

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS**

**FACULTAD DE CIENCIAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**



**TESIS**

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES  
TRIBUTARIAS DURANTE LA PANDEMIA COVID-19, EN LOS  
COMERCIANTES DEL MERCADO UNIÓN Y DIGNIDAD DE LA CIUDAD DE  
PUNO, 2021**

**PRESENTADO POR:**

**NANCY MARISOL PONCE APAZA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**CONTADOR PÚBLICO**

**PUNO-PERÚ**

**2022**

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS**

FACULTAD DE CIENCIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

TESIS

LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES  
TRIBUTARIAS DURANTE LA PANDEMIA COVID-19, EN LOS  
COMERCIANTES DEL MERCADO UNIÓN Y DIGNIDAD DE LA CIUDAD DE  
PUNO, 2021

PRESENTADO POR:

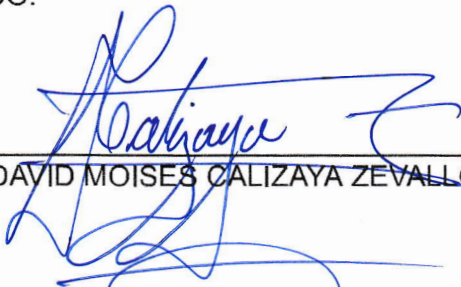
NANCY MARISOL PONCE APAZA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:


PRESIDENTE

  
DR. DAVID MOISES CALIZAYA ZEVALLOS

PRIMER MIEMBRO

  
MTRA. ZORAIDA YUPANQUI VIZCARRA

SEGUNDO MIEMBRO

  
M. Sc. FEDERICO MAMANI CHAVEZ

ASESOR DE TESIS

  
DR. HEBER NEHEMIAS CHUI BETANCUR.

Área: Ciencias sociales

Disciplina: Ciencias sociales, interdisciplinarias

Especialidad: Auditoria tributaria

Puno, 27 de enero de 2022.

**DEDICATORIA**

A Dios:

Gracias por cuidarme, guiarme y protegerme en el camino.

A mi esposo:

Gracias Néstor Belizario Quispe por su cariño e inmensa paciencia y el apoyo incondicional y motivarme día a día para hacer lo posible para ejecutar mi tesis.

A mis hijos:

José Manuel y Néstor Gabriel que son mi orgullo y mi motivación para seguir y cumplir con mis metas.

## AGRADECIMIENTO

A la Universidad Privada San Carlos, en especial a la escuela profesional de contabilidad y finanzas por brindarme sus sabias enseñanzas en sus aulas y a cada docente por sus conocimientos compartidos, la paciencia y comprensión que me brindaron y realizarme profesionalmente.

Al Dr. Heber Nehemias Chui Betancur, asesor de esta tesis por su tiempo y paciencia que me guió en la elaboración de la misma.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág</b>
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
ÍNDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
INDICE DE ANEXOS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	xi
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

<b>1.1. Planteamiento del problema</b>	<b>4</b>
1.1.1. Problema general	6
1.1.2. Problemas específicas	6
<b>1.2. Antecedentes</b>	<b>7</b>
1.2.1. A Nivel Internacional	7
1.2.2. A Nivel Nacional	8
1.2.3. A Nivel Regional	12
	iii

<b>1.3. Objetivos de la investigación</b>	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos	13

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL, E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

<b>2.1. Marco teórico</b>	14
2.1.1. La cultura tributaria	14
2.1.2. Obligaciones tributarias	15
<b>2.2. Marco conceptual</b>	17
<b>2.3. Hipótesis de la investigación</b>	18
2.3.1. Hipótesis general	18
2.3.2. Hipótesis específicas	18

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

<b>3.1. Zona de estudio</b>	20
<b>3.2. Tamaño de muestra</b>	20
3.2.1. Población	20
3.2.2. Muestra	21

<b>3.3. Métodos y técnicas</b>	<b>22</b>
3.3.1. Métodos	22
3.3.2. Técnicas	23
<b>3.4. Identificación de variables</b>	<b>24</b>
3.4.1. Variables	24
3.4.2. Operacionalización de variables	25
<b>3.5. Método y diseño estadístico</b>	<b>26</b>

## **CAPÍTULO IV**

### **EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

4.1. RESULTADOS	28
4.2. DISCUSIÓN	41
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>44</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>46</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>48</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>52</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.	29
Tabla 2 Relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.	32
Tabla 3 Relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.	35
Tabla 4 Relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.	38



**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021	30
Figura 2. Relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021	33
Figura 3. Relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.	36
Figura 4. Relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.	39

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 01: Consentimiento informado	53
Anexo 02: Instrumentos	54
Anexo 03: Matriz de consistencia	59
Anexo 04: Evidencias fotográficas	61

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021. La metodología de la investigación está dentro del enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo de corte transversal y por su diseño es correlacional debido a que no se busca manipular variable alguna, cuya intención es delinear un esquema de relación entre variables, también se tomó como población a 340 comerciantes que están activos en el padrón de socios del mercado Unión y Dignidad, la cual fue presentada para su reconocimiento ante la Municipalidad Provincial de Puno y como muestra se extrajo una población finita que estuvo conformada por 181 comerciantes entre varones y mujeres mayores de 18 años del mercado Unión y Dignidad. Como instrumentos de investigación se aplicó para ambas variables la encuesta y como instrumento el cuestionario la cual ya fue validada por juicio de expertos y la confiabilidad para cultura tributaria se realizó mediante el coeficiente Kr20 dio como resultado un valor de 8,06, el cual indica que el instrumento utilizado es confiable. De forma similar, para las obligaciones tributarias, el coeficiente Kr20 fue de 8,37. Se arribó a la siguiente conclusión; existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021, es decir que los comerciantes que tienen una cultura tributaria de nivel bajo en un 14.9% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es bajo. Así mismo los comerciantes que poseen una cultura tributaria de nivel medio en un 50.3% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es medio. Del mismo modo en los comerciantes que poseen una cultura tributaria de nivel alto 18.8% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es alto

**Palabras Clave:** Cultura tributaria, cumplimiento, impuesto, obligaciones tributarias, tributos

## ABSTRACT

The objective of this research is to determine the relationship between the tax culture and compliance with tax obligations during the COVID-19 pandemic, in the merchants of the Union and Dignity market of the city of Puno, 2021. The research methodology is within the A quantitative, descriptive, cross-sectional approach and its design is correlational because it does not seek to manipulate any variable, whose intention is to delineate a relationship scheme between variables, 340 merchants who are active in the register were also taken as the population. of members of the Unión y Dignidad market, which was presented for its recognition before the Provincial Municipality of Puno and as a sample a finite population was extracted that was made up of 181 merchants between men and women over 18 years of the Unión y Dignidad market. As research instruments, the survey was applied for both variables and as an instrument the questionnaire which was already validated by expert judgment and the reliability for tax culture was carried out through the Kr20 coefficient, resulting in a value of 8.06, which indicates that the instrument used is reliable. Similarly, for tax obligations, the Kr20 coefficient was 8.37. The following conclusion was reached; There is a relationship between tax culture and compliance with tax obligations during the COVID-19 pandemic, in the merchants of the Union and Dignity market of the city of Puno, 2021, that is, merchants who have a low-level tax culture in a 14.9% compliance with their tax obligations is low. Likewise, merchants who have a medium-level tax culture in 50.3% compliance with their tax obligations is medium. In the same way, in the merchants that have a tax culture of a high level of 18.8%, compliance with their tax obligations is high.

**Key Words:** Tax culture, compliance, tax, tax obligations, taxes

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación se realizó en una época donde la crisis por el covid - 19, tanto económico, social, político, etc. ha aumentado, además existe la necesidad de investigar, indagar y de mejorar la conciencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de nuestra ciudad de Puno, ya que es la clave de la generación de empleo, de la lucha contra la pobreza, cabe mencionar que el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias genera un crecimiento económico, más aún todavía en estos tiempos de covid -19.

También el aporte al final de esta investigación es contribuir con información concreta sobre la relación entre cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias en tiempos de pandemia del COVID -19. Ya que a partir de los resultados que se obtengan, la municipalidad provincial de Puno podrá diseñar programas para dictar charlas sobre cultura tributaria a los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno. En estos programas sensibilizan a la población beneficiaria. Si sube el nivel de cultura tributaria, entonces habrá menos evasión tributaria. De esta manera, la población puneña se beneficiará, tanto social como económicamente. Muchos de los comerciantes son informales por el desconocimiento y la falta de información por parte de las autoridades responsables de transmitir sobre los beneficios y obligaciones de las normas tributarias aplicables a aquellas micro empresas.

La investigación consta de los siguientes capítulos y partes más primordiales que se abordarán en el transcurso de la investigación.

