

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



**Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los
comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022**

Tesis para obtener título profesional de Contador Público

Autor:

Bach. Bazalar Palomares, José Luis
Código ORCID: 0000-0003-3755-3162

Asesor:

Mg. Luis Menacho, Jessica
Código ORCID: 0000-0003-3781-6575

Huacho-Perú

2022

INDICE

Indice General.....	i
Indice De Tablas	ii
Índice de figuras.....	iii
Palabra clave:	iv
Titulo.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Introduccion	1
Metodología	27
Resultados.....	30
Analisis y discusion	52
Conclusiones y recomendaciones	56
Referencias bibliograficas.....	59
Anexos	65

INDICE DE TABLAS

N.º Tabla		Pág.
Tabla 1:	Considera que en las escuelas se debe impartir temas de educación tributaria, para mejorar la cultura tributarista.	29
Tabla 2:	Tiene con conocimiento de los beneficios de la formalizar de su negocio	30
Tabla 3:	En su medio existen campañas que incentiven un mejor nivel de conocimiento sobre los tributos.	31
Tabla 4:	Conoce bien sobre la importancia de dar cumplimiento del pago de nuestro impuesto.	32
Tabla 5:	Es consciente que pagando sus impuestos contribuye a que el estado mejore el bienestar social.	33
Tabla 6:	Realiza sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación	34
Tabla 7:	Considera que la SUNAT se acerca a los vendedores que conforman el mercado modelo de Huacho para asesorarlos.	35
Tabla 8:	La SUNAT le da la confianza necesaria para que cumpla con sus pagos de tributos de forma justa.	36
Tabla 9:	La SUNAT le hace conocer sobre los beneficios que puede obtener al dar cumplimiento de sus pagos de manera puntual	37
Tabla 10:	Considera que las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas,	38
Tabla 11:	Usted cumple de manera oportuna con sus declaraciones y pagos de su IGV-RENTA, según cronograma de vencimientos	39
Tabla 12:	Está pendiente de la programación de los pagos que brinda la SUNAT, de sus impuestos de su negocio	40
Tabla 13:	Las retenciones que se hacen dentro de su giro comercial son necesarias	41
Tabla 14:	Realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera real	42
Tabla 15:	Está inscrito en el RUC	43
Tabla 16:	Cuando hace una venta, emite su comprobante de venta	44
Tabla 17:	Cree que el régimen tributario en el que se encuentra es el adecuado para su giro de su actividad	45
Tabla 18:	Prefiere seguir de manera informal su negocio	46
Tabla 19:	Considera si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta	47
Tabla 20:	Alguna vez fue fiscalizado por no estar formalizado.	48
Tabla 21:	Correlación de variables.	49

Palabras clave:

Tema	Cultura tributaria y obligaciones tributarias
Especialidad	Contabilidad

Theme	Tax culture and tax obligations
Specialty	Accounting

Línea de investigación del VRI. (RCU. N° 4201-2019-USPCU)

Línea de investigación	OCDE		
	Área	Sub área	Disciplina
Tributaciòn	Ciencias sociales	Economía y negocios	Economía

Line of research	OCDE		
	Área	Sub área	Discipline
Taxation	Social Sciences	Economy and business	Economy



USP
UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

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

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado **"Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022"** del (a) estudiante **José Luis Bazalar Palomares** identificado(a) con **Código N° 1612100056**, se ha verificado un porcentaje de similitud del 25%, 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, 15 de Mayo de 2023

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



NOTA:

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

**“Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones
tributarias de los comerciantes del mercado modelo de
Huacho, 2022”**

**" Tax culture and compliance with tax obligations of the
merchants of the Huacho model market, 2022".**

Resumen

El propósito de la investigación fue; explicar que la cultura tributaria se relaciona en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022, es de tipo descriptiva – no experimental, ya que narra los momentos acontecidos en relación a la problemática en estudio, con las variables, cultura tributaria y las obligaciones de sus tributo. Usamos como técnica la encuesta, validada por el juicio de expertos y el instrumento será el cuestionario que será medido su confiabilidad a través del alfa de Cronbach. Que será aplicado a la muestra de 210 comerciantes que se obtuvo de la población total del mercado modelo de Huacho periodo 2022.

Existe un alto nivel de correlación entre las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias, con significancia estadística de $p=0,000 < 0,05$; y un Rho de Spearman de ,833, la cultura tributaria es baja, el 50% de los comerciantes indican que casi nunca tienen conocimiento de los beneficios de la formalización de su negocio, las obligaciones tributarias no se cumplen, cuando el 48% de comerciantes afirman que frecuentemente realizan sus declaraciones y pagos mensuales de IGV-renta dentro de los plazos establecidos según cronograma, 60%, que admiten que algunas veces se conoce sobre la importancia de cumplir con el pago de nuestro impuesto

Abstract

The purpose of the investigation was; explain that the tax culture is related to compliance with the tax obligations of the merchants of the Huacho model market, 2022, it is descriptive - not experimental, since it narrates the moments that occurred in relation to the problem under study, with the variables , tax culture and the obligations of their tribute. We use the survey as a technique, validated by expert judgment and the instrument will be the questionnaire that will measure its reliability through Cronbach's alpha. That will be applied to the sample of 210 merchants that was obtained from the total population of the Huacho model market period 2022.

There is a high level of correlation between the variables tax culture and tax obligations, with statistical significance of $p=0.000 < 0.05$; and a Spearman's Rho of .833, the tax culture is low, 50% of merchants indicate that they are almost never aware of the benefits of formalizing their business, tax obligations are not met, when 48% of merchants affirm that they frequently make their declarations and monthly IGV-rental payments within the terms established according to the schedule, 60%, which admit that sometimes it is known about the importance of complying with the payment of our tax

1. Introducción

En lo internacional: Fajar et al (2020), el objetivo en este estudio era definir sobre la incidencia que hay entre el cumplir con las obligaciones tributarias y los costos que genera al cumplir en los pagos tributarios. Metodológicamente utilizo un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo relacional con diseño no experimental. Se tomo por muestra a 100 organizaciones provinciales, fue a los empleados a quienes se aplicó las encuestas, para la recolección de datos. Se aprecio que la mayor parte de las compañías tienen un elevado nivel de confianza en las leyes y en el estado, esto provoca un óptimo cumplimiento al cumplir con las cancelaciones tributarias. Dando por conclusión que el cumplimiento tributario no influye en la conducta de los que pagan los tributos, ósea, si existiera un alza en los costos no afectaría que tan seguido se cumpla las obligaciones de la compañía.

En tanto Kemme et al. (2019), en su investigación cuyo titulo es “Moral fiscal y evasión fiscal internacional”. cuyo objetivo fu analizar que rol cumple la ética fiscal en cuanto a la evasión fiscal de los individuos en razón de sus inversiones de capital nacional de retorno y extorno en las cuentas de los paraísos fiscales. (...). Dando por conclusión que la evasión fiscal mediante los viajes de ir y regresar, no es un mecanismo general en donde las cabezas responsables en lo político, se enfocan a través de viajes de salidas y regresos ya que no es un anómale generalizado en el que los comprometidos en la política de todos los países se tengan que enfocar igualitariamente. Por otro lado, se evidencio que la evasión fiscal se halla mayormente en naciones donde existe una baja moral fiscal.

Segùn Dularif et al. (2019), los autores en su publicación de nivel científico, titulado “¿Es eficaz el enfoque de retractación para lidiar la evasión fiscal? Un metaanálisis”. Indonesia. Teniendo por propósito definir la incidencia que hay entre los elementos que determinan la erudición fiscal orientado a un enfoque de disuasión. Aplicando por muestra a 478 articulos estrenados (1878 – 2018). Como instrumento, se uso la supervisión de fuentes

secundarias, dando por conclusión que al disminuir la tasa impositiva se convierte en un instrumento eficaz para prevenir la evasión fiscal.

Bobadilla y Urquía (2020) en su estudio, el objetivo es definir en su investigación, su objetivo fue determinar el grado de incidencia que hay entre la cultura tributaria y en el cumplimiento de pago de sus obligaciones tributarias que tienen los contribuyentes que pertenecen al mercado minorista. Metodológicamente usó en su estudio el enfoque cuantitativo de tipo correlacional, bajo el diseño no experimental, se acopló en una muestra de 80 compañías, donde a sus dueños se aplicó dos encuestas por instrumento. Arrojando por resultado, sobre el nivel de cultura tributaria muestra homogeneidad en los resultados, ya que el 48.8% de vendedores aducen que los integrantes del mercado, dan cumplimiento con la normatividad tributaria, en tanto un 47.5% cree que no es así, dando por conclusión que no hay relación.

Bayona (2020) en su estudio, se planteó como propósito definir en que grado la Cultura Tributaria influye con el incumplimiento de pago de los impuestos dentro del Mercado Modelo, Chiclayo, 2018. Donde este estudio es cuantitativo, no experimental de diseño con un alcance descriptivo correlacional, se tomó por muestra a 168 usuarios, por técnica la encuesta y por instrumento. Los datos obtenidos destacados, con respecto a la cultura tributaria, el 51% de los contribuyentes no conoce el significado de cumplimiento por voluntad sobre sus impuestos, también el 48% cree pagar impuesto de manera obligada por el lado del ente recaudador. Dando por conclusión que, si hay influencia sobre la cultura tributaria y el evadir impuestos, a menor cultura, más evasión.

Muñoz y Zárate (2018), en la investigación su objetivo es definir cuál era el grado de la cultura tributaria que hay en los negociantes que venden a por menor. para el estudio usó una metodología orientado en el enfoque cuantitativo, ya que estarán en un nivel estadístico, las variables en estudio no habrá manipulación, por lo tanto fue no experimental y de tipo descriptivo, se

usó por muestra a 84 usuarios del comercio, por instrumento se usó el cuestionario y por técnica la encuesta, a quienes se les aplicó un cuestionario con ítems relacionados a sus objetivos, y la encuesta como técnica. Los datos obtenidos más destacables fue que a mejor educación y concientización tributaria hace a poner más énfasis en reforzar la normatividad tributaria, esto dijo el 50%, seguido por añadir más control a las obligaciones tributarias lo dijo el 37%. Así, por conclusión quedo el 35% Concluyéndose que, el 35% de minoristas.

Palacios (2017), en su proyecto, dio por conclusión sobre la mayoría de negociantes piensa que sus responsabilidades tributarias se acorta solo al efectuar el pago de sus obligaciones tributarias, no viendo las obligaciones formales, también importantes, aparte el pago de impuestos crea un buen benefactor al estado, dando la posibilidad que tenga recursos y se lleven sus actividades, el resto de deberes tributarios son: realizar y dar comprobantes de pago, usar correctamente el crédito tributario, mostrar declaraciones, realizar retenciones, etc. Este desconocimiento por el lado de los dueños de los comercios provocaría insuficiencias en la administración tributaria.

Pérez (2017), en su investigación, se definió como propósito principal estudiar al sistema electrónico y el cumplimiento de las obligaciones de impuestos, con el propósito de saber su incidencia, bajo el enfoque cualitativo y un tipo de investigación exploratoria, donde describimos y relacionamos las variables, dando por conclusión que la gestión tributaria tiene datos de suma importancia; pese a ello aún hay imperfecciones en las vías de conexión Inter instituciones de nacionales y particulares, portadoras de esos datos; aparte de ello los datos obtenidos poseen un nivel óptimo de calidad, la gestión óptima administrativa de los impuestos va depender del nivel de instrucción y en el cumplimiento de los contribuyentes. (p. 112).

