

# UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS

FACULTAD DE CIENCIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



**TESIS**

**CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIÓN TRIBUTARIA EN LOS  
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL PUNO, PERIODO 2024**

**PRESENTADA POR:**

**ELIZABETH LUNA RAMOS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**CONTADOR PUBLICO**

**PUNO – PERÚ**

**2024**



Repositorio Institucional ALCIRA by [Universidad Privada San Carlos](https://www.upsc.edu.pe/) is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



# 11.07%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 8 AUG 2024, 10:51 AM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

**IDENTICAL** 0.66%      **CHANGED TEXT** 10.4%

## Report #22377761

ELIZABETH LUNA RAMOS // CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIÓN TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL PUNO, PERIODO 2024 RESUMEN El estudio titulado "Cultura Tributaria y Obligación Tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno Periodo 2024" se centró como objetivo en investigar la relación entre cultura tributaria y su influencia en el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias. La metodología aplicada en la investigación se enmarca en un enfoque deductivo, con un diseño correlacional y transversal, con el método cuantitativo, utilizando la encuestas como técnica y el cuestionario como instrumento, la población implicada para el desarrollo de la investigación estuvo conformada por 250 comerciales, de las cuales se como una muestra probabilística de 81 comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. Se analizaron los datos utilizando el software estadístico SPSS. Los resultados demostraron que el nivel de cultura tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno periodo 2024 es de nivel regular en un 32.1% y malo en un 67.9%, como también en el nivel de conocimiento tributario sobre la obligación tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 es regular 54.3%y es malo 45.7%, así mismo en el nivel de educación tributaria hacia la obligación tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 demostraron que el 11.1 % es bueno , 64.2% es regular y 24.7% es malo, donde los resultados indicaron una

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**  
**TESIS**

**CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIÓN TRIBUTARIA EN LOS  
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL PUNO, PERIODO 2024**

**PRESENTADA POR:**

**ELIZABETH LUNA RAMOS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**CONTADOR PUBLICO**

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE

:   
M.Sc. KORINA ASQUI GOMEZ

PRIMER MIEMBRO

:   
Dra. MARLENE CUSI MONTESINOS

SEGUNDO MIEMBRO

:   
Mg. CELIA VERÉNISSE ORTIZ DE ORUE ROJAS

ASESOR DE TESIS

:   
Mg. LUIS ALBERTH ROSSEL BERNEDO

Área: Ciencias Económicas, Negocios

Sub Área: Contabilidad y Finanzas

Líneas de investigación: Economía

Puno, 12 de agosto del 2024.

## DEDICATORIA

Agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de llegar hasta este punto y por haberme otorgado salud y vida para alcanzar mis metas, así como por su infinita bondad y amor.

A mis padres, y a mi mamita Elena, quienes me han brindado amor, orientación y han sacrificado mucho para que pudiera seguir mis sueños académicos. Su constante aliento y confianza en mí han sido la fuerza que necesitaba para superar todos los obstáculos.

A mi pareja, agradezco por su apoyo moral y por alentarme a lograr mis objetivos de convertirme en una profesional exitosa. A mi hijo, Benjamin, le agradezco por ser mi motivación para superarme y por inspirarme a enseñarle que no hay barreras para alcanzar el éxito profesional, pero sobre todo por su amor incondicional.

## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Privada San Carlos, por brindarme la oportunidad de formarme académicamente en sus aulas, donde he adquirido conocimientos, valores y experiencias que contribuirán al desarrollo del país y la región.

A la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, por proporcionar una formación profesional integral, tanto teórica como práctica, con un alto nivel académico y científico, lo cual me capacitará para aportar al desarrollo del país.

A los miembros del jurado calificador: M. Sc. Korina Asqui Gomez, Dra. Marlene Cusi Montesinos, Mg. Celia Verenisse Ortiz De Orue Rojas, por ser parte de esta investigación y por determinar su validez.

También quiero expresar mi gratitud a mi asesor, Mg. Luis Alberth Rossel Bernedo, por brindarme el apoyo y la orientación constante antes, durante y después de la realización de este trabajo de investigación, de manera eficiente para la culminación de esta investigación.

Además, agradezco a los comerciantes del Mercado Central Puno por su colaboración fundamental en el desarrollo de este estudio.

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	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

<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>13</b>
1.1.1. Problema General	15
1.1.2. Problemas específicos	15
<b>1.2. ANTECEDENTES</b>	<b>16</b>
1.2.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	16
1.2.2. ANTECEDENTES NACIONALES	18
1.2.3. ANTECEDENTES LOCALES	21
<b>1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>25</b>
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	25
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25

### CAPÍTULO II

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

<b>2.1. MARCO TEÓRICO</b>	<b>26</b>
2.1.1. CULTURA TRIBUTARIA	26
2.1.2. OBLIGACION TRIBUTARIA	30
<b>2.2. MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>31</b>
<b>2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>37</b>
2.3.1. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	37

### **CAPÍTULO III**

#### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

<b>3.1. ZONA DE ESTUDIO</b>	<b>38</b>
<b>3.2. TAMAÑO DE MUESTRA</b>	<b>39</b>
<b>3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS</b>	<b>41</b>
<b>3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES</b>	<b>43</b>
3.4.1. Variable general	43
3.4.2. Operacionalización de las variables	44
<b>3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO</b>	<b>45</b>

### **CAPÍTULO IV**

#### **EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS**

<b>4.1. EXPOSICION Y ANALISIS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>46</b>
4.1.1. Resultados de la variable cultura tributaria	46
4.1.2. Resultados de la dimensión Conciencia tributaria	47
4.1.3. Resultados de la dimensión Educación Tributaria	47
4.1.4. Resultados de la dimensión Orientación tributaria	48
4.1.5. Resultados de la dimensión difusión tributaria	49
<b>4.2. EXPOSICION Y ANALISIS DE LA VARIABLE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS</b>	<b>49</b>
4.2.1. Resultados de la variable Obligaciones Tributarias	49

<b>4.3. PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS</b>	<b>50</b>
4.3.1 PRUEBA DE NORMALIDAD	50
4.3.2. VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL	51
4.3.3. VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	53
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>62</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>64</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>66</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>70</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 01:</b> Comerciantes del Mercado Central distribuido por secciones	39
<b>Tabla 02:</b> Distribución de la muestra por estratos	40
<b>Tabla 03:</b> Operacionalización de variables.	44
<b>Tabla 04:</b> Cultura tributaria	46
<b>Tabla 05:</b> Conciencia Tributaria	47
<b>Tabla 06:</b> Educación Tributaria	47
<b>Tabla 07:</b> Orientación tributaria	48
<b>Tabla 08:</b> Difusión Tributaria	49
<b>Tabla 09:</b> Obligación tributaria	49
<b>Tabla 10:</b> Pruebas de normalidad	50
<b>Tabla 11:</b> Validación de hipótesis general	52
<b>Tabla 12:</b> Validación de la hipótesis específica 1	54
<b>Tabla 13:</b> validación de hipótesis específica 2	56
<b>Tabla 14:</b> Validación de la hipótesis específica 3	58
<b>Tabla 15:</b> Validación de la hipótesis específica 4	60

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 01:</b> Ubicación del mercado central puno	38
<b>Figura 02:</b> Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno	75
<b>Figura 03:</b> Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno	76
<b>Figura 04:</b> Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno	77
<b>Figura 05:</b> Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno	78
<b>Figura 06:</b> Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno	79
<b>Figura 07:</b> Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno	80

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo 01:</b> Matriz de consistencia	71
<b>Anexo 02:</b> Instrumento de investigación sobre la cultura tributaria	73
<b>Anexo 03:</b> Instrumento de investigación sobre la obligación tributaria	74
<b>Anexo 04:</b> Evidencias fotográficas de los Comerciantes Mercado Central Puno	75
<b>Anexo 05:</b> Base de datos	81

## RESUMEN

El estudio titulado "Cultura Tributaria y Obligación Tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno Periodo 2024" se centró como objetivo en investigar la relación entre cultura tributaria y su influencia en el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias. La metodología aplicada en la investigación se enmarca en un enfoque deductivo, con un diseño correlacional y transversal, con el método cuantitativo, utilizando la encuestas como técnica y el cuestionario como instrumento, la población implicada para el desarrollo de la investigación estuvo conformada por 250 comerciales, de las cuales se como una muestra probabilística de 81 comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. Se analizaron los datos utilizando el software estadístico SPSS. Los resultados demostraron que el nivel de cultura tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno periodo 2024 es de nivel regular en un 32.1% y malo en un 67.9%, como también en el nivel de conocimiento tributario sobre la obligación tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 es regular 54.3% y es malo 45.7%, así mismo en el nivel de educación tributaria hacia la obligación tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 demostraron que el 11.1 % es bueno , 64.2% es regular y 24.7% es malo, donde los resultados indicaron una relación significativa entre la cultura tributaria y la obligación tributaria de los Comerciantes Del Mercado Central Puno, periodo 2024. Se encontró una correlación positiva baja, mediante el coeficiente de Rho de Spearman ( $\rho = 0.383^{**}$ ), con un nivel de significancia de 0.000, inferior al 0.05, lo que manifiesta que los comerciantes encuestados mostraron informalidad.

