

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS

FACULTAD DE CIENCIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

**CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN DEL
IMPUESTO A LA RENTA DESDE LA PERCEPCIÓN DE LOS COMERCIANTES**

DEL MERCADO BELLAVISTA PUNO, PERIODO 2022

PRESENTADO POR:

FREDY YTO MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO - PERÚ

2022



Repositorio Institucional ALCIRA by [Universidad Privada San Carlos](#) is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License](#)



15.26% SIMILARITY
APPROXIMATELY

Report #16045679

FREDY YTO MAMANI CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACION DEL IMPUESTO A LA RENTA DESDE LA PERCEPCIN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO BELLAVISTA PUNO, PERIODO 2022 RESUMEN La presente investigacin cultura tributaria y su incidencia en la recaudacin del impuesto a la renta desde la percepcin de los comerciantes del Mercado Bellavista Puno, periodo 2022, tuvo por finalidad determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudacin del impuesto a la renta desde la percepcin de los comerciantes del mercado Bellavista. La investigacin present un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, de nivel relacional - causal, con un diseo no experimental de corte transversal. La poblacin est conformada por 212 comerciantes del mercado, de los cuales se tom una muestra de 137 comerciantes. Se utiliz la encuesta como tcnica y el cuestionario como instrumentos de recoleccin de datos. Para el contraste de hiptesis se utiliz la prueba de correlacin Rho de Spearman, debido a que los datos no

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS

FACULTAD DE CIENCIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

TESIS

CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN DEL
IMPUESTO A LA RENTA DESDE LA PERCEPCIÓN DE LOS COMERCIANTES
DEL MERCADO BELLAVISTA PUNO, PERIODO 2022

PRESENTADO POR:

FREDY YTO MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADO POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE


: _____
M.Sc. JOSE ELADIO NUÑEZ QUIROGA

PRIMER MIEMBRO


: _____
M.Sc. MARLENE CUSI MONTESINOS

SEGUNDO MIEMBRO


: _____
Dr. HEBER NEHEMIÁS CHUI BETANCUR.

ASESOR DE TESIS


: _____
Mg.CÉLIA VERENISSE ORTIZ DE ORUE ROJAS

Área: Ciencias Sociales

Disciplina: Ciencias Sociales-interdisciplinarias

Especialidad: Contabilidad Comercial

Puno 30 de noviembre del 2022

DEDICATORIA

Con profunda gratitud a mis padres, Segundo Yto Coari y Flora Mamani Yana, quienes mediante su sacrificio, humildad y perseverancia, son fuente de mi inspiración y superación profesional, a mi hija: Aracely, mis hermanas: Sandra, Roxana e Inés Clorinda y mis hermanos: Percy, Godofredo, Pablo, David; y a toda mi familia parentela extensa por su aliento moral y apoyo constante para conclusión de mis estudios, y al Mercado Bellavista y sus comerciantes, a su sabiduría, sus conocimientos, en la cultura tributaria a las generaciones futuras, asumir los nuevos desafíos tributarios en el departamento de Puno”

AGRADECIMIENTO

Al Mg. Luis Alberth Rossel Bernedo y a Mg.Celia V. Ortiz de Orue Rojas a mis maestros que me inculcaron con su sabiduría durante los cinco años, al mercado Bellavista, por su valiosa cooperación en brindar información para el presente trabajo de Investigación.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	2
ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
ÍNDICE DE ANEXOS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11

CAPÍTULO I**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1.1. Problema general	15
1.1.2. Problemas específicos	15
1.2. ANTECEDENTES	16
1.2.1. Internacionales	16
1.2.2. Nacionales	17
1.2.3. Locales	18
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivos específicos	19
	3

CAPÍTULO II.**MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

2.1. MARCO TEÓRICO	21
2.1.1. Cultura tributaria	21
2.1.2. Recaudación del impuesto a la renta	24
2.2. MARCO CONCEPTUAL	27
2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	29
2.3.1. Hipótesis general	29
2.3.2. Hipótesis específicas	29

CAPÍTULO III**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1. ZONA DE ESTUDIO	30
3.2. TAMAÑO DE MUESTRA	30
3.2.1. Población	30
3.2.2. Muestra	31
3.2.3. Muestreo	31
3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS	32
3.3.1. Enfoque de investigación	32
3.3.2. Método de investigación	32
3.3.3. Tipo de investigación	32
3.3.4. Nivel de investigación	32
3.3.5. Diseño de investigación	33
3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	34
3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO	37
3.5.1. Técnicas de recolección de datos	37

3.5.2. Instrumentos de recolección de información	37
3.5.3. Análisis estadístico de la información	37
CAPÍTULO IV.	
EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	
4.1. CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS	39
4.2. RESULTADOS DE LA ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	41
4.2.1. Variable: Cultura tributaria	41
4.2.2. Variable: Recaudación tributaria	45
4.3. RESULTADOS DE LA ESTADÍSTICA INFERENCIAL	46
4.3.1. Normalidad de los datos	46
4.3.2. Resultado objetivo general	48
4.3.3. Resultado objetivo específico 1	49
4.3.4. Resultado objetivo específico 2	50
4.3.5. Resultado objetivo específico 3	51
4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	52
CONCLUSIONES	57
RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Confiabilidad del instrumento para la Cultura tributaria	39
Tabla 2. Confiabilidad del instrumento para Recaudación tributaria	39
Tabla 3. Criterios de confiabilidad del instrumento	40
Tabla 4. Nivel de la Cultura tributaria	41
Tabla 5. Nivel del Componente cognitivo	42
Tabla 6. Nivel del Componente afectivo	43
Tabla 7. Nivel del Componente conductual	44
Tabla 8. Nivel de la Recaudación tributaria	45
Tabla 9. Prueba de normalidad	46
Tabla 10. Criterios de relación	47
Tabla 11. Correlación entre cultura tributaria y recaudación tributaria	48
Tabla 12. Correlación entre componente cognitivo y recaudación tributaria	49
Tabla 13. Correlación entre componente afectivo y recaudación tributaria	50
Tabla 14. Correlación entre componente conductual y recaudación tributaria	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de la Cultura tributaria	41
Figura 2. Nivel del Componente cognitivo	42
Figura 3. Nivel del Componente afectivo	43
Figura 4. Nivel del Componente conductual	44
Figura 5. Nivel de la Recaudación tributaria	45

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1. Matriz de Consistencia	65
Anexo No. 2. Cuestionario para medir las variables	66
Anexo No. 3. Base de datos en Excel	69
Anexo No. 4. Base de datos en SPSS	71

RESUMEN

La presente investigación cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del Mercado Bellavista Puno, periodo 2022, tuvo por finalidad determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista.

La investigación presentó un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, de nivel relacional - causal, con un diseño no experimental de corte transversal. La población está conformada por 212 comerciantes del mercado, de los cuales se tomó una muestra de 137 comerciantes. Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumentos de recolección de datos. Para el contraste de hipótesis se utilizó la prueba de correlación Rho de Spearman, debido a que los datos no presentaron una distribución normal. Luego de analizados los resultados obtenidos se concluye la existencia de una influencia muy alta y significativa dada por un coeficiente de correlación de 0,995 de la cultura tributaria sobre la recaudación tributaria, lo que conlleva a señalar que mientras mejor sea la cultura tributaria que presenten los comerciantes del mercado Bellavista mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria en el mismo.

Palabras claves: Cultura tributaria, Recaudación tributaria, Impuesto a la renta, Componente cognitivo, Componente afectivo.

ABSTRACT

The purpose of this tax culture investigation and its impact on the collection of income tax from the perception of the merchants of the Bellavista Puno Market, period 2022, was to determine the influence of the tax culture on the collection of income tax from the perception of the merchants of the Bellavista market. The research presented a quantitative approach, applied type, relational - causal level, with a non-experimental cross-sectional design. The population is made up of 212 market merchants, of which a sample of 137 merchants was taken. The survey was used as a technique and the questionnaire as data collection instruments. Spearman's Rho correlation test was used for hypothesis testing, since the data did not present a normal distribution. After analyzing the results obtained, the existence of a very high and significant relationship is concluded given by a correlation coefficient of 0.995 between the tax culture and tax collection, which leads to pointing out that the better the tax culture presented by the merchants of the Bellavista market, the better the payment of taxes or the tax collection in it.

Keywords: Tax culture, Tax collection, Income tax, Cognitive component, Affective component, Behavioral component.

INTRODUCCIÓN

En todas las economías del mundo, los Estados tienen la obligación de proveer a la sociedad un conjunto determinado de bienes y servicios públicos con el objeto de promover el bienestar económico, social, y a la redistribución de la riqueza. Por eso resulta crucial comprender mejor los múltiples inconvenientes que enfrentan los gobiernos al momento de recaudar impuestos de la población, un proceso arduo que en algunas economías suele derivar en tasas elevadas de incumplimiento e informalidad.

El desconocimiento de las normas tributarias y la falta de cultura tributaria que atraviesa nuestra sociedad peruana, es el reflejo de la delicada situación económica, social, coyuntural y cultural en la que hoy se debate el estado peruano.

Este es un problema, que por su naturaleza debe ser atacada de raíz, para ello es de mucha necesidad la aplicación de una cultura tributaria, que se comprometa con la educación tributaria, inculcando el reconocimiento de valores básicos de la ciudadanía y la sociedad, lo que permita a corto plazo que todos los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias.

De allí nace la necesidad del desarrollo de la investigación para determinar cómo es la relación que existe entre la cultura y recaudación tributaria que presentan los comerciantes del mercado Bellavista de la ciudad de Puno para el año 2022.

El trabajo se encuentra clasificado por capítulos donde:

En el Capítulo I, se trata del planteamiento del problema, los objetivos y justificación.

En el Capítulo II, se tratan los fundamentos teóricos referente al tema investigado, así como la presentación de antecedentes, las hipótesis e identificación de las variables.

En el Capítulo III, se detalla la metodología de investigación seguida, la cual planteó los fundamentos científicos utilizados de base para llevar a cabo el presente trabajo.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados, presentando primero la estadística descriptiva y posteriormente la inferencial o contraste de hipótesis.

Por último, se presentan las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas utilizadas para la realización de la investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial la evasión tributaria se ha convertido en uno de los temas por resolver por parte del Estado a lo largo de los años, se puede señalar que su origen está inmerso en el desconocimiento de la población sobre cultura tributaria y por ende de sus obligaciones tributarias. En todo nación o país los impuestos son una fuente económica importante para el desarrollo de sus principales funciones (Laura, 2018).

