:
<https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.193>
- Quimis, A. y Quiñonez, M. (2023). La Cultura Tributaria, Conjunto De Valores Y Actitudes Para El Cumplimiento De Las Obligaciones Fiscales. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasun*, 7 (12), 87–104.
<https://doi.org/10.46296/yc.v7i12edespjun.0334>
- Quiñónez Cercado, M. D. P. & Villegas Flores, F. M. (2023). Cultura tributaria y pago de tributos en la asociación de producción agropecuaria las lagunas Asoproagla. *Ciencia y Desarrollo*, 26(4), 35-44.
<http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v26i4.2501>
- Ramos, Y. L. (2018). La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado de Productores de Santa Anita en el 2017. Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24365>
- Romero, E. y Palma, M. (2022). Cultura Tributaria y su incidencia en el Cumplimiento de Obligaciones en los Vendedores del Centro Comercial

Plaza Bahía de Babahoyo, Provincia Los Ríos. Tesis de grado. Universidad Estatal de Milagro. Ecuador.

<https://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/6293>

Rovetto, C. (2018). Metodología de la Investigación. Universidad Tecnológica de Panamá (UTP).

<https://ridda2.utp.ac.pa/bitstream/handle/123456789/13472/Folleto%20Metodolog%c3%ada%20de%20la%20Investigaci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Salazar Diaz, M. V. (2023). Cultura tributaria y su incidencia en el crecimiento económico de las microempresas en la región Lambayeque.

<http://hdl.handle.net/20.500.12423/6361>

Santos, A. y Álvarez, C. (2023). Cultura Tributaria y su incidencia en el cumplimiento de los deberes tributarios en Arévalo Repuestos y Suministros de Línea Blanca ARLB. CIA.LTDA. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 8 (1), 550–560. <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/802>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT. (2020). Libro Cultura Tributaria y Aduanera. SUNAT. <https://cultura.sunat.gob.pe/publicaciones/libro-cultura-tributaria-y-aduanera>

Taípe Espinoza, Y. S. (2022). La cultura tributaria y su incidencia en la disminución de infracciones y sanciones de los comerciantes rubro ferretería del distrito Independencia-Huaraz, 2018. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/31333>

Thompson, W. & Skau, S. (2023). On the scope of scientific hypotheses. *Royal Society Open Science*, 10. <https://doi.org/10.1098/rsos.230607>.

Vizcaíno Zúñiga, P. I., Cedeño, R. J. & Maldonado Palacios, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Anexos

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ANEXO 1. INSTRUMENTO: CUESTIONARIO 1-CULTURA TRIBUTARIA

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CUESTIONARIO 1- CULTURA TRIBUTARIA

Estimado(a) colaborador(a), la presente encuesta es ANÓNIMA, por lo que, le solicitamos que responda con sinceridad. De esa manera, podremos obtener información sobre la **CULTURA TRIBUTARIA** de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024. Marque con una “X” la alternativa (en PUNTAJE) que usted considere conveniente según el siguiente recuadro con códigos.

PUNTAJE				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	ITEMS	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
1	¿Considera usted correcto que existan instituciones que recauden los tributos en el país?					
2	¿Considera usted que la recaudación tributaria beneficia al país?					
3	¿Es importante tener conocimiento de sus deberes y derechos tributarios?					
4	¿Es importante que existan regímenes tributarios de acuerdo al tipo de empresa?					
5	¿Considera correctos los porcentajes aplicados a cada tributo, de acuerdo al régimen tributario?					
6	¿Es correcto para usted evadir un impuesto?					
7	¿Es usted honesto al pagar todos sus tributos?					
8	¿Considera usted que el gobierno hace buen uso de los impuestos?					
9	¿Es usted puntual en los pagos de impuestos u otras obligaciones?					