**Palabras clave:** Comerciantes, Cultura tributaria, Mercados, Obligación tributaria.

## ABSTRACT

The study titled "Tax Culture and Tax Obligation in the Merchants of the Puno Central Market Period 2024" focused on investigating the relationship between tax culture and its influence on the degree of compliance with tax obligations. The methodology applied in the research was framed in a deductive approach, with a correlational and transversal design, with the quantitative method, using surveys as a technique and the questionnaire as an instrument, the population involved in the development of the research was made up of 250 salespeople, of which probabilistic sample of 81 merchants of the Puno Central Market, period 2024. The data was analyzed using the SPSS statistical software. The results showed that the level of tax culture in the Puno Central Market Merchants period 2024 is of a regular level at 32.1% and bad by 67.9%, as well as in the level of tax knowledge about the tax obligation in the Merchants of the Central Market Puno, period 2024 it is regular 54.3% and it is bad 45.7%, likewise in the level of tax education towards the tax obligation in the Merchants of the Central Market Puno, period 2024 showed that 11.1% is good, 64.2% is regular and 24.7% is bad, where the results indicated a significant relationship between the tax culture and the tax obligation of the Merchants of the Central Market Puno, period 2024. A low positive correlation was found, measured by Spearman's Rho coefficient ( $\rho = 0.383^{**}$ ), with a significance level of 0.000, lower than 0.05, which shows that the merchants surveyed showed informality.

**Keywords:** Merchants, tax culture, markets, tax obligation.

## INTRODUCCIÓN

El estudio de investigación tiene como propósito analizar el impacto de la actitud hacia los impuestos de la cultura tributaria y su influencia en el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno.

Se argumenta que la cultura tributaria es crucial para el progreso social. La ciudadanía busca crear conciencia sobre la tributación, subrayando que no es solo una obligación fiscal, sino un compromiso hacia la sociedad, basado en el entendimiento y la valoración de las responsabilidades tributarias. Para promover una cultura tributaria responsable y voluntaria, es fundamental la participación de todos los sectores sociales, incluyendo el sistema educativo, que debería inculcar valores relacionados. Además, el gobierno debe difundir información y cultivar la confianza a través de políticas tributarias orientadas al bienestar colectivo y la reducción de la corrupción (Condori, 2024). Partiendo de este principio fundamental y de gran importancia, este estudio pretende demostrar lo esencial que es la cultura tributaria para los comerciantes, ya que esto ayuda a prevenir la evasión tributaria, informalidad de los comerciantes.

El objetivo es analizar cómo la cultura influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central de Puno, no obstante, una gran parte de los comerciantes presentan deficiencias en su cultura tributaria y también con cierto grado de desinterés en sus obligaciones tributarias. Esto se debe en parte a la falta de conocimiento por parte de los comerciantes sobre la adecuada orientación en la cultura tributaria en los comerciantes. Todo ello se encuentra estructurado en los siguientes capítulos que se detallan a continuación.

En el capítulo I: En este capítulo se describe el planteamiento del problema general y específico, seguido de la justificación y se concluye con la descripción de antecedentes a nivel local, regional y nacional

En el capítulo II: En este capítulo se consigna el marco teórico el cual engloba las teorías y conceptos aplicados en la investigación, seguido de la hipótesis general y específicos de la tesis.

En el capítulo III: Se define la zona de estudio, población y muestra, la metodología a aplicar en la investigación, seguido de la operacionalización de variables.

En el capítulo IV: En este capítulo es de suma importancia; puesto que, se presenta la descripción, análisis e interpretación de los resultados que orientan todo el proceso investigativo. Finalmente, se presentan conclusiones, recomendaciones, bibliografías y anexos de la investigación.

## CAPÍTULO I

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

#### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En América Latina y el Caribe enfrentan desafíos económicos importantes, con proyecciones de bajo crecimiento y una inflación persistentemente alta. Las tasas de interés podrían permanecer altas debido a la combinación de deuda pública elevada y menores ingresos fiscales debido al bajo crecimiento. Se espera una desaceleración en la creación de empleo, inversión y un aumento en las demandas sociales, lo que presenta desafíos para la política macroeconómica. A nivel mundial, hay incertidumbre financiera y una desaceleración en el crecimiento y el comercio. Así mismo se proyecta un crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) mundial del 3,0% en 2023, inferior al promedio durante la década anterior. (CEPAL, 2023)

En las economías con altos niveles de informalidad, los recursos públicos disponibles para contrarrestar recesiones profundas y respaldar la recuperación son más escasos en comparación con otras economías. En estos países, los ingresos públicos representan alrededor del 20% del PIB, entre 5 y 12 puntos porcentuales menos que en economías con menor informalidad. Además, el gasto público puede reducirse hasta en 10 puntos porcentuales del PIB. También, la capacidad de los bancos centrales, para respaldar estas economías se ve limitada por los sistemas financieros subdesarrollados asociados a la alta informalidad. (Banco Mundial, 2021).

El informe del INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) de 2022 destaca que el sector informal representó el 17.8% del PBI, subrayando la necesidad de reducir esta informalidad para ampliar la base tributaria. El BID (Banco Interamericano de Desarrollo) sugiere implementar regímenes tributarios simplificados para pequeños contribuyentes, como se ha hecho en Brasil, donde se estima que han facilitado la formalización de 500,000 microempresas y aumentado sus ingresos y empleo. Para mejorar la recaudación, es esencial reducir los espacios de incumplimiento. Según el MEF (Ministerio de Economía y Finanzas), la evasión y elusión fiscal representaron el 8% del PBI en 2021. La CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) recomienda desarrollar herramientas de facturación electrónica, como plataformas móviles y sistemas de gestión de riesgos, para simplificar el proceso tributario. Es por eso la importancia de aumentar la recaudación promoviendo la formalización empresarial y reduciendo la evasión fiscal, instando al Estado a centrar sus esfuerzos en promover el empleo formal mediante medidas que impulsen la inversión y la competitividad. (Economía, 2024)

Según Suarez destaca la importancia crucial de la sabiduría tributaria en el proceso de recaudación de impuestos, fundamental para promover el progreso sostenible de un país. Argumenta que una población con un alto nivel de conocimiento tributario entenderá la importancia de cumplir con sus obligaciones fiscales, lo que generará más oportunidades de desarrollo para el Perú. Sin embargo, señala que la mayoría de los contribuyentes carecen de un conocimiento adecuado sobre los impuestos, desconociendo tanto su destino como las normativas tributarias. Por lo tanto, subraya la necesidad imperativa de promover una cultura tributaria entre la ciudadanía, para que comprendan sus deberes fiscales de acuerdo con los valores democráticos. (Suarez, 2022)

En la región de Puno se puede apreciar que aparentemente se observa informalidad en los comerciantes en su gran mayoría ya que al realizar una compra no se aprecia la

emisión de comprobantes de pago por lo que se presume que no cuentan con la conciencia tributaria. Así mismo sucede en este Mercado Central Puno que se tiene este tipo de problemas de incumplimiento en cuanto a sus obligaciones tributarias y se percibe una falta de educación tributaria, lo que motiva a evadir con los pagos de sus obligaciones tributarias, debido a la competencia desleal originada, obliga a asumir el impuesto como costo del producto, para poder mantenerse en el mercado y así para obtener más utilidades en beneficio propio. Además, la falta de incentivos para cumplir con las obligaciones tributarias se debe a que los contribuyentes no comprenden que su cumplimiento beneficia a la sociedad en general, esta situación se agrava por la ausencia de programas educativos sobre impuestos por parte del ente recaudador como la SUNAT, lo que impide la formación de una conciencia tributaria entre los Comerciantes del Mercado Central Puno.