La problemática de la recaudación tributaria se ha convertido en un objeto de estudio relevante, debido a su importancia en las finanzas públicas. En América Latina, por ejemplo, se evidencia que factores internos y externos influyen en su comportamiento; la disminución de la recaudación tributaria se debió a la desaceleración de la actividad económica, a la caída continua de los precios internacionales del petróleo crudo, de los minerales y metales, cuya evolución repercutió en los ingresos públicos (González, 2018).

El incumplimiento de las obligaciones tributarias es algo que no solo perjudica al Estado, sino a la sociedad misma, porque son a través de estos impuestos que se distribuyen en educación, salud, infraestructura, programas sociales y seguridad, etc. No se debe olvidar que el cumplimiento de las obligaciones tributarias es un elemento esencial para el desarrollo del país, por lo tanto el incumplimiento de las obligaciones tributarias presenta

una estrecha relación con el nivel de cultura en relación a los tributos que presentan los individuos de una sociedad (Onofre et al., 2017).

Este es un problema, que por su naturaleza debe ser atacada de raíz, para ello es de mucha necesidad la aplicación de una cultura tributaria, que se comprometa con la educación tributaria, inculcando el reconocimiento de valores básicos de la ciudadanía y la sociedad, lo que permita a corto plazo que todos los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias.

La fuente económica de cualquier Estado es la recaudación de impuestos, los cuales son el motor para el desarrollo de sus funciones, desarrollo de proyectos y programas sociales. Las entidades que se encargan de la recaudación de impuestos, a lo largo de los años, han ido desarrollando una serie de mecanismos y estrategias que incentiven a la recaudación de tributos por parte de la población, sin embargo, el punto crítico se encuentra en la percepción del sujeto contribuyente en relación al Estado y la ausencia de transparencia en cuanto al monto de recaudación, y su destino. Tales factores generan una desconfianza en el poblador, haciendo que la economía del Perú no se desarrolle debido a la inadecuada distribución de los tributos en los diferentes sectores económicos, y una pésima atención en el servicio público.

Tal es el caso de los comerciantes del mercado Bellavista de la ciudad de Puno, que no vienen cumpliendo con las obligaciones relacionadas a los tributos por desconocimiento u omisión de los mismos, por tal motivo nace la necesidad de determinar o conocer cuál es la influencia de la cultura tributaria sobre la recaudación del impuesto a la renta desde la perspectiva de los comerciantes de dicho mercado, planteando como variable independiente la cultura tributaria y dependiente la recaudación del impuesto a la renta. La presente investigación es útil y necesario aplicar las estrategias para la efectiva ampliación de la base tributaria, porque busca solucionar o plantear la poca o falta de cultura tributaria y su relación con la recaudación del impuesto a la renta desde la

percepción de los comerciantes, para basado en eso establecer la ampliación de conocimientos de la base tributaria determinando las causas y efectos del problema.

A la vez, la investigación de estudio, servirá de base para nuevas investigaciones, debido a que se han realizado estudios similares pero la problemática sigue existiendo, por lo tanto, se justifica el estudio primeramente debido a que las leyes tributarias han presentado cambios lo cual conlleva a conocer el nivel de cumplimiento tributario y su relación con la cultura tributaria de los comerciantes en el contexto actual del país, segundo para realizar una actualización de los datos o información que se tiene sobre la problemática que viene presentando en dicho mercado en relación a las variables en estudio, todo esto permitirá solucionar sus propios problemas, y por último de presentar utilidad o beneficios para los contribuyentes y de la Intendencia regional Arequipa al momento de mejorar los conocimientos acerca de la cultura tributaria que presentan los individuos como sus consecuencias, para poder realizar recomendaciones o aplicar medidas para lograr una mejora en la problemática planteada.

1.1.1. Problema general

¿Cuál es la influencia de la cultura tributaria sobre la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022?

1.1.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la influencia del componente cognitivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022?
- ¿Cuál es la influencia del componente afectivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022?

- ¿Cuál es la influencia del componente conductual de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022?

1.2. ANTECEDENTES

1.2.1. Internacionales

Maigua (2019) en su investigación, tiene como finalidad analizar la incidencia de la cultura tributaria en la recaudación de impuestos municipales. La investigación tiene un diseño cuantitativo. La muestra fue constituida por 383 contribuyentes. Los resultados obtenidos con la prueba estadística Chi cuadrado evidencian que la cultura tributaria incide o presenta relación con la baja recaudación de impuestos municipales.

Chávez (2015) en su tesis, tiene como finalidad principal estudiar la incidencia de la cultura tributaria en la recaudación de impuestos municipales. El estudio es de tipo exploratorio y descriptivo. El tamaño de la muestra fue de 327 personas, utilizando la encuesta como método para recopilar la información mediante un cuestionario como instrumento. Los resultados obtenidos llevan a concluir que la falta de Cultura Tributaria, influye en la recaudación de impuestos, ya que los contribuyentes en su mayoría desconocen sus obligaciones tributarias; muchos de ellos no cumplen o no se encuentran dentro del catastro.

Onofre et al. (2017) en su artículo científico, tienen como objetivo contribuir al mejoramiento de una cultura tributaria y de un adecuado ingreso de recursos para el presupuesto. El estudio es de tipo descriptivo, explicativo y propositivo de carácter cuantitativo retrospectivo, los instrumentos utilizados fueron encuestas, con un cuestionario como instrumento. Se concluyó que no existe una buena cultura tributaria, por lo cual se propone la creación de un programa permanente de cultura tributaria para los contribuyentes y comunidad en general.

Amaguaya y Moreira (2015) en su tesis, tienen como objetivo proponer una guía tributaria para concientizar las obligaciones tributarias de las personas naturales no obligadas a

llevar contabilidad. El estudio tiene un enfoque mixto; de tipo de campo con un nivel descriptivo correlacional. Las técnicas utilizadas para la recolección de información fueron la observación y la encuesta. La muestra fue conformada por 100 comerciantes. Se pudo determinar que el desarrollo de una guía didáctica para el entendimiento y cumplimiento a tiempo de sus obligaciones que cuente con casos prácticos, es muy necesario para contribuir al desarrollo de la cultura tributaria del país.

1.2.2. Nacionales

Acosta y Tapullima (2019) en su tesis plantearon como objetivo determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes. La metodología fue de tipo básica, de diseño no experimental y nivel correlacional, para la recolección de datos, se utilizó como instrumento el cuestionario. Los resultados fueron obtenidos mediante la prueba estadística de Rho Spearman, donde con un coeficiente de correlación fue 0,726, se afirma la existencia de una relación positiva entre cultura tributaria y Cumplimiento de obligaciones tributarias; lo que conlleva a concluir que, mayor sea el nivel de la cultura tributaria, mejor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias por los comerciantes.

Díaz y Chupillon (2021) en su investigación, tienen como objetivo determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligación tributaria. Se utiliza un enfoque cuantitativo, tipo correlacional y un diseño no experimental. Se obtuvo una correlación positiva muy fuerte de 0,988, este resultado permite decir que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria, concluyendo que a mayor cultura tributaria aumentará también el cumplimiento de la obligación tributaria.

Zeña (2019) en su estudio, tiene como propósito determinar la relación existente entre cultura tributaria y las obligaciones tributarias. El tipo de investigación es aplicada con nivel correlacional, de diseño no experimental. La muestra fueron 58 comerciantes, con un muestreo no probabilístico, el instrumento es el cuestionario, la técnica la encuesta. El

resultado obtenido por la prueba de Rho Spearman equivalente a 0.698, ha demostrado que existe una relación significativa y directa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias, concluyendo que a mejor cultura tributaria se tiene un mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Zelada (2019) en su estudio, tuvo como objetivo describir el nivel de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes. La Investigación tiene metodología cuantitativa, diseño no experimental - transversal, tipo descriptivo, se utilizó como instrumento el cuestionario con una muestra de 78 comerciantes. La cultura tributaria de los comerciantes es media con un 64% y en cuanto al cumplimiento de obligaciones tributarias, de nivel alto con 81%.

González (2018) en su investigación, tuvo como objetivo determinar si la cultura tributaria incide en la recaudación del impuesto a la renta. Para tal efecto, se aplicó un cuestionario de encuesta a un grupo de contribuyentes del mercado. Los resultados llevan a concluir que la cultura tributaria incide en la recaudación del impuesto a la renta en los comerciantes del mercado minorista de Pucallpa en el período 2017, con un nivel de correlación medio ($r=0.313$) y es positiva, por lo que a mayores niveles de cultura tributaria se entienden que habrá mayor recaudación.

1.2.3. Locales

Mamani y Salas (2019) en su tesis, plantearon como objetivo determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los evaluados. El estudio tiene un nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal. Como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados señalan la existencia de una relación entre la cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias del impuesto a la renta con una correlación de 0,482, es decir que a mayor nivel de cultura tributaria mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias, lo que conlleva a concluir que la cultura tributaria influye en el cumplimiento en las obligaciones tributarias.

Curro (2016) en su tesis, tiene como objetivo analizar la relación de la cultura tributaria de los comerciantes con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Se realizó un estudio con un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo explicativo y diseño no experimental de corte transversal, la población fue de 254 comerciantes. La técnica utilizada para recoger los datos fue la encuesta, siendo su instrumento el cuestionario. Los resultados obtenidos conllevan a concluir que tanto la cultura tributaria como el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de los comerciantes es deficiente lo que lleva a señalar que existe una relación directa entre ambas variables, demostrando que a menor cultura tributaria se presenta un incumplimiento de las obligaciones tributarias.