En el capítulo I se presenta al planteamiento del problema, donde se describe las causas del inicio de la presente investigación, posteriormente se abordará la recolección de las

investigaciones realizadas anterior a la investigación, a ello se le denominará antecedentes, asimismo también se presentará en la investigación a los objetivos de la investigación, ya que este tema es muy importante para seguir con el proceso de la tesis. En el capítulo II se abordará temas de bastante importancia para la tesis, como el marco teórico, que será el sustento relacionado a la teoría de cada variable, de cada dimensión y de cada indicador, estas teorías se basan de acuerdo a las teorías actualizadas y bien sustentadas de autores de mucha confianza y expertos en los temas planteados, también se presenta al marco conceptual en donde se resume con palabras más adecuadas y entendible los conceptos de las palabras más importantes abordados en la investigación, así mismo se presenta a las hipótesis de la investigación, tanto como hipótesis general e hipótesis específicas. En el capítulo III se presenta a la metodología de la investigación, dentro de este capítulo se abordará el lugar o zona de estudio, es decir en donde se ha realizado la investigación, también el tamaño de la muestra, dentro de ello se tocará a la cantidad de comerciantes que hay para poder investigar, y de esa cantidad total se extrajo una población finita llamada muestra, esta muestra representara en los resultados a toda la población de estudio. Asimismo, se abordará los métodos y técnicas, concerniente a los métodos de la investigación, se mencionará el tipo y diseño de investigación y concerniente a técnicas se abordará la técnica empleado para la recolección de datos y dentro de ello los instrumentos utilizados para ambas variables de estudio en la investigación. Asimismo, dentro de este capítulo se abordará el tema de la identificación de las variables que se está estudiando, así mismo se abordará el tema de diseño estadístico, donde se especifica la parte de la estadística que se está abordando. Así mismo en el capítulo IV se abordará los temas de exposición y análisis de resultados, este capítulo es muy importante ya que se tocará los resultados encontrados en el recojo de información. Finalmente se arribará a la conclusión y presentaremos las sugerencias

brindadas a partir de los resultados, también se presentará las referencias bibliográficas utilizadas durante toda la investigación.



## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del problema

La economía en estos tiempos de pandemia covid- 19 ha sido devastador para muchos contribuyentes, ya que las cuarentenas establecidas por el gobierno para frenar la propagación de la enfermedad, no dejó el normal funcionamiento de los mercados con aforos de hasta el 40% de su normal atención.

La informalidad de los comerciantes de la región de Puno es una constante preocupación y más aún cuando los ingresos bajaron considerablemente por la pandemia covid- 19, que impide el crecimiento y desarrollo económico. Pero los contribuyentes y ciudadanos no cumplen con sus obligaciones tributarias. En la región Puno y país la economía es una parte fundamental para su desarrollo, por ende, es financiado en mayor porcentaje del gasto público con las recaudaciones tributarias.

La política tributaria de nuestro país está a cargo del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), donde se contemplan las decisiones de política fiscal, que se refieren a la aplicación de los tributos (impuestos, tasas, contribuciones, etc.) con la finalidad de recaudar recursos para financiar los gastos públicos del Estado. En el Perú, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) es el ente encargado de administrar, aplicar, fiscalizar y principalmente recaudar los tributos internos con excepción de las municipalidades.

Cabe precisar que la cultura tributaria son valores que llevan para que la ciudadanía pueda y debe cumplir con sus obligaciones. Estas obligaciones servirán como un aporte económico fundamental del ciudadano, para que se construyan hospitales, colegios, carreteras, etc. para el beneficio de la población peruana, tanto del medio rural y urbano.

Uno de los problemas que también se dio, es por la falta de información que no brinda la SUNAT a los comerciantes, de esa manera el comerciante omite sus obligaciones, se podría decir que el comerciante no tiene una cultura tributaria por falta de información.

Uno de los factores que promueve la evasión tributaria es el bajo nivel de cultura tributaria de la población. En el 2019, la SUNAT llevó a cabo un estudio exploratorio de conciencia tributaria, donde se determinó que el 77% de la población tiene un nivel moderado de conciencia tributaria, el 13% un nivel alto y el 10% un nivel bajo.

El nivel bajo de cultura tributaria de los comerciantes está relacionado directamente con el aspecto social y económico, esto hace que las personas desconozcan las obligaciones tributarias que generan sus actividades comerciales. Los negocios generan un ingreso económico para solventar sus gastos familiares, pero si no pagan sus impuestos, esto genera el crecimiento acelerado de la informalidad en el comercio.

Si bien es cierto, la evasión tributaria es el incumplimiento, por acción u omisión de las leyes tributarias, que implica dejar de pagar en todo o en parte los tributos y todavía más aun en tiempos de pandemia del COVID- 19, ya que, así como se mencionó párrafos arriba, la economía ha dado un giro, donde ha beneficiado a otros y perjudicado a un gran parte de los comerciantes, ello sería motivo para evadir sus obligaciones tributarios y de emitir ningún tipo de comprobantes de pago, no declaran las ventas e ingresos obtenidas, no pagan impuestos que les corresponde se apropian del IGV pagado por el comprador, a veces entregan comprobantes falsos, etc. En algunos casos no cuentan con el RUC.

#### **1.1.1. Problema general**

- ¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021

#### **1.1.2. Problemas específicas**

- ¿Cuál es la relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021?
- ¿Cuál es la relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021?

- ¿Cuál es la relación entre la difusión y orientación tributaria con La administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021?

## **1.2. Antecedentes**

### **1.2.1. A Nivel Internacional**

En estas líneas presentaremos las investigaciones que se realizaron antes de esta investigación, para lo cual nos basaremos en tres escalas: antecedentes internacionales; que son investigaciones que se realizaron fuera de nuestro país, antecedentes nacionales; estas investigaciones se realizaron dentro de nuestro país y fuera de nuestra región, finalmente presentaremos a los antecedentes locales; estas investigaciones se realizaron dentro de nuestra región de Puno.

Basurto (2015) en la investigación que realizó y que lleva por título: La cultura tributaria de las asociaciones de comerciantes minoristas de la Bahía - FEDACOMIB y su incidencia en la continuidad de sus negocios. Donde la Variable dependiente fue La continuidad de los negocios de los comerciantes de FEDACOMIB, y la Variable independiente La cultura tributaria para los comerciantes de FEDACOMIB. La población investigada estaba compuesta por 33 asociaciones y contiene 1515 comerciantes. De las cuales se tomó de muestra a 384 personas.

El investigador realizó la investigación con el propósito de ver la relación de la variable cultura tributaria y la variable continuidad de negocios. Finalmente el investigador concluye que el comercio informal es muy importante y está creciendo cada vez más, pero a estos comerciantes se debe de dar más una cultura tributaria con capacitaciones, charlas, para que puedan ellos también aportar al desarrollo del país.

### 1.2.2. A Nivel Nacional

Calderon (2018) en su investigación titulada: Cultura tributaria y obligaciones tributarias en la Asociación de Comerciantes del Megamercado “Unicachi” Comas 2018. El objetivo de la investigación fue: Establecer la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018. Los resultados establecieron que la cultura tributaria se relaciona ( $Rho=0,714$ ) y significativamente ( $p=0.001$ ) con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018. De acuerdo a los índices de correlación de Rho Spearman la correlación es alta, por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Apaza & Bonifacio (2017) en su investigación titulada: Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco- 2017. Tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre el nivel de cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco- 2017. El estudio no experimental, se desenvuelve bajo el diseño descriptivo correlacional, para la recopilación de información, se discurrió como instrumento dos (02) encuestas para medir las variables de estudio, las mismas que fueron sometidas a la validación por juicio de expertos y la confiabilidad estadística del alfa de cronbach. Los resultados fueron obtenidos mediante la contrastación de las hipótesis mediante la prueba de tau-B de Kendal; consiguiendo demostrar que existe una correlación significativa alta y positiva entre cultura tributaria y obligaciones tributarias ( $r=.881$ ; con un  $p$  valor =  $.000$ ). Los investigadores concluyen que el nivel de cultura tributaria que fue en un ochenta y seis punto uno por ciento está directamente relacionado al no cumplimiento de sus obligaciones tributarias que fue en un ochenta

punto seis por ciento, esto da entender que si las instituciones encargadas como la SUNAT, capacitan y dan charlas a los comerciantes, ellos pueden contribuir al desarrollo del país pagando o contribuyendo con sus impuestos.

Moreto (2016) en su investigación titulada: Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del Centro Comercial Multiplaza Proceres, San Juan de Lurigancho – 2016. El investigador de la tesis tuvo como fin determinar la relación existente entre la variable cultura tributaria y obligaciones tributarias. También cabe precisar que el tesista utilizó la prueba de Normalidad para poder establecer las respectivas correlaciones. Así mismo con respecto a la metodología el diseño de investigación que se realizó es no experimental en una población de 54 comerciantes del Centro Comercial Multiplaza Próceres, San Juan de Lurigancho - 2016; concluyendo que existe correlación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias puesto que los comerciantes de dicho Centro Comercial tienen un conocimiento favorable acerca del pago de sus impuestos, los cuales ayudan al bienestar de la sociedad, en donde el contribuyente conoce lo que paga, así como los motivos de pago por las cuales son incitados.