A pesar de la importancia de la recaudación tributaria para el funcionamiento de las instituciones públicas y el desarrollo económico, se observa una brecha significativa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias entre los Comerciantes del Mercado Central Puno, Sin duda la difusión tributaria y la orientación tributaria es importante ya que la SUNAT debería tener más cercanía a si a los comerciante dando charlas, orientar información sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en tal sentido y por lo mencionado planteo la siguiente interrogante.

#### **1.1.1. Problema General**

¿Cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024?

#### **1.1.2. Problemas específicos**

- ¿Cómo la conciencia tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024?

- ¿De qué manera la educación tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024?
- ¿Cómo la orientación tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024?
- ¿Cómo se relaciona la difusión tributaria al cumplimiento de las obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024?

## **1.2. ANTECEDENTES**

### **1.2.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES**

Según Espino (2019) el propósito de su investigación es identificar las similitudes y disparidades en la cultura tributaria. La cual recopiló información de documentos y artículos científicos de diversas fuentes. Ya que aplicaron criterios de selección, incluyendo el concepto de cultura tributaria, el periodo de estudio, la ubicación geográfica, así como la validez y fiabilidad de los resultados. La cuales analizaron 20 artículos científicos que contribuyeron al logro del objetivo planteado. Los hallazgos revelaron que los puntos en común entre México, Colombia y Perú en cuanto a cultura tributaria incluyen el incumplimiento de obligaciones, la evasión de impuestos y la desconfianza en la administración de los fondos recaudados. Por otro lado, Chile se distingue por tener un nivel elevado de cultura tributaria, gracias a los programas estatales dirigidos a los ciudadanos. En contraste, Perú se destaca por su enfoque en la educación tributaria a través de programas universitarios respaldados por SUNAT, la autoridad fiscal del país.

Según Jacome (2021) en su investigación que fue desarrollada en Colombia, específicamente en relación con el pago de impuestos de industria y comercio, así como el predial unificado. Se destaca la importancia de analizar cómo la recaudación de impuestos incide en la generación de ingresos y el desarrollo económico en esta área,

que forma parte de la región del Catatumbo, afectada por la violencia y la ilegalidad. Desde el punto de vista metodológico, se realizó una clasificación de las actividades económicas y se evaluó el nivel de cumplimiento tributario a través del conocimiento, la aceptación y el compromiso con respecto a los impuestos. Posteriormente, se llevó a cabo una encuesta dirigida a la fuente primaria con el fin de evaluar el nivel de cultura tributaria entre los comerciantes. Los resultados de la investigación revelan que los contribuyentes en este sector muestran un bajo nivel de cultura tributaria, dado que menos del 50% realiza los pagos de impuestos municipales de manera oportuna y consciente.

Según Tene (2019) en su estudio de investigación el objetivo de su tesis es comprender el nivel de cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones fiscales en el mercado mencionado. Además, busca proponer un plan de capacitación adaptado a las necesidades actuales del Mercado Gran Colombia, con el fin de proporcionar a los comerciantes los conocimientos necesarios para cumplir con sus obligaciones fiscales. Para llevar a cabo este trabajo, se realizó una revisión bibliográfica inicial para obtener una comprensión más profunda del tema. Luego, se seleccionó una muestra de 300 personas de una población total de 1200 comerciantes del mercado. A estos se les administró un cuestionario con el propósito de recabar información relevante sobre su nivel de conocimiento en materia tributaria y su cumplimiento de las obligaciones fiscales. Los resultados indicaron que los comerciantes del Mercado Gran Colombia tienen un bajo conocimiento en temas tributarios, en parte debido a la falta de educación y a la información insuficiente proporcionada por la Administración tributaria. Además, se encontró que la mayoría de los contribuyentes no cumplen eficazmente con sus obligaciones fiscales, principalmente porque desconocen cómo completar los comprobantes de venta, lo que representa un riesgo para la precisión en el análisis de sus operaciones comerciales. Como conclusión, se propone un plan de capacitación que

se considera una herramienta importante para los comerciantes del Mercado Gran Colombia y otros involucrados en actividades comerciales similares. Este plan incluye información detallada, procedimientos y pautas para mejorar la comprensión de los contribuyentes sobre los impuestos, lo que se espera que influya positivamente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y promueva una mayor cultura tributaria, aspectos cruciales para el desarrollo local y nacional.

### **1.2.2. ANTECEDENTES NACIONALES**

Según Agreda & Muñoz (2022) la elusión de impuestos por parte de los trabajadores autónomos representa un problema de considerable magnitud en el Perú. Por tanto, el propósito principal de este estudio es analizar la relación entre la cultura tributaria y la elusión fiscal entre los trabajadores autónomos. En términos metodológicos, este estudio adopta un enfoque cuantitativo de tipo explicativo, utilizando la técnica de la encuesta y el cuestionario con escala de Likert. Los resultados principales revelan una influencia significativa entre la cultura tributaria y la elusión fiscal de los trabajadores autónomos encuestados, con un nivel de significancia inferior al 0.05. Esta influencia es negativa, evidenciada por un valor Beta de -0.83. En conclusión, se determina que la cultura tributaria tiene un impacto negativo en la elusión fiscal de los encuestados. Por lo tanto, se establece que una mayor cultura tributaria conduce a una reducción en los actos de elusión fiscal entre los trabajadores autónomos.

Según Valverde et al. (2024) en su investigación el objetivo que planteó es analizar la conexión entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales en el mercado. Se contextualiza en base a datos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) del Perú, que reporta altos niveles de evasión tributaria en el país en 2018, con un 36% en el Impuesto General a las Ventas (IGV) y un 57% en el Impuesto a la Renta. Esto sugiere una considerable cantidad de individuos y empresas que no cumplen con sus

obligaciones tributarias. El enfoque de la investigación es básico, descriptivo y correlacional, con un diseño no experimental y transversal. La población de estudio consistió en 108 socios comerciantes del mercado modelo en el distrito de Barranca, Perú, y se trabajó con el total de la población. Se utilizó la técnica de la encuesta para recopilar datos de los 108 comerciantes, con el fin de verificar la hipótesis propuesta: que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales en el mercado modelo de Barranca. Los resultados indican que el 78.7% de los comerciantes poseen un alto nivel de cultura tributaria, mientras que el 75% cumplen con sus obligaciones fiscales, confirmando la hipótesis y sugiriendo que un mayor nivel de cultura tributaria está asociado con un mejor cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los comerciantes.

Según Mamani & Espinoza (2022) en su investigación sobre la carencia de una cultura tributaria adecuada conduce a la pérdida de ingresos fiscales. Por tanto, es esencial que el Estado implemente estrategias para aumentar la conciencia y comprensión de las responsabilidades tributarias. Con este propósito, se llevó a cabo esta investigación con el objetivo de examinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los comerciantes en el año 2021. El estudio adopta un enfoque metodológico cuantitativo como una investigación aplicada, con un diseño no experimental y un nivel de investigación correlacional de tipo transversal. La población de estudio comprende 383 comerciantes, de los cuales se seleccionó una muestra de 61. Los resultados revelaron una correlación positiva significativa, indicando que existe una alta relación (0.765) entre la cultura tributaria de los comerciantes y el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Una de las conclusiones principales es que un mayor nivel de cultura tributaria está asociado con un mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes.