Larico y Vilcapaza (2021) en su tesis, tiene como objetivo determinar la cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de la obligación tributaria del Impuesto Predial. La investigación es de nivel descriptivo y correlacional, de diseño no experimental de enfoque cuantitativo, una muestra de 379 contribuyentes. En la cual se obtuvo como resultado el nivel de correlación positiva considerable de ($r = 0,517$) por lo que sí existe una relación entre las variables, concluyendo que la cultura tributaria incide en la recaudación del impuesto; cuanto más alto sea el nivel de cultura tributaria de un contribuyente, existirá una actitud responsable frente a sus obligaciones tributarias.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la influencia del componente cognitivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

- Determinar la influencia del componente afectivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.
- Determinar la influencia del componente conductual de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Cultura tributaria

La Cultura Tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. En ese sentido, es necesario que todos los ciudadanos posean una sólida Cultura Tributaria, para así entender que los tributos si bien es cierto son recursos que recauda el Estado con carácter de administrador, estos tienen la finalidad de brindar bienes y servicios públicos de calidad a nuestra población. (Laura, 2018)

La cultura tributaria es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributarias. En términos generales, los países más desarrollados tienden a una mayor cultura tributaria, es decir, son más responsables con el cumplimiento de sus obligaciones. La cultura tributaria está determinada por dos aspectos, uno de tipo legal y otro de tipo ideológico; el primero corresponde al riesgo real de ser controlado, obligado y sancionado por el incumplimiento de sus obligaciones, el segundo corresponde al grado de satisfacción de la población en cuanto a que los recursos que aporta están siendo utilizados correctamente y que al menos una parte de ellos le está siendo retornada por la vía de servicios públicos aceptables. (Amasifuen, 2016)

Con la cultura tributaria se pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa colectividad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que este cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes. (Amasifuen, 2016)

Por lo tanto, al referirse a la cultura tributaria, no es más que inducir al contribuyente, crear una conciencia de responsabilidad de derecho y deber, de que el Estado debe hacerle sentir que es parte de la solución de una problemática, que, si no lleva a cabo el cumplimiento de sus pagos tributarios, estaría contribuyendo en forma indirecta en la destrucción de un desarrollo sostenible. (Honores, 2017)

Así mismo la cultura tributaria es un factor principal para establecer una metodología de recaudación y en consecuencia un buen sostenimiento del país. El término es amplio, y engloba un conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por un grupo determinado, teniendo como referencia todo el conocimiento tributario y su relación con la normativa vigente. Además, juega un papel primordial la confianza y credibilidad del Estado en la sociedad. (Honores, 2017)

Conocimiento de los tributos

La trascendencia que tiene el conocimiento tributario en la sociedad implica que la persona, logra aceptar o tener tolerancia sobre las obligaciones que le corresponde, garantizando sus aportes de forma puntual, en tal sentido ayudar de forma segura, al desarrollo del lugar en el que se encuentra viviendo, teniendo como propósito conocer su nivel de desarrollo. (Sarduy & Gancedo, 2016)

El conocimiento tributario es una recopilación de información que tienen los contribuyentes respecto de la institución que recauda los tributos, sus beneficios, derechos y deberes tributarios, así mismo sobre los regímenes tributarios y sus tasas aplicables de su negocio. (Zelada, 2019)

La educación tributaria de ninguna manera puede reducirse a la enseñanza de prácticas que solamente capaciten para atender los requerimientos del régimen impositivo, tampoco puede limitarse al ámbito de la formalidad fiscal, el orden legal y las razones de su cumplimiento, sino debe ser, necesariamente, una educación orientada hacia el cambio cultural y la revaloración de lo ético dentro del conjunto social. (De la Cruz, 2019)

La educación tributaria es la transmisión de valores dirigidos al cumplimiento cívico de los deberes de todo ciudadano a contribuir con los gastos públicos, lo cual se logra al aceptar las responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos partícipes de una sociedad democrática. (Mavares, 2011)

La presencia de una cultura tributaria eficiente, permite que un país sea más desarrollado; puesto que existe una mayor responsabilidad en el pago de tributos. Esto se da debido a que la cultura tributaria se encuentra ligada al aspecto legal e ideológico; es decir que puede ser controlado, mediante obligaciones y sanciones, o bien puede ser encaminado según el grado de satisfacción del usuario, en referencia a si sus recursos aportados están siendo utilizados adecuadamente o no. (Delgado, 2018)

La creación de cultura tributaria en la sociedad, es importante ya que permite que los ciudadanos tengan una real conciencia sobre el pago de los impuestos; es decir que valoren como un factor positivo el pago de tributos y no como un castigo. En consecuencia, se entendería que la recaudación de tributos permite que el Estado cumpla con sus obligaciones con la sociedad, funcionamiento de programas sociales, o ejecución de proyectos. (Rengifo, 2020)

Componente cognitivo

El componente cognitivo incluye el dominio de hechos, opiniones, creencias, pensamientos, valores, conocimientos y expectativas (especialmente de carácter evaluativo) acerca del objeto de la actitud (en este caso la tributación). Destaca en ellos, el valor que representa para el individuo el objeto o situación. (Gonzales & Gonzales, 2015)

Componente afectivo

El componente afectivo, son aquellos procesos que avalan o contradicen las bases de nuestras creencias, expresados en sentimientos evaluativos y preferencias, estados de ánimo y las emociones que se evidencian (física y/o emocionalmente) ante el objeto de la actitud (tenso, ansioso, feliz, preocupado, dedicado, apenado). (Gonzales & Gonzales, 2015)

Componente conductual

El componente conductual, muestra las evidencias de actuación a favor o en contra del objeto o situación de la actitud, amén de la ambigüedad de la relación conducta actitud. Cabe destacar que éste es un componente de gran importancia en el estudio de las actitudes. (Gonzales & Gonzales, 2015)

2.1.2. Recaudación del impuesto a la renta

El impuesto es un tributo pagado sin derecho a una contraprestación, y se grava de acuerdo a la capacidad contributiva del sujeto que es poseedor del patrimonio. Mientras que una tasa es una contribución económica realizada por efecto de un servicio prestado por el Estado; y las contribuciones son tributos imponibles a un sujeto con el objeto de incrementar el valor de sus bienes por la realización de obras o servicios públicos. (Crespo, 2020)

Los impuestos son tributos que no tienen el beneficio de generar contraprestaciones directas a favor del sujeto que aporta la contribución, y sirven para cubrir gastos públicos. Así mismo la contribución es un tributo que es pagado por el usuario y sirve para que el Estado brinde servicios administrativos como Seguros de Salud, ONP, y otros. Mientras que una tasa es un tributo individual para servicios específicos, el mismo que se subdividen en derechos, arbitrios y licencias. (Sarduy & Gancedo, 2016)

Los impuestos son tributos que el ciudadano está obligado a pagar sin derecho a contraprestación, siendo los más importantes el IRPF el IVA o el IS, el estado no está

obligado a revertir lo recaudado. Los tributos por tasa son contribuciones que, sí otorgan contraprestaciones directas al usuario, por ejemplo, tasas por recojo de basura, mientras que las contribuciones son tributos que le otorgan beneficio directo al usuario en el futuro. (Solorzano, 2019)

Percepción de los contribuyentes en lo que respecta a la capacidad de recaudación de la administración tributaria y el grado de cumplimiento individual de las obligaciones tributarias. (Gonzáles, 2018)

El impuesto a la renta grava todas aquellas ganancias o ingresos de distintas actividades que se den, uno de ellos puede ser ingresos por trabajo, en el Perú este es considerado como rentas cuarta y quinta categoría. (Mamani & Salas, 2019)

La recaudación tributaria para que sea eficiente se enmarca dentro de un conjunto de procesos de recaudación, de un contexto normativo y de estrategias que se orientan a maximizar la captación de los impuestos, tasas y contribuciones. (Gonzáles, 2018)

Recaudación tributaria

También llamada recaudación fiscal, es el acto de juntar capital de la sociedad a fin de invertirlo en diferentes proyectos, o actividades que requiere el Estado o gobierno. Es uno de los elementos principales en las políticas del gobierno, ya que constituye el fondo del Estado que será asignado a diferentes sectores de la economía. (Amasifuen, 2016)

La recaudación tributaria se conforma por un parte de los ingresos públicos de la sociedad, los cuales se obtienen mediante las distintas entidades públicas y sus administraciones, a través de la cobranza de tributos, los cuales son establecidos por el Estado. Es una de las fuentes más importantes de recursos financieros que financian el gasto público. (Saavedra & Delgado, 2020)

Por otro lado, los procesos de recaudación de tributos consisten en recaudar ingresos fiscales a través de la administración pública, ya sean entidades del sistema bancario y financiero. (Effio, 2008)

Impuesto a la renta

Pertenece al conjunto de tributos que son determinados de forma anual, y es aplicado en el periodo comprendido desde el 01 de enero hasta el 31 de diciembre. Es aplicable tanto a personas naturales como jurídicas, y se determina en base a los ingresos netos percibidos, variable de acuerdo al Régimen Tributario al cual pertenece. (Effio, 2008)

El impuesto a la Renta, es un tributo que es recaudado una sola vez al año, y es gravado de acuerdo a los ingresos netos obtenidos en un año fiscal, ya sea producto de la explotación de un capital, o producto de un trabajo. Posee escalas de acuerdo a régimen establecido por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (Rodríguez, 2020)

Este tributo tiene el objeto de gravar el nivel de ingresos que percibe cada ciudadano, empresa u otra entidad privada; la cual es realizada mediante declaraciones de impuestos mensuales o anuales de acuerdo al régimen tributario. (Saavedra & Delgado, 2020)

Impuesto, contribución y tasa

El impuesto es un tributo pagado sin derecho a una contraprestación, y se grava de acuerdo a la capacidad contributiva del sujeto que es poseedor del patrimonio. Mientras que una tasa es una contribución económica realizada por efecto de un servicio prestado por el Estado; y las contribuciones son tributos imponibles a un sujeto con el objeto de incrementar el valor de sus bienes por la realización de obras o servicios públicos. (Crespo, 2020)

Los impuestos son tributos que no tienen el beneficio de generar contraprestaciones directas a favor del sujeto que aporta la contribución, y sirven para cubrir gastos públicos. Así mismo la contribución es un tributo que es pagado por el usuario y sirve para que el Estado brinde servicios administrativos como Seguros de Salud, ONP, y otros. Mientras que una tasa es un tributo individual para servicios específicos, el mismo que se subdividen en derechos, arbitrios y licencias. (Effio, 2008)

Los impuestos son tributos que el ciudadano está obligado a pagar sin derecho a contraprestación, siendo los más importantes el IRPF el IVA o el IS, el estado no está obligado a revertir lo recaudado. Los tributos por tasa son contribuciones que, sí otorgan contraprestaciones directas al usuario, por ejemplo, tasas por recojo de basura, mientras que las contribuciones son tributos que le otorgan beneficio directo al usuario en el futuro. (Delgado, 2018)

2.2. MARCO CONCEPTUAL

- **Acreeedor tributario:** Entidades estatales (Gobierno Central, Regional y Local) a los que debe realizarse la prestación tributaria; asimismo, las entidades de derecho público que cuentan con personería propia de carácter jurídico con considerados acreedores tributarios, siempre y cuando la ley les asigna, de forma expresa, esta calidad. (SUNAT, 2012).
- **Año fiscal:** período en el cual se realizan las operaciones generadoras de los ingresos y gastos comprendidos en el presupuesto aprobado. Se inicia el 1° de enero y culmina el 31 de diciembre. (SUNAT, 2012)
- **Conciencia tributaria:** resultado de la relación entre los ciudadanos y su sistema político y gubernamental que es a la vez colectivo e individual, y se conceptualiza como la comprensión del ciudadano de la política y el gobierno y cómo esa comprensión influye en su comportamiento tributario. (Pinedo, 2020)
- **Conocimiento tributario:** Nivel de información que poseen los contribuyentes respecto a las restricciones, deberes y sistema tributario vigente. Información que maneja la población en materia de tributación, respecto a obligaciones y derechos tributarios, en la actividad económica que desempeñen. (Altamirano & Iberico, 2018)
- **Contribución:** tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales. (SUNAT, 2012)