Osorio (2017) en su investigación titulada: La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Huánuco – 2016. Tuvo como objetivo establecer la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Huánuco – 2016. Donde al final utilizando los instrumentos y métodos para la recolección de información, para establecer la incidencia de la cultura tributaria en sus obligaciones se determinó la incidencia que hay entre ambos. arribó a la siguiente conclusión que la colectividad de los comerciantes si tienen conocimientos sobre el tema de tributación, pero no aprecian el uso y manejo de los impuestos por parte

del Estado, hay mucha suspicacia ya que los comerciantes no están bien enterados sobre el uso y destino, por ello suelen cumplir sus obligaciones solo por temor a multas y diferentes tipos de sanciones, pero si tuviesen más instrucción en estos temas si podrán mejorar: contando con un planeamiento tributario, contando con una mejor conciencia tributaria respecto a la distribución de sus tributos para que así sepan que cumplir con las obligaciones tributarias es muy beneficioso ya que el aporte que se le hace al sistema no es perjudicial sino que trae consigo crecimiento económico para el país entero.

Burga (2015) en su tesis “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las Empresas Comerciales del Emporio Gamarra, 2014”, presentada a la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras de la Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú. La población del presente trabajo estuvo constituida por 78 personas entre hombres y mujeres del sector comercial: profesionales, empresarios, ejecutivos, contadores, auditores y trabajadores en general de la empresa. Tomando 40 personas como muestra que participaron en la encuesta. El fin de la investigación fue establecer la influencia de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014. Después de haberse aplicado los instrumentos de investigación se concluye que la cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de los comerciantes ya que ellos tienden hacia la informalidad porque creen que es ilegítimo la cobranza de impuestos.

Chavez & Tadeo (2014) en su tesis “Cultura Tributaria y el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo”, presentada a la Facultad de Contabilidad de la Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo – Perú. Donde la metodología de la investigación fue de Tipo de Investigación Aplicada, Nivel de Investigación Descriptivo, Método de la investigación Científico, Diseño Metodológico

Correlacional. Teniendo como objetivo general; Determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el mercado “Modelo” de Huancayo. Los investigadores concluyen que la variable cultura tributaria influye desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias, cabe precisar que la cultura tributaria se basa en la educación tributaria no especializada.

Pérez (2016) en su investigación denominada: La cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los Comerciantes Ferreteros del Área Comercial denominada “Albarracín”, Trujillo – 2015. El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la cultura tributaria y la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada “Albarracín”, ello se consiguió bajo método de investigación empírico, específicamente el método de la medición, ya que solamente se midieron las variables cultura tributaria y evasión tributaria, con una muestra probabilística. Finalmente se concluyó que existe una relación directa significativa entre la cultura tributaria y la evasión tributaria, gracias al resultado obtenido en base al coeficiente de correlación  $r$  de Pearson ; aunado a ello también se estableció el nivel de cultura tributaria en los comerciantes, presentándose en gran medida un nivel bajo del 29% y una evasión de impuesto a la renta del 39,58%, corroborándose la afirmación, que a menor cultura tributaria, se tiende a maximizar la evasión de impuesto a la renta.

Iglesias & Ruiz (2017) La cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los arbitrios municipales de la ciudad de Tarapoto año 2016. El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la cultura tributaria con las obligaciones tributarias de los arbitrios municipales del distrito de Tarapoto. El tipo de investigación es correlacional, debido a que existe una relación entre la variable cultura tributaria municipal y el cumplimiento de obligaciones tributarias. Finalmente, luego de realizar el



análisis correspondiente a la investigación se concluye que la relación de la cultura tributaria con el conocimiento de los arbitrios municipales es el 29,8%, la relación de la cultura tributaria con cumplimiento con el pago de arbitrios es el 82,30% y la relación entre la cultura tributaria con las obligaciones tributarias de los arbitrios municipales es del 29,80%.

### **1.2.3. A Nivel Regional**

Flores (2015) en su tesis: "Influencia de la Cultura Tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los contribuyentes del nuevo régimen único simplificado de la ciudad de Puno, periodo 2014". Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Andina "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ", El método de la investigación es descriptivo, por que consistió en describir y evaluar ciertas características de un hecho, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento para alcanzar los objetivos propuestos. El diseño es No Experimental, tipo transversal, descriptivo. Su objetivo ha sido; Establecer la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias. Llegando a la conclusión; que existe una influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias por parte de la cultura tributaria.

Hanco (2015) en su tesis: "Nivel de Cultura Tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca periodos 2012 - 2013". La metodología utilizada fue el método analítico y el método descriptivo. El diseño utilizado es la No Experimental descriptiva causal. Se tuvo como objetivo general; Establecer el nivel de Cultura Tributaria para dar a conocer su influencia en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los comerciantes del Mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca, periodos 2012

- 2013. Donde se concluye que, el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes rubros de negocios comerciales.

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

- Determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar la relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.
- Identificar la relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.
- Identificar la relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL, E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. Marco teórico

##### 2.1.1. La cultura tributaria

Según los autores Camarero, Pino, & Mañas (2015) definen la cultura tributaria como “universo simbólico que sustenta el pago de impuestos, es decir, el conjunto de creencias, sentimientos y comportamientos que se implican en la institución social de la recaudación de impuestos. Una parte importante de la cultura impositiva se debe a los valores sociales, es decir, a criterios de preferencia compartidos, que orientan la forma en la que nos movemos en relación con alguna cuestión. Los valores impositivos responden al problema de la legitimación del sistema impositivo, es decir, a la forma en que los ciudadanos se encuentran dispuestos a cumplir con los deberes fiscales”.

Según Amasifuen (2016) menciona que es el conjunto de valores, conocimientos y actitudes que los miembros de una sociedad comparten un mismo lenguaje de la tributación y un lenguaje acerca de las leyes que están vigentes. Estos miembros de la

sociedad deben cumplir con las obligaciones y deberes en base a la confianza, ética, personal, y respeto a la ley bajo la responsabilidad ciudadana y solidaridad social.

Consiste en el nivel de conocimiento que predomina en las personas de una determinada sociedad acerca del sistema tributario. Cabe precisar que el autor menciona que la ciudadanía debe entender la importancia de una buena cultura tributaria del poblador, ya que de ellos dependerá la adquisición de medicinas, construcción de hospitales, colegios, etc. y si el ciudadano no tiene cultura tributaria, entonces el país estar destinada a un subdesarrollo (Gallardo & Buleje, 2014).

Es entendida como el universo del conocimiento acerca de los impuestos, todo esto relacionado con el compromiso individual. También menciona que no es el alto o bajo conocimiento que tienen los ciudadanos, sino el compromiso de aportar con sus impuestos, por su puesto a partir desde la combinación de una información y experiencia sobre la acción del estado (Rivera & Sojo, 2002).

Mendoza (2002) la cultura tributaria representa una parte de la cultura nacional, va a tener un contenido individual, al consistir en la creencia íntima que tiene cada persona miembro de una agrupación social que el impuesto constituye una aportación justa e imprescindible y de provecho al ser utilizado para satisfacer las necesidades de la colectividad de la cual forman parte.

### **2.1.2. Obligaciones tributarias**

En el artículo 2 del código tributario menciona que la obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación (EL PERUANO, 2013).

Calvo (2007) menciona que debido a su carácter legal, nace de la ejecución de un hecho determinado en la ley. Se trata de un hecho legal no sólo por su principio, de la misma manera por sus efectos: una vez elaborado el sujeto queda vinculado y debe consumir una prestación obligatoria a favor de una Administración Pública como acreedor.

El ciudadano que aporta y acepta voluntariamente el pago lo hace por sí mismo y por la nación, más allá de si existe una ordenanza. De la misma manera, el cumplimiento oportuno y veraz se describe al pago dentro de las fechas específicas y al rechazo ante experiencias de evasión y elusión. (Bonilla, 2014)

TUO (2017) es de derecho público, es el parentesco (vinculación) entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene como finalidad el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigiblemente coactiva.

En el Artículo 84° del Código Tributario se señala que, La Administración Tributaria proporcionará orientación, información verbal, educación y colaboración al contribuyente. La superintendencia nacional del Perú podrá desplegar medidas administrativas para acomodar al participante sobre gobiernos elusivos perseguibles. (EL PERUANO, 2013)

La razón de fondo para crear nuevas leyes que obliguen una justa entrega de tributo de parte de las empresas o persona natural es para que el estado pueda cumplir con tareas de las obras, etc. mediante el gasto público (Flores, 2004).

Chávez (2014) por su parte, señala que toda obligación tributaria no queda justificada por el simple hecho que el Estado pueda crearlo y exigir, sino, que existe un concepto ético y jurídico que los justifica toda vez que negarlo sería colocar a los colaboradores expuestos a las decisiones arbitrarias del poder público.

Son obligaciones formales las que, sin tener carácter pecuniario, son impuestos por la normativa tributaria, deudores o no del tributo, y cuyo cumplimiento está relacionado con el desarrollo de actuaciones o procedimientos tributarios o aduaneros. (Editorial CEP, 2017)

## **2.2. Marco conceptual**

### **Cultura Tributaria**

Conjunto de rasgos distintivos del comportamiento y actitudes de los integrantes de una sociedad, en cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria (Amasifuén, 2016).

### **Cumplimiento Tributario**

Es la acción de cumplir con las obligaciones tributarias, ocurre por la falta de responsabilidad del contribuyente y la poca presión por parte de las entidades recaudadoras del estado (Calderon, 2018).