Según Gonzales (2022) en su estudio de investigación tuvo como objetivo principal investigar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Esta investigación adoptó un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de tipo transversal con un nivel descriptivo correlacional. La población de estudio estuvo conformada por 60 comerciantes, y la recopilación de datos se realizó mediante encuestas utilizando cuestionarios como instrumento de recolección. Estos cuestionarios fueron validados por tres expertos y se determinó la confiabilidad a través del coeficiente Alfa de Cronbach. Los resultados revelaron una relación positiva, considerable y significativa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales, como lo demuestra el coeficiente de correlación de Spearman, que alcanzó un valor de 0.715 con un nivel de significancia de 0.000. Por lo tanto, se sugiere que mejorar la cultura tributaria entre los comerciantes del mercado podría resultar en un aumento en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

Según Suarez (2022) el propósito de su investigación es que busca entender este impacto a través de las dimensiones de conciencia, conocimiento y cumplimiento de obligaciones, con el objetivo de comprender cómo la cultura influye en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los comerciantes en la provincia de Santa Cruz, Cajamarca. Este informe se fundamenta en la teoría de la investigación, centrándose en el análisis de la cultura tributaria como variable independiente y el cumplimiento de las obligaciones tributarias como variable dependiente. Se empleó una metodología de tipo explicativo de nivel cualitativo, con un diseño no experimental, utilizando técnicas de análisis documental. El instrumento principal para la recolección de información fue una encuesta, complementada con observación directa y cuestionarios estructurados específicamente para la investigación, aplicados a los comerciantes objeto de estudio. Los resultados indicaron que los comerciantes tienen un bajo nivel de cultura tributaria y un nivel medio de cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Se concluyó que mejorar la

cultura tributaria tendría un impacto positivo en el cumplimiento de estas obligaciones. La baja cultura tributaria se atribuye al bajo nivel de educación y a la falta de información proporcionada por la SUNAT, así como a la percepción de corrupción y falta de transparencia en el uso de los impuestos recaudados por los gobiernos. Esto ha generado un desinterés por parte de los contribuyentes en estar informados sobre su situación tributaria. Se señaló que la baja cultura tributaria ha afectado el crecimiento económico de los comerciantes, llevándolos a cometer infracciones y recibir sanciones. Además, ha tenido un impacto negativo en la recaudación de impuestos a nivel nacional, lo que afecta la capacidad del gobierno para cubrir las necesidades básicas de la ciudadanía, como seguridad, educación y salud. Se resalta que un bajo nivel de cultura tributaria dificulta la búsqueda de soluciones alternativas que puedan contribuir al desarrollo del Perú

### **1.2.3. ANTECEDENTES LOCALES**

Según Yto (2022) el propósito de la investigación realizada fue evaluar cómo la cultura tributaria influye en la recaudación del impuesto a la renta según la percepción de los comerciantes. Se empleó un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con un nivel relacional-causal y un diseño no experimental de corte transversal. La muestra consistió en 137 comerciantes seleccionados de una población de 212. Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de datos. Para contrastar las hipótesis, se aplicó la prueba de correlación Rho de Spearman, ya que los datos no presentaron una distribución normal. Tras analizar los resultados, se determinó una influencia muy alta y significativa de la cultura tributaria en la recaudación tributaria, con un coeficiente de correlación de 0.995. Esto indica que a medida que los comerciantes del Mercado Bellavista tengan una mejor cultura tributaria, mejorarán tanto el pago de impuestos como la recaudación tributaria en el mismo.

Según Pinazo (2022) en la investigación realizada que se abordó con el propósito de determinar la conexión entre ambos aspectos. La metodología empleada se enmarca en un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y correlacional. Se utilizó la encuesta como técnica para ambas variables. Se aplicó el método de correlación de Pearson para el análisis estadístico. Los resultados indicaron que el nivel de cultura tributaria entre los comerciantes del mercado era medio en un 58.8%, bajo en un 22.5%, y alto en un 18.7%. Asimismo, el conocimiento sobre evasión fiscal se calificó como moderado en un 48.1%, alto en un 38.5%, y bajo en un 13.4%. Se concluyó que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y la evasión fiscal entre los comerciantes, dado que el valor de significancia fue de 0.000, menor que 0.05 ( $p = < 0.05$ ). Por lo tanto, se aceptó la hipótesis alternativa y se rechazó la hipótesis nula.

Según Puma (2022) el propósito de esta investigación fue evaluar el nivel de comprensión tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes. Se empleó un enfoque descriptivo y explicativo con un diseño no experimental. Los métodos utilizados fueron analíticos, descriptivos y deductivos. Los resultados se presentaron a través de tablas y figuras, seguidos de la verificación de hipótesis, las cuales fueron confirmadas. Se llegó a la conclusión de que los factores educativos, sociales y económicos influyen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Se observó que un gran porcentaje de comerciantes tiene educación primaria o secundaria y carece de conocimientos tributarios, y que muchos desconocen el destino de los impuestos. Aunque la mayoría de los comerciantes tienen ingresos mensuales superiores a S/ 2,000.00, no todos tributan, principalmente debido a las percepciones de tasas impositivas excesivas y a la falta de inscripción en el RUC. Como conclusión, se recomienda a la administración tributaria establecer convenios con instituciones educativas para capacitar a los estudiantes en temas fiscales y organizar

charlas regulares con profesionales especializados para motivar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, lo que contribuiría al desarrollo del país.

Según Condori (2024) la investigación tuvo como propósito principal examinar si el nivel de cultura tributaria tiene una influencia significativa en el grado de informalidad entre los comerciantes del mencionado mercado en el año 2023. Se empleó un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo y correlacional, utilizando la encuesta como técnica para recolectar datos. Los resultados de las encuestas mostraron lo siguiente: De los 80 comerciantes encuestados, 6 de ellos (7.5%) demostraron tener un buen conocimiento tributario, mientras que el 87.5% mostró un nivel de conocimiento tributario regular, y el 5.0% restante evidenció un conocimiento tributario deficiente. En cuanto a la informalidad, de los 80 comerciantes, el 3.8% exhibió un nivel bajo de informalidad, el 68.8% mostró una informalidad regular, y el 27.5% tuvo un alto grado de informalidad. La investigación concluyó que la cultura tributaria ejerce una influencia significativa en la informalidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de Puno en 2023. Esto se sustenta en el valor de la significancia obtenido (0.000), el cual es inferior a 0.05 ( $p = < 0.05$ ), lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alternativa y el rechazo de la hipótesis nula.

Según Vilca (2021) en su investigación se enfocó en analizar cómo la cultura tributaria impacta en la evasión de impuestos en las microempresas del mercado mencionado. En su estudio se realizó con una muestra de 72 microempresarios del Mercado, representando diferentes secciones de negocio. La metodología utilizada fue cualitativa, centrándose en comprender el significado de las acciones de los encuestados, con un diseño descriptivo, correlacional y de corte transversal. El instrumento utilizado para la investigación incluyó dimensiones e indicadores establecidos en la operacionalización de variables, aplicados a la muestra seleccionada. Los resultados fueron validados mediante la prueba de Chi-cuadrado, donde la significación ( $p$ ) fue menor que el nivel de

significancia establecido ( $\alpha=0.05$ ), lo que llevó a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, concluyendo que la cultura tributaria influye en la reducción de la evasión tributaria en las microempresas del Mercado. Además, la parte descriptiva reveló que los niveles de cultura tributaria se distribuyen principalmente en alto (61.1%) y regular (38.9%). Se recomienda a la administración tributaria proporcionar capacitaciones, orientación y mayor difusión de información sobre cultura tributaria a los microempresarios del mercado, con el fin de disminuir la evasión tributaria y evitar sanciones que puedan afectar el desarrollo de estos negocios en la ciudad de Puno.

Según Ccuno (2023) su investigación se centró en analizar cómo la cultura tributaria afectó el cumplimiento de las obligaciones fiscales. La pregunta principal fue si existe una conexión entre la cultura tributaria y el cumplimiento de estas obligaciones en dicho mercado durante la pandemia. La hipótesis planteada fue que sí existe una relación directa entre ambas variables. El estudio utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño de investigación no experimental transversal correlacional-causal. La población total fue de 2854 comerciantes, y se seleccionó una muestra de 339 a quienes se les administró un cuestionario sobre cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones fiscales, basado en el trabajo de Acosta y Tapullima (2019). Los resultados revelaron una correlación positiva alta y altamente significativa estadísticamente ( $r = 0.898^{**}$ ) entre ambas variables, según el coeficiente de correlación de Pearson. Esto respalda la hipótesis de investigación, concluyendo que hay una relación directa entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Además, se estableció que el 80% de esta relación es significativa, lo que implica que a medida que aumenta la cultura tributaria, también lo hace el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

### **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central de Puno, periodo 2024.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar cómo la conciencia tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.
- Evaluar cómo la educación tributaria influye en el cumplimiento de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.
- Determinar cómo influye la orientación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.
- Evaluar cómo se relaciona la difusión tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.