- **Contribuyente:** individuo que realiza o produce el hecho que genera la obligación tributaria. (SUNAT, 2012)
- **Cultura tributaria:** conducta expresada mediante el cumplimiento de los deberes tributarios en base a la razón, confianza y afirmación de los valores de la ética individual, la responsabilidad cívica, el apego a la ley y la solidaridad social entre los ciudadanos. (Neira, 2019)
- **Derechos:** son tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes públicos. (Altamirano & Iberico, 2018)
- **Fiscalización:** proceso que comprende la revisión, control y verificación que realiza la Administración Tributaria a los contribuyentes, respecto de los tributos que administra, para verificar el correcto cumplimiento de sus obligaciones. (SUNAT, 2012)
- **Impuesto:** pagos, de carácter obligatorio, que exige el Estado a las empresas y contribuyentes, que no se encuentran sujetos a una contraprestación directa, para cubrir los costos de la administración estatal, y la provisión de bienes y servicios públicos. (Pastor, 2019)
- **Multa:** recurso financiero que el Estado obtiene por la aplicación de una sanción o cualquier otra disposición que determine penas pecuniarias por incurrir en incumplimiento de obligaciones o infracciones al orden legal. (SUNAT, 2012)
- **Obligaciones formales:** acciones y trámites que el contribuyente debe realizar, pero no está obligado a hacerlo; estos se consideran necesarios para la formalización de servicios gravados no patentes como la declaración y presentación de documentos. (Alva, 2018)
- **Obligaciones sustanciales:** principales obligaciones tributarias, definidas como aquellas obligaciones que tiene la ciudadanía (contribuyentes) al pagar los tributos que deben en un periodo determinado, ha determinado acreedor tributario. (Pastor, 2019)
- **Obligaciones tributarias:** relación jurídica entre un deudor contribuyente y el Estado, representa el nexo entre el ente fiscal y el sujeto pasivo, y su origen se establece por

ley, siendo el tributo de conocimiento de obligación, a fin de que el contribuyente sufrague la cantidad debido al ente recaudador. (Carrasco & Torres, 2019)

- **Responsable:** individuo que, sin tener la condición de contribuyente, debe cumplir con las obligaciones tributarias de este. (SUNAT, 2012)
- **Tasa:** es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado al contribuyente. (Pastor, 2019)

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. Hipótesis general

Existe influencia significativa de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

2.3.2. Hipótesis específicas

- Existe influencia significativa del componente cognitivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.
- Existe influencia significativa del componente afectivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.
- Existe influencia significativa del componente conductual de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ZONA DE ESTUDIO

La investigación fue realizada en la ciudad de Puno, específicamente en las instalaciones del mercado Bellavista, donde se evalúa la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado, por tal motivo se utilizó la encuesta como técnica de recolección de información y el cuestionario el cual fue aplicado a una muestra de los comerciantes informales y formales que lo conforman.

3.2. TAMAÑO DE MUESTRA

3.2.1. Población

Para el tamaño de la población se plantea como referencia la información suministrada por Lipa (2021) en la página 25, de su investigación titulada: “Aplicación del nuevo régimen único simplificado y su relación con la satisfacción de los comerciantes del Mercado Bellavista Puno, periodo 2021” de la Universidad Privada San Carlos para optar al título profesional de Contador Público, donde señala que la población se encuentra integrada por 212 comerciantes informales y formales que desarrollan sus actividades dentro del Mercado Bellavista de Puno.

3.2.2. Muestra

La muestra a utilizar con la finalidad de establecer los datos, fue calculada entonces utilizando la fórmula para población finita, que se describe a continuación:

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

Donde:

Z: valor de z 1.96

p: proporción 0.50

q: proporción 0.50

d: error 0.05 (5%)

N: 212

$$n = \frac{1,96^2 * 212 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (212 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

La muestra estuvo conformada por 137 comerciantes del mercado Bellavista de Puno.

3.2.3. Muestreo

“El muestreo probabilístico o aleatorio simple, es el procedimiento en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados”. (Arias, 2019)

El muestreo a ser usado fue de tipo probabilístico, es decir donde cada una de los usuarios tengan la misma probabilidad de pertenecer a la muestra.

3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.3.1. Enfoque de investigación

El estudio tiene un enfoque cuantitativo, ya que su proceso de investigación se encuentra fundamentado en medidas numéricas, donde se utiliza la encuesta para recolectar los datos necesarios que una vez analizados puedan dar respuesta a la problemática planteada en el estudio. Manejando la recolecta y medición de información para presentar el análisis estadístico o numérico de la población estudiada con la finalidad de realizar la comprobación de las hipótesis planteadas. (Arias, 2019)

3.3.2. Método de investigación

De acuerdo con Behar (2008), “el método hipotético-deductivo es fundamentalmente el medio de explicar que la hipótesis es cierta o falsa, partiendo de los resultados obtenidos, que se refiere a características medibles, que se obtienen de la deducción de la hipótesis planteada, y que la verdad o la falsedad deben establecerse en condiciones directas.”

De lo expuesto anteriormente se deduce que la investigación utilizará el método hipotético-deductivo para la comprobación de las hipótesis.

3.3.3. Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica por ser un trabajo desarrollado principalmente para obtener nuevos conocimientos acerca de los fundamentos de fenómenos y hechos observables, con respecto a establecer la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022 (Valderrama, 2020).

3.3.4. Nivel de investigación

La investigación es de nivel relacional – causal por tener la finalidad de describir y analizar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022 (Cabezas et al., 2018).

3.3.5. Diseño de investigación

La presente investigación presenta un diseño no experimental debido a que el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo (Hernández & Mendoza, 2018).

De igual manera el diseño es de corte transversal debido a que esta investigación recolectó datos en un momento único y su principal objetivo es describir las variables y analizar su interrelación e incidencia en un momento específico (Hernández & Mendoza, 2018).

3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición	Tipo de variable según su naturaleza	Tipo de variable según su relación	Indicador o definición operativa	Indicador estadístico	Ítems	Escala de medición	Categoría y valores
Cultura tributaria	La cultura tributaria consiste en la tradición tributaria de un país y su interacción con los valores culturales de los ciudadanos, tales como la honestidad, la justicia y el deber.	Cuantitativa	Independiente	Componente cognitivo	La escala de medición se encuentra basado en una escala de Likert para las respuestas, lo que permitirá establecer los niveles que presentan ambas	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10	Ordinal	Bajo: 30 - 70
				Componente afectivo		11,12,13, 14,15,16, 17,18,19, 20		Regular: 71 - 111
				Componente conductual		21,22,23, 24,25,26, 27,28,29, 30		Alto: 112 - 150

Recaudación del impuesto a la renta	Es el proceso mediante el cual el Estado, a través de la administración tributaria, cobra a los contribuyentes todo tipo de tributos establecidos en la Ley, con el objetivo de llenar el tesoro público para poder invertirlo y usarlo en diferentes actividades	Cuantitativa	Dependiente	Recaudación	variables, de acuerdo a la sumatoria de las respuestas, el mismo se presenta en frecuencia y porcentaje como indicador estadístico. De igual manera se procedió para cada una de los objetivos en estudio el cálculo de la Normatividad de	Bajo: 10 - 23
				Normatividad		1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10
				Estrategias	a la sumatoria Ordinal	Alto: 39 - 50

3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO

3.5.1. Técnicas de recolección de datos

Para la presente investigación se usa la encuesta, la cual permitió obtener información en relación a la incidencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista de Puno (Ñaupas et al., 2018).

3.5.2. Instrumentos de recolección de información

Como instrumentos para la recolección de la información requerida se utilizó un cuestionario, para medir la cultura tributaria y la recaudación del impuesto sobre la renta. Se utilizó el cuestionario diseñado por Gonzales y Gonzales (2015) en su estudio, que consta de 40 preguntas, siendo las opciones de respuesta: totalmente en desacuerdo = 1, En desacuerdo = 2, Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3, De acuerdo = 4 y Totalmente de acuerdo = 5. El cuestionario se encuentra basado en una escala de Likert para las respuestas, lo que permite establecer los niveles que presentan ambas variables según la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista de Puno.

3.5.3. Análisis estadístico de la información

Una vez recolectada la data correspondiente para cada variable, se realizó la transcripción de los datos en Excel y SPSS versión 25, dichos softwares permitieron ordenar y clasificar de forma correctos los datos necesarios en relación a las variables a observar en el estudio. Posteriormente se dio inicio al análisis de la data mediante la estadística con la finalidad de ejecutar la verificación de la hipótesis planteada para observar la significancia entre las variables.

La información recolectada a través de los cuestionarios fue analizada con la estadística descriptiva utilizando para tal fin tablas y gráficos estadísticos. Así como

también se utiliza la estadística inferencial para realizar la comprobación de los objetivos y el contraste de hipótesis basándose en la determinación del coeficiente de correlación, previo a recurrir a una prueba para establecer la existencia o no de una distribución normal en las puntuaciones de las escalas para cada variable y sus dimensiones; por lo tanto, se realiza dicha verificación mediante el test de normalidad de Kolmogorov - Smirnova, por ser la muestra mayor a 50 datos, donde los resultados obtenidos presentan un nivel de significancia menor al nivel crítico ($p < 0,05$); por lo cual se concluye que no existe normalidad en los datos para la variable Recaudación tributaria y la variable Cultura tributaria y sus dimensiones. Por tal motivo, para determinar la existencia de relación, se utilizó una prueba no paramétrica, en específico Rho de Spearman, para establecer el grado de incidencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista de Puno. El cálculo del coeficiente de correlación fue realizado para cada uno de los objetivos e hipótesis planteadas en el estudio.

CAPÍTULO IV

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Tabla 1. Confiabilidad del instrumento para la Cultura tributaria

Estadística de Confiabilidad	
Alfa de Cronbach	Elementos
.871	12

Fuente: Elaboración propia

La prueba del alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad del cuestionario para medir la cultura tributaria, indica un resultado de 0.871, donde se observa un nivel de excelente confiabilidad y que el instrumento propuesto es fiable, aprobándose para su aplicación en la recolección de la data necesaria para la investigación.