10	¿Lleva usted diariamente un control de sus compras y ventas?					
----	--	--	--	--	--	--

ANEXO 2. INSTRUMENTO: CUESTIONARIO 2-CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CUESTIONARIO 2-CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Estimado(a) colaborador(a), la presente encuesta es ANÓNIMA, por lo que, le solicitamos que responda con sinceridad. De esa manera, podremos obtener información sobre el **CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS** de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024. Marque con una “X” la alternativa (en PUNTAJE) que usted considere conveniente según el siguiente recuadro con códigos.

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

N°	ITEMS	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
1	¿Mantiene usted su información actualizada en los registros de la Administración Tributaria?					
2	¿Sabe cuál es el procedimiento para la obtención del RUC de su negocio?					
3	¿Emite usted facturas en cada operación que realiza ?					
4	¿Emite usted boletas de venta en cada operación que ejecuta?					
5	¿Emite usted tickets de máquina registradora cuando efectúa?					
6	¿ Emite usted guías de remisión en las actividades que ejecuta?					
7	¿ Exige usted los comprobantes de pago por las compras que realiza?					
8	¿Guarda y archiva usted sus documentos por las compras y ventas?					
9	¿Cumple usted con el pago u otra obligación que le corresponde?					
10	¿Calcula usted las obligaciones tributarias que le corresponde?					

ANEXO 3. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variabes y dimensiones	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿Qué relación existe entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.</p>	<p>Hipótesis principal</p> <p>Existe relación positiva y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.</p>	<p>Variable principal</p> <p>Variable 1. Cultura tributaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conocimiento -Conciencia -Hábitos 	<p>Enfoque de investigación</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Enfoque de investigación: Cuantitativo.</p> <p>Tipo de Investigación: Básica</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo- correlacional</p> <p>Diseño de Investigación: No experimental, Descriptiva – Transversal</p> <p>Población: - 50 comerciantes del mercado Las</p>

Problemas específicos

Objetivos específicos

Hipótesis secundarias

Flores, Independencia - Huaraz – 2024.

Muestra (censal):

- 50 comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.

Técnicas de recolección de datos :

-Encuesta

Instrumentos:

-Cuestionario con escala de Likert.

Técnicas estadísticas:

Se aplicará estadística descriptiva, prueba de normalidad y estadística inferencial.

<p>1. ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024?</p> <p>2. ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024?</p> <p>3.¿Qué relación existe entre las dimensiones de la cultura tributaria y la variable cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores,</p>	<p>1. Determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.</p> <p>2. Determinar el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.</p> <p>3.Determinar la relación entre las dimensiones de la cultura tributaria y la variable cumplimiento de obligaciones</p>	<p>1. El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024 es bajo.</p> <p>2. El nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024 es bajo.</p> <p>3.Existe relación positiva y significativa entre las</p>	<p>Variable 2. Cumplimiento de obligaciones tributarias:</p> <p>-Obligaciones Formales</p> <p>-Obligaciones Sustanciales</p>	
--	---	---	--	--

Independencia - Huaraz – 2024?	tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.	dimensiones de la cultura tributaria y la variable cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz –2024.		
--------------------------------	---	---	--	--

ANEXO 4. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Las Flores, Independencia - Huaraz – 2024.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
CULTURA TRIBUTARIA	La cultura tributaria es un conjunto de elementos interrelacionados (conocimientos, valores y actitudes) que moldea la forma en que las personas y las instituciones perciben	La Variable 1, CULTURA TRIBUTARIA se medirá con un cuestionario de 10 ítems de preguntas para cinco escalas de valoración de las 3 dimensiones.		Institución que recauda	1	Ordinal (Categorica)
				La recaudación	2	“

	y actúan en el ámbito tributario (Gálvez & Shioda, 2021).	Categorización : 1 (Muy en desacuerdo), 2 (En desacuerdo), 3 (Indiferente), 4 (De acuerdo), 5 (Muy de acuerdo)	Conocimiento	beneficia		
				Derechos y deberes tributarios	3	“
				Regímenes Tributarios	4	“
				Tasas de regímenes tributarios	5	“
			Conciencia	Evasión del impuesto.	6	“
				Pago de impuesto	7	“
				Buen uso de impuesto	8	“
			Hábitos	Puntualidad en el	9	“