## CAPÍTULO II

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

#### 2.1. MARCO TEÓRICO

##### 2.1.1. CULTURA TRIBUTARIA

Según la SUNAT describe la idea de que en una sociedad, tanto los ciudadanos como los funcionarios públicos, comparten valores, conocimientos y actitudes hacia el sistema tributario y el cumplimiento de las leyes fiscales. Esto implica que las personas pagan sus impuestos de manera continua y voluntaria, basándose en la razón, la confianza y el respeto hacia la ética personal, la legalidad, la responsabilidad ciudadana y la solidaridad social (Sunat, 2020).

También se argumenta que la cultura tributaria es un factor crucial que impacta en el progreso de las sociedades. El propósito de la ciudadanía fiscal es generar conciencia sobre la tributación, destacando que no se trata únicamente de una obligación fiscal, sino de un compromiso de los ciudadanos hacia la sociedad, basado en el entendimiento y la valoración de sus responsabilidades tributarias. Sin embargo, para fomentar una cultura tributaria responsable y voluntaria, es esencial la participación de todos los sectores de la sociedad, comenzando por el sistema educativo, el cual debería impartir valores relacionados. Por otro lado, el gobierno debe difundir información y cultivar la confianza en conjunto con políticas tributarias orientadas al bienestar colectivo y a la reducción de la corrupción (Condori, 2024).

### 2.1.1.1 Conocimiento tributario

Este texto sugiere que los valores morales no son suficientes para explicar por qué los ciudadanos no cumplen voluntariamente con sus obligaciones fiscales. Es preocupante que la evasión fiscal no sea vista como un acto perjudicial para la sociedad, sino como una habilidad en muchos casos. Esto indica que los evasores no enfrentan rechazo social y seguirán evadiendo impuestos incluso si la autoridad fiscal aplica sanciones y mejora sus servicios para fomentar el cumplimiento voluntario (Larrea, 2020).

Según lo estipulado en la Constitución Política del Perú de 1993, en su Artículo 74, los impuestos solamente pueden ser creados, modificados o derogados mediante ley o acto legislativo, o en caso de delegación de autoridad. Los gobiernos locales tienen la potestad de establecer, modificar, derogar o exonerar tasas dentro de su jurisdicción y dentro de los límites establecidos por la ley, siempre respetando el principio de reserva de derechos, igualdad y los derechos fundamentales de las personas, evitando cualquier efecto expropiatorio.

De acuerdo con esta disposición legal, los gobiernos locales tienen la facultad exclusiva de establecer, modificar, derogar o exonerar tasas mediante ley. Por lo tanto, es responsabilidad del gobierno local elaborar tasas acordes al contexto de su realidad y desarrollar estrategias de gestión tributaria.

Por otro lado, el Artículo 79 establece que el Congreso no puede imponer impuestos para un fin específico sin la solicitud del Poder Ejecutivo. En otros casos, las leyes fiscales sobre beneficios o exoneraciones requieren la comunicación previa del Ministerio de Economía y Finanzas. Solo mediante una ley expresa, aprobada por dos tercios de los congresistas, se puede establecer un tratamiento tributario especial y temporal para una zona determinada del país. (Condori, 2024)

### **2.1.1.2 Informalidad de los comerciantes**

La informalidad en el comercio es un fenómeno económico que abarca a individuos que generan ingresos sin cumplir con sus obligaciones tributarias, y a veces recurren a prácticas corruptas para obtener ventajas en el mercado. Generalmente, aquellos que se dedican al comercio informal son personas de bajos recursos y con menos oportunidades de conexión con el estado. Se refiere a actividades comerciales que se llevan a cabo en espacios públicos con gran afluencia de personas o en lugares no autorizados, como el comercio callejero y las ferias, realizadas por vendedores informales presentes en todos los países (Condori, 2024).

### **2.1.1.3 Importancia en la educación tributaria**

La educación tributaria es fundamental incluso para los jóvenes, a pesar de que inicialmente no estén directamente involucrados en el pago de impuestos. Aunque Delgado Lobo argumenta que la educación tributaria se considera principalmente una responsabilidad de los adultos que pagan impuestos, es importante reconocer que inculcar conocimientos sobre impuestos desde una edad temprana puede tener beneficios significativos. Al educar a los jóvenes sobre los fundamentos de los impuestos y cómo estos afectan a la sociedad, se pueden fomentar valores de responsabilidad cívica y conciencia fiscal desde una edad temprana, preparándose para ser ciudadanos informados y contribuyentes responsables en el futuro. Además, la educación tributaria puede ayudar a los jóvenes a comprender la importancia de los impuestos en la provisión de servicios públicos y en el funcionamiento de la sociedad en su conjunto, lo que puede contribuir a una cultura tributaria más sólida y a una mayor participación cívica (Solórzano, 2011).

### **2.1.1.4. Objetivos y finalidad de la educación tributaria**

Los objetivos y propósitos de la educación fiscal son centrarse en inculcar ideas, valores y actitudes que promuevan la responsabilidad tributaria y desalienten la evasión fiscal. Más que simplemente impartir conocimientos académicos con connotaciones morales, se busca que se aborde en el aula como una cuestión de responsabilidad ciudadana. Esto implica reconocer las obligaciones fiscales tanto por mandato legal como por un sentido de deber cívico, destacando las consecuencias del incumplimiento de estas obligaciones para el individuo y la sociedad. En este sentido, la educación fiscal debe enfocarse en:

- Identificar los diversos bienes y servicios públicos.
- Entender el valor económico y el impacto social de estos bienes y servicios.
- Reconocer las distintas fuentes de financiación, especialmente los impuestos.
- Establecer los derechos y responsabilidades relacionados con la prestación pública de bienes y servicios.
- Internalizar el respeto por lo público, financiado mediante el esfuerzo colectivo y utilizado en beneficio común.
- Aceptar la responsabilidad fiscal como un valor fundamental para la convivencia social en una cultura democrática, identificando el cumplimiento de las obligaciones tributarias como un deber cívico.
- Comprender que la fiscalidad, tanto en la recaudación como en el gasto público, es un ámbito en el que se aplican los valores de equidad, justicia y solidaridad en una sociedad democrática.

#### **2.1.1.5. Orientación tributaria**

La orientación tributaria está relacionada con el verbo "orientar", que implica situar algo en una posición específica, comunicar un mensaje de manera clara y oportuna a una persona que busca comprender un concepto o término desconocido, o guiar a alguien hacia un destino particular. En este contexto, la orientación tributaria se refiere a la

comunicación, información y guía proporcionadas por la SUNAT al contribuyente sobre asuntos relacionados con los impuestos (Mamani & Espinoza, 2022).

### **2.1.2. OBLIGACION TRIBUTARIA**

El Código Tributario peruano establece que la obligación tributaria es de naturaleza pública, siendo un vínculo legal entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (el contribuyente), cuyo propósito es asegurar el cumplimiento de la obligación fiscal. Esta definición coincide con lo expresado en la doctrina, ya que implica el cumplimiento de una obligación por parte del contribuyente hacia el Estado. Además, el código señala que la obligación tributaria surge cuando se realiza el hecho previsto en la ley, que actúa como el generador de dicha obligación (Cárdenas, 2020).

La obligación tributaria se define como la responsabilidad que tienen los contribuyentes de pagar impuestos al Estado para financiar los gastos públicos. Es responsabilidad del Estado garantizar la recaudación de estos impuestos de acuerdo con la capacidad económica de cada contribuyente. Por lo tanto, las obligaciones tributarias son un lazo que une a los contribuyentes con el Estado, cuyo cumplimiento se basa en la obligación de contribuir al financiamiento de la nación y, por consiguiente, satisfacer las necesidades de la sociedad según (Gonzales, 2022).

Según MEF la responsabilidad fiscal es una obligación de carácter público, representa la conexión legal entre quien cobra los impuestos y quién los debe, con el fin de garantizar el cumplimiento de los pagos fiscales, los cuales pueden ser exigidos de manera colectiva según (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007).