Tabla 2. Confiabilidad del instrumento para Recaudación tributaria

Estadística de Confiabilidad	
Alfa de Cronbach	Elementos
.758	10

Fuente: Elaboración propia

De igual manera la prueba del alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad del cuestionario para medir la recaudación tributaria, indica un resultado de 0.758, donde se observa un nivel de excelente confiabilidad y que el instrumento propuesto es fiable, lo que conlleva a su aprobación para ser aplicado en la recolección de la información de la variable en el estudio.

De acuerdo a Ñaupas et al. (2018) la confiabilidad de un instrumento es considerada de acuerdo al valor del alfa de Cronbach obtenido, donde un coeficiente de 0,53 o menos significa nula confiabilidad y uno representa una perfecta confiabilidad, a continuación se detalla la tabla de valoración del criterio de confiabilidad.

Tabla 3. Criterios de confiabilidad del instrumento

Criterio	Valor
Nula confiabilidad	0.53 o menos
Baja confiabilidad	0.54 a 0.59
Confiable	0.60 a 0.65
Muy confiable	0.66 a 0.71
Excelente confiabilidad	0.72 a 0.99
Perfecta confiabilidad	1.00

Nota: (Ñaupas et al., 2018)

4.2. RESULTADOS DE LA ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA

4.2.1. Variable: Cultura tributaria

Tabla 4. Nivel de la Cultura tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Alto	5	3,65%
Medio	99	72,26%
Bajo	33	24,09%
Total	137	100,00%

Fuente: Elaboración propia

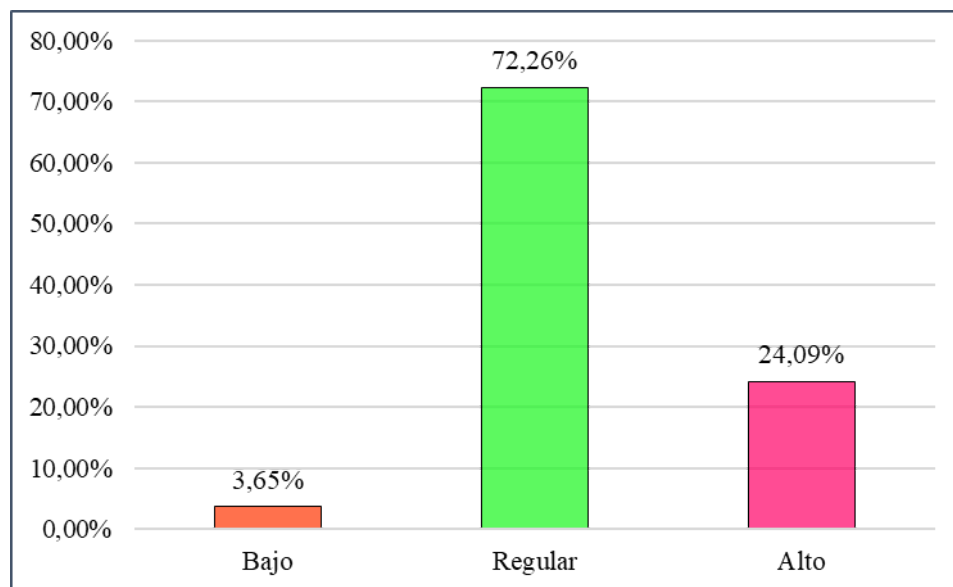


Figura 1. Nivel de la Cultura tributaria

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos señalan que el 72,26% de los comerciantes del mercado de Bellavista encuestados presentan un nivel regular de cultura tributaria, un 24,09% presenta un nivel alto, y un 3,65% tiene un nivel bajo de la variable cultura tributaria. Lo que conlleva a señalar que la cultura regular que presentan los comerciantes del mercado Bellavista es regular o medio.

Dimensión: Componente cognitivo

Tabla 5. Nivel del Componente cognitivo

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Alto	9	6,57%
Medio	115	83,94%
Bajo	13	9,49%
Total	137	100,00%

Fuente: Elaboración propia

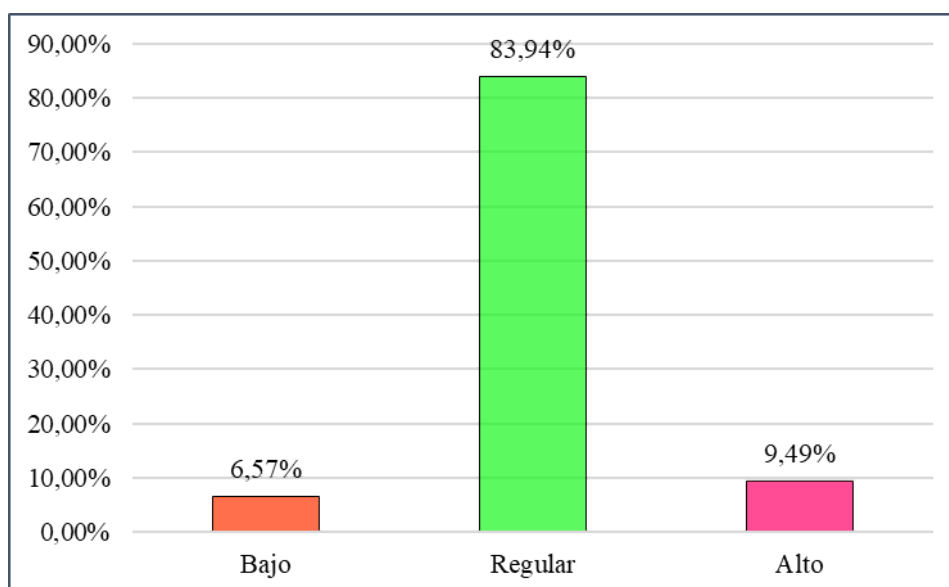


Figura 2. Nivel del Componente cognitivo

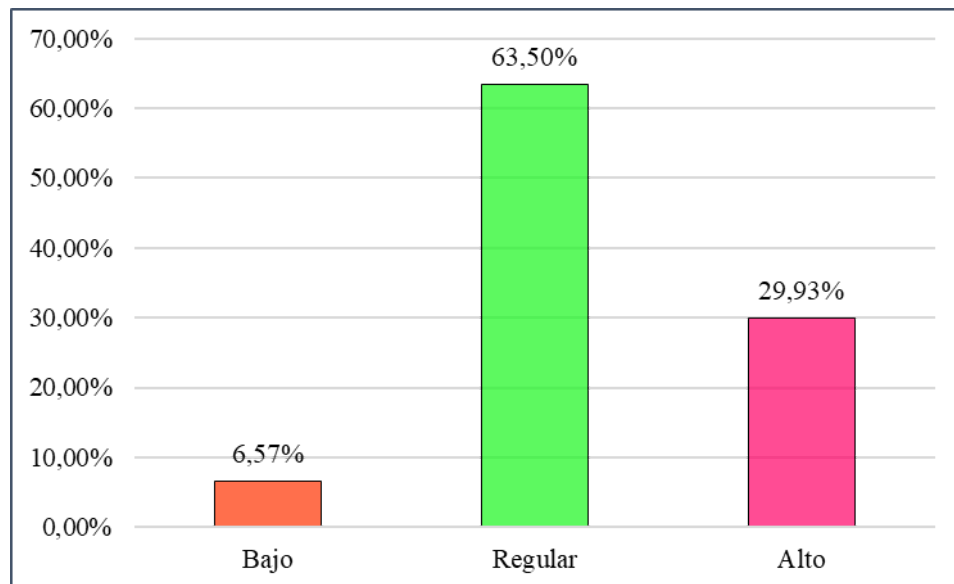
Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos señalan que el 83,94% de los comerciantes del mercado de Bellavista encuestados presentan un nivel regular del componente cognitivo, un 9,49% presenta un nivel alto, y un 6,57% tiene un nivel bajo de la dimensión cognitiva. Lo que conlleva a señalar que el componente cognitivo que presentan los comerciantes del mercado Bellavista es regular o medio, es decir tiene un conocimiento regular en relación al pago de tributos.

Dimensión: Componente afectivo**Tabla 6. Nivel del Componente afectivo**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Alto	9	6,57%
Medio	87	63,50%
Bajo	41	29,93%
Total	137	100,00%

Fuente: Elaboración propia

**Figura 3. Nivel del Componente afectivo**

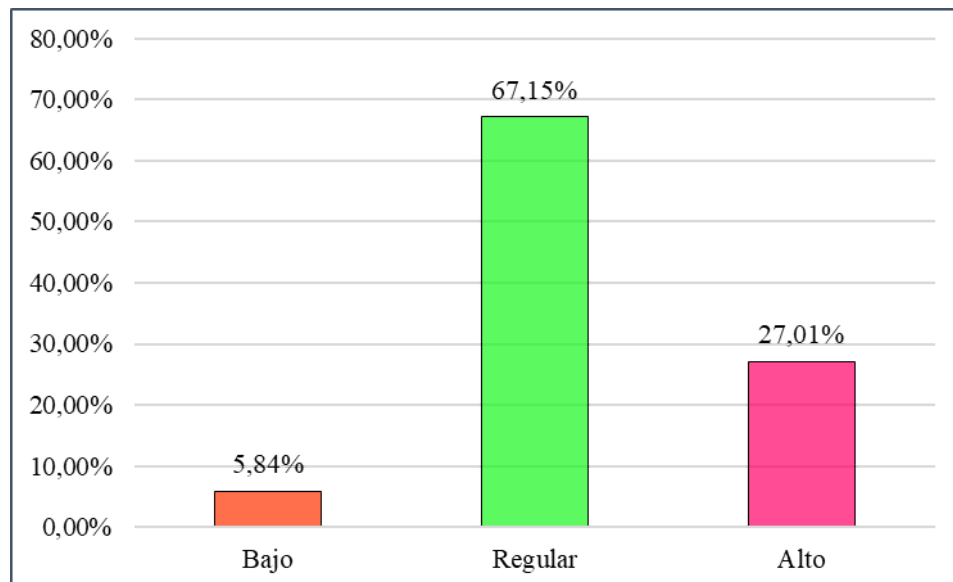
Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos señalan que el 63,50% de los comerciantes del mercado de Bellavista encuestados presentan un nivel regular del componente afectivo, un 29,93% presenta un nivel alto, y un 6,57% tiene un nivel bajo de la dimensión componente afectivo. Lo que conlleva a señalar que el componente afectivo que presentan los comerciantes del mercado Bellavista es regular o medio, es decir sienten una satisfacción al momento del pago de tributos.

Dimensión: Componente conductual**Tabla 7. Nivel del Componente conductual**

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Alto	8	5,84%
Medio	92	67,15%
Bajo	37	27,01%
Total	137	100,00%

Fuente: Elaboración propia

**Figura 4. Nivel del Componente conductual**

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos señalan que el 67,15% de los comerciantes del mercado de Bellavista encuestados presentan un nivel regular del componente conductual, un 27,01% presenta un nivel alto, y un 5,84% tiene un nivel bajo de la dimensión componente conductual. Lo que conlleva a señalar que el componente conductual que presentan los comerciantes del mercado Bellavista es regular o medio, es decir tienden a una conducta regular al momento del pago de tributos.

4.2.2. Variable: Recaudación tributaria

Tabla 8. Nivel de la Recaudación tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Alto	14	10,22%
Medio	109	79,56%
Bajo	14	10,22%
Total	137	100,00%

Fuente: Elaboración propia

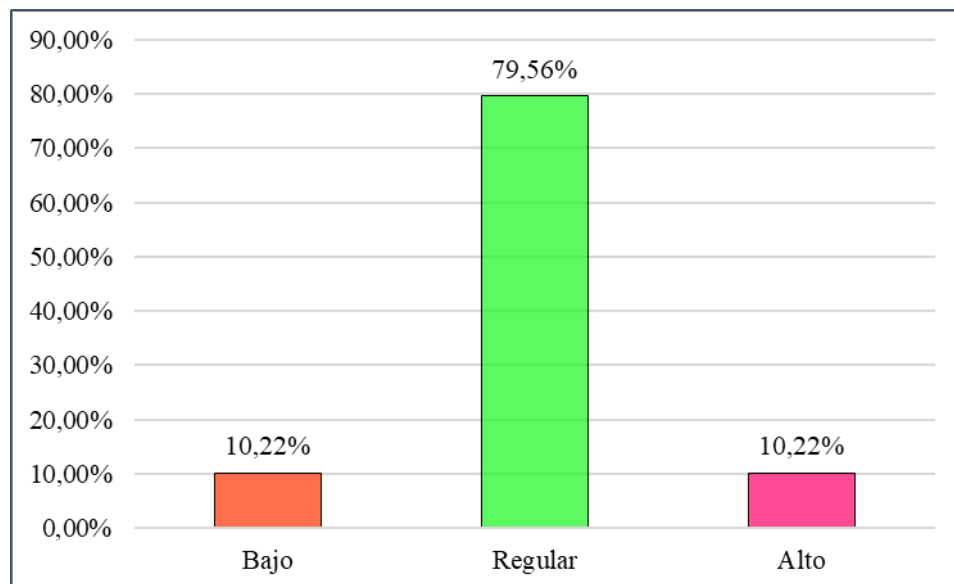


Figura 5. Nivel de la Recaudación tributaria

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos señalan que el 79,56% de los comerciantes del mercado de Bellavista encuestados presentan un nivel regular de recaudación tributaria, un 10,22% presenta un nivel alto, y otro 10,22% tiene un nivel bajo de la variable recaudación tributaria. Lo que conlleva a señalar que la recaudación tributaria que presentan los comerciantes del mercado Bellavista es regular o medio, es decir tienden a cumplir de manera regular al momento del pago de tributos.

4.3. RESULTADOS DE LA ESTADÍSTICA INFERENCIAL

Previo a recurrir a una prueba para correlacionar las variables, es necesario determinar la existencia o no, de una distribución normal en las puntuaciones de las escalas para cada variable; por lo tanto, se realizó dicha verificación mediante el test de normalidad de Kolmogorov – Smirnov^a.

4.3.1. Normalidad de los datos

H_0 : Los datos de las variables no provienen de una distribución normal.

H_1 : Los datos de las variables provienen de una distribución normal.

Si el *p-valor* es < 0.05 se acepta y se rechaza .

Si el *p-valor* es > 0.05 se acepta y se rechaza .

Tabla 9. Prueba de normalidad

Variables	Kolmogorov – Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura tributaria	.103	137	.001
Componente cognitivo	.121	137	.000
Componente afectivo	.106	137	.001
Componente conductual	.092	137	.007
Recaudación tributaria	.158	137	.000

Fuente: Elaboración propia

Como se observa, para todos los casos, el nivel de significancia es menor al nivel crítico ($p < 0,05$); por lo cual se concluye que no existe la normalidad en los datos para

la variable Recaudación tributaria, Cultura tributaria y sus dimensiones. Por tal motivo, para determinar la existencia de incidencia o relación, se utiliza una prueba no paramétrica, en específico Rho de Spearman.

Para la verificación de los objetivos planteados en la investigación, para establecer la incidencia de la cultura tributaria y sus dimensiones en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022, se utiliza el coeficiente de correlación Rho de Spearman. Por tal motivo se presenta a continuación una tabla con los criterios de relación donde se plantea el grado de incidencia entre variables evaluadas.

Tabla 10. Criterios de relación

Criterio	Rango
Correlación grande, perfecta y positiva	$R = 1.000$
Correlación muy alta	$0.900 \leq R < 1.00$
Correlación alta	$0.700 \leq R < 0.900$
Correlación moderada	$0.400 \leq R < 0.700$
Correlación muy baja	$0.200 \leq R < 0.400$
Correlación nula	$R = 0.000$
Correlación grande, perfecta y negativa	$R = -1.000$

Nota: (Hernández et al., 2014)

4.3.2. Resultado objetivo general

H_0 : No existe influencia significativa de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

H_1 : Existe influencia significativa de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

Tabla 11. Correlación entre cultura tributaria y recaudación tributaria

Rho de Spearman		Cultura tributaria	Recaudación tributaria
Cultura tributaria	Coefficiente de correlación	1.000	.995**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	137	137
Recaudación tributaria	Coefficiente de correlación	.995**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	137	137

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

La correlación entre la cultura tributaria y la recaudación tributaria es positiva con un valor de 0.995, lo que indica una relación muy alta, es decir que mientras mejor sea la cultura tributaria más alto será el nivel del pago o la recaudación tributaria.

Según los resultados obtenidos con un p valor de .000 donde $p < .001$ se rechaza H_0 y se acepta H_1 , es decir la existencia de una influencia directa y significativa de la cultura tributaria en la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Bellavista Puno.

4.3.3. Resultado objetivo específico 1

H_0 : No existe influencia significativa del componente cognitivo en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

H_1 : Existe influencia significativa del componente cognitivo en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

Tabla 12. Correlación entre componente cognitivo y recaudación tributaria

Rho de Spearman		Componente cognitivo	Recaudación tributaria
Componente cognitivo	Coefficiente de correlación	1.000	.813**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	137	137
Recaudación tributaria	Coefficiente de correlación	.813**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	137	137

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

La correlación entre el componente cognitivo y la recaudación tributaria es positiva con un valor de 0.813, lo que indica una relación alta, es decir que mientras mejor sea el componente cognitivo mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria.

Según los resultados obtenidos con un p valor de .000 donde $p < .001$ se rechaza H_0 y se acepta H_1 , es decir la existencia de una influencia directa y significativa del componente cognitivo en la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Bellavista Puno.

4.3.4. Resultado objetivo específico 2

H_0 : No existe influencia significativa del componente afectivo en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

H_1 : Existe influencia significativa del componente afectivo en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

Tabla 13. Correlación entre componente afectivo y recaudación tributaria

Rho de Spearman		Componente afectivo	Recaudación tributaria
Componente afectivo	Coefficiente de correlación	1.000	.847**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	137	137
Recaudación tributaria	Coefficiente de correlación	.847**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	137	137

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

La correlación entre el componente afectivo y la recaudación tributaria es positiva con un valor de 0.847, lo que indica una relación alta, es decir que mientras mejor sea el componente afectivo mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria.

Según los resultados obtenidos con un p valor de .000 donde $p < .001$ se rechaza H_1 y se acepta H_0 , es decir la existencia de una influencia directa y significativa del componente afectivo en la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Bellavista Puno.

4.3.5. Resultado objetivo específico 3

H_0 : No existe influencia significativa del componente conductual en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

H_1 : Existe influencia significativa del componente conductual en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

Tabla 14. Correlación entre componente conductual y recaudación tributaria

Rho de Spearman		Componente conductual	Recaudación tributaria
Componente conductual	Coefficiente de correlación	1.000	.801**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	137	137
Recaudación tributaria	Coefficiente de correlación	.801**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	137	137

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

La correlación entre el componente conductual y la recaudación tributaria es positiva con un valor de 0.801, lo que indica una relación alta, es decir que mientras mejor sea el componente conductual mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria.

Según los resultados obtenidos con un p valor de .000 donde $p < .001$ se rechaza H_0 y se acepta H_1 , es decir la existencia de una influencia directa y significativa del componente conductual en la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Bellavista Puno.

4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Discusión en base al objetivo general: “Determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.”

Los resultados del estudio evidenciaron la influencia de la cultura tributaria sobre la recaudación del impuesto a la renta, dado por la existencia de una correlación entre la cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta es positiva con un valor de 0.995, lo que indica una relación muy alta, es decir que mientras mejor sea la cultura tributaria más alto será el nivel del pago o la recaudación tributaria, de acuerdo a los resultados obtenidos con un p valor de .000 donde $p < .001$ se rechaza H_1 y se acepta H_0 , es decir la existencia de una relación directa y significativa entre la cultura tributaria y la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Bellavista Puno.

Resultados que concuerdan con los de Acosta y Tapullima (2019) en su tesis, donde los resultados fueron obtenidos mediante la prueba estadística de Rho Spearman, donde con un coeficiente de correlación fue 0,726, se afirma la existencia de una relación positiva entre cultura tributaria y Cumplimiento de obligaciones tributarias.

De igualmente son parecidos a los obtenidos por Díaz y Chupillon (2021) en su investigación, donde se obtuvo una correlación positiva muy fuerte de 0,988, este resultado permite decir que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria.

Los resultados también son similares a los de Zeña (2019) en su estudio, donde el resultado obtenido por la prueba de Rho Spearman equivale a 0.698, demostrado que existe una relación significativa y directa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias.

Concuerdan con los obtenidos por González (2018) en su investigación “La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los contribuyentes del mercado minorista de Pucallpa en el período 2017”, donde los resultados llevan a concluir que la cultura tributaria incide en la recaudación del impuesto a la renta en los comerciantes del mercado minorista de Pucallpa, con una correlación media de 0.313, por lo que a mayores niveles de cultura tributaria se entienden que habrá mayor recaudación.

Igualmente son similares a los Mamani y Salas (2019) en su tesis “Relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del impuesto a la renta de cuarta categoría en los contadores públicos de la ciudad de Juliaca, 2019”, donde los resultados señalan la existencia de una relación entre la cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias del impuesto a la renta con una correlación de 0,482, lo que conlleva a concluir que la cultura tributaria influye en el cumplimiento en las obligaciones tributarias.

Por último presentan similitud con los de Larico y Vilcapaza (2021) en su tesis “La cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de la obligación tributaria del impuesto predial de los contribuyentes de la Municipalidad distrital de San Miguel, provincia de San Román-Puno 2019”, en la cual se obtuvo como resultado el nivel de correlación positiva considerable de 0,517, concluyendo que la cultura tributaria incide en la recaudación del impuesto; cuanta más alto sea el nivel de cultura tributaria de un contribuyente, existirá una actitud responsable frente a sus obligaciones tributarias.

Discusión en base al **objetivo específico 1**: “Determinar la influencia del componente cognitivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.”

Los resultados del estudio evidenciaron la influencia del componente cognitivo sobre la recaudación del impuesto a la renta, dado por la existencia de una correlación entre el

componente cognitivo y la recaudación es positiva con un valor de 0.813, lo que indica una relación alta, es decir que mientras mejor sea el componente cognitivo mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria, de acuerdo a los resultados obtenidos con un p valor de .000 donde $p < .001$ se rechaza y se acepta, es decir la existencia de una relación directa y significativa entre el componente cognitivo y la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Bellavista Puno.

Resultados que concuerdan con los de Acosta y Tapullima (2019) en su tesis, donde los resultados fueron obtenidos mediante la prueba estadística de Rho Spearman, donde con un coeficiente de correlación fue 0,863, se afirma la existencia de una relación positiva entre el componente cognitivo o el nivel de conocimientos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

De igualmente son parecidos a los obtenidos por Díaz y Chupillon (2021) en su investigación, donde se obtuvo una correlación positiva muy fuerte de 0,716, este resultado permite decir que existe una relación significativa entre los conocimientos y el cumplimiento de la obligación tributaria.

Discusión en base al **objetivo específico 2**: “Determinar la influencia del componente afectivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.

Los resultados del estudio evidenciaron la influencia del componente afectivo sobre la recaudación del impuesto a la renta, dado por la existencia de una correlación entre el componente afectivo y la recaudación es positiva con un valor de 0.847, lo que indica una relación alta, es decir que mientras mejor sea el componente afectivo mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria, de acuerdo a los resultados obtenidos con un p valor de .000 donde $p < .001$ se rechaza y se acepta, es decir la existencia de una relación directa y significativa entre el componente afectivo y la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Bellavista Puno.

Resultados que concuerdan con los de Acosta y Tapullima (2019) en su tesis, donde los resultados fueron obtenidos mediante la prueba estadística de Rho Spearman, donde con un coeficiente de correlación fue 0,728, se afirma la existencia de una relación positiva entre el componente afectivo y el cumplimiento de obligaciones tributarias, concluyendo que la presencia de una influencia positiva del componente afectivo y el cumplimiento de obligaciones tributarias.

Los resultados también son similares a los de Zeña (2019) en su estudio, donde el resultado obtenido por la prueba de Rho Spearman equivale a 0.726, demostrado que existe una relación significativa y directa entre el componente afectivo o la conciencia y las obligaciones tributarias.

Discusión en base al **objetivo específico 3**: “Determinar la influencia del componente conductual de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – periodo 2022.”

Los resultados del estudio evidenciaron la influencia del componente conductual sobre la recaudación del impuesto a la renta, dado por la existencia de una correlación entre el componente conductual y la recaudación es positiva con un valor de 0.801, lo que indica una relación alta, es decir que mientras mejor sea el componente conductual mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria, de acuerdo a los es decir la existencia de una relación directa y significativa entre el componente conductual y la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Bellavista Puno.

Resultados que concuerdan con los de Acosta y Tapullima (2019) en su tesis, donde los resultados fueron obtenidos mediante la prueba estadística de Rho Spearman, donde con un coeficiente de correlación fue 0,683, se afirma la existencia de una relación positiva entre el componente conductual o el comportamiento de las personas y el cumplimiento de obligaciones tributarias o el pago de los impuestos.

Igualmente son parecidos a los obtenidos por Díaz y Chupillon (2021) en su investigación, donde se obtuvo una correlación positiva muy fuerte de 0,974, este resultado permite decir que existe una relación significativa entre el componente conductual y el cumplimiento de la obligación tributaria de las personas evaluadas.

CONCLUSIONES

- Primera** En relación al objetivo general y luego de analizados los resultados obtenidos se concluye la existencia de una influencia muy alta y significativa dada por un coeficiente de correlación de Spearman de 0,995 de la cultura tributaria sobre la recaudación tributaria, es decir que mientras mejor sea la cultura tributaria que presenten los comerciantes del mercado Bellavista mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria en el mismo.
- Segunda** En cuanto al primer objetivo específico, y después de analizada la información obtenida se determinó la existencia de una influencia alta y significativa producto de un coeficiente de correlación de Spearman de 0,813 del componente cognitivo en la recaudación tributaria, es decir que mientras mejor sea el componente cognitivo que presenten los comerciantes del mercado Bellavista mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria en el mismo.
- Tercera** Para al segundo objetivo específico, y después de analizada la información obtenida se determinó la existencia de una influencia alta y significativa dada por un coeficiente de correlación de Spearman de 0,847 del componente afectivo en la recaudación tributaria, es decir que mientras mejor sea el componente afectivo que presenten los

comerciantes del mercado Bellavista mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria en el mismo.

Cuarta Por último, para el tercer objetivo específico, y después de analizar los resultados obtenidos se concluyó la existencia de una influencia alta y significativa dada por un coeficiente de correlación de Spearman de 0,801 del componente conductual sobre la recaudación tributaria, es decir que mientras mejor sea el componente conductual que presenten los comerciantes del mercado Bellavista mejor será el pago de impuestos o la recaudación tributaria en el mismo.

RECOMENDACIONES

- Primera** Después de analizados los resultados se recomienda realizar una campaña de difusión acerca de la información tributaria que permita lograr que los comerciantes mejoren su cultura en relación al tema tributario y sobre todo practiquen cumpliendo con sus respectivos deberes tributarios.
- Segunda** Se recomienda realizar una campaña de difusión acerca de la información tributaria que permita lograr que los comerciantes mejoren sus conocimientos, lo que permite una mejora significativa del componente cognitivo de los comerciantes del mercado y a nivel general de la población.
- Tercera** De igual forma se recomienda aumentar o desarrollar el componente afectivo mediante estrategias y actividades que busquen promover la confianza de los comerciantes del mercado hacia la administración tributaria, de tal manera que sientan una recompensa al ver obras públicas de calidad, lo que conlleva a mejorar la conciencia o el sentimiento de cumplimiento con el pago de los impuestos.

Cuarta Por último se recomienda promover actividades que gratifiquen a los comerciantes y que ponga en alto su conducta tributaria, lo que permite que el componente conductual se vea afectado de manera positiva por cumplir con el pago de los impuestos.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, J., & Tapullima, J. (2019). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado III de Tarapoto, 2019* [Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43614>
- Amaguaya, J., & Moreira, L. (2015). *La cultura tributaria y las obligaciones fiscales de los negocios informales de Guayaquil* [Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10601>
- Amasifuen, M. (2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting Power for Business*, 1(1).
- Arias, F. (2019). *Cómo hacer Tesis Doctorales y Trabajos de Grado: Investigación Científica y Tecnológica* (1st ed.). Editorial Episteme.
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (1st ed.). Editorial ESPE.
- Chávez, A. (2015). *La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de impuestos municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pastaza* [Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/20337>
- Crespo, E. (2020). *Qué son los tributos y tipos: impuestos, contribuciones y tasas*. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de [https://www.bbva.com/es/los ...](https://www.bbva.com/es/los...)
- Curro, Z. (2016). *Análisis de la cultura tributaria y su relación en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de artesanía textil de la ciudad de Puno; periodo 2015* [Universidad Nacional del Altiplano].
<http://tesis.unap.edu.pe/handle/UNAP/6743>
- Delgado, J. (2018). *Cultura tributaria y su relación con la calidad de gestión de*

recaudación tributaria de los servidores de La Municipalidad Distrital de La Esperanza, 2017 [Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/27327>

Díaz, B., & Chupillon, J. (2021). *Cultura Tributaria y Cumplimiento Tributario en las empresas de la Región San Martín*. [Universidad Peruana Unión].

<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4732>

Effio, F. (2008). *Auditoría Tributaria* (Perú). Entre Líneas SRL.

Gonzales, C., & Gonzales, T. (2015). *Conciencia tributaria y su incidencia en la recaudación tributaria de las microempresas de la localidad de Huancavelica, periodo 2012* [Universidad Nacional de Huancavelica].

<http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/319>

González, S. (2018). *La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los contribuyentes del mercado minorista de Pucallpa en el periodo 2017* [Universidad Nacional Agraria de la Selva]. <http://repositorio.unas.edu.pe/handle/UNAS/1332>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6th ed.). Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las tres rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1st ed.). Editorial McGraw-Hill.

Honores, J. (2017). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado Unión Trujillo-Perú del año 2017* [Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11222>

Larico, L., & Vilcapaza, J. (2021). *La cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de la obligación tributaria del impuesto predial de los contribuyentes de la*

Municipalidad distrital de San Miguel, provincia de San Román-Puno 2019
[Universidad Peruana Unión].

<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5014>

Laura, N. (2018). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la plataforma Andres Avelino Caceres Caso: Mercado "Virgen de Fátima"-2016* [Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa].
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8374>

Lipa, O. (2021). *Aplicación del nuevo régimen único simplificado y su relación con la satisfacción de los comerciantes del Mercado Bellavista Puno, periodo 2021.*
[Universidad Privada San Carlos].
<http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/4696>

Maigua, J. (2019). *La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de impuestos municipales del gobierno autónomo descentralizado del cantón Latacunga*
[Universidad Técnica de Cotopaxi].
<http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7543>

Mamani, Y., & Salas, J. (2019). *Relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del impuesto a la renta de cuarta categoría en los contadores públicos de la ciudad de Juliaca, 2019* [Universidad Peruana Unión].
<http://200.121.226.32:8080/handle/20.500.12840/2956>

Mavares, K. (2011). Educación tributaria y desarrollo profesional en las escuelas arquidiocesanas. *Comercium et Tributum*, 5, 62–81.