### **Etica Tributaria**

La teoría que estudia la moralidad de las actuaciones en materia tributaria desarrolladas por los poderes públicos, legislativos, ejecutivos y judiciales y por el ciudadano contribuyente (Calderon, 2018).

### **Evasión Tributaria**

Es la disminución de un determinado monto tributario, que debió ser parte de un impuesto, ya que los que lo dan tienen normas claras, precisas que están establecidas para poder darla, eso pasa mayormente en las empresas (Hanco, 2015).

## **Impuesto**

El impuesto es un aporte obligatorio. Un impuesto no se origina para que el contribuyente reciba un servicio directo por parte del Estado, sino como un hecho independiente, por ejemplo, el Impuesto a la Renta se destina a financiar el presupuesto público, que podría contener obras y servicios que beneficien a otras poblaciones distintas de los aportantes (Hanco, 2015)

## **Obligación Tributaria**

La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente (TUP, 2017).

### **2.3. Hipótesis de la investigación**

#### **2.3.1. Hipótesis general**

- Existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

#### **2.3.2. Hipótesis específicas**

- Existe relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.
- Existe relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

- Existe relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Zona de estudio

La investigación se ejecutará en la ciudad de Puno, exactamente en el mercado Unión y Dignidad que está ubicado en la avenida Simón Bolívar con jirón Carabaya, muy cerca al terminal terrestre de la ciudad de Puno.

#### 3.2. Tamaño de muestra

##### 3.2.1. Población

Según el padrón de socios, la población de la investigación estará comprendida por 340 comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno. Para determinar la cantidad de comerciantes se tuvo que ir a la municipalidad provincial de Puno para que puedan facilitarnos en registro de padrón.

### 3.2.2. Muestra

En esta investigación para determinar el tamaño de la muestra, se trabajó con el muestreo probabilístico:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{(N-1)E^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Donde:

n = Muestra

N = Población = 340

p = Eventos favorables = 0.5

q = Eventos desfavorables = 0.5

Z = Nivel de significación = 1.96

E = Margen de error = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(340)}{(340-1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$\frac{0.9604 (340)}{0.8475 + 0.9604}$$

$$\frac{326.536}{1.8079} = 180.61$$

$$n = 181$$

La muestra de estudio estuvo conformada por 181 comerciantes entre varones y mujeres mayores de 18 años del mercado Unión y Dignidad.

### 3.3. Métodos y técnicas

#### 3.3.1. Métodos

##### Por su enfoque:

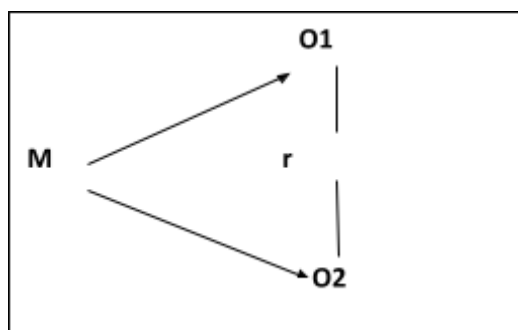
El presente trabajo se sustenta en el enfoque cuantitativo ya que abordan problemas de la realidad y estos problemas sean del tipo que sean que podemos medirlo y observar directa o indirectamente y que existe en la realidad (Charaja, 2018).

##### Por su tipo y diseño de investigación:

La investigación es de tipo descriptivo de corte transversal, descriptivo porque se recogió la información respecto a la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias, la cual permitió su descripción; transversal porque el recojo de información se realizó en un solo momento

El diseño de investigación es correlacional, porque permitió relacionar las variables cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en comerciantes del mercado Unión y Dignidad (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Cuyo diagrama es el siguiente:



Donde:

**M**= Muestra

**O1**= Observaciones de la variable 1

**O2**= Observaciones de la variable 2

**r**= Grado de relación existente

### 3.3.2. Técnicas

La técnica que se utilizó para ambas variables es la encuesta.

#### Instrumentos

Para ambas variables: Cultura tributaria y obligaciones tributarias el instrumento que se utilizó es el cuestionario, la cual ya fue validada.

#### Estructura del instrumento:

- Autores: Karim Oriele Calderón Díaz.
- Procedencia: Universidad Privada TELESUP.
- Aplicación: Comerciantes.
- Duración: 30 minutos aproximadamente.
- Finalidad: Evaluar, describir y medir las percepciones de los comerciantes de ambas variables.
- Ítems: el cual consta de 22 ítems.
- Validez: La validación del instrumento se realizó mediante la concordancia de juicio de expertos.
- Confiabilidad: Para darle confiabilidad al instrumento, Calderón (2018), en su estudio titulado "Cultura tributaria y obligaciones tributarias en la Asociación de Comerciantes del Megamercado "Unicachi" Comas 2018", aplicó el coeficiente  $Kr_{20}$ , por tratarse de un instrumento para respuestas de tipo dicotómicas: para el instrumento cultura tributaria, el coeficiente  $Kr_{20}$  dió como resultado un valor de 8,06, el cual indica

que el instrumento utilizado es confiable (alta confiabilidad). De forma similar, para las obligaciones tributarias, el coeficiente Kr20 fue de 8,37.

### ESCALA DE VALORACIÓN

<b>Para el objetivo general</b>			
	BAJO	MEDIO	ALTO
Cultura tributaria	22-29	30 - 37	38 - 44
Obligaciones tributarias	22 - 29	30 - 37	38 - 44
<b>Para el objetivo específico 1</b>			
Conciencia tributaria	8 -10	11 - 13	14 - 16
Sanciones e infracciones	10 - 13	14 - 17	18 - 20
<b>Para el objetivo específico 2</b>			
Educación cívica tributaria	7 - 9	10 - 12	13 - 14
Tributos	6 - 7	8 - 9	10 - 12
<b>Para el objetivo específico 3</b>			
Difusión y orientación tributaria	7 - 9	10 - 12	13 - 14
Administración tributaria	6 - 7	8 - 9	10 -12

### 3.4. Identificación de variables

#### 3.4.1. Variables

##### **Cultura tributaria:**

Conjunto de rasgos distintivos del comportamiento y actitudes de los integrantes de una sociedad, en cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria

**Obligaciones tributarias**

La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente.

**3.4.2. Operacionalización de variables**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICE	RANGOS
Cultura tributaria	Conciencia tributaria	- Normas tributarias - Servicios públicos - Cumplimiento de pago de tributos		Bajo: 22-29
	Educación cívica tributaria	- Cursos tributarios - Valores - Actividades	Si = 2 No = 1	Medio : 30-37
	Difusión y orientación tributaria	- Rendición de cuentas - Charlas SUNAT		Alto : 38-44

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICE	RANGOS
	Sanciones e infracciones	- Conocimiento de prácticas ilegales.		

	- Información no registrada.		
	- Elusión tributaria.		
Obligaciones tributarias	- Conocimiento de las sanciones tributarias.	Si = 2 No = 1	Bajo: 22-29  Medio : 30-37
	Tributos		
	- Tasas		
	- Impuestos		Alto
	- Contribuciones		: 38-44
	Administración tributaria		
	- Recaudación de tributos		
	- Fiscalización tributaria		
	- Pago de tributos		

---

### 3.5. Método y diseño estadístico

Para probar la hipótesis se utilizó el modelo estadístico de Correlación de Pearson. De esta manera se determinó la relación entre la cultura tributaria y obligaciones tributarias. Para ello se inició primeramente con el conteo, codificación y calificación del instrumento según la categoría y escala de medición de cada variable, posteriormente los datos obtenidos se procesaron en el programa SSPS versión 25, se elaboraron tablas y gráficos estadísticos, teniendo en cuenta la variable y los objetivos y finalmente la interpretación de resultados.

La relación de las variables toma valores comprendidos entre  $-1$  y  $+1$  pasando por  $0$ . El valor del coeficiente de la correlación lineal se calcula mediante la fórmula:

$$\frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N(\sum X^2) - (\sum X)^2][N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Si  $p < \alpha$  ( $0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ), es decir; existe relación entre las dos variables.