Decimavilla C. & Ríos V. (2017), su propósito general fue definir explicando cómo se encuentra la administración tributaria de la empresa DELICIAS de Guayaquil durante el año 2016, dar ideas mediante actividades,

optimizando así el trabajo, Se usó por tipo de investigación, descriptiva, como técnicas empleadas fueron cuestionarios que se aplicaron a los empleados de la empresa. Dando por conclusión que la compañía consiguió no cumplir con sus obligaciones, a la vez también, no se expusieron los comprobantes ni los pagos mensuales de sus declaraciones, también, es prudente poder seguir un mejoramiento al momento de contratar a sus futuros empleados, que tengan un calendario dirigido a los tributos, de esta manera se aprecie la entrega de las facturas, cumpliendo los pagos que están definidos en ciertas fechas, así, se evitan multas o moras que sean perjudiciales para su economía.

En lo Nacional:

Atalaya (2021), en este estudio se definió en qué medida la cultura tributaria incide en el impago de impuestos dentro de la Asociación de Comerciantes y dueños del mercado Modelo de Soritor 2020; (...). Se obtuvo por resultados que ambas variables, cultura tributaria y la evasión tributaria tienen gran influencia, ya que se apreció el fuerte grado de relacionalidad, ante el resultado de 89.9% con sig. bil. de ($p < 0,000$). Entonces, optimizando los valores en la cultura tributaria, conciencia y la disciplina de esta, conllevará a optimizar el mecanismo evasivo tributario, esto incluye la evasión por motivos personales, culturales o sociales, incluso técnicos. Recomendaron a los dueños de los comercios y sus trabajadores ponerse al día en las formalidades competentes.

Llanos & Suxe (2021), en este estudio se planteó por propósito general definir la incidencia que hay entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones de pagos de sus impuestos de los comerciantes del mercado Modelo – Chiclayo 2019. 8...). Como fundamentales datos obtenidos se apreció que el nivel que existe en los comerciantes del mercado sobre la cultura tributaria fue muy bajo en un 68%, por otro lado, en cuanto al grado del cumplimiento de las obligaciones tributarias el resultado fue de un nivel notoriamente bajo en un 60%. Dando por conclusión que la relación fue alta, positiva y se obtuvo un valor considerable rho igual a ,578 y, también el

resultado de correlación fue muy significativa al ser igual a 0,000, por lo tanto podemos confirmar que es aceptable la hipótesis que se propuso.

Los autores Pérez y Soto (2021) en su estudio, debido a tantos antecedentes que evidenciaron, se comprometieron a investigar, teniendo como propósito determinar la relación que existe entre la cultura y las obligaciones tributarias en el Mercado San Benito, San Juan de Lurigancho en el año 2020, tomando por muestra a 160 mercaderes, el cuestionario fue el instrumento. Concluyendo a mayor nivel de cultura tributaria, se optimizará el pago de las responsabilidades fiscales.

Álvarez & flores (2021), este estudio se planteó como propósito principal establecer como influye la cultura tributaria en la evasión tributaria de los vendedores del Mercado Modelo 28 de julio Jaén 2021, (...). Para el análisis correlacional de esas dos variables mencionadas, emplearon el método de correlación de Pearson, donde obtuvo el resultado de 0,417 y con un nivel de significancia de 0,01 es decir que, si hay una relación positiva media entre las variables, evidenciándose la falta de cultura tributaria tiene que ver con la evasión de impuestos. Dando por conclusión que si se enfatiza a mejorar la cultura tributaria, hacer que los tributaristas sean más conscientes, que el pago oportuno de sus pagos, exceden a grandes beneficios, tanto para ellos como al estado, ya que busca mejorar la calidad de vida con los impuestos recaudados.

Torres (2019), definió por propósito principal determinar la influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos de los vendedores pertenecientes al mercado Municipal "Roberto Segura", Jaén – 2018. para la investigación se usó el diseño no experimental: de tipo descriptivo – analítico cualitativo. se contó con una población muestral de 600 vendedores que conforman en el Mercado Municipal “Roberto Segura” de la ciudad de Jaén, donde por muestra se usó 60 mercantes de dicho mercado, concluyendo, que hay carencia de datos informativos con un saber nulo en temas tributarios en porcentaje de 83.33 % de mercantes encuestados, así que la educación tributaria es mínima en los mercaderes, esto ocasiona la evasión de impuestos.

Salazar (2019), en este estudio se fijó por propósito de establecer si la cultura tributaria logra incrementar los ingresos a los vendedores del mercado modelo de Chachapoyas, del periodo 2018. (...). Según los resultados obtenidos se mostró sobre los vendedores del Mercado Modelo de Chachapoyas, que los impuestos no optimizan la calidad de vida de la comunidad, esto se generó por el poco saber sobre la cultura tributaria; limitando la evolución monetaria y social. Dando por conclusión que los comerciantes de dicho mercado poseen un bajo conocimiento sobre la tributación, causado por la informalidad de los mercaderes.

Aliaga & Chacanasaca (2018), en este estudio el propósito general explicar la incidencia que hay entre la cultura tributaria en la evasión tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas del Mercado Modelo de Chupaca, en la metodología de investigación, fue tipo descriptiva, empleando el método científico, a través de la observación, donde se pudo describir los hechos tal como sucedieron, el diseño fue correlacional, se utilizó por técnica a la encuesta, analizando y recopilando datos, con ayuda del cuestionario como instrumento. La muestra fue de 65 Mypes del Mercado Modelo de Chupaca. Concluyendo según los datos obtenidos que, si se llevan a cabo actividades informales por falta de educación y conciencia tributaria, provocando que no sumen impuestos, ya que lo ven normal evadir tributos, esto reflejado en los datos obtenidos de las técnicas empleadas, el 60% cree necesaria capacitación sobre la educación de tributos, pedir comprobantes de pago, tener los procesos fáciles y claros para los tributaristas, ayudar la cultura tributaria y el 80% considera que debe haber más información sobre los impuestos a pagar.

Vargas (2018), por propósito general se planteó determinar en qué medida la cultura tributaria incide en la evasión tributaria en los comerciantes del mercado de Tingo María, 2017. Con un tipo de investigación de tipo aplicada, nivel descriptivo, con un diseño de investigación correlacional, ya que se midió la relación entre las dos variables. Usando como muestra a 100 mercaderes del mercado mencionado, aplicándose la encuesta como técnica y

cuestionario como instrumento con respuestas dicotómicas y de opción múltiple. Los datos obtenidos nos acercan a dar conclusión a nuestros objetivos, por lo tanto, a mayor cultura tributaria de los mercaderes, habrá menor evasión de impuestos por parte de ellos mismos.

Apaza y Bonifacio (2017), en su estudio, por propósito general plantearon establecer de qué manera la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias de los vendedores del mercado central de Paruro, ciudad de Cusco-2017, La investigación sus resultados se mostraron en valores numéricos, siendo cuantitativa, aplicada, de tipo relacional, para la muestra se tomó a 36 vendedores, dando por conclusión que los mercaderes tienen una baja cultura tributaria, esto, provoca que no cumplan sus deberes tributarios, según los resultados en porcentajes el 97.2% de mercaderes tiene bajo conocimiento tributario y un 61.1% tienen poca formación correspondiente a educación tributaria, el 88.8% infringe las normas de pagar tributos en mayor o menor grado. A la vez, se apreció que si hay una directa relación entre las dos variables.

En la fundamentación científica, **con dos variables la primera, la cultura tributaria** Vargas (2018), este la describe como un comportamiento constante de responsabilidades tributarios poniendo como base a la confianza, valores, razón, responsabilidad con la sociedad y ser solidario.

Según la Real Academia de España (2012), “Cultura es un sustantivo derivado de la palabra latina “cultura” y se define como “un conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y arte, ciencia, desarrollo industrial, grupos sociales en tiempo. ”

En tanto Zamora, (2018), expresa que la cultura tributaria resalta por el cumplir voluntario de las responsabilidades tributarias de evaluación de las personas, esperando impulsar una óptima cultura que cuente con deberes y derechos, donde se aprecie que se cumple, ya que es importante para que el

país avance.

Según Manayay et al (2019). La cultura tributaria técnicamente es un conjunto de valores, creencias y fundamentos, donde en similar poseen la cantidad de usuarios por su manera de pensar, actuar y mirar. Al hablar de cultura tributaria, se refiere a los datos informativos sobre los usuarios que cumplen sus responsabilidades tributarias, aunque en ciertos casos, se ven obligados, por ello se tiene que conocer muy bien la cultura tributaria, así se comprende mejor el pago de tributos, ya que el estado es el ente administrador de estos, la población es dueña de ellos, finalizando este estudio se aprecia que la educación es muy necesaria pero es más que eso, ya que dicho estudio por objetivo principal es proponer estrategias tributarias impulsando cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo.

Para ellos, según Gonzáles y Gancedo (2016), la cultura tributaria se define por las percepciones creadas en el sistema a partir de los impuestos vigentes, los valores de las personas y su disposición a pagar.

En la misma línea Bonilla (2014), “La cultura tributaria son los principios morales que incentivan a cumplir las responsabilidades tributarias (p. 2). Kochi & Ponce manifiestan que “La cultura tributaria también tiene que ver con la aportación del usuario y como responde el estado ante los crecimientos de conocimientos” (p. 33). La cultura tributaria también permite poder y saber dar diferencia entre buenas y malas acciones, ósea que si tiene conciencia de lo que decide, es necesario contar la cultura tributaria implica contar con valores y respeto por las leyes.

Citado por Solorzano (2011) en un estudio de Roca (2016). Da el concepto de cultura tributaria como “en algunos países, es el conjunto de niveles de información y conocimiento sobre los impuestos y el comportamiento público y las costumbres en materia tributaria”.

La importancia de cultura tributaria, SUNAT (2020) alude que la cultura de tributación se creó para enseñar a las personas a ser responsables y

tener conciencia sobre los impuestos, se considera también una manera de prevenir la elusión tributaria, esta misma, es una herramienta para la formación tributaria es la pieza que une a la organización fiscal y un instrumento vital para cambiar la cultura de tributación (p 9).

Comercio informal; acciones monetarias, hechas por personas, que conocen o no, el deber de sus obligaciones, por diferentes factores o motivos como es tramites complicados, un escenario de utilidades limitadas o descuadres en los tributos, siendo que el desempleo es un gran problema mundial, se suele ser tu propio jefe en negocio propio, ya sea este presencial o virtual con sueldo básico o familiar. (Díaz, 2015, p. 85).

La Informalidad; uno de las problemáticas que tiene el Perú, todo por escasa cultura tributaria, existiendo así, un gran porcentaje de comerciantes informales, también empresarios que deciden realizar sus negocios fuera de lo dictaminado por la ley; ósea, tienen negocios donde practican el comercio de ambulante e informal, esto provoca que el estado recaude y a la vez administre los impuestos faltantes, porque los ciudadanos no contribuyen honestamente al desarrollo económico del país, al no declarar sus pagos y costos vienen a ser evasores fiscales. (Díaz, 2015, p. 92).