				pago			
				Control de compra y venta	10	“	
CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	El cumplimiento de las obligaciones tributarias constituye el vínculo fundamental entre el contribuyente y las autoridades fiscales, materializándose en el pago de impuestos o la prestación de servicios establecidos por ley. Asimismo, se entiende por cumplimiento de la normativa tributaria el conjunto de acciones que el contribuyente realiza para dar cabal cumplimiento a sus deberes fiscales (Gálvez & Shioda, 2021).	La Variable 2, CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS se medirá con un cuestionario de 10 ítems de preguntas para cinco escalas de valoración de las 2 dimensiones. Categorización : 1 (Nunca), 2 (Casi nunca), 3 (A veces), 4 (Casi siempre), 5 (Siempre)	Obligaciones Formales	Actualización en la Administración Tributaria	1	“	
				Inscripción del RUC	2	“	
				Emisión de factura	3	“	
				Emisión de boleta	4	“	
				Emisión de tickets	5		
				Emisión de guías de R.	6	“	
				Exigencia de pago	7	“	
				Archivo de documentos	8	“	
				Obligaciones Sustanciales	Cumplimiento de pago	9	“
					Cálculo de obligaciones	10	“

ANEXO 5. MATRIZ DE PUNTUACIONES Y NIVELES DE LAS VARIABLES.

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W
2	VARIABLE 01: Cultura Tributaria																						
3	Pre	Dimensiones															TOTAL	PROM					
4	Enc	Conocimiento					Consciencia					Hábitos					TOTAL	EDIO	Conocimie	Consciencia	Hábitos	TOTAL	
5		P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	Tota	Prom	P ₁	P ₂	P ₃	Tota	Prom	P ₁	P ₂	Tota	Prom						
6	E001	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	13	4	4	4	8	4	42	4	Alto	Alto	Alto	Alto
7	E002	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	5	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
8	E003	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
9	E004	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
10	E005	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
11	E006	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
12	E007	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
13	E008	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
14	E009	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
15	E010	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
16	E011	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
17	E012	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	41	4	Alto	Alto	Alto	Alto
18	E013	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	40	4	Alto	Alto	Alto	Alto
19	E014	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	40	4	Alto	Alto	Alto	Alto
20	E015	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	11	4	4	4	8	4	40	4	Alto	Medio	Alto	Alto
21	E016	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	11	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
22	E017	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	10	3	4	4	8	4	38	4	Alto	Medio	Alto	Alto
23	E018	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	10	3	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
24	E019	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	11	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
25	E020	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	11	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
26	E021	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	11	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
27	E022	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	11	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
28	E023	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	11	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
29	E024	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	11	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
30	E025	5	4	4	3	4	20	4	4	3	4	11	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
31	E026	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	12	4	4	4	8	4	38	4	Medio	Alto	Alto	Alto
32	E027	5	4	4	4	4	21	4	4	4	2	10	3	4	4	8	4	39	4	Alto	Medio	Alto	Alto
33	E028	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	11	4	3	3	6	3	37	4	Alto	Medio	Bajo	Medio
34	E029	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	10	3	3	3	6	3	36	4	Alto	Medio	Bajo	Medio
35	E030	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	11	4	3	3	6	3	36	4	Alto	Medio	Bajo	Medio
36	E031	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	11	4	3	3	6	3	36	4	Alto	Medio	Bajo	Medio
37	E032	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	9	3	3	3	6	3	32	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
38	E033	3	3	3	3	4	16	3	3	4	3	10	3	3	3	6	3	32	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
39	E034	3	3	3	3	4	16	3	3	4	3	10	3	3	3	6	3	32	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
40	E035	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	9	3	3	3	6	3	31	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
41	E036	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	9	3	3	3	6	3	31	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
42	E037	3	3	4	3	4	17	3	3	3	3	9	3	3	3	6	3	32	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
43	E038	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	9	3	3	3	6	3	32	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
44	E039	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	9	3	3	3	6	3	31	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
45	E040	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	9	3	3	3	6	3	31	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
46	E041	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	9	3	3	3	6	3	32	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
47	E042	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	10	3	3	3	6	3	31	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
48	E043	4	3	3	3	3	16	3	4	3	3	10	3	3	3	6	3	32	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
49	E044	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	10	3	3	3	6	3	31	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
50	E045	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	9	3	3	3	6	3	29	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
51	E046	4	3	3	3	2	15	3	3	3	2	8	3	3	3	6	3	29	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
52	E047	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	8	3	3	3	6	3	29	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
53	E048	4	3	3	3	2	15	3	3	3	2	8	3	3	2	5	3	28	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
54	E049	3	3	2	3	3	14	3	2	3	3	8	3	3	2	5	3	27	3	Medio	Medio	Bajo	Medio
55	E050	3	2	3	3	3	14	3	2	3	3	8	3	3	2	5	3	27	3	Medio	Medio	Bajo	Medio