## CAPÍTULO IV

### EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

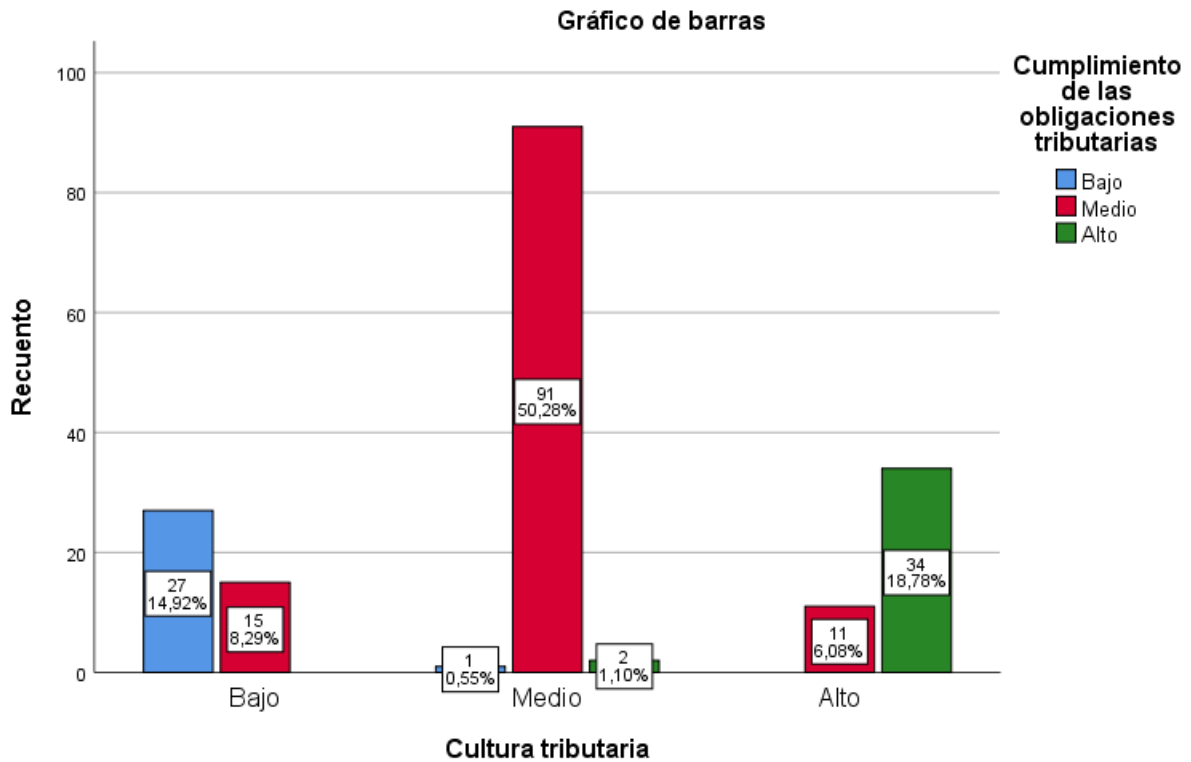
#### 4.1. Resultados

En este capítulo se presentan los resultados recogidos directamente de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad que se encuentra ubicado en la ciudad de Puno.

**Tabla 1** Relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

		Cumplimiento de las obligaciones tributarias				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Cultura tributaria	Bajo	Recuento	27	15	0	42
		% del total	14,9%	8,3%	0,0%	23,2%
	Medio	Recuento	1	91	2	94
		% del total	0,6%	50,3%	1,1%	51,9%
	Alto	Recuento	0	11	34	45
		% del total	0,0%	6,1%	18,8%	24,9%
Total		Recuento	28	117	36	181
		% del total	15,5%	64,6%	19,9%	100,0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno.



**Figura 1.** Relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

Fuente: Tabla 1

En la tabla y figura 1 concerniente al objetivo general que fue determinar la relación entre la cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de uno de los mercados de la ciudad de Puno, llamada Mercado Unión y Dignidad, se observa que los comerciantes que tienen una cultura tributaria de nivel bajo en un 14.9% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es bajo. Así mismo los comerciantes que poseen una cultura tributaria de nivel medio en un 50.3% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es medio. Del mismo modo en los comerciantes que poseen una

cultura tributaria de nivel alto 18.8% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es alto.

**Contrastación de hipótesis del objetivo general**

		<b>Correlaciones</b>	
		Cultura tributaria	Cumplimiento de las obligaciones tributarias
Cultura tributaria	Correlación de Pearson	1	,818**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	181	181
Cumplimiento de las obligaciones tributarias	Correlación de Pearson	,818**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	181	181

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

**H.1.-** Existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

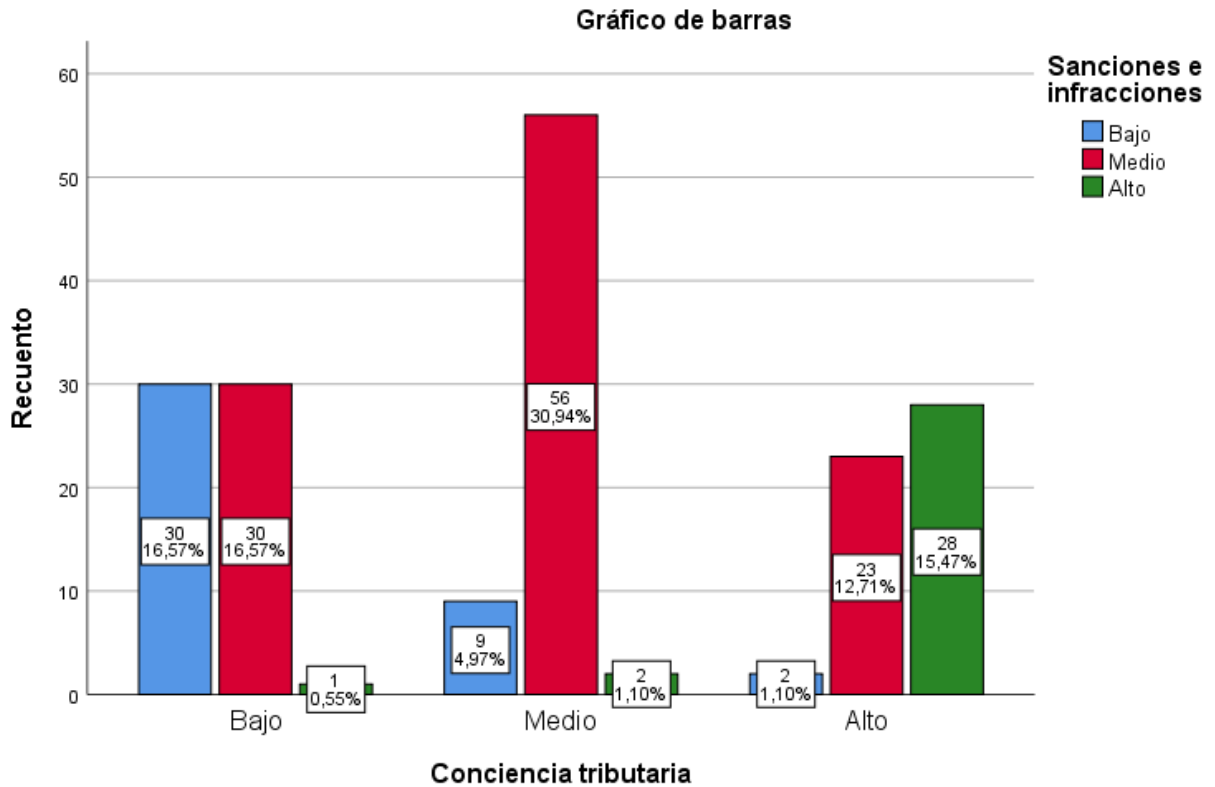
**H.0.** No existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

Estadísticamente, según se aprecia en la tabla de correlaciones, se confirma la existencia de una relación significativa, porque el valor de la significancia bilateral es 0.000 y es menor que 0.05 ( $p = 0.000 < 0.05$ ), es decir que, a mayor cultura tributaria, mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

**Tabla 2** Relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

		Sanciones e infracciones				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Conciencia tributaria	Bajo	Recuento	30	30	1	61
		% del total	16,6%	16,6%	0,6%	33,7%
	Medio	Recuento	9	56	2	67
		% del total	5,0%	30,9%	1,1%	37,0%
	Alto	Recuento	2	23	28	53
		% del total	1,1%	12,7%	15,5%	29,3%
Total		Recuento	41	109	31	181
		% del total	22,7%	60,2%	17,1%	100,0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno.



**Figura 2.** Relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021

Fuente: Tabla 2

En la tabla y figura 2 concierne al objetivo específico número 1 que fue determinar la relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones en los comerciantes de uno de los mercados de la ciudad de Puno, llamada Mercado Unión y Dignidad, esto se realizó en plena pandemia del Covid 19, donde se observa que los comerciantes que tienen una conciencia tributaria de nivel bajo en un 16.6% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión sanciones e infracciones es bajo y medio. Así mismo los comerciantes que poseen una conciencia tributaria de nivel medio en un 30.9% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión

sanciones e infracciones es medio. Del mismo modo en los comerciantes que poseen una conciencia tributaria de nivel alto en un 15.5% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión sanciones e infracciones es alto.