Formalización de un negocio; quiere decir que cuando un usuario haya puesto un negocio, dentro de los parámetros legales y normas, apoya al desarrollo del estado y trabajo de administrar tributos.

Pese a ello, muchos comerciantes ven muy difícil y costoso formalizar, por los diferentes motivos de tiempo, dinero o tramites, ven mas factible seguir en la informalidad, sin saber los beneficios que se pierden por no ser formales, en una noticia de Radio Programas del Perú (RPP), se habló sobre las ventajas de ser formal son: calificar rápidamente a crédito bancario, menor riesgo de ser multado, obtener beneficios de tributos, apoyar al desarrollo del país, y muchos mas, fijando que a las finales todos los impuestos mejoran el desarrollo de nuestro país.

Elementos de cultura tributaria; Armas, (2019) afirmó que la “cultura tributaria” refleja elementos basados en las siguientes características. “tiene las siguientes características, valores: la misma propiedad se divide en dos tipos: el sujeto pasivo de la organización y el de la empresa” (p. 24).

Valores del que paga tributos; empezando, la honestidad, es uno de los más importantes, siendo un principio y regla definida por la normativa. Valores corporativos, quiere decir los que ya están de por sí arraigados a la compañía refiriéndose a su cultura organizacional, como son la lealtad, es sentir no solo vocación sino respeto, apoyando a la compañía; responsabilidad, velar por las obligaciones se cumplan eficazmente; excelencia, realizar un óptimo trabajo es por la exigencia que ponen, pese a ello hay otras cosas como son las reglas fijas, donde se debe cumplir todo al pie de la letra y se debe pagar una multa al no respetar alguna de ellas.



Fuente: SUNAT 2020.

Fundamentando científicamente la segunda variable, b) Obligación tributaria; Según Martínez (2016), afirma que es el vínculo entre el estado y el contribuyente o responsable. • Es una relación jurídica iniciada por impuestos y regulada por ley. • Objeto: Se refiere a incentivos fiscales.

- Ejecutable.
- Material: deberes del contribuyente o contribuyentes.

Formales: cumplimiento de los mecanismos de control, medios, plazos, formas y condiciones establecidos por el Estado para garantizar las obligaciones materiales.

Desimavilla & Ríos (2017), también sustentan que las obligaciones tributarias en materia tributaria surgen en relación con la realización de actividades económicas o la creación de personas jurídicas, si se inscriben en un registro único de contribuyentes utilizando una herramienta denominada características fiscales de registro o actualización. . registro unificado de contribuyentes (conjunto de obligaciones tributarias asignadas a cada contribuyente), las obligaciones tributarias se determinarán de acuerdo a las actividades que realice.

Obligaciones tributarias de las personas naturales y jurídicas según Decimavilla & Ríos (2017) indican que las obligaciones tributarias de cualquier empresa o persona natural son: obtener el registro único de contribuyente, presentar declaraciones juradas y presentar anexos, las cuales definimos a continuación. Luego introduzca sus conceptos.

Obtener RUC.- Registro Único de Contribuyentes, que corresponde a la situación de los contribuyentes que realizan actividad económica en el marco del marco legal, por lo que las empresas nacionales o extranjeras que inicien actividad económica o tengan bienes o derechos deben tributar, están obligadas de inmediato atesorar. la oficina de control obtiene su número de RUC y envía la solicitud necesaria.

Presentar una declaración. - La empresa deberá presentar dichas declaraciones tributarias en el sistema de declaración o en la ventanilla del sistema financiero vía Internet. Deben estar en combinación, independientemente del número de autoridades con:

Declarar el (IVA) Impuesto de valor. -La Tabla mensual (formato)¹⁰⁴ tiene bienes o servicios registrados incluso en uno o más períodos y no se ha

comprado, o no se deduce de la fuente al impuesto anterior. En una declaración para cada período, el IVA se determina como un impuesto de retención o una agencia de recaudación

Declaración del impuesto sobre la renta. - Las declaraciones fiscales se presentan anualmente en el modelo 101, asignando el valor que corresponda en el campo 22 relativo al estado de situación financiera, cuenta de resultados y conciliación fiscal.

Pago anticipado del impuesto a la renta. - A pagar en el modelo 106, si procede. Para más detalles, el cálculo del pago por adelantado debe verificarse según la Sección 41 del Código de Rentas Internas.

Declaración de fuentes del impuesto a la renta. - Cada mes en el formato 103, si no se retiene el impuesto durante uno o más meses. Estas empresas están sujetas a retención de impuestos, por lo que deben llevar registros de retención de impuestos y pagos por dicha retención de impuestos. Además, deberán llevar un archivo cronológico de las órdenes de aprehensión dictadas y las notificaciones correspondientes.

Declaración del impuesto a los consumos especiales. - Sólo las empresas que suministren bienes o servicios sujetos a este impuesto están obligadas a presentar esta declaración en el formato 105 todos los meses, aunque no se produzcan transacciones durante el período o meses.

Elementos de las obligaciones tributarias; según Martínez (2016) son: Deudor tributario. Un deudor tributario es una persona que, como contribuyente o responsable, está obligada a cumplir con los incentivos tributarios.

Contribuyente Es la parte en que se produce el hecho que introduce o da origen a la obligación tributaria. El responsable, persona sin la condición de contribuyente, debe cumplir las obligaciones que se le imponen.

Acreedores fiscales. Un acreedor fiscal es una persona a la que se concederá una desgravación fiscal. Cumplimiento de obligaciones tributarias.

Código Tributario (2016), cuando así lo deba determinar el contribuyente, a partir del día siguiente al vencimiento del plazo señalado en la ley o reglamento o, en su defecto, a partir del día 16 del mes de nacimiento. Cuando deba ser determinada por las autoridades fiscales, se cuenta desde el día siguiente al del vencimiento del plazo señalado en la resolución en que se hubiere calculado la deuda tributaria. Si no hubiere dicho plazo, se contará a partir del decimosexto día siguiente al de la notificación. (Ley Tributaria, 2016, art. 3).

Determinación de obligaciones tributarias; De acuerdo al Libro II de la Ley Tributaria (Artículo 59 de 2016), se menciona que la determinación de la obligación tributaria resulta de dos hechos: Primero, cuando el contribuyente verifica el hecho que originó la obligación (actividad), es decir. su origen), luego se indica la base imponible y el monto del impuesto y, en segundo lugar, cuando la inspección fiscal (Sunat) verifica la realización del hecho generador de la obligación, identifica al deudor tributario, determina la base imponible y el impuesto. importe del impuesto.

Evasión de impuestos; la evasión de impuestos es una actividad ilegal porque el pago insuficiente o la falta de pago del impuesto legal es una actividad ilegal y un mal social, se está extendiendo rápidamente entre los ciudadanos que inician negocios de manera irregular o incluso irregular y no quieren declarar. actividad ilícita de promoción del pago de impuestos, utilizando ingresos inferiores a los reales, impago de declaraciones y no emisión de documento acreditativo del pago; por tanto, se trata de un delito cometido tanto por personas naturales como jurídicas.

Elusión tributaria o evasión de impuestos. La evasión fiscal “es un intento de evitar el pago de impuestos sin violar las disposiciones de la ley, utilizando figuras jurídicas atípicas o ajustes formales en las normas existentes; es decir, sin violar las leyes existentes” (Amasifuén, 20, p. 87).

“La elusión tributaria no implica necesariamente conductas ilícitas, sino la elusión de la tributación correspondiente por las vías normales de desarrollo

de la actividad, que es su finalidad en el uso de formas jurídicas inusuales o inusuales” (Boetsch, 2016), p. 16.

Estoy de acuerdo con la lógica del Estudio Social, el estudio ayudará al mercado modelo Huacho a traer ingresos importantes a los comerciantes, ya que no se refleja el mejoramiento o pago oportuno de los impuestos. El impuesto contribuye a su estrategia de cumplir con la ley y, por lo tanto, generar más ingresos del impuesto y, por lo tanto, utilizar el dinero para mejorar y desarrollar continuamente la ciudad de Huacho, así como aumentar la recaudación de recursos para el estado. Además, este estudio apoyará investigaciones futuras y sugerirá posibles soluciones para otros mercados u otras instituciones donde surjan problemas fiscales.

Justificación práctica; Se anunciarán nuevos lineamientos o estrategias tributarias, así como incentivos tributarios para que los contribuyentes declaren y paguen voluntariamente sus impuestos dentro de los plazos establecidos por ley, que probablemente animen a más empresas a cumplir con sus obligaciones y las propuestas antes mencionadas de aumentar la recaudación del gobierno. recursos Gane influencia y beneficie a más ciudadanos.

Justificación teórica; l uso de este tema de investigación ayuda a brindar conocimientos y estrategias para promover o facilitar el cumplimiento tributario de los comerciantes del Mercado Modelo, ya que es aquí donde la ciudad de Huacho se concentra en gran número en el desarrollo de su vida diaria. hoy funciona sin impuestos estables. Conocimiento, muchas veces la comprensión de los impuestos es incorrecta, lo que conduce a un problema fiscal menor.

Justificación metodológica; se dio debido a que los procesos realizados para la investigación se usa técnicas e instrumentos para la recopilación de la información para llegar a un análisis y llegar a nuevos conceptos dentro de un marco teórico, de cada variable. Se plantea un problema, con una hipótesis que se dará sustento luego de hacer la revisión general de otras investigaciones en relación al tema elegido, así como el uso de instrumentos de recolección de

datos que pueden replicarse en otros estudios.

Justificación científica; dado que las preguntas formuladas son válidas, se trata de un estudio de la base teórica de otros investigadores para las variables consideradas, pues ayuda a fortalecer y ampliar el panorama de identificación de cultura tributaria y cumplimiento tributario a partir de comparaciones con otro Modelo A similar. al modelo que se muestra en la escena.

Los problemas que tenemos en realidad: nuestro país tiene un bajo cumplimiento tributario, que es parte de nuestras características, la responsabilidad de pagar impuestos y un alto desempleo; por esta razón, todos hemos visto la evitación del mercado modelo Huacho innumerables en torno a los proveedores de enfoque que nos venden una gran cantidad de bienes, en muchos casos de contrabando, también tenemos que evitar la selección informal. De acuerdo con Martínez (2016), muchos empresarios no están preparados para cumplir con sus responsabilidades con la sociedad debido a la falta de cultura tributaria y la falta de comprensión y capacitación tributaria en la aplicación de su identidad y valores. Para lograrlo, es necesario ir más allá y profundizar la relación que debe existir entre el Estado y su pueblo, y para ello se debe desarrollar una cultura tributaria que permita a los empresarios ver la obligación de pagar impuestos como una obligación de pagar. impuestos. obligación material de acuerdo con un sistema de valores democrático.

Los comerciantes del Mercado Modelo Huachao 2022 tienen ingresos, pero no respaldan las ventas, por lo que no emiten facturas u otros documentos de respaldo para evitar el pago de impuestos ilegales. Otros utilizan la evasión de impuestos, que involucra acciones de los contribuyentes que intentan evitar el pago de impuestos utilizando estrategias o tácticas o lagunas en la ley que están permitidas por la ley misma, por lo que técnicamente no es ilegal. Montano y Vásquez (2016) mencionan como las principales causas del incumplimiento de las obligaciones tributarias las siguientes: desconfianza en los funcionarios, influencia de la corrupción, impuestos muy altos, altos costos

de formalización de empresas, desconocimiento en temas tributarios, justificación de la baja recursos financieros. , falta de entendimiento tributario e información tributaria. (p. 42)

Actualmente es SUNAT; cómo la entidad tributaria utiliza diversos mecanismos y estrategias para prevenir o reducir inicialmente su incumplimiento, pero a pesar de los continuos esfuerzos por prevenirlo, no ha disminuido; por el contrario, la inconsistencia aumenta la tasa y por lo tanto el Estado no cuenta con los fondos suficientes para alcanzar las metas establecidas, que incluyen trabajar en sectores como salud, educación, seguridad pública, etc.

Entre ellos, los peruanos son beneficiados. Una de las medidas de la SUNAT en la lucha directa contra la evasión fiscal es la participación de inspectores notariales, quienes organizan operativos masivos para verificar si se han emitido y no entregados documentos de pago o se detectan documentos falsos. /o se impone una multa por tal comportamiento. Por lo tanto, creo que es necesario considerar las siguientes cuestiones; ¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022? Con el fin de brindar nuevas estrategias que ayuden a mejorar la cultura y tributaria en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Se conceptualiza; a) Cultura tributaria, SUNAT, (2020), es un conjunto de valores, conocimientos y actitudes de los miembros de la sociedad respecto de los impuestos, los derechos aduaneros y los gastos públicos y el cumplimiento de las leyes que los regulan.”).

Dimensiones de la cultura tributaria; Educación tributaria: viene hacer el desconocimiento de los contribuyentes sobre los impuestos y su importancia fomenta actividades informales y violaciones a las normas tributarias (Casique et al., 2019).

Conciencia tributaria; El comportamiento, actitudes y creencias de las personas que aceptan voluntariamente sus obligaciones tributarias son considerados en términos de beneficios a la sociedad (Quispe et al (2020).

Actitud; ya que esta medida se enfoca en identificar las obligaciones tributarias).). aspectos que crean una mentalidad positiva o negativa en los ciudadanos (Quispe et al, 2020)

Los valores son principios y actitudes que deben tener tanto los contribuyentes como los recaudadores (Morales Aquino, 2020). Los valores son un concepto llamado educación, que es el fundamento de la sociedad (Wynter & Oats, 2018).

Conceptualizando; b) Obligaciones Tributarias, Romero, (2016), una obligación tributaria es una relación entre un deudor y un acreedor, dicha relación significa el cumplimiento de una obligación tributaria, la exigibilidad siempre y cuando las obligaciones tributarias que debe cumplir un ciudadano sean separadas de las siguientes. segmentos.

Las dimensiones de las obligaciones tributarias; Las obligaciones sustanciales, según Romero, 2016). se refiere a garantizar y pagar los impuestos correspondientes de cada ciudadano. ¿Qué tan conveniente es pagar impuestos como el impuesto a la renta, el impuesto general a las ventas, p. Del mismo modo, se debe pagar la retención de impuestos; y el pago se basa en observaciones hechas de manera ideal.

Bravo (2012) explica que esta medida implica el pago de impuestos y/o retenciones según la situación que establezca la actividad comercial del ciudadano

Obligaciones formales, según Bravo (2012) este tipo de obligaciones incluyen la presentación y transmisión de información a la autoridad tributaria, o mejor dicho SUNAT, que es responsable de desarrollar la documentación importante para la estrategia y la presentación de informes.

Operacionalizamos las variables: Cultura Tributaria

V. 1	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS
a) Cultura Tributaria	Conjunto de hábitos o costumbres que tienen los comerciantes del mercado modelo de Huacho, que a través de sus dimensiones Educación en tributación, conciencia, actitud tributaria y los valores tributaros, se podrá medir en que nivel se encuentra, con ayuda de una escala valorativa Likert.	Educación tributaria	Conocimiento	1.
			Beneficios	2.
			Campañas	3.
		Conciencia tributaria	Cumplimiento de pagos	4.
				5.
				6.
		Actitud tributaria	Asesoramiento	7.
			Confianza	8.
			Puntualidad	9.
		Los valores	Sanciones	10.

b) Obligaciones Tributarias

V.2	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
b) Obligaciones Tributarias	El nivel de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de huacho se podrá medir con las dimensiones de estudio; Las obligaciones sustanciales, Obligaciones formales, informalidad con ayuda de una escala valorativa Likert.	Las obligaciones sustanciales	Declaraciones	1.
			Programación de pagos	2.
			Retenciones	3.
		Obligaciones formales,	Ventas reales	4.
			Formalización	5.
				6.
			Régimen tributario	7.
		informalidad	Competir	8.
				9.
				10.

Se contó una hipótesis: “La cultura tributaria se relaciona significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022.”

El objetivo general será; Explicar que la cultura tributaria se relaciona en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022.

Se mencionan los objetivos específicos; Identificar el nivel de la cultura tributaria que existe en el mercado modelo de Huacho, 2022. Determinar el

nivel de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022. Demostrar que la cultura tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022.

2. Metodología

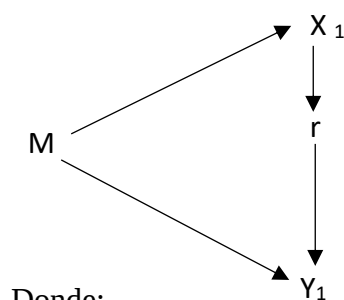
Tipo de investigación.

Es de tipo descriptiva – no experimental. Ya que narra los momentos acontecidos en relación a la problemática en estudio, con las variables, cultura tributaria y las obligaciones de sus tributos. Nos dice Hernández, (2017), es la forma de especificar todas las particularidades, aspectos y perfiles de individuos, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otra anomalía.

Diseño de investigación.

Será el no experimental. Argumenta Hernández (2017); se efectúa sin manipular las variables, es decir donde no existe ninguna alteración en las variables. Tan solo se observa, para medir cualquier fenómeno que se dé, dentro de su propio contexto natural. En el estudio se utilizó el siguiente esquema:

En el estudio se utilizó el siguiente esquema:



X₁: cultura tributaria

Y₁: obligaciones tributarias

r: medición de relación X₁ Y₁

Población y muestra:

Para el estudio se consideró toda la población del mercado modelo de Huacho, que corresponde a 460 comerciantes entre formales e informales. Se menciona que la población es un conjunto de elementos, que están compuestos por sus propias características, que están en estudio, (Van Rijnsoever, 2017, p.3).

Muestra:

Se obtendrá de la población, a través de la fórmula probabilística, el cual se aplicará el instrumento con el fin de obtener la información. Se considera a la muestra a una parte o subconjunto significativo de una población, que sirven como factores importantes y esenciales para la profundidad del estudio. (Van Rijnsoever, 2017, p.3)

N: Población de estudio = 460 comerciantes

Aplicando la fórmula probabilística se obtiene:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + e^2(N - 1)}$$

n: tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza al 95% = 1.96

e: error de estimación de la muestra = 0.05

P: probabilidad de éxito = 0.50

Q: probabilidad de fracaso = 0.50

Reemplazando estos valores en la fórmula

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 460}{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 + (0.05)^2(460 - 1)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.50 * 0.50 * 460}{3.8416 * 0.50 * 0.50 + (0.05)^2(460 - 1)}$$

$$n = \frac{441,784}{0.9604 + 0.0025 * (459)}$$

$$n = \frac{441,784}{0.9604 + 1,1475}$$

$$n = \frac{441,784}{2,1079}$$

$$n = 209.58$$

$$n = 210 \text{ comerciantes}$$

Técnica e instrumentos de investigación

Técnica

Será la encuesta, que se aplicará a toda la muestra del mercado modelo de Huacho, con el fin de obtener información real.

Instrumento.

Haremos uso del cuestionario, que está compuesto por 20 preguntas que están conectadas a nuestros objetivos de estudio, con el fin de llegar a un diagnóstico y poder arribar a nuevos lineamientos en relación a nuestro tema de estudio.

Validez y Confiabilidad de la Información

La validación:

El juicio de expertos, será quien evalúe y valide nuestro instrumento, que dará fe que su aplicación será confiable de toda la información que se obtenga.

Confiabilidad:

Mediante el Alfa de Cronbach se medirá el grado de confiabilidad del instrumento que fue elaborado en base a las dimensiones e indicadores de trabajo con las variables de estudio

**Resultados de fiabilidad de cultura
tributaria**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,912	10

Se obtuvo con el resultado del alfa de Cronbach, con la variable cultura tributaria de ,912 mostrando que existe un nivel alto de confiabilidad del instrumento. Entonces determinamos que es confiable el instrumento.

**Resultados de fiabilidad obligaciones
tributarias**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,855	10

Se obtuvo con el resultado del alfa de Cronbach, con la variable obligación tributaria de ,855 mostrando que existe un nivel alto de confiabilidad del instrumento. Entonces determinamos que es confiable el instrumento.

Procesamiento y análisis de la información.

Para hacer el análisis de la información que se obtuvo, se tendrá que ordenar de manera cuantitativa a sus respectivas tablas y figuras, que permitirán arribar a nuevos fundamentos teóricos, con ayuda del soporte tecnológico de los aplicativos de Microsoft Word y Excel, así como el ssps v 24.

3. RESULTADOS

TABLA 1.

Considera que en las escuelas se debe impartir temas de educación tributaria, para mejorar la cultura tributarista

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
	%	
Frecuentemente	210	100%
Regularmente	0	0%
Algunas veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Se aprecia que en la tabla 1, que existe un 100% de comerciantes que frecuentemente dicen que consideran que en las escuelas se debe impartir temas de educación tributaria, para mejorar la cultura tributarista,

TABLA 2.

Tiene con conocimiento de los beneficios de la formalizar de su negocio

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	0	0%
Regularmente	59	28%
Algunas veces	46	22%
Casi nunca	105	50%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 2, se observa a un 50% de los comerciantes afirmar que casi nunca tiene con conocimiento de los beneficios de la formalizar de su negocio, mientras un 46% dicen que algunas veces, por último, el 28% alegan que regularmente.

TABLA 3.

En su medio existen campañas que incentiven un mejor nivel de conocimiento sobre los tributos

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	0	0%
Regularmente	84	40%
Algunas veces	84	40%
Casi nunca	42	20%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Nos muestra la tabla 3, el 40% de comerciantes connota que en su medio existen campañas que incentiven un mejor nivel de conocimiento sobre los tributos, a la vez el 40% consignan algunas veces, por último, el 20% dice que casi nunca.

TABLA 4.

Conoce bien sobre la importancia de dar cumplimiento del pago de nuestro impuesto.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	0	0%
Regularmente	63	30%
Algunas veces	126	60%
Casi nunca	21	10%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

La tabla 4, se observa al 60% de comerciantes alegar que algunas veces conoce bien sobre la importancia de dar cumplimiento del pago de nuestro impuesto, por otro lado, el 30% afirma regularmente, mientras que el 10% casi nunca.