#### **2.1.2.1. Obligación tributaria formal**

Las obligaciones formales son conocidas como las obligaciones secundarias. Se refiere a los pasos y procedimientos del contribuyente, no hace o soportar obligatoriamente, es

decir, están contempladas para el cumplimiento formal de las prestaciones no patrimoniales tributarias, incluyendo la declaración y muestra de los documentos. Entre las obligaciones formales que la ley determina se tiene el registrarse (Peña & Núñez, 2021).

#### **2.1.2.2. Obligación tributaria sustancial**

Las obligaciones sustanciales, también conocidas como obligaciones principales, se refieren al pago de los impuestos. Este deber implica un compromiso entre el contribuyente que realiza el pago y el fisco que lo recibe, generalmente en forma de dinero según lo establecido en los artículos 69 y 70 del Código Tributario, o en casos excepcionales, mediante la entrega de bienes. Entre estas obligaciones se incluye el pago puntual de impuestos dentro de plazos determinados, así como la retención y consignación de cantidades por detracciones según lo estipulado por la ley. Estas obligaciones constituyen la base de la recaudación tributaria, representando los fondos en moneda legal que se destinan a los gastos públicos, necesarios para el cumplimiento de las obligaciones y servicios del Estado. En caso de incumplimiento, el Estado está facultado para aplicar sanciones, ya que la recaudación de impuestos es vital para financiar los servicios y bienes que benefician a la sociedad (Peña & Núñez, 2021).

## **2.2. MARCO CONCEPTUAL**

### **Beneficio común para la sociedad**

El pago puntual de impuestos resulta en beneficio para toda la sociedad, permitiendo invirtiendo en sectores como educación, salud, seguridad, infraestructura pública, impulsando así el desarrollo económico (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Campañas de orientación tributaria**

Las campañas de orientación tributaria son planes y estrategias implementados por la SUNAT con el objetivo de guiar a los emprendedores y fomentar en ellos una comprensión social sobre los impuestos (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Canales de atención al contribuyente**

De manera similar, la SUNAT desarrolla y difunde diversos programas actualmente, utilizando medios de comunicación como la radio, la televisión, las revistas, entre otros, esto se hace con el propósito de educar aún más a los contribuyentes, consumidores y al público en general acerca de sus obligaciones fiscales (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Charlas virtuales gratuitas de orientación**

Anualmente, la Administración Tributaria lleva a cabo charlas gratuitas sobre temas tributarios y proporciona fácil acceso a los materiales de estas charlas. Dichos materiales están disponibles para su descarga en la página web (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Comerciante**

Individuo que se dedica a la adquisición y venta de bienes como su principal actividad económica, negocio, ocupación o carrera, con el propósito de generar beneficios económicos (Gonzales, 2022).

### **Comprobantes de pago**

Se refiere a la generación de documentos que certifican la transferencia de bienes o la prestación de servicios. Estos documentos se crean con el propósito de registrar las transacciones efectuadas, asegurando así la existencia de un vínculo comercial entre las partes involucradas (Gonzales, 2022).

### **Conciencia tributaria**

La conciencia tributaria se define como la disposición interna de pagar impuestos, abordando las actitudes y convicciones individuales que impulsan la voluntad de contribuir (Solórzano, 2011).

### **Conocimiento de derechos y obligaciones**

Es de suma importancia para el Estado que los contribuyentes estén al tanto de sus derechos y responsabilidades, ya que esto facilita el cumplimiento de sus obligaciones tributarias (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Cultura tributaria**

Es un conjunto de investigaciones y conocimientos sobre el tema de impuestos en un país, así como las percepciones, opiniones, hábitos y la situación que la sociedad tiene respecto a la tributación (Larrea, 2020)

### **Declaración jurada**

Se efectúa utilizando programas informáticos proporcionados gratuitamente por la SUNAT, siguiendo el cronograma establecido por la Oficina de Tributación (OT) y considerando el último dígito del RUC del contribuyente. Existen dos tipos de declaraciones (Gonzales, 2022).

### **Difusión tributaria**

Son un grupo de actividades de capacitación en las que se realiza la transmisión de temas tributarios, que están constituidos por normas legales implantadas por la Administración Tributaria (SUNAT) según (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Difusión de temas tributarios a través de redes sociales**

La difusión de información tributaria en diversas plataformas de redes sociales es esencial, ya que permite a los contribuyentes y al público en general mantenerse actualizados así una cultura sólida en nuestro país (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Educación tributaria**

La importancia de la educación tributaria radica en dirigirse a los ciudadanos jóvenes para promover valores y actitudes que fomenten la responsabilidad fiscal y rechacen las conductas fraudulentas en materia tributaria (Soria & Reyes, 2021).

### **Evasión tributaria**

Se refiere a una acción deliberada y consciente, con la intención de eludir o disminuir de manera sistemática, en beneficio propio o de otros, el cumplimiento de obligaciones tributarias. Esto implica llevar a cabo acciones que infringen las normativas legales vigentes (Sunat, 2020).

### **Formas y lugar de pago**

El cumplimiento de las obligaciones tributarias puede realizarse de diversas formas: en efectivo, a través de transferencias bancarias o por internet utilizando el portal de SUNAT Operaciones en Línea. Estos pagos pueden efectuarse en cualquier agencia bancaria autorizada a nivel nacional (Gonzales, 2022).

### **Formación de moral tributaria**

La conciencia tributaria se relaciona estrechamente con los valores, esto implica que desde el inicio de la educación escolar se debe incluir la enseñanza sobre impuestos y resaltar las ventajas que implica cumplir con estas obligaciones para la población (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Informalidad**

La informalidad surge debido a diversos factores, como el desempleo, la falta de formación laboral, la pobreza y la migración, así como también eventos imprevistos como pandemias o desastres naturales (Condori, 2024).

### **Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes**

La obligación de registrarse en el Registro Único de Contribuyentes aplica a todas las personas naturales o jurídicas, así como a sucesiones indivisas, sociedades conyugales, sociedades de hecho u otros grupos colectivos, ya sean nacionales o extranjeros, y con o sin domicilio en el país, que tengan la condición de contribuyentes y/o responsables de tributos administrados por SUNAT (Gonzales, 2022).

### **Libros contables:**

La tarea de mantener documentos y/o libros contables se realiza considerando el régimen tributario al que está sujeto cada contribuyente, así como también el monto de ingresos generados y la categoría del Impuesto a la Renta correspondiente (Gonzales, 2022).

### **Motivación cumplimiento tributario:**

Los ciudadanos encuentran incentivos para cumplir con sus responsabilidades tributarias, ya que sus contribuciones respaldan la realización de infraestructura públicas como escuelas, centros de salud, carreteras, mercados, así también financian los servicios esenciales (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Obligaciones tributarias**

La voluntad de cumplir con las obligaciones tributarias está vinculada a la moral tributaria, la cual se define por su disposición a tolerar la evasión en términos de valores arraigados en la persona (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Orientación y asistencia al contribuyente**

Es crucial brindar orientación y asistencia a los contribuyentes, ya que invertir en programas de orientación fiscal puede resultar en una mayor recaudación de impuestos en nuestro país (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Plazo de pago:**

Los plazos de pago para los diferentes tipos de tributos son los siguientes: los tributos anuales, los tributos, anticipos y pagos a cuenta mensuales, los tributos que se aplican a hechos imposables de realización inmediata, así como las percepciones y retenciones, se abonarán de acuerdo con las disposiciones correspondientes; finalmente, los tributos relacionados con la importación se cancelan siguiendo las normativas especiales establecidas (Gonzales, 2022).

### **Programas de educación tributaria**

Mejorar sus programas de educación tributaria desde los primeros años de escolaridad para efectuar un impacto positivo en la sociedad, promoviendo entre los jóvenes una comprensión de los beneficios derivados de un cumplimiento correcto de las obligaciones tributarias, esto los prepara como futuros contribuyentes, inculcando valores como solidaridad, el compromiso y la responsabilidad (Mamani & Espinoza, 2022).

### **Recaudación tributaria**

La recaudación tributaria se define como el proceso administrativo destinado a obtener el pago de las deudas fiscales. También se entiende como la parte de los ingresos públicos que las diversas administraciones obtienen a través de la imposición de tributos establecidos unilateralmente por el Estado, en virtud del poder fiscal conferido por el ordenamiento jurídico (Soria & Reyes, 2021).