**Contrastación de hipótesis del objetivo específico 1**

<b>Correlaciones</b>			
		Conciencia tributaria	Sanciones e infracciones
Conciencia tributaria	Correlación de Pearson	1	,605**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	181	181
Sanciones e infracciones	Correlación de Pearson	,605**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	181	181

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

**H.1.** Existe relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

**H.0.-** No existe relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

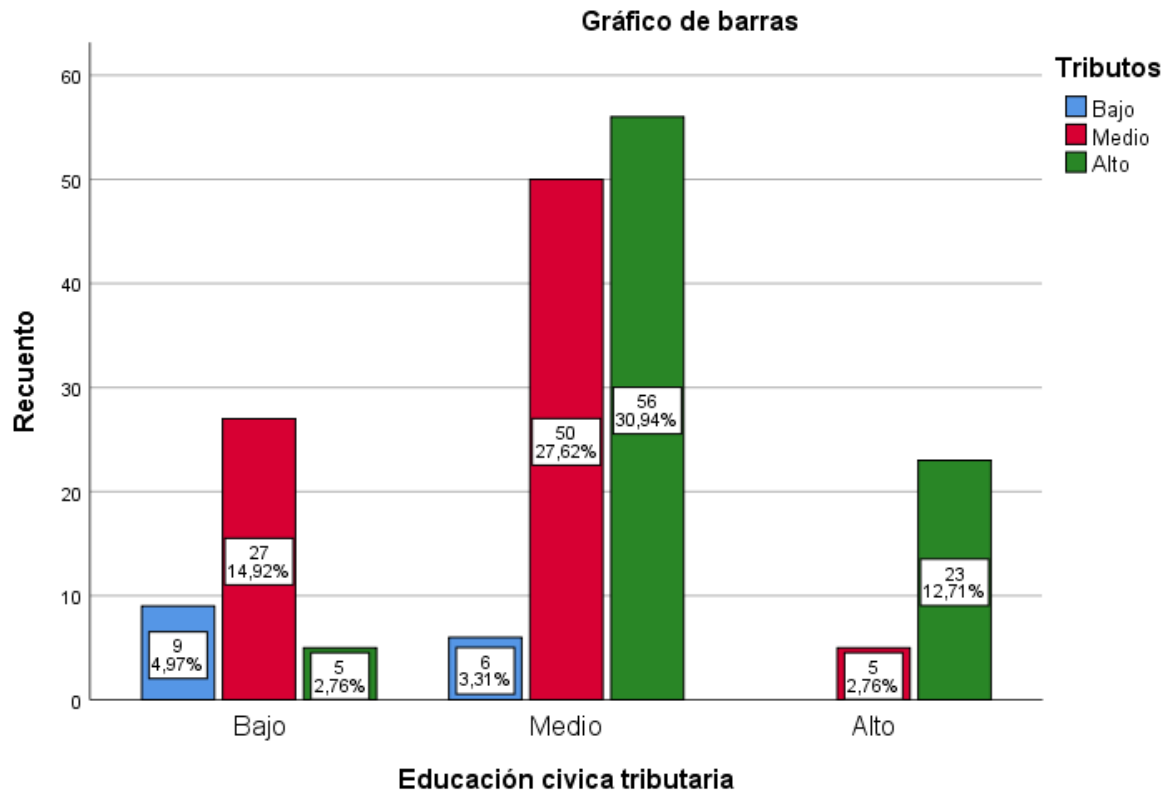
Estadísticamente, según se aprecia en la tabla de correlaciones, se confirma la existencia de una relación significativa, porque el valor de la significancia bilateral es 0.000 y es menor que 0.05 ( $p = 0.000 < 0.05$ ), es decir que, a mayor conciencia tributaria, mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la dimensión sanciones e infracciones.

**Tabla 3** Relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

			Tributos			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Educación cívica tributaria	Bajo	Recuento	9	27	5	41
		% del total	5,0%	14,9%	2,8%	22,7%
	Medio	Recuento	6	50	56	112
		% del total	3,3%	27,6%	30,9%	61,9%
	Alto	Recuento	0	5	23	28
		% del total	0,0%	2,8%	12,7%	15,5%
Total		Recuento	15	82	84	181
		% del total	8,3%	45,3%	46,4%	100,0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno.





**Figura 3.** Relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

Fuente: Tabla 3

En la tabla y figura 3 concerniente al objetivo específico número 2 que fue determinar la relación entre la educación cívica tributaria con los tributos en los comerciantes de uno de los mercados de la ciudad de Puno, llamada Mercado Unión y Dignidad, esto se realizó en plena pandemia del Covid 19, donde se observa que los comerciantes que tienen una educación cívica tributaria de nivel bajo en un 14.9% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión tributos es medio. Así mismo los comerciantes que poseen una educación cívica tributaria de nivel medio en un 30.9% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión tributos es alto. Del mismo modo en los

comerciantes que poseen una educación cívica tributaria de nivel alto en un 12.7% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión tributos es alto.

**Contrastación de hipótesis del objetivo específico 2**

		Correlaciones	
		Educación cívica tributaria	Tributos
Educación cívica tributaria	Correlación de Pearson	1	,454**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	181	181
Tributos	Correlación de Pearson	,454**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	181	181

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

**H.1.** Existe relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

**H.0.-** No existe relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

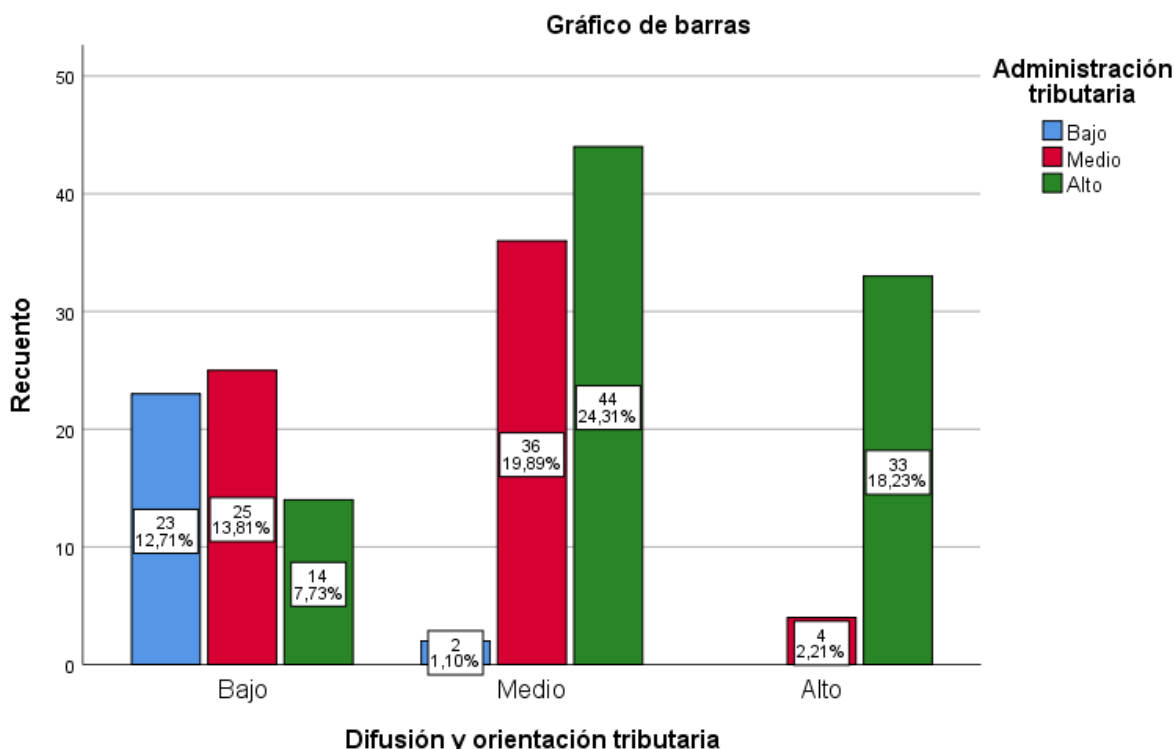
Estadísticamente, según se aprecia en la tabla de correlaciones, se confirma la existencia de una relación significativa, porque el valor de la significancia bilateral es 0.000 y es

menor que 0.05 ( $p = 0.000 < 0.05$ ), es decir que, a mayor educación cívica tributaria, mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la dimensión tributos.

**Tabla 4** Relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

		Administración tributaria				
		Bajo	Medio	Alto	Total	
Difusión y orientación tributaria	Bajo	Recuento	23	25	14	62
		% del total	12,7%	13,8%	7,7%	34,3%
	Medio	Recuento	2	36	44	82
		% del total	1,1%	19,9%	24,3%	45,3%
	Alto	Recuento	0	4	33	37
		% del total	0,0%	2,2%	18,2%	20,4%
Total		Recuento	25	65	91	181
		% del total	13,8%	35,9%	50,3%	100,0%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno.



**Figura 4.** Relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

Fuente: Tabla 4

En la tabla y figura 4 concerniente al objetivo específico número 3 que fue determinar la relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria en los comerciantes de uno de los mercados de la ciudad de Puno, llamada Mercado Unión y Dignidad, esto se realizó en plena pandemia del Covid 19, donde se observa que los comerciantes que recibieron una difusión y orientación tributaria de nivel bajo en un 13.8% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión administración tributaria es medio. Así mismo los comerciantes que recibieron una difusión y orientación tributaria de nivel medio en un 24.3% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión administración tributaria es alto. Del mismo modo en los comerciantes que

recibieron una difusión y orientación tributaria de nivel alto en un 118.2% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión administración tributaria es alto.

**Contrastación de hipótesis del objetivo específico 3**

		<b>Correlaciones</b>	
		Difusión y orientación tributaria	Administración tributaria
Difusión y orientación tributaria	Correlación de Pearson	1	,545**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	181	181
Administración tributaria	Correlación de Pearson	,545**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	181	181

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

**H.1.** Existe relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

**H.0.-** No existe relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.

Estadísticamente, según se aprecia en la tabla de correlaciones, se confirma la existencia de una relación significativa, porque el valor de la significancia bilateral es 0.000 y es menor que 0.05 ( $p = 0.000 < 0.05$ ), es decir que, a mayor difusión y orientación tributaria, mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la administración tributaria.

#### 4.2. Discusión

En los resultados que se mostró se pudo apreciar la existencia de una relación significativa, porque el valor de la significancia bilateral fue 0.000 y es menor que 0.05 ( $p = 0.000 < 0.05$ ), es decir que, a mayor cultura tributaria, mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Cabe precisar que estos resultados tienen una similitud a las investigaciones realizadas por Calderon (2018) quien menciona que la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado "UNICACHI" Comas 2018. Asimismo en los resultados presentados por Apaza & Bonifacio (2017) quienes arribaron a los resultados mediante la contrastación de las hipótesis mediante la prueba de tau-B de Kendal; consiguiendo demostrar que existe una correlación significativa alta y positiva entre cultura tributaria y obligaciones tributarias ( $r = .881$ ; con un  $p$  valor = .000). También Moreto (2016) concluye que existe correlación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias puesto que los comerciantes de dicho Centro Comercial tienen un conocimiento favorable acerca del pago de sus impuestos, los cuales ayudan al bienestar de la sociedad, en donde el contribuyente conoce lo que paga, así como los motivos de pago por las cuales son incitados. Del mismo modo Osorio (2017) arribó a la conclusión que la colectividad de los comerciantes si tienen conocimientos sobre el tema de tributación, pero no aprecian el uso y manejo de los impuestos por parte del Estado, hay mucha suspicacia ya que los comerciantes no están bien enterados

sobre el uso y destino, por ello suelen cumplir sus obligaciones solo por temor a multas y diferentes tipos de sanciones, pero si tuviesen más instrucción en estos temas si podrán mejorar: contando con un planeamiento tributario, contando con una mejor conciencia tributaria respecto a la distribución de sus tributos para que así sepan que cumplir con las obligaciones tributarias es muy beneficioso ya que el aporte que se le hace al sistema no es perjudicial sino que trae consigo crecimiento económico para el país entero.

También en las investigaciones de Pérez (2016) concluyó que existe una relación directa significativa entre la cultura tributaria y la evasión tributaria, gracias al resultado obtenido en base al coeficiente de correlación  $r$  de Pearson; aunado a ello también se estableció el nivel de cultura tributaria en los comerciantes, presentándose en gran medida un nivel bajo del 29% y una evasión de impuesto a la renta del 39,58%, corroborándose la afirmación, que a menor cultura tributaria, se tiende a maximizar la evasión de impuesto a la renta. Asimismo Iglesias & Ruiz (2017) concluyen que la relación entre la cultura tributaria con las obligaciones tributarias de los arbitrios municipales es del 29,80%. También Flores (2015) menciona que existe una influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias por parte de la cultura tributaria. Del mismo modo Burga (2015) menciona en sus resultados que la cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de los comerciantes ya que ellos tienden hacia la informalidad porque creen que es ilegítimo la cobranza de impuestos.

Cabe precisar que a los resultados presentados en la investigación son muy distintos como la investigación realizada por Chavez & Tadeo (2014) quienes concluyen que la variable cultura tributaria influye desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias, cabe precisar que la cultura tributaria se basa en la educación tributaria no especializada. Así mismo Hanco (2015) menciona que el nivel de cultura tributaria que

presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes rubros de negocios comerciales.



## CONCLUSIONES

**PRIMERO:** Existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021, es decir que los comerciantes que tienen una cultura tributaria de nivel bajo en un 14.9% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es bajo. Así mismo los comerciantes que poseen una cultura tributaria de nivel medio en un 50.3% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es medio. Del mismo modo en los comerciantes que poseen una cultura tributaria de nivel alto 18.8% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es alto.

**SEGUNDO:** Existe relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021, es decir que los comerciantes que tienen una conciencia tributaria de nivel bajo en un 16.6% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión sanciones e infracciones es bajo y medio. Así mismo los comerciantes que poseen una conciencia tributaria de nivel medio en un 30.9% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión sanciones e infracciones es medio. Del mismo modo en los comerciantes que poseen una conciencia tributaria de nivel alto en un 15.5% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión sanciones e infracciones es alto.

**TERCERO:** Existe relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021, es decir que los comerciantes que tienen una educación cívica tributaria de nivel bajo en un 14.9% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión tributos es medio. Así mismo los comerciantes que poseen una educación cívica tributaria de nivel medio en un 30.9% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión tributos es alto. Del mismo modo en los comerciantes que poseen una educación cívica tributaria de nivel alto en un 12.7% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión tributos es alto.

**CUARTO:** Existe relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021, es decir que los comerciantes que recibieron una difusión y orientación tributaria de nivel bajo en un 13.8% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión administración tributaria es medio. Así mismo los comerciantes que recibieron una difusión y orientación tributaria de nivel medio en un 24.3% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión administración tributaria es alto. Del mismo modo en los comerciantes que recibieron una difusión y orientación tributaria de nivel alto en un 118.2% el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la dimensión administración tributaria es alto.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERO:** A los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno que sigan contribuyendo con el aporte que realizan mediante el pago de sus impuestos, ya que de ello depende la construcción de nuevos hospitales, colegios, carreteras, etc, más aún todavía en estos tiempos de pandemia donde se ha visto que falta plantas de oxígeno, etc.

**SEGUNDO:** A las autoridades competentes del cobro de los tributos como la SUNAT, deben seguir concientizando a los comerciantes a seguir pagando o aportando con sus impuestos y a los que aún no emiten boletas, recibos, etc, es decir que trabajan como comerciantes informales deben concientizar y si no deben aplicar las sanciones que corresponda según las normas establecidas.

**TERCERO:** A la Municipalidad Provincial de Puno a brindar charlas, capacitaciones, etc a los comerciantes no solo del mercado Unión y Dignidad, sino también a los otros comerciantes de los demás mercados que corresponden a su jurisdicción para que puedan seguir aportando con sus impuestos, y de paso dar los ciertas facilidades y premios como sorteos para que puedan seguir incentivándose.

**CUARTO:** A las autoridades tanto nacionales, regionales, y locales a informar el gasto que se hace con el dinero de los impuestos mediante los medios de comunicación radiales, televisivos, así también por las redes sociales tanto como wathsap, Facebook, youtube, etc. De esa manera el comerciante se sentirá más satisfecho y seguirá aportando con sus tributos, ya que ese dinero que aporta se estaría invirtiendo en hospitales, compra de vacunas para el covid 19, colegios, etc.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amasifuén, M. (2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting power for business*, I(1), 73-90.
- Apaza, M. del C., & Bonifacio, R. Y. (2017). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco- 2017. (Tesis)*. Universidad Peruana Unión.
- Basurto, M. (2015). *La cultura tributaria de las Asociaciones de Comerciantes Minoristas de la Bahía - Fedacomib y su incidencia en la continuidad de sus negocios (Tesis)*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.
- Bonilla, E. (2014). *La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá. 1.*
- Burga, E. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio gamarra, 2014 (Tesis)*. Universidad San Martín de Porres.
- Calderon, K. (2018). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en la Asociación de COMERCIANTES DEL Megamercado «UNICACHI» Comas 2018 (tesis)*. Universidad Privada TELESUP. Perú.
- Calvo, R. (2007). *CURSO DERECHO FINANCIERO TOMO 1 DERECHO TRIBUTARIO*. Madrid: Edit: S.L. CIVITAS EDICIONES.
- Camarero, L., Pino, J., & Mañas, B. (2015). *Evolución de la cultura tributaria, coyuntura económica y expectativas vitales. Un estudio Longitudinal (1.ª ed.)*. Madrid: Edit: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Carrasco, L. (2010). *Obligación tributaria* (1.ª ed.). Lima: Edit: Santa Rosa S.A.
- Charaja, F. (2018). *El MAPIC en la Investigación Científica* (3ra ed.). Puno: Corporación SIRIO EIRL.
- Chavez, M., & Tadeo, V. (2014). *Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo* (Tesis). Universidad Nacional del Centro Del Perú. Huancayo.
- Chávez Ackermann, P., & Ackermann, P. C. (2014). La tributación. *Quipukamayoc*, 1(2), 47. <https://doi.org/10.15381/quipu.v1i2.6066>
- Editorial CEP. (2017). *Agentes de Hacienda Pública. Agencia Estatal de la Administración Tributaria ... - Editorial CEP - Google Libros* (2.ª ed.). Madrid: EDITORIAL CEP S.L.
- EL PERUANO. (2013). *TUO del código tributario*.
- Flores, D. (2015). *Influencia de la Cultura Tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los contribuyentes del nuevo régimen único simplificado de la ciudad de Puno, periodo 2014* (Tesis). Universidad Andina «Néstor Cáceres Velásquez» Puno.
- FLORES, E. (2004). *Finanzas públicas mexicanas* (34.ª ed.). México: Edit: Porrúa.
- Gallardo, L. M. M. G., & Buleje, J. C. M. (2014). La Difusión De La Cultura Tributaria Y Su Influencia En El Sistema Educativo Peruano. *Investigación educativa*, 12(21), 143-153.
- Hanco, O. (2015). *Nivel de cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San Jose de*

*la ciudad de Juliaca periodos 2012-2013 (Tesis)*. Universidad Nacional del Altiplano.  
Puno.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México: Mc Graw-Hill.