TABLA 5.

Es consciente que pagando sus impuestos contribuye a que el estado mejore el bienestar social.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	0	0%
Regularmente	42	20%
Algunas veces	147	70%
Casi nunca	21	10%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Podemos ver que la tabla 5, el 70% de comerciantes afirma que algunas veces es consciente que pagando sus impuestos contribuye a que el estado mejore el bienestar social., mientras un 20% dice que regularmente y por último el 10% casi nunca.

TABLA 6.

Realiza sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	42	20%
Regularmente	63	30%
Algunas veces	105	50%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Se puede ver en la tabla 6, a un 50% de comerciantes que coinciden que algunas veces realizan sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación, mientras el 30% lo hace regularmente y finalmente el 20% frecuentemente.

TABLA 7.

Considera que la SUNAT se acerca a los vendedores que conforman el mercado modelo de Huacho para asesorarlos.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	0	0%
Regularmente	101	48%
Algunas veces	67	32%
Casi nunca	42	20%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 7, se visualiza que un 48% de comerciantes regularmente Considera que la SUNAT se acerca a los vendedores que conforman el mercado modelo de Huacho para asesorarlos, mientras que el 32% dice que algunas veces y el 20% casi nunca.

TABLA 8.

La SUNAT le da la confianza necesaria para que cumpla con sus pagos de tributos de forma justa.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	0	0%
Regularmente	0	0%
Algunas veces	0	0%
Casi nunca	42	20%
Nunca	168	80%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Podemos ver que la tabla 8, a un 80% de comerciantes consignan que nunca la SUNAT le da la confianza necesaria para que cumpla con sus pagos de tributos de forma justa, mientras el 20% dice casi nunca.

TABLA 9.

La SUNAT le hace conocer sobre los beneficios que puede obtener al dar cumplimiento de sus pagos de manera puntual.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	0	0%
Regularmente	21	10%
Algunas veces	74	35%
Casi nunca	115	55%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Se observa en la tabla 9, un 55% de comerciantes connota que casi nunca La SUNAT le hace conocer sobre los beneficios que puede obtener al dar cumplimiento de sus pagos de manera puntual, mientras el 35% algunas veces y por último el 10% regularmente.

TABLA 10.

Considera que las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	0	0%
Regularmente	0	0%
Algunas veces	0	0%
Casi nunca	63	30%
Nunca	147	70%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Se aprecia que la tabla 10, existe un 70% de comerciantes que indica que nunca consideran que las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas, por otro lado, el 30% dice que casi nunca.

TABLA 11.

Usted cumple de manera oportuna con sus declaraciones y pagos de su IGV-RENTA, según cronograma de vencimientos.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	101	48%
Regularmente	46	22%
Algunas veces	63	30%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Denota la tabla 11, que un 48% de comerciantes frecuentemente cumple de manera oportuna con sus declaraciones y pagos de su IGV-RENTA, según cronograma de vencimientos, mientras el 30% algunas veces y finalmente el 22% dice que regularmente.

TABLA 12.

Está al pendiente de la programación de los pagos que brinda la SUNAT, de sus impuestos de su negocio.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	63	30%
Regularmente	105	50%
Algunas veces	42	20%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

La tabla 12, nos muestra un 50% de comerciantes alega que regularmente está al pendiente de la programación de los pagos que brinda la SUNAT, de sus impuestos de su negocio, el 30% afirma que frecuentemente y el 20% algunas veces.

TABLA 13.

Las retenciones que se hacen dentro de su giro comercial son necesarias.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	0	0%
Regularmente	4	0%
Algunas veces	5	0%
Casi nunca	21	10%
Nunca	189	90%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Observamos que la tabla 13, existe un 90% de comerciantes dicen que nunca las retenciones que se hacen dentro de su giro comercial son necesarias y el 10% afirma que casi nunca.

TABLA 14.

Realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera real.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES
		%
Frecuentemente	42	20%
Regularmente	42	20%
Algunas veces	126	60%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Denota la tabla 14, que hay un 60% de comerciantes que connotan que algunas veces realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera real, el 20% dice que regularmente y el otro 20% frecuentemente.

TABLA 15.

Está inscrito en el RUC.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	84	40%
Regularmente	0	0%
Algunas veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Nunca	126	60%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Se aprecia en la tabla 15, que un 60% de comerciantes manifiestan que nunca está inscrito en el RUC, mientras que el 40% dice que frecuentemente.

TABLA 16.

Cuando hace una venta, emite su comprobante de venta

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	63	30%
Regularmente	63	30%
Algunas veces	84	40%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

INTERPRETACIÓN:

Vemos en tabla 16, a un 40% de comerciantes alegan que algunas veces cuando hace una venta, emite su comprobante de venta, el 30% regularmente y el otro 30% frecuentemente.

TABLA 17.

Cree que el régimen tributario en el que se encuentra es el adecuado par su giro de su actividad

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	63	30%
Regularmente	0	0%
Algunas veces	105	50%
Casi nunca	42	20%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Muestra la tabla 17, que existe un 50% de comerciantes que dice que algunas veces cree que el régimen tributario en el que se encuentra es el adecuado para su giro de su actividad, mientras el 30% frecuentemente y finalmente el 20% casi nunca.

TABLA 18.

Prefiere seguir de manera informal su negocio.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	105	50%
Regularmente	59	28%
Algunas veces	46	22%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Observamos en la tabla 18, a un 50% de comerciantes coinciden que frecuentemente prefiere seguir de manera informal su negocio, el 28% afirma que regularmente y el otro 22% algunas veces.

TABLA 19.

Considera si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	210	100%
Regularmente	0	0%
Algunas veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Se puede ver en la tabla 19, que el 100% de los comerciantes frecuentemente considera si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta.

TABLA 20.

Alguna vez fue fiscalizado por no estar formalizado.

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Frecuentemente	63	30%
Regularmente	63	30%
Algunas veces	84	40%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	210	100%

Fuente: Base de datos de las variables de estudio

INTERPRETACIÓN:

Vemos en la tabla 20, que existe un 40% de comerciantes afirman que algunas veces alguna vez fue fiscalizado por no estar formalizado, mientras el 30% dice regularmente y por último el 30% dice frecuentemente.

Tabla 21:

Correlación entre cultura tributaria y obligación tributarias.

		Cultura tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Cultura tributaria	Coeficiente de correlación	1,000
			0,833**
		Sig. (bilateral)	.
		N	210
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	0,833**
			1,000
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	210

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

Spearman: Nivel de confianza al 95%

Valor de significancia: $\alpha = 0.05$

Denota la tabla 21, un alto nivel de correlación entre las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias, demostrando que la hipótesis dada es aceptable, ya que tiene una alta significancia estadística de $p=0,000 < 0,05$; y un Rho de Spearman de ,833, por lo tanto, se aprueba la hipótesis.

4. Análisis y Discusión.

1. Explicar que la cultura tributaria se relaciona en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022.

Denota la tabla 21, un alto nivel de correlación entre las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias, demostrando que la hipótesis dada es aceptable, ya que tiene una alta significancia estadística de $p=0,000 < 0,05$; y un Rho de Spearman de ,833, por lo tanto, se aprueba la hipótesis. Según **Bayona (2020)** el propósito de su investigación fue conocer el impacto de la cultura tributaria en la evasión fiscal en el Mercado Modelo, Chiclayo, 2018. Los mejores resultados fueron según cultura tributaria, el 51 por ciento de los contribuyentes no sabe. lo que es significa pagar voluntariamente el impuesto y el 8% considera que paga el impuesto como una obligación del recaudador. En tanto **Llanos & Suxe (2021)**, tuvieron como objetivo determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento tributario entre los empresarios del mercado Modelo - Chiclayo 2019. Se concluye que existe una relación positiva y significativa entre ambas variables. en A se obtuvo un valor de rho de 0.578 y además la relación existente fue significativa por ser igual a 0.000 lo cual concordó con las hipótesis de investigación incluidas en el estudio. Por otro lado, En su tesis, Pérez y Soto (2021) tratan de averiguar la relación entre cultura y obligaciones tributarias en el mercado de San Benito. Concluyen: cuanto mayor sea el nivel de cultura tributaria en todos los aspectos, mejor será la deuda o el cumplimiento tributario de los comerciantes. *Resaltan los autores en razón a su resultados, sobre la importancia que se debe dar a mejorar la cultura tributaria por parte del estado y el ente recaudador, ya que de ello deriva el nivel de concientización del deber de los pagos de las obligaciones tributarias como ciudadanos contribuyentes, en beneficio de la misma nación , ya que con ello se busca mejorar la calidad de vida de ellos mismos.*

2. Identificar el nivel de la cultura tributaria que existe en el mercado modelo de Huacho, 2022.

En la tabla 2, nos denota que el 50% de los comerciantes indican que casi nunca Tiene con conocimiento de los beneficios de la formalizar de su negocio, en la tabla 6, notamos que otro 50%, sostienen que algunas veces realizan sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación, en la tabla 9, un 55% afirman que casi nunca La SUNAT le hace conocer sobre los beneficios que puede obtener al dar cumplimiento de sus pagos de manera puntual, en la tabla 10, vemos que el 70% coinciden que nunca las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas. En su investigación, **Muñoz y Zárate (2018)** pretenden conocer el nivel de cultura tributaria de los comerciantes. Los resultados más destacados son que una mejor educación tributaria conduciría a fortalecer y mejorar las regulaciones tributarias, según el 50% de los encuestados, seguido de un mayor control de las obligaciones tributarias (37%). En resumen, el 35 por ciento de los minoristas no han pagado sus impuestos, lo que la oficina de impuestos considera violaciones graves. Por su parte, **Torres (2019)**, cuyo objetivo es conocer el impacto de la cultura tributaria en la evasión fiscal de los comerciantes del mercado urbano de “Roberto Segura”, Jaén - 2018. Concluye: por falta de conocimiento, los comerciantes tienen poco conocimiento de impuestos 83.33%, por lo que la “cultura tributaria” de todo empresario es baja y contribuye directamente a la evasión fiscal. Refiere **Salazar (2019)**, que tiene como objetivo conocer cómo la cultura tributaria incrementa los ingresos de los comerciantes en el mercado demostrativo de la ciudad de Chachapoyas, 2018. (...). Los resultados mostraron que los impuestos de comerciantes no mejoran la calidad de vida de los habitantes, lo que se debe al desconocimiento de la cultura tributaria; lo que limita su desarrollo económico y social. En conclusión, existe poca información sobre tributación.

Es notorio que la falta de información tributaria hace que haya mucho desconocimiento sobre los beneficios que hay para el estado y para los emprendedores, ya que existe el paradigma que si se formalizan les ocasionará más gastos, repercutiendo en su rentabilidad que obtienen de sus actividades económicas. Así como para el estado le limita a desarrollarse socialmente y económicamente.

3. Determinar el nivel de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022

en la tabla 11, muestra que el 48% de comerciantes afirman que frecuentemente cumple de manera oportuna con sus declaraciones y pagos de su IGV-RENTA, según cronograma de vencimientos, en la tabla 14, vemos a un 60%, donde coinciden que algunas veces realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera real, en la tabla 16, hay un 40% de comerciantes sostienen que algunas veces cuando hacen una venta, emite su comprobante de venta, en la tabla 18, vemos que el 50% consignan frecuentemente que prefiere seguir de manera informal su negocio. Según **Desimavilla y Ríos (2017)**, muestran que la obligación tributaria surge en relación con la realización de una actividad económica o la constitución de una persona jurídica, si se encuentra inscrita en el registro de un contribuyente, herramienta denominada vector fiscal. (al inscribir o actualizar a un contribuyente individual en el registro, se forma un conjunto de obligaciones tributarias atribuidas a cada contribuyente de acuerdo a sus características), determina la obligación tributaria de acuerdo a la actividad que realiza. En tanto **Palacios (2017)** concluye en su tesis (...) que una gran cantidad de empresarios creen que sus obligaciones tributarias se reducen solo pagando impuestos, sin considerar que las obligaciones formales también son importantes, también demuestra que si bien pagar impuestos es grande beneficio al Estado, para que cuente con los recursos suficientes y así pueda desarrollar sus actividades, otras funciones tributarias, como la emisión y entrega de comprobantes de pago, la correcta utilización de los créditos fiscales, la realización de declaraciones y retenciones de impuestos similares, etc. , son importantes y el desconocimiento de estos empresarios perjudicaría a la autoridad fiscal. Si bien **Apaza y Bonifacio (2017)** plantearon en su tesis que los comerciantes del mercado estudiado tienen una deficiente cultura tributaria que no les permite cumplir con sus obligaciones tributarias, pero sus resultados muestran que el 97,2 de los comerciantes tienen una deficiente conciencia tributaria y el 61,1 % tienen poca formación en educación fiscal, además, el 88,8% evita, huye o comete delitos fiscales en mayor o menor medida. También reconocieron que existe un vínculo directo entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias.

Toda obligación tributaria se crea con la formalización de un emprendimiento y este va de la mano con la conciencia tributaria, más no con el temor que pueda ver con el incumplimiento de ellas, o como ganarse alguna sanción o multa por parte del ente recaudador. El hacer sus declaraciones con información real muchas veces los limita a muchos beneficios.

4. Demostrar que la cultura tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022

en la tabla 1, vemos que el 100% de los comerciantes, coinciden frecuentemente que en los colegios se debe impartir cursos de educación tributaria, para mejorar la cultura tributaria, en la tabla 4, existe un 60%, que admiten que algunas veces Conoce bien sobre la importancia de dar cumplimiento del pago de nuestro impuesto y peor aún en la tabla 15, vemos que el 40%, frecuentemente afirman que está inscrito en el RUC y en la tabla 19, todos los comerciantes en un 100% frecuentemente coinciden que si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta. Según Pérez (2017), definió un objetivo general en su tesis: Para analizar el cumplimiento de los contribuyentes, notó que la oficina de impuestos tiene información muy importante; sin embargo, aún existen brechas en su oferta con otras instituciones públicas y privadas; y depende del conocimiento y cumplimiento de los contribuyentes. (p. 112). Por otro lado, el objetivo general de **Vargas (2018)** fue: Averiguar cómo incide la cultura tributaria en los comerciantes del mercado de Tingo María, 2017. Con base en los resultados obtenidos por él podemos concluir que cuanto mayor sea el impuesto, por la cultura de los contribuyentes, la evasión de los comerciantes del mercado modelo de Tingo María es cada vez menor. Según **Aliaga y Chacanasaca (2018)**, tenían una muestra de 65 pequeñas empresas del Mercado Modelo de Chupaca. Con base en los hallazgos de la encuesta, se describió que las empresas que operan en el mercado modelo Chupaca operan de manera informal debido a la baja educación y conciencia tributaria, en las cuales no pagan impuestos y tasas porque creen que la evasión de impuestos es normal. . , porque con base en los resultados de las encuestas, el 60% piensa que es necesario crear cultura tributaria, exigir comprobantes de pago,

tributación simple, mejorar la cultura tributaria, y el 80% piensa que se debe saber y aprender tributario.

Los resultados demuestran un desinterés por parte de los comerciantes o emprendedores ya que piensan que el formalizar es muy difícil y hasta costoso, vemos que la mayoría de los comerciantes ni conocen como obtener su RUC. La idea es que se exija los comprobantes de pagos por alguna compra, sin embargo, no existe esa cultura en los clientes del mercado modelo de Huacho y por ende que hay mucha debilidad en concientizar a los ciudadanos de exigir comprobantes de pago por alguna compra.

5. Conclusiones y recomendaciones.

5.1. Conclusiones

1. Denota la tabla 21, un alto nivel de correlación entre las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias, demostrando que la hipótesis dada es aceptable, ya que tiene una alta significancia estadística de $p=0,000 < 0,05$; y un Rho de Spearman de ,833, por lo tanto, se aprueba la hipótesis. La cultura tributaria se relaciona significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022.
2. En la tabla 2, nos denota que el 50% de los comerciantes indican que casi nunca tiene conocimiento de los beneficios de la formalizar de su negocio, en la tabla 6, notamos que otro 50%, sostienen que algunas veces realizan sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación, en la tabla 9, un 55% afirman que casi nunca la SUNAT le hace conocer sobre los beneficios que puede obtener al dar cumplimiento de sus pagos de manera puntual, en la tabla 10, vemos que el 70% coinciden que nunca las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas.
3. En la tabla 11, muestra que el 48% de comerciantes afirman que frecuentemente cumple de manera oportuna con sus declaraciones y pagos de su IGV-RENTA, según cronograma de vencimientos, en la tabla 14, vemos a un 60%, donde coinciden que algunas veces realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera real, en la tabla 16, hay un 40% de comerciantes sostienen que algunas veces cuando hacen una venta, emite su comprobante de venta, en la tabla 18, vemos que el 50% consignan frecuentemente que prefiere seguir de manera informal su negocio.
4. En la tabla 1, vemos que el 100% de los comerciantes, coinciden frecuentemente que en los colegios se debe impartir cursos de educación tributaria, para mejorar la cultura tributaria, en la tabla 4, existe un 60%, que admiten que algunas veces conoce bien sobre la importancia de dar cumplimiento del pago de nuestro impuesto y peor aún en la tabla 15, vemos

que el 40%, frecuentemente afirman que está inscrito en el RUC y en la tabla 19, todos los comerciantes en un 100% frecuentemente coinciden que si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta

5.2. Recomendaciones

1. El estado tiene que evaluar y mejorar las normas tributarias, buscando los mejores beneficios para sus contribuyentes, según a la realidad que atravesamos por la coyuntura del Covid 2019, implementar mejores controles para la evasión de las obligaciones tributarias, bajando así la tasa de morosidad por incumplimiento
2. La SUNAT tiene que realizar talleres o campañas periódicas en los locales de los diferentes mercados de su localidad, con el fin de brindar información sobre los beneficios que se tiene en formalizar su emprendimiento, evaluando según el giro del negocio para que paguen de manera justa los importes de sus impuestos.
3. A los empresarios emprendedores hacerles conocer que según el tipo de persona jurídica tiene sus beneficios, así como que para muchos no hay necesidad de contar con un contador, ya que la SUNAT los puede capacitar para que ellos mismos lo realicen, El sinceramiento de su información en sus declaraciones hacen que el estado pueda mejorar infraestructura de los mercados, así como evitar alguna sanción o multa por omitir información real de sus ventas.
4. El estado con el fin de incentivar la cultura tributaria debe implementar en la currícula escolar sobre la cultura tributaria, fomentando la concientización a la población joven, sobre la importancia que el pagar impuesto contribuye a mejorar la calidad de vida del ciudadano y que se pierda el temor que el formalizar, el pagar impuesto es un gasto que repercute en sus utilidades de sus actividades económicas.

6. Referencias Bibliográficas

- Aliaga, E., & Chancasanampa, C. (2018). *Cultura tributaria y evasión tributaria en las micro y pequeñas empresas del Mercado Modelo de Chupaca*. Tesis para obtener título profesional de contabilidad. Universidad Cesar Vallejo Obtenido de http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1081/Mar%C3%ADA_Tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Álvarez, G. & Flores, J. (2021). *Influencia de la cultura tributaria en la evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo 28 de Julio-Jaén, 2021*. Tesis para obtener título profesional de contabilidad. Universidad Señor de Sipán. Pímentel Perú. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9348/Cruz%20Miranda%20Adelaida.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amasifuén, M. (2016). *Importancia de la cultura tributaria en el Perú*. 16/05/2021, de Revista de Investigación de Contabilidad Accounting power for business Sitio web: https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898 Di Nola, A.
- Apaza, M., & Bonifacio, R. (2017). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco- 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo Obtenido de http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1081/Mar%C3%ADA_Tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Armas, D. (2019). *Caracterización de la cultura tributaria e informalidad en las microempresas dedicadas a la fabricación de ladrillo en el centro poblado “El Cerrillo” – 2018*. 57. Cajamarca, Cajamarca, Perú. Recuperado el 22 de junio de 2021, de <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/3577/caracterizaci%C3%93N%20DE%20LA%20cultura%20tributaria...pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Atalaya A., & Del Águila (2021). *Cultura tributaria y la evasión tributaria en la asociación de propietarios y comerciantes del Mercado Modelo de Soritor 2020*. Para optar título profesional de contador público. Universidad Cesar Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/87822>
- Bayona D. (2020). *La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos en el Mercado Modelo, Chiclayo, 2018*. Para optar título profesional de contador público. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7197/Bayona%20Zapata%2c%20Luis%20%c3%81ngel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bobadilla, F., & Urquía, E. (2020). *Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los contribuyentes del régimen especial de renta del mercado minorista Ucayali*. Universidad Peruana Unión, Lima. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/3058/Francisco_Tesis_Licenciatura_2020.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Boetsch, C. (2016). *La norma general anti elusión: Análisis desde la perspectiva del Derecho Privado*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=b1TDwAAQBAJ&pg=PA15&dq=elusi%C3%B3n+tributaria&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjdoof23NjgAhWBk1kKHaa4A_oQ6AEITTAH#v=onepage&q=elusi%C3%B3n%20tributaria&f=false
- Bonilla, E. (2014). *La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá*. Revista Ciudades, Estados y Política, 21-35. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/42587/1/44456-210040-1-SM.pdf>
- Bravo, F. (2012). *Cultura tributaria (Segunda ed.)*. Lima: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Obtenido de https://www.academia.edu/6716216/Cultura_Tributaria_LIBRO_DE_CONSULTA

- Casique, J., Garate L., Hidalgo, M., y Tapia, E. (2019). *Informalidad y su relación con la evasión tributaria en las bodegas del distrito de Tarapoto 2019*. (Trabajo de investigación). Universidad Cesar Vallejo. Tarapoto. Perú. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/55122>
- Código Tributario D.S. N° 133-2013-EF. (2016). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/>
- Decimavilla C. & Rios V. (2017), *Análisis del cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa delicias S.A en el período fiscal 2016*. Tesis presentada como requisito para optar por el título de ingeniería en tributación y finanzas. Universidad Guyaquil. Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/24268/1/TESIS%20Decimavilla%20Rios%20Analisis%20del%20Cumplimiento%20de%20las%20Obligaciones%20Tributarias%20de%20la%20Empresa%20Declias%20SA%20en%20el%20periodo%202016>
- Díaz, G. (2015). *Comercio Informal en México, posibilidad de encausamiento hacia la aportación tributaria*. (Tesis de doctorado). Obtenido de <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2016/gdt/#indice>
- Dularif, Sutrisno, Nurkholis y Saraswasti. (2019). *It's a deterrence approach effective in the fight against evasion*. Management problems and perspectives, 17, 93-113. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(2\).2019.07](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(2).2019.07)
- Fajar, E., Yuesti, A., Kepramareni, P., & Suardhika, N. (2020). *Relationship behavior of tax compliance with tax compliance costs, reliance on government and implementation of online tax technology*. International Journal Of Advance Research And Innovative Ideas In Education, 12(7), 1430-1439. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/343305847_Relationship_Behavior_of_tax_compliance_with_tax_compliance_costs_reliance_on_government_and_implementation_of_online_tax_technology
- González, M., & Gancedo, I. (2016). *La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver*. La Habana, Cuba. Obtenido de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612016000100010

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2017). *Metodología de la investigación* (vol. sexta edición). México: / interamericana editores, s.a. de c.v. recuperado el 13 de julio de 2021, de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Kemme, D., Parikh, B., Steigner, T. (2019). *Tax morale and international tax evasion. Journal of World Business*, 55, 1-12. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2019.101052>

Llanos L. & Suxe, K. (2021), *La cultura tributaria y su relación en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Modelo – Chiclayo* 2019, tesis para obtener título de contador público. Universidad Cesar vallejo

Manayay J. & Quesquén, V. (2019). *Estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo–2019*. Tesis para obtener título de contador público Universidad pedro Ruiz gallo. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/5456>

Martínez, M. (2016.). *La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de igv renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015. Piura - Perú*. Tesis para obtener título de contador público. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.

Montano, J., & Vásquez, F. (2016). *Causas de la evasión tributaria y su efecto en la economía del Perú 2014 - Rubro Servicios. In Crescendo. Institucional*, 7(1), 39-49. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5607244>

- Muñoz, A., & Zárate, J. (2018). *Evaluación del nivel de cultura tributaria de los comerciantes minoristas en el cantón Bucay, provincia del Guayas*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10191/1/T-UCSG-PRE-ECOCICA-343.pdf>
- Palacios, A. (2017). *Obligaciones y derechos tributarios que tienen los contribuyentes personas naturales obligadas a llevar contabilidad pertenecientes a los segmentos de Micro Empresas y Pequeñas Empresas en el Ecuador*. (Tesis de maestría). ¿Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/123456789/13015/TESIS%20ANA%20LUCIA%20PALACIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, L. (2017). *El gobierno electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias*. (Tesis de maestría). Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4620/1/TESISLUZ%20CARMITA%20PEREZ%20BUENA%C3%91O.pdf>
- Pérez, S. & Soto, S. (2020). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias, en el mercado San Benito, San Juan de Lurigancho, 2020*. Tesis para obtener el título profesional de: Contador Público. Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60399/Perez_SS-Soto_CS-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y
- Quispe, G., Arellano, O., Negrete, O., Rodríguez, E., & Vélez, K. (2020). *La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador*. Revista Espacios, 41(29), 153-171. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>repositorio.ucv.edu.pe
- Real Academia Española (2012): *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.5 en línea]. <<https://dle.rae.es>>

- Roca, C. (2016). *Estrategias para la formación de la cultura tributaria*. Ciudad de Guatemala, Guatemala. Obtenido de https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/guatemala42_2008_tema1_Guatemala.pdf
- Rodil, M. (2018). *La Cultura Tributaria y su Influencia en la Evasión Tributaria de los Comerciantes del Mercado Modelo de Huánuco-2018*. Tesis para obtener el título profesional de: Contador Público. Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú
- Romero, G. (2016). *Incidencia de los pagos de los tributos para la obtención de beneficios en las mypes comerciales del Parque Industrial del Distrito Villa el Salvador*. Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú, Lima, Perú.
- Salazar, C. (2019). *Cultura tributaria para el incremento de los ingresos a los comerciantes del mercado modelo, Chachapoyas, 2018*. Revista Científica UNTRM: Ciencias Sociales y Humanidades, 2(1), 22-26.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración tributaria [SUNAT](2020). *Libro Cultura Tributaria y Aduanera*. Lima. Recuperado de https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/LibroCultura_Tributaria_y_Aduanera_final.pdf
- Torres, R. (2019). *Influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos de los comerciantes del mercado municipal “Roberto Segura”, Jaen-2018*.
- Van, F. (2017). (I Can't Get No) Saturation: A simulation and guidelines for sample sizes in qualitative. *PlosOne*. Obtenido de <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0181689&type=printable>
- Vargas, E. (2018). *La cultura tributaria y la evasión tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tingo María, 2017*. Tesis de pregrado, Universidad Uladech. scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Vargas%2C+E.+%282018%29.+La+cultura

+tributaria+y+la+evasión+tributaria+de+los+comerciantes+del+mercado+modelo

Wynter, C., & Oats, L. (2018). *Don't worry, we are not after you! Anancy culture and tax enforcement in Jamaica*. *Critical Perspectives on Accounting*, 56-69. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1045235418300273>

Zamora, Y. (2018). *La evasión tributaria y su incidencia en la economía del Ecuador, 2010 - 2014*. *Revista Quipukamayoc*, 26(50), 21 - 29. doi:<http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v26i50.14721>

ANEXOS

Anexo 1:

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	METODOLOGIA
Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021	¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021?	Objetivo general. - Explicar que la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021. Objetivos específicos. - Identificar el nivel de la cultura tributaria que existe en el mercado modelo de Huacho, 2021. - Determinar el nivel de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021. - Demostrar que la cultura tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021.	“La cultura tributaria se relaciona significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021.”.	“La cultura tributaria y las obligaciones tributarias”	Tipo: Descriptiva correlacional Diseño: No experimental Población:460 comerciantes entre formales e informales Muestra: formula probabilística 210 Técnica: la encuesta Instrumento: cuestionario validada por el juicio de expertos. Confiabilidad con el alfa de Cronbach.

Anexo 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

V. 1	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS
a) CULTURA TRIBUTARIA	Conjunto de hábitos o costumbres que tienen los comerciantes del mercado modelo de Huacho, que a través de sus dimensiones Educación tributaria, Conciencia tributaria, Actitud tributaria y sus valores se podrá medir en que nivel se encuentra, con ayuda de una escala valorativa Likert.	Educación tributaria	Conocimiento	1. Considera que en los colegios se debe impartir cursos de educación tributaria, para mejorar la cultura tributaria.
			Beneficios	2. Tiene conocimiento de los beneficios de la formalización de su negocio
			Campañas	3. En su medio existen campañas que incentiven un mejor nivel de conocimiento sobre los tributos.
		Conciencia tributaria	Cumplimiento de pagos	4. Conoce sobre la importancia de cumplir con el pago de nuestro impuesto.
				5. Es consciente que pagando sus impuestos contribuye a que el estado mejore el bienestar social.
				6. Realiza sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación
		Actitud tributaria	Asesoramiento	7. Considera que la SUNAT se acerca a los comerciantes del mercado modelo de Huacho para asesorarlos.
			Confianza	8. La SUNAT le da la confianza necesaria para que realice sus pagos de tributos de manera justa.
			Puntualidad	9. La SUNAT le hace conocer de manera clara los beneficios que puede obtener al cumplir con sus pagos de manera puntual
		Los valores	Sanciones	10. Considera que las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas,

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

V.2	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
b) OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	. El nivel de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de huacho se podrá medir con las dimensiones de estudio; Las obligaciones sustanciales, Obligaciones formales, informalidad con ayuda de una escala valorativa Likert.	Las obligaciones sustanciales	Declaraciones	1. Realiza sus declaraciones y pagos mensuales de IGV-RENTA dentro de los plazos establecidos según cronograma de vencimientos
			Programación de pagos	2. Está al pendiente de la programación de los pagos que brinda la SUNAT, de sus impuestos de su negocio
			Retenciones	3. Considera que las retenciones en su actividad comercial son necesarias
		Obligaciones formales,	Ventas reales	4. Realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera real
			Formalización	5. Está inscrito en el RUC
				6. Cuando hace una venta, emite su comprobante de venta
			Régimen tributario	7. Cree que el régimen tributario en el que se encuentra es el adecuado par su giro de su actividad
		informalidad	Competir	8. Prefiere seguir de manera informal su negocio
				9. Considera si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta
				10. Alguna vez fue fiscalizado por no estar formalizado.

ANEXOS 3°

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de estudios de Contabilidad

**ENCUESTA PARA LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO DE HUACHO,
2021**

Estoy realizando una investigación científica, referente Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021. Agradezco a usted su valiosa colaboración y aporte, al brindarme la información necesaria, contestando de manera clara y sincera, en la presente encuesta.



PARTE I

En esta primera sección de la encuesta le presento un conjunto de preguntas acerca de usted, por favor marque con un aspa (X) en los recuadros de la alternativa que considere correcta.

A. DATOS GENERALES

1. Género : Femenino ☐ Masculino ☐

B. INDICACIONES

- Este cuestionario es anónimo. Por favor responde con sinceridad.
- Lee detenidamente cada ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas.
- Contesta a las preguntas marcando con una “X” en un solo recuadro que, según tu opinión.

PARTE II

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas referidas Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021. Seguido de una escala de valoración de estas variables de estudio. Por favor marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

Escala de valoración:

1	2	3	4	5
Frecuentemente	Regularmente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca

Ítem		F	R	A V	CN	N
1.	Considera que en los colegios se debe impartir cursos de educación tributaria, para mejorar la cultura tributaria.					
2.	Tiene conocimiento de los beneficios de la formalización de su negocio					
3.	En su medio existen campañas que incentiven un mejor nivel de conocimiento sobre los tributos.					
4	Conoce sobre la importancia de cumplir con el pago de nuestro impuesto.					
5	Es consciente que pagando sus impuestos contribuye a que el estado mejore el bienestar social.					
6	Realiza sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación					
7	Considera que la SUNAT se acerca a los comerciantes del mercado modelo de Huacho para asesorarlos.					
8	La SUNAT le da la confianza necesaria para que realice sus pagos de tributos de manera justa.					
9	La SUNAT le hace conocer de manera clara los beneficios que puede obtener al cumplir con sus pagos de manera puntual					
10	Considera que las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas,					
11	Realiza sus declaraciones y pagos mensuales de IGV-RENTA dentro de los plazos establecidos según cronograma de vencimientos					
12	Está pendiente de la programación de los pagos que brinda la SUNAT, de sus impuestos de su negocio					
13.	Considera que las retenciones en su actividad comercial son necesarias					
14	Realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera					

	real					
15.	Está inscrito en el RUC					
16	Cuando hace una venta, emite su comprobante de venta					
17	Cree que el régimen tributario en el que se encuentra es el adecuado par su giro de su actividad					
18	Prefiere seguir de manera informal su negocio					
19	Considera si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta					
20	Alguna vez fue fiscalizado por no estar formalizado.					