### **Regímenes tributarios**

Este sistema determina cómo se liquidan los impuestos y los niveles de pagos correspondientes. La elección del régimen tributario depende del tipo y tamaño del negocio. En la actualidad, existen cuatro regímenes tributarios: el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), el Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), el Régimen MYPE Tributario (RMT) y el Régimen General (RG) (Sunat, 2020).

## **Sensibilización tributaria**

La sensibilización social es un proceso comunicativo dinámico y creativo que impulsa cambios sociales y motiva modificación en las actitudes individuales (Mamani & Espinoza, 2022).

## **SUNAT**

Es una entidad con autonomía funcional, tiene la responsabilidad de recolectar impuestos, con excepción de los municipales, lo que le permite cubrir los gastos públicos del Estado (Gonzales, 2022).

## **2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

La cultura tributaria influye de manera significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central de Puno, periodo 2024.

### **2.3.1. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

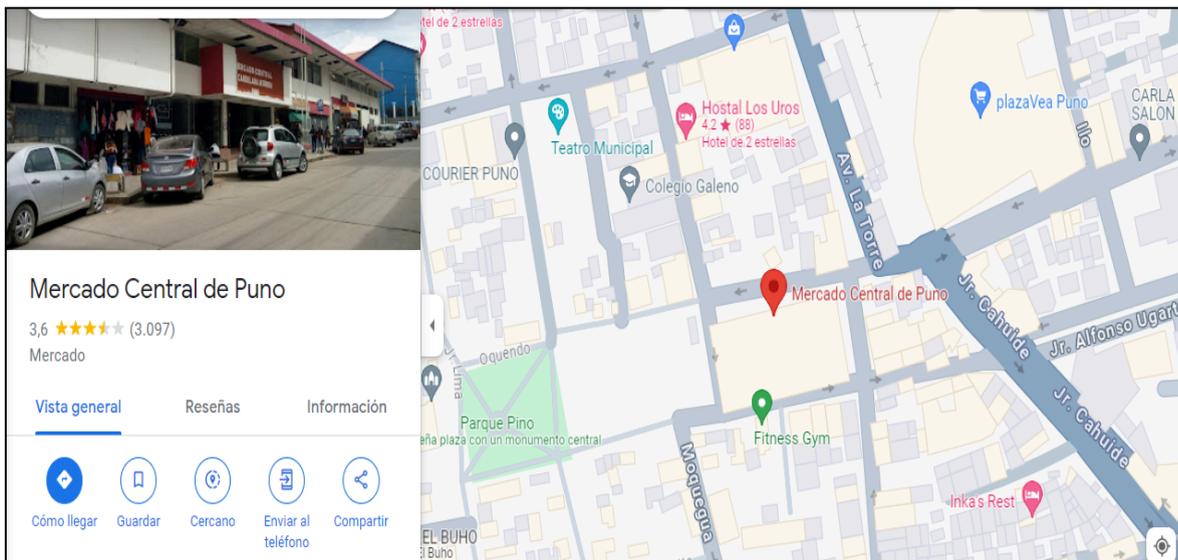
- .Existe una relación significativa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024
- La educación tributaria entre los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 influye directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- La orientación tributaria recibida influye significativamente en su nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.
- La difusión tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 se relaciona directamente con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. ZONA DE ESTUDIO

El estudio que se presenta sobre “LA CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIÓN TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL PUNO, PERIODO 2024” con el propósito de examinar el nivel de conciencia tributaria y con el objetivo de emplear datos precisos, se desarrollará en la provincia Puno, distrito Puno, en el mercado central puno ubicado en Jr. Tacna s/n, además está georreferenciado con la siguiente coordenada geográfica -15.83751,-70.02679 como también incluye a emprendedores de diversas áreas comerciales de pequeña escala.



**Figura 01:** Ubicación del mercado central puno

### 3.2. TAMAÑO DE MUESTRA

#### POBLACIÓN

La población se encuentra conformada por los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Puno, que se encuentran distribuidos por secciones que se detallan a continuación en la siguiente tabla.

**Tabla 01:** Comerciantes del Mercado Central distribuido por secciones

Sección	Comerciantes	Porcentaje
Sección "COMIDA"	72	28.8%
Sección "VERDURA"	17	6.8%
Sección "PAPAS"	20	8%
Sección "CARNES (pollos, pescado, carne)"	55	22%
Sección "ABARROTES"	30	12%
Sección "ACCESORIOS"	43	17.2%
Sección "FRUTAS"	13	5.2%
Total	250	100.0%

#### Muestra

La muestra estuvo constituida por el muestreo aleatorio estratificado siendo representativo de la población, cuyo tamaño es determinado por la siguiente fórmula estimando proporciones.

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha/2}^2 \cdot P \cdot Q}{(N - 1)E^2 + Z_{\alpha/2}^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

N = Tamaño de la población

Z = Valor crítico de la Distr. Z (1.96)

P = Proporción de investigación

Q = 1 – P

E = Error máximo permisible

$$n = \frac{(250)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(250 - 1)(0.09)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

n = 80.6 = **81 Comerciantes**

El tamaño de la muestra se distribuyó por estratos por comerciantes de cada sección

Como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 02.** Distribución de la muestra por estratos

<b>Sección</b>	<b>Comerciantes</b>	<b>Porcentaje</b>
Sección "COMIDA"	23	28.8%
Sección "VERDURA"	6	6.8%
Sección "PAPAS"	6	8%
Sección "CARNES (pollos, pescado, carne)"	18	22%
Sección "ABARROTES"	10	12%
Sección "ACCESORIOS"	14	17.2%
Sección "FRUTAS"	4	5.2%
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100.0%</b>

**Fuente:** del padrón de la asociación.

### 3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

Este proyecto de tesis se clasifica como una investigación descriptiva, ya que tiene como objetivo describir el comportamiento de las variables de estudio. Además, también se considera una investigación correlacional, ya que busca identificar posibles relaciones entre estas variables.

El método de investigación que se empleará es cuantitativo, dado que los resultados serán analizados desde un enfoque deductivo, caracterizado por su objetividad.

El diseño utilizado para procesar los datos fue correlacional, con el objetivo de establecer relaciones entre las variables de estudio. Además, se estableció el diseño transversal, ya que la recopilación de datos se llevó a cabo en un punto específico en el tiempo.

#### **Tipo de investigación**

Se refiere a la naturaleza y los objetivos generales de un estudio de investigación. Los cuales son:

- Investigación básica: Se centra en la comprensión de fenómenos y principios fundamentales sin aplicaciones prácticas inmediatas.
- Investigación descriptiva: Busco describir características o fenómenos tal como son, sin influir en ellos.
- Investigación correlacional: Analizó la relación entre dos o más variables para determinar si existe una asociación entre ellas.

#### **Método de investigación**

Se refiere al enfoque o la estrategia general utilizada para llevar a cabo un estudio. Al cual corresponde al método cuantitativo.

- Métodos cuantitativos: Se centró en la recolección y el análisis de datos numéricos para describir, explicar o predecir fenómenos.

#### **Diseño de investigación**

Se refiere al plan específico que se sigue para llevar a cabo un estudio y responder a las preguntas de investigación. Al cual corresponde al diseño transversal y correlacional.

- Diseño transversal: Se recopiló datos en un solo punto en el tiempo para comparar diferentes grupos o variables en ese momento.
- Diseño correlacional: Se mide la relación entre dos o más variables sin manipular ninguna de ellas.

### **El enfoque de investigación**

Es una dimensión crucial que determina la ejecución de un estudio y cómo se abordan las preguntas de investigación. El cual es enfoque deductivo:

- Enfoque deductivo: Parte de una teoría o hipótesis general y diseña el estudio para probar o refutar esa hipótesis. Se utiliza principalmente en investigaciones cuantitativas donde se busca confirmar o refutar una relación causal entre variables.

### **INSTRUMENTO**

Los instrumentos que fueron tomados para el desarrollo de la investigación son los cuestionarios aplicados en otras investigaciones; la primera variable se denomina cultura tributaria, que corresponde a la cultura tributaria que fue tomada de la investigación desarrollada por (Mamani & Espinoza, 2022) y que se encuentra en el Anexo 02. para el instrumento para de la segunda variable se denomina obligación tributaria que fue tomada a la investigación desarrollada por (Gonzales, 2022) se encuentra en el Anexo 03.

### **TÉCNICAS**

La técnica aplicada en desarrollo en la reciente investigación es la técnica de encuesta.

La técnica de encuesta, como método de investigación, se distingue por emplear una serie de procesos estandarizados. Estos procedimientos se aplican para recolectar, procesar y analizar datos de una muestra que se considera representativa de una

población más amplia. Los resultados obtenidos de esta muestra se extrapolan al conjunto más grande al que pertenece. Según (Castro & Fitipaldo, n.d.)

### **3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES**

#### **3.4.1. Variable general**

- **Variable independiente:** Cultura tributaria
- **Variable dependiente:** Obligación tributaria

##### **3.4.1.1 Variable específica 1**

- **Variable independiente:** Conciencia tributaria
- **Variable dependiente:** Obligación tributaria

##### **3.4.1.2 Variable específica 2**

- **Variable independiente:** Educación tributaria
- **Variable dependiente:** Obligación tributaria

##### **3.4.1.3 Variable específica 3**

- **Variable independiente:** Orientación tributaria
- **Variable dependiente:** Obligación tributaria

##### **3.4.1.4 Variable específica 4**

- **Variable independiente:** Difusión tributaria
- **Variable dependiente:** Obligación tributaria

### 3.4.2. Operacionalización de las variables

**Tabla 03:** Operacionalización de variables.

Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<b>Variable Independiente</b> Cultura Tributaria	Conocimiento tributario	Pago voluntario de impuestos. Estímulo al cumplimiento fiscal. Beneficio colectivo para la sociedad.	Bueno Regular Malo
	Educación tributaria	Programas educativos sobre impuestos. Promoción de conciencia y ética tributaria. Entendimiento de derechos y responsabilidades.	
	Orientación tributaria	Servicios de atención al contribuyente Asesoría y apoyo al contribuyente Seminarios en línea gratuitos sobre orientación fiscal	
	Difusión tributaria	Divulgación de temas fiscales en redes sociales Campañas de concienciación tributaria Campañas informativas sobre impuestos	
<b>Variable Dependiente</b> Obligación Tributaria	Obligación tributaria formal	Inscripción en el RUC Emisión y entrega de recibos de pago Mantenimiento de registros contables Presentación de declaraciones de impuestos	
	Obligación tributaria sustancial	Cumplimiento tributario Pago de sanciones e intereses Procedimientos y plazos de pago	

---

**Fuente:** elaboración propia

### **3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO**

La técnica que fue utilizada en el desarrollo de trabajo de investigación corresponde en una primera instancia al análisis descriptivo de cada una de las variables con sus respectivas dimensiones, mostrando tablas de distribución de frecuencias, una segunda instancia a la determinación de la normalidad de los datos, que nos ayudó a identificar la prueba estadística inferencial a ser utilizada; en tal sentido al aplicar la prueba de Kolmogorov-smirnov por tener más de 50 datos procesados, los resultados dieron a conocer que el comportamiento de los datos no muestran una distribución normal, por lo que correspondió utilizar una prueba estadística no paramétrica, lo que correspondió a utilizar la Correlación de Spearman.

## CAPÍTULO IV

### EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

#### 4.1. EXPOSICION Y ANALISIS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

##### 4.1.1. Resultados de la variable cultura tributaria

**Tabla 04:** Cultura tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	26	32.1%	32.1	32.1
	Malo	55	67.9%	67.9	100.0
	Total	81	100.0%	100.0	

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

En la tabla 02. Se aprecia que del 100% del total de Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024, 26 de ellos que representa al 32.1% consideran tener una cultura tributaria regular y 55 de los comerciantes que representan el 67.9% indican que la cultura tributaria es mala dentro del Mercado Central Puno, estos resultados muestran que más del 50% de los Comerciantes tienen una mala cultura tributaria, sobre el tema señalando que para cumplir con sus obligaciones tributarias deben de tener cultura tributaria lo que garantiza el pago de los tributos.

#### 4.1.2. Resultados de la dimensión Conciencia tributaria

**Tabla 05:** Conciencia Tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	44	54.3%	54.3	54.3
	Malo	37	45.7%	45.7	100.0
	Total	81	100.0%	100.0	

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

En la tabla 03. Se aprecia que del 100% del total de Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024, 44 de ellos que representa al 54.3% consideran tener una conciencia tributaria regular y 37 de los comerciantes que representan el 45.7% indican que la conciencia tributaria es mala dentro de los Comerciantes del Mercado Central Puno, estos resultados muestran que más del 50% de los comerciantes tienen una regular conciencia tributaria.

#### 4.1.3. Resultados de la dimensión Educación Tributaria

**Tabla 06:** Educación Tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	9	11.1%	11.1	11.1
	Regular	52	64.2%	64.2	75.3
	Malo	20	24.7%	24.7	100.0
	Total	81	100.0%	100.0	

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

En la tabla 04 . Se aprecia que del 100% del total de Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024, 9 de ellos que representa al 11.1% consideran tener una educación tributaria buena, 52 de los Comerciantes que representan el 64.2% indican que la educación tributaria es regular y 20 de ellos que representa al 24.7% manifiestan que la educación tributaria es mala, estos resultados muestran que más del 50% de los comerciantes tienen una regular educación tributaria.

#### 4.1.4. Resultados de la dimensión Orientación tributaria

**Tabla 07:** Orientación tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	2	2.5%	2.5	2.5
	Regular	18	22.2%	22.2	24.7
	Malo	61	75.3%	75.3	100.0
	Total	81	100.0%	100.0	

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

En la tabla 05 . Se aprecia que del 100% del total de Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024, 2 de ellos que representa al 2.5% consideran tener una orientación tributaria buena, 18 de los Comerciantes que representan el 22.2% indican que la orientación tributaria es regular y 61 de ellos que representa al 75.3% manifiestan que la orientación tributaria es mala, estos resultados muestran que más del 50% de los comerciantes tienen una mala orientación tributaria.

#### 4.1.5. Resultados de la dimensión difusión tributaria

**Tabla 08:** Difusión Tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	1	1.2%	1.2	1.2
	Regular	31	38.3%	38.3	39.5
	Malo	49	60.5%	60.5	100.0
	Total	81	100.0%	100.0	

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

En la tabla 06 . Se aprecia que del 100% del total de Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024, 1 de ellos que representa al 1.2% consideran tener una difusión tributaria buena, 31 de los comerciantes que representan el 38.3% indican que la difusión tributaria es regular y 49 de ellos que representa al 60.5% manifiestan que la difusión tributaria es mala, estos resultados muestran que más del 50% de los comerciantes tienen una mala difusión tributaria.

#### 4.2. EXPOSICION Y ANALISIS DE LA VARIABLE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

##### 4.2.1. Resultados de la variable Obligaciones Tributarias

**Tabla 09:** Obligación tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	12	14.8%	14.8	14.8
	Deficiente	69	85.2%	85.2	100.0
	Total	81	100.0%	100.0	

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

En la tabla 07. Se aprecia que del 100% del total de Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024, 12 de ellos que representa al 14.8% consideran tener una obligación tributaria regular y 69 de los comerciantes que representan el 85.2% indican que la obligación tributaria es mala, estos resultados muestran que más del 50% de los comerciantes tienen una mala obligación tributaria.

### 4.3. PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para realizar la validación de las hipótesis de investigación procedemos a verificar el comportamiento de los datos, lo que implica determinar si establece una distribución normal mediante la prueba de normalidad.

#### 4.3.1 PRUEBA DE NORMALIDAD

**Tabla 10:** Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Conciencia Tributaria</b>	.362	81	.000	.634	81	.000
<b>Educación Tributaria</b>	.345	81	.000	.751	81	.000
<b>Orientación Tributarias</b>	.459	81	.000	.566	81	.000
<b>Difusión Tributaria</b>	.389	81	.000	.656	81	.000
<b>CULTURA TRIBUTARIA</b>	.432	81	.000	.588	81	.000
<b>OBLIGACIONES TRIBUTARIAS</b>	.513	81	.000	.424	81	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

Como se cuenta con 81 datos procesados, tomamos los resultados obtenidos por la prueba de Kolmogorov-Smirnov, ya que los datos a ser analizados son mayores a 50.

**Para la prueba de normalidad se plantea la siguiente hipótesis**

**Hipótesis nula (Ho):** Los datos tienen una distribución normal

**Hipótesis alternativa (Ha):** Los datos