Iglesias, J., & Ruiz, K. (2017). *La cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los arbitrios municipales de la ciudad de Tarapoto año 2016 (Tesis)*.  
Universidad Peruana Unión. Tarapoto.

Mendoza, L. (2002). *CULTURA TRIBUTARIA EN LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL DEL INSTITUTO DIOCESANO BARQUISIMETO*. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, Universidad Católica del Táchira. Barquisimeto, Venezuela.

Moreto, G. (2016). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del centro comercial multiplaza Proceres, San Juan de Lurigancho - 2016 (Tesis)*.  
Universidad Cesar Vallejo. Lima.

Osorio, O. (2017). *La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016 (Tesis)*. Universidad de Huánuco. Perú.

Pérez, D. (2016). *La cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada «Albarracín», Trujillo – 2015 (Tesis)*. Universidad Nacional de Trujillo. Perú.

Rivera, R., & Sojo, C. (2002). *Cultura Tributaria. El Sistema Tributario Costarricense*.

TUO. (2017). *Texto único ordenado de la Ley N° 27444 , Ley del Procedimiento*

*Administrativo General* (1.ª ed.). Lima: Edit: Litho & Arte S.A.C.



**ANEXOS**

**ANEXO 1****CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Estamos realizando la investigación titulada: LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DURANTE LA PANDEMIA COVID-19, EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO UNIÓN Y DIGNIDAD DE LA CIUDAD DE PUNO, 2021. Antes de responder al cuestionario se le explicara lo siguiente: El propósito del estudio, riesgos y confidencialidad, para la aceptación firmada del mismo.

**Propósito del estudio**

El presente estudio pretende determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad.

**Riesgos**

Como el estudio trata con formularios plenamente identificados y no se hará otro tipo de evaluación, se aplicará un cuestionario, basado en determinar la cultura tributaria y obligaciones tributarias.

**Confidencialidad**

Para efectos de investigación sólo la investigadora tendrá el acceso a la información brindada por parte de las comerciantes, para efectos posteriores se procederá identificar a cada participante a través del código ID, que será un número correlativo, el cual se ingresará a la base de datos para análisis posteriores.

Por lo tanto, yo \_\_\_\_\_, manifiesto que he sido informada sobre el estudio y doy mi conformidad para participar en el estudio.

\_\_\_\_\_  
Firma

**ANEXO 2**

**INSTRUMENTOS**

**CUESTIONARIO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA**

**DATOS GENERALES:**

Sexo: .....

Edad: .....

**INSTRUCCIONES:**

Estimado comerciante, los dos instrumentos que te presentamos, tiene el propósito de recopilar información para medir la cultura tributaria y obligaciones tributarias.

Lee detenidamente cada una de las preguntas y marca dentro de los recuadros sólo un aspa (x). Estas respuestas son anónimas, y no es necesario que pongas tu nombre, por lo que pedimos sinceridad en tu respuesta.

MARCA UNA (X) EN EL RECUADRO TU RESPUESTA:

MARCA UNA (X) EN EL RECUADRO TU RESPUESTA:

Dimensiones /ítems			
Dimensión 1: Conciencia tributaria		SI	NO
1	Sigue cumpliendo como contribuyente con las normas tributarias en tiempos de covid-19.		
2	Los servicios públicos que brinda el Estado son buenos.		
3	Los servicios públicos no satisfacen plenamente a las necesidades de la población.		
4	La prestación del servicio público no debe perseguir principalmente fines de lucro.		

5	Estos meses de covid-19, Ud. se siente desmotivado para cumplir con el pago de sus tributos.		
6	Estos meses de covid-19, se siente motivado para cumplir con el pago de sus tributos.		
7	Estos meses de covid-19, si los demás comerciantes no pagan Ud. tampoco.		
8	Cree Ud. Que hay malversación de fondos públicos por parte del Estado.		
<b>Dimensión 2: Educación cívica tributaria</b>			
9	Considera que en las instituciones educativas se deben dar cursos de educación cívica tributaria.		
10	Considera que la educación cívica tributaria brinda conocimientos para que la población conozca sus deberes y obligaciones tributarias.		
11	Considera que los comerciantes de la asociación presentan valores tributarios.		
12	Considera que es necesario tener una educación cívica tributaria en los comerciantes del mercado unión y dignidad para transmitir valores morales a los clientes.		
13	La falta de honradez de algunos comerciantes no es excusa para que otros dejen pagar tus tributos.		
14	La educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria.		
15	En los comerciantes de mercado unión y dignidad se realizan actividades para poseer una educación cívica tributaria.		
<b>Dimensión 3: Difusión y orientación tributaria</b>			
16	Considera que se cumple con Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública sobre el destino de los tributos que hacen los contribuyentes.		

17	El Estado tiene una función social y que debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y en que son utilizados.		
18	Las actividades de la SUNAT procuran colaborar con la formación de una buena cultura tributaria		
19	Estos meses de covid-19, ha recibido orientación sobre los tributos que tiene que pagar.		
20	Tiene conocimiento sobre los tributos que tiene que pagar		
21	Estos meses de covid-19, considera que es buena la difusión de transparencia que hace la SUNAT		
22	Estos meses de covid-19, ha asistido a charlas que organiza la SUNAT		

**CUESTIONARIO SOBRE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**

Dimensiones /ítems			
Dimensión 1: Sanciones e infracciones		SI	NO
1	Alguna vez la administración tributaria te aplicó gradualmente las sanciones, en la forma y condiciones que ella establezca.		
2	Estos meses de covid-19, Ud. ha comercializado mercadería pirata		
3	Estos meses de covid-19, su negocio ha seguido entregando comprobantes de pago.		
4	Lleva libros contables sobre los ingresos y egresos de su negocio.		
5	El puesto de trabajo cuenta con licencia de funcionamiento.		

6	Estos meses de covid-19, Ud. ha omitido el registro de algunos comprobantes que son irrelevantes para Ud..		
7	Estos meses de covid-19, Ud. ha omitido declarar ingresos por ventas realizadas.		
8	Estos meses de covid-19, como contribuyente buscó evitar el pago de tributos.		
9	Estos meses de covid-19, Ud. ha falseado declaración jurada mensual o anual para dejar de pagar sus tributos.		
10	Tiene conocimiento de las sanciones tributarias que podría afectar a su negocio.		
<b>Dimensión 2: Tributos</b>			
11	Considera que la tasa de pago de tributos es alta.		
12	Los impuestos municipales en la provincia de Puno son excesivos.		
13	Considera que la contribución que realiza como contribuyente es excesivo.		
14	Considera Ud. Que el Estado utiliza correctamente sus tributos en la ejecución de obras públicas.		
15	Considera Ud. Que el gobierno debe informar el destino que se da a la contribución de tributos.		
<b>Dimensión 3: Administración tributaria</b>			
16	La administración pública es ineficiente en el manejo del Tesoro público.		
17	Considera que el Estado debe informar el destino que se da a la recaudación de tributos.		
18	Considera que se debe tener mayor fiscalización por parte de la administración tributaria.		

<b>19</b>	Ha sido Ud. Sujeto de fiscalización por funcionarios de la SUNAT este año.		
<b>20</b>	Considera Ud. Que se debe tener mayor control de los comerciantes informales.		
<b>21</b>	Considera Ud. Que debe existir simplificación de procedimientos administrativos.		
<b>22</b>	Es responsable en el pago de sus tributos.		

## ANEXO 3 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021</p>	<p>- Por su enfoque: El presente trabajo se sustenta en el enfoque cuantitativo.</p> <p>- Por su tipo de investigación es descriptivo de corte transversal.</p> <p>- Por su diseño es correlacional.</p>
<p><b>Problemas específicos</b></p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p>	<p><b>Hipótesis específicas.</b></p>	<p>- Se utilizó la técnica de la encuesta y se aplicó un cuestionario de 22 preguntas como instrumento para ambas variables.</p>



<p>- ¿Cuál es la relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021?</p> <p>- ¿Cuál es la relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021?</p>	<p>- Identificar la relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.</p> <p>- Identificar la relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.</p> <p>- Identificar la relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.</p>	<p>- Existe relación entre la conciencia tributaria con las sanciones e infracciones durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.</p> <p>- Existe relación entre la educación cívica tributaria con los tributos durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.</p> <p>- Existe relación entre la difusión y orientación tributaria con la administración tributaria durante la pandemia COVID-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021.</p>	<p>- La investigación se aplicó en la ciudad de Puno, exactamente en el mercado Unión y Dignidad.</p> <p>- La población estuvo conformada por 340 comerciantes, de los cuales se extraerá una población finita de 181 comerciantes.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## ANEXO 4

## EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS