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **cuestionario** que hace parte de la investigación titulada: **Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Javier Ulloa Siccha

FORMACIÓN ACADÉMICA : **Contador público**

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : Finanzas bancarias

TIEMPO: 33 años CARGO ACTUAL: Docente

INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

Objetivo de la investigación:

Explicar que la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

ÍTULO DE LA TESIS: CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO DE HUACHO, 2021.

Variable: CULTURA TRIBUTARIA

DIMENSIONES	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Educación tributaria	1. Considera que en los colegios se debe impartir cursos de educación tributaria, para mejorar la cultura tributaria.	4	4	4	4	
	2. Tiene con conocimiento de los beneficios de la formalización de su negocio	4	4	4	4	
	3. En su medio existen campañas que incentiven un mejor nivel de conocimiento sobre los tributos.	4	4	4	4	
Conciencia tributaria	4. Conoce sobre la importancia de cumplir con el pago de nuestro impuesto.	4	4	4	4	
	5. Es consciente que pagando sus impuestos contribuye a que el estado mejore el bienestar social.	4	4	4	4	
	6. Realiza sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación	4	4	4	4	
Actitud tributaria	7. Considera que la SUNAT se acerca a los comerciantes del mercado modelo de Huacho para asesorarlos.	4	4	4	4	
	8. La SUNAT le da la confianza necesaria para que realice sus pagos de tributos de manera justa.	4	4	4	4	
	9. La SUNAT le hace conocer de manera clara los beneficios que puede obtener al cumplir con sus pagos de manera puntual	4	4	4	4	
Los valores	10. Considera que las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas,	4	4	4	4	

Calificar de 1 a 4 puntos.

VARIABLE: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

DIMENSIONES	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Las obligaciones sustanciales	1. Realiza sus declaraciones y pagos mensuales de IGV-RENTA dentro de los plazos establecidos según cronograma de vencimientos	4	4	4	4	
	2. Está al pendiente de la programación de los pagos que brinda la SUNAT, de sus impuestos de su negocio	4	4	4	4	
	3. Considera que las retenciones en su actividad comercial son necesarias	4	4	4	4	
Obligaciones formales,	4. Realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera real	4	4	4	4	
	5. Está inscrito en el RUC	4	4	4	4	
	6. Cuando hace una venta, emite su comprobante de venta	4	4	4	4	
	7. Cree que el régimen tributario en el que se encuentra es el adecuado par su giro de su actividad	4	4	4	4	
informalidad	8. Prefiere seguir de manera informal su negocio	4	4	4	4	
	9. Considera si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta	4	4	4	4	
	10. Alguna vez fue fiscalizado por no estar formalizado.	4	4	4	4	

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		X	
VALIDEZ			
APLICABLE	SI X	NO APLICABLE	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: Dr. Javier Ulloa Siccha		Fecha: 04/12/22	
Firma: 	Teléfono: 943386707	Email: javier.ulloa@usanpedro.edu.pe	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **cuestionario** que hace parte de la investigación titulada: : **Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Jinmy Rodríguez Pérez

FORMACIÓN ACADÉMICA : **Contador publico**

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : asesoría contable

TIEMPO: 18 años CARGO ACTUAL: Docente

INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

Objetivo de la investigación:

Explicar que la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

ÍTULO DE LA TESIS: CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO DE HUACHO, 2021

Variable: CULTURA TRIBUTARIA

DIMENSIONES	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Educación tributaria	1. Considera que en los colegios se debe impartir cursos de educación tributaria, para mejorar la cultura tributaria.	4	4	4	4	
	2. Tiene con conocimiento de los beneficios de la formalización de su negocio	4	4	4	4	
	3. En su medio existen campañas que incentiven un mejor nivel de conocimiento sobre los tributos.	4	4	4	4	
Conciencia tributaria	4. Conoce sobre la importancia de cumplir con el pago de nuestro impuesto.	4	4	4	4	
	5. Es consciente que pagando sus impuestos contribuye a que el estado mejore el bienestar social.	4	4	4	4	
	6. Realiza sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación	4	4	4	4	
Actitud tributaria	7. Considera que la SUNAT se acerca a los comerciantes del mercado modelo de Huacho para asesorarlos.	4	4	4	4	
	8. La SUNAT le da la confianza necesaria para que realice sus pagos de tributos de manera justa.	4	4	4	4	
	9. La SUNAT le hace conocer de manera clara los beneficios que puede obtener al cumplir con sus pagos de manera puntual	4	4	4	4	
Los valores	10. Considera que las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas,	4	4	4	4	

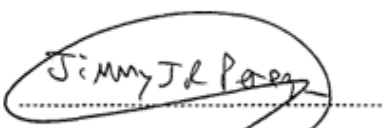
Calificar de 1 a 4 puntos.

VARIABLE: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

DIMENSIONES	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Las obligaciones sustanciales	11. Realiza sus declaraciones y pagos mensuales de IGV-RENTA dentro de los plazos establecidos según cronograma de vencimientos	4	4	4	4	
	12. Está al pendiente de la programación de los pagos que brinda la SUNAT, de sus impuestos de su negocio	4	4	4	4	
	13. Considera que las retenciones en su actividad comercial son necesarias	4	4	4	4	
Obligaciones formales,	14. Realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera real	4	4	4	4	
	15. Está inscrito en el RUC	4	4	4	4	
	16. Cuando hace una venta, emite su comprobante de venta	4	4	4	4	
	17. Cree que el régimen tributario en el que se encuentra es el adecuado par su giro de su actividad	4	4	4	4	
informalidad	18. Prefiere seguir de manera informal su negocio	4	4	4	4	
	19. Considera si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta	4	4	4	4	
	20. Alguna vez fue fiscalizado por no estar formalizado.	4	4	4	4	

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		X	
VALIDEZ			
APLICABLE	SI X	NO APLICABLE	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: Mg. Jimmy Rodríguez Pérez			Fecha: 04/12/22
Firma: 	Teléfono: 943568522		Email: jimmy.rodriguez@usanpedro.edu.pe



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
PLANILLA DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **cuestionario** que hace parte de la investigación titulada: **Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021**. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Luis Vigo Bardales

FORMACIÓN ACADÉMICA : **Contador publico**

ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : asesoría contable

TIEMPO: 16 años CARGO ACTUAL: Docente

INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

Objetivo de la investigación:

Explicar que la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2021.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

ÍTULO DE LA TESIS: CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO DE HUACHO, 2021

Variable: CULTURA TRIBUTARIA

DIMENSIONES	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Educación tributaria	1. Considera que en los colegios se debe impartir cursos de educación tributaria, para mejorar la cultura tributaria.	4	4	4	4	
	2. Tiene con conocimiento de los beneficios de la formalización de su negocio	4	4	4	4	
	3. En su medio existen campañas que incentiven un mejor nivel de conocimiento sobre los tributos.	4	4	4	4	
Conciencia tributaria	4. Conoce sobre la importancia de cumplir con el pago de nuestro impuesto.	4	4	4	4	
	5. Es consciente que pagando sus impuestos contribuye a que el estado mejore el bienestar social.	4	4	4	4	
	6. Realiza sus pagos antes que sean vencidos su fecha de programación	4	4	4	4	
Actitud tributaria	7. Considera que la SUNAT se acerca a los comerciantes del mercado modelo de Huacho para asesorarlos.	4	4	4	4	
	8. La SUNAT le da la confianza necesaria para que realice sus pagos de tributos de manera justa.	4	4	4	4	
	9. La SUNAT le hace conocer de manera clara los beneficios que puede obtener al cumplir con sus pagos de manera puntual	4	4	4	4	
Los valores	10. Considera que las sanciones por incumplimiento, parte de la SUNAT son adecuadas,	4	4	4	4	

Calificar de 1 a 4 puntos.

VARIABLE: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

DIMENSIONES	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
Las obligaciones sustanciales	1. Realiza sus declaraciones y pagos mensuales de IGV-RENTA dentro de los plazos establecidos según cronograma de vencimientos	4	4	4	4	
	2. Está al pendiente de la programación de los pagos que brinda la SUNAT, de sus impuestos de su negocio	4	4	4	4	
	3. Considera que las retenciones en su actividad comercial son necesarias	4	4	4	4	
Obligaciones formales,	4. Realiza todas sus declaraciones de sus ventas de manera real	4	4	4	4	
	5. Está inscrito en el RUC	4	4	4	4	
	6. Cuando hace una venta, emite su comprobante de venta	4	4	4	4	
	7. Cree que el régimen tributario en el que se encuentra es el adecuado par su giro de su actividad	4	4	4	4	
informalidad	8. Prefiere seguir de manera informal su negocio	4	4	4	4	
	9. Considera si la informalidad disminuye, pues se podría competir de manera honesta	4	4	4	4	
	10. Alguna vez fue fiscalizado por no estar formalizado.	4	4	4	4	

Calificar de 1 a 4 puntos.

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		X	
VALIDEZ			
APLICABLE	SI X	NO APLICABLE	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: Mg. Luis Vigo Bardales		Fecha: 04/12/22	
Firma: 	Teléfono: 998396668	Email: luis.vigo@usanpedro.edu.pe	

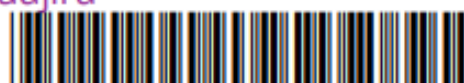
Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo de Huacho, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

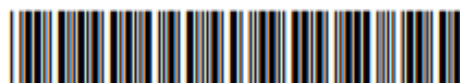
25%	25%	3%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	6%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5%
3	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	4%
4	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Privada San Pedro Trabajo del estudiante	1%
7	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
9	Submitted to University of La Guajira Trabajo del estudiante	



		1 %
10	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	1 %
11	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	1 %
12	repositorio.unach.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	<1 %
14	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
16	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
18	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	<1 %
19	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



20	Reyna García Zoila. "La influencia de la cultura y el clima organizacional en el comportamiento del personal académico en una entidad de enseñanza de lenguas", TESIUNAM, 2019 Publicación	<1 %
21	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	<1 %
22	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	1library.co Fuente de Internet	<1 %
25	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 6 words

Excluir bibliografía

Activo





FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
Brenier Prohman José Luis		7164526	bren.1604@historia.com
Apellidos y Nombres		DNI	Correo Electrónico
2. Tipo de Documento de Investigación			
☒ Tesis	☐ Trabajo de Bufilencia Profesional	☐ Trabajo Académico	☐ Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional *			
Bachiller	☒ Título Profesional	☐ Título Segunda Especialidad	☐ Maestría ☐ Doctorado
4. Título del Documento de Investigación			
Cultura Tributaria y Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Mercado Progres de Murchi, 2022			
5. Programa Académico			
Contabilidad			
6. Tipo de Acceso al Documento			
☒ Acceso a Público * (info@repositoriohistoria.com/ver/acceso)	☐ Acceso restringido * (info@repositoriohistoria.com/ver/acceso-restringido)		
(*) En caso de restringido sustentar motivo			

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

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

Integró e todos os documentos.

Assinatura Digital





Firma

Lugar	Dia	Mes	Ano
Chimbote	<u>20</u>	<u>08</u>	<u>23</u>

important and

- [illegible]

Note. - Data are all reported in the paper, and provided in the appendix in the July 2004 draft (20, 21, 22, 23).