Ñaupas, H., Mejía, E. M., Ramírez, E., & Paucar, A. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.

Onofre, R., Aguirre, C., & Murillo, K. (2017). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos.

Dominio de Las Ciencias, 3(3), 45–68.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6326643>

Rengifo, M. (2020). *Gestión tributaria y recaudación del impuesto predial de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz* [Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55073>

Rodríguez, K. (2020). *La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación tributaria* [Universidad Estatal Península de Santa Elena].

<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5525>

Saavedra, R., & Delgado, J. (2020). La recaudación tributaria municipal 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 720–737.

Sarduy, M., & Gancedo, I. (2016). La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver. *Cofin Habana*, 10(1), 113–125.

Solorzano, S. (2019). *El cumplimiento de los tributos y sus declaraciones al Gobierno Central y local de la Empresa RSC Multiservicios SAC Huaraz 2017* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15434>

Valderrama, S. (2020). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica* (11th ed.). Editorial San Marcos.

Zelada, G. (2019). *Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias del Mercado N° 2 de Tarapoto-San Martín, 2019* [Universidad Peruana Unión].

<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2006>

Zeña, A. (2019). *Cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los comerciantes de abarrotes, mercado de Ceres, Ate 2019* [Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/63146>

ANEXOS

Anexo No. 1. Matriz de Consistencia

Título: CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA DESDE LA PERCEPCIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO BELLAVISTA PUNO, PERIODO 2022					
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Variables Independiente:	Ítems	Metodología
¿Cuál es la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022?	Determinar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022.	Existe influencia significativa de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022.	Cultura tributaria	Componente Cognitivo: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	- Método hipotético-deductivo - Enfoque cuantitativo
¿Cuál es la influencia del componente cognitivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022?	Determinar la influencia del componente cognitivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022.	Existe influencia significativa del componente cognitivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022.	- Componente cognitivo - Componente afectivo - Componente conductual	Componente Afectivo: 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20 Componente Conductual: 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30	- Tipo aplicado - Nivel relacional - causal
¿Cuál es la influencia del componente afectivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022?	Determinar la influencia del componente afectivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022.	Existe influencia significativa del componente afectivo de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022.	Variable dependiente: Recaudación del impuesto a la renta Dimensiones: - Recaudación - Normatividad - Estrategias		- Diseño no experimental de corte transversal - Población: Comerciantes del mercado Bella Vista - Los datos recolectados serán revisados, codificados y transcritos en EXCEL y el programa SPSS v.25
¿Cuál es la influencia del componente conductual de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022?	Determinar la influencia del componente conductual de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022.	Existe influencia significativa del componente conductual de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los comerciantes del mercado Bellavista Puno – período 2022.		1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	- Los datos serán procesados y analizados usando la estadística descriptiva e inferencial

Anexo No. 2. Cuestionario para medir las variables

Sector: RUC: Ubicación:

Edad: Sexo: (M) (F) Fecha:

Tipo de Negocio

Bodega/Farmacia	Juguetería	Restaurante	Negoc. de Pan Llevar	Servicios
()	()	()	()	()

Nivel Educativo:

Ninguno	Inicial	Primaria	Secundaria	Superior
()	()	()	()	()

INSTRUCCIÓN: Por favor marque con toda sinceridad si está de acuerdo o en desacuerdo con las proposiciones. Una sola marca por cada proposición. Según la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

	ENUNCIADO DEL COMPONENTE COGNITIVO					
		1	2	3	4	5
1	El personal de la SUNAT es grosero cuando te atiende					
2	La SUNAT informa claramente sobre cómo, donde y cuando pagar tus impuestos					
3	La SUNAT es muy lenta en la devolución de impuestos pagados en exceso					
4	La SUNAT tiene normas y procedimientos bien definidos para el pago de impuestos					
5	El Estado construye escuelas con los impuestos que pagan los negocios y empresas					
6	Los servicios que presta la SUNA T en general son muy buenos					
7	Demuestro respeto hacia los bienes públicos de Pucallpa					
8	Valoro la importancia del pago de los impuestos					
9	Sé que pago un impuesto cada vez que hago una compra					
10	En un futuro cercano todos pagaremos impuestos por nuestras compras					

	ENUNCIADO DEL COMPONENTE AFECTIVO					
		1	2	3	4	5
11	Me muestro nervioso ante un funcionario de la SUNA T					
12	Prefiero ir a una charla de otro tema que a una Charla de la SUNA T					
13	Me siento mal cuando no pago mis impuestos oportunamente					
14	Generalmente aplicas estrategias de marketing para aumentar tus ventas					
15	A veces atiendes a tus clientes de mala manera porque tienes problemas familiares					
16	Desearías que la SUNAT nunca aumente el impuesto que pagas					
17	Te preocupa que muchas tiendas no den comprobantes de pago por sus ventas					
18	Te da pena que el Estado no atienda a los indigentes, niños trabajando y ancianos					
19	Te sentirías bien si supieses en que gasta el Gobierno tus impuestos que pagas					
20	Desearías que la SUNAT embargue las tiendas que no emiten comprobantes de pago					

ENUNCIADO DEL COMPONENTE CONDUCTUAL		1	2	3	4	5
21	Si tuvieras la oportunidad, no pagarlas el impuesto de tu negocio					
22	La primera prioridad de tu negocio es pagar en forma puntual el impuesto					
23	Entregas comprobantes de pago solo cuando los clientes te lo piden					
24	Por tu propia voluntad te acercaste a las SUNAT para ser un Contribuyente					
25	Frecuentemente lees noticias acerca de la SUNAT					
26	Ante los funcionarios de la SUNAT le das la información verídica de tus ventas					
27	Orientas a la gente de tu entorno a que en sus negocios también paguen sus impuestos					
28	En las compras que realizas te gusta pedir siempre comprobante de pago					
29	Realizas frecuentemente labores para mejorar los servicios de tu barrio o comunidad					
30	Das la oportunidad a tus familiares a que ellos vendan y paguen el impuesto en la SUNAT					
RECAUDACION TRIBUTARIA		1	2	3	4	5
1	Utilizas los comprobantes de pago autorizados por la SUNAT					
2	Tienes un CONTADOR que te asesora en los pagos a la SUNAT					
3	Realizas tus pagos de los tributos de acuerdo con el cronograma de la SUNAT					
4	En el último año has tenido retrasos en el pago de los tributos					
5	En el último año se han incrementado tus ventas					
6	En el último año has recibido beneficios de la SUNAT					
7	Tu establecimiento cuenta con Licencia Municipal					
8	Utilizas tarjeta de crédito para pagar tus tributos					
9	Aprovechas las circunstancias para nuevas estrategias de ventas					
10	Conoces la normatividad de la SUNAT para el pago de los tributos					

Anexo No. 4. Base de datos en SPSS

DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida
1	Edad	Númérico	5	0	Edad	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Escala
2	Sexo	Númérico	5	0	Sexo	{1, Masculin...	Ninguna	4	Derecha	Nominal
3	Act	Númérico	5	0	Tipo de negocio	{1, Bodega y...	Ninguna	4	Derecha	Nominal
4	@NE	Númérico	5	0	Nivel educativo	{1, Ninguno}...	Ninguna	4	Derecha	Nominal
5	CT1	Númérico	5	0	CT1	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
6	CT2	Númérico	5	0	CT2	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
7	CT3	Númérico	5	0	CT3	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
8	CT4	Númérico	5	0	CT4	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
9	CT5	Númérico	5	0	CT5	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
10	CT6	Númérico	5	0	CT6	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
11	CT7	Númérico	5	0	CT7	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
12	CT8	Númérico	5	0	CT8	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
13	CT9	Númérico	5	0	CT9	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
14	CT10	Númérico	5	0	CT10	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
15	CT11	Númérico	5	0	CT11	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
16	CT12	Númérico	5	0	CT12	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
17	CT13	Númérico	5	0	CT13	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
18	CT14	Númérico	5	0	CT14	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
19	CT15	Númérico	5	0	CT15	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
20	CT16	Númérico	5	0	CT16	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal

DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida
21	CT17	Numérico	5	0	CT17	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
22	CT18	Numérico	5	0	CT18	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
23	CT19	Numérico	5	0	CT19	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
24	CT20	Numérico	5	0	CT20	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
25	CT21	Numérico	5	0	CT21	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
26	CT22	Numérico	5	0	CT22	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
27	CT23	Numérico	5	0	CT23	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
28	CT24	Numérico	5	0	CT24	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
29	CT25	Numérico	5	0	CT25	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
30	CT26	Numérico	5	0	CT26	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
31	CT27	Numérico	5	0	CT27	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
32	CT28	Numérico	5	0	CT28	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
33	CT29	Numérico	5	0	CT29	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
34	CT30	Numérico	5	0	CT30	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
35	CC	Numérico	5	0	Componente Cognitivo	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Escala
36	CA	Numérico	5	0	Componente Afectivo	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Escala
37	CCO	Numérico	5	0	Componente Conductual	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Escala
38	CT	Numérico	5	0	Cultura Tributaria	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Escala
39	RT1	Numérico	5	0	RT1	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
40	RT2	Numérico	5	0	RT2	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal

DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida
40	RT2	Numérico	5	0	RT2	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
41	RT3	Numérico	5	0	RT3	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
42	RT4	Numérico	5	0	RT4	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
43	RT5	Numérico	5	0	RT5	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
44	RT6	Numérico	5	0	RT6	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
45	RT7	Numérico	5	0	RT7	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
46	RT8	Numérico	5	0	RT8	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
47	RT9	Numérico	5	0	RT9	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
48	RT10	Numérico	5	0	RT10	Ninguna	Ninguna	4	Derecha	Nominal
49	RT	Numérico	5	0	Recaudación Tributaria	{1, Bajo}...	Ninguna	4	Derecha	Escala
50	CT_COD	Numérico	5	0	Cultura Tributaria	{1, Bajo}...	Ninguna	4	Derecha	Nominal
51	CC_COD	Numérico	5	0	Componente Cognitivo	{1, Bajo}...	Ninguna	4	Derecha	Nominal
52	CA_COD	Numérico	5	0	Componente Afectivo	{1, Bajo}...	Ninguna	4	Derecha	Nominal
53	CCO_COD	Numérico	5	0	Componente Conductual	{1, Bajo}...	Ninguna	4	Derecha	Nominal
54	RT_COD	Numérico	5	0	Recaudación Tributaria	{1, Bajo}...	Ninguna	4	Derecha	Nominal