VARIABLE 02: Cumplimiento de Obligaciones Tributarias														TOTAL	PROM EDIO	Obligacion	Obligaci	TOTAL		
Pre	Dimensiones										Obligaciones									
gún	Obligaciones formales								Obligaciones			TOTAL	PROM EDIO	Obligacion	Obligaci	TOTAL				
Enc	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	Tota	Prom	P ₉						P ₁₀	Tota	Prom	
5	E001	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	5	4	9	5	42	4	Alto	Alto	Alto
6	E002	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	5	4	9	5	42	4	Alto	Alto	Alto
7	E003	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto
8	E004	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	5	4	9	5	42	4	Alto	Alto	Alto
9	E005	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto
10	E006	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto
11	E007	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto
12	E008	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto
13	E009	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto
14	E010	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto
15	E011	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto
16	E012	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	9	5	41	4	Alto	Alto	Alto
17	E013	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	5	4	9	5	40	4	Alto	Alto	Alto
18	E014	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Alto	Alto
19	E015	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	8	4	39	4	Alto	Alto	Alto
20	E016	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	3	3	6	3	36	4	Alto	Medio	Medio
21	E017	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	3	3	6	3	36	4	Alto	Medio	Medio
22	E018	3	4	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	8	4	38	4	Alto	Alto	Alto
23	E019	3	4	4	4	4	4	3	4	30	4	3	3	6	3	36	4	Alto	Medio	Medio
24	E020	3	4	3	4	3	3	4	4	28	4	4	4	8	4	36	4	Medio	Alto	Medio
25	E021	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
26	E022	3	4	3	4	3	3	4	4	28	4	4	4	8	4	36	4	Medio	Alto	Medio
27	E023	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
28	E024	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
29	E025	3	4	3	4	3	3	4	4	28	4	4	4	8	4	36	4	Medio	Alto	Medio
30	E026	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
31	E027	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
32	E028	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
33	E029	3	4	3	4	3	3	4	4	28	4	4	4	8	4	36	4	Medio	Alto	Medio
34	E030	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
35	E031	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
36	E032	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
37	E033	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
38	E034	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
39	E035	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
40	E036	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
41	E037	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
42	E038	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
43	E039	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
44	E040	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
45	E041	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
46	E042	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
47	E043	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	6	3	30	3	Medio	Medio	Medio
48	E044	3	3	3	3	3	3	2	3	23	3	3	3	6	3	29	3	Medio	Medio	Medio
49	E045	3	3	3	2	3	3	2	3	22	3	3	3	6	3	28	3	Medio	Medio	Medio
50	E046	3	3	3	3	2	3	2	2	21	3	3	2	5	3	26	3	Medio	Medio	Medio
51	E047	3	2	3	2	3	2	2	3	20	3	3	2	5	3	25	3	Medio	Medio	Medio
52	E048	3	3	3	3	2	2	2	2	20	3	3	2	5	3	25	3	Medio	Medio	Medio
53	E049	3	2	2	2	2	2	2	2	17	2	3	2	5	3	22	2	Bajo	Medio	Bajo
54	E050	3	2	2	2	2	2	2	3	18	2	2	2	4	2	22	2	Bajo	Bajo	Bajo
55	E051																			

ANEXO 6A. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO CULTURA TRIBUTARIA

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,849	10

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	VARIABLE 1-CT											
2	Preg	Dimensiones										
3	unta											
4	Encu	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	
5	E1	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	
6	E2	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	
7	E3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	
8	E4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
9	E5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
10	E6	3	5	4	4	4	4	3	4	3	4	
11	E7	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	
12	E8	5	4	5	5	3	5	4	3	4	4	
13	E9	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
14	E10	4	5	5	3	3	5	5	5	3	4	
15	E11	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	
16	E12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
17	E13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
18	E14	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	
19	E15	4	5	5	5	2	5	4	4	4	5	
20	E16											
21	E17											

ANEXO 6B. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,926	10

	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀
E1	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4
E2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4
E3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
E4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
E5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5
E6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E7	4	3	4	3	3	5	4	4	4	5
E8	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
E9	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
E10	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
E11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E13	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
E14	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
E15	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
E16										
E17										

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

1. Información del Autor

Rodríguez Romulo Jennifer Milagros 45931748 Jenniferrodriguez11@gmail.com

Apellido y Nombres **DNI** **Correo Electrónico**

2. Tipo de Documento de Investigación

Tesis Trabajo de Licenciatura Profesional Trabajo Académico Trabajo de Investigación

3. Grado Académico o Título Profesional

Licenciatura Multidisciplinaria Título Segundo Especialidad Maestría Doctorado

4. Título del Documento de Investigación

CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTOS DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAS FLORES, INDEPENDENCIA - HUARAZ, 2024.

5. Programa Académico

CONTABILIDAD

6. Tipo de Acta y Origen de la Acta

Acta de Tesis / Trabajo de Investigación / Trabajo Académico Acta de Trabajo de Investigación / Trabajo Académico / Trabajo de Investigación

7. Número de Acta (solo en caso de tesis)

A. Originalidad del Archivo Digital

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

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS *

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en la actualidad y en el Repositorio Institucional Digital, el cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, en todo el mundo a todo el documento. *

Fecha de Firma 16.05.25

Firma Digital  

Legislación

1. Ley N° 27120, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de San Pedro, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

2. Ley N° 27121, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de San Martín, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

3. Ley N° 27122, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Tarma, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

4. Ley N° 27123, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Ayacucho, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

5. Ley N° 27124, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Cuzco, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

6. Ley N° 27125, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Arequipa, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

7. Ley N° 27126, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Chiclayo, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

8. Ley N° 27127, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Piura, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

9. Ley N° 27128, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Iquitos, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

10. Ley N° 27129, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Puno, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

11. Ley N° 27130, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Moquegua, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

12. Ley N° 27131, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Tacna, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

13. Ley N° 27132, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Ica, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

14. Ley N° 27133, Ley de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Lima, publicada en el Diario Oficial "El Peruano" el 14 de mayo de 2002.

CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAS FLORES, INDEPENDENCIA - HUARAZ - 2024.

INFORME DE ORIGINALIDAD

26%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	6%
2	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	2%
6	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	1%

9	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	1 %
10	Submitted to Universidad Nacional de Cañete Trabajo del estudiante	1 %
11	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	1 %
12	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1 %
13	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1 %
14	Submitted to Universidad Tecnologica de los Andes Trabajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to unasam Trabajo del estudiante	<1 %
16	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
17	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1 %
19	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	<1 %

20	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
22	Submitted to Universidad Privada Antenor Orrego Trabajo del estudiante	<1 %
23	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	revistas.uexternado.edu.co Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 6 words

Excluir bibliografía

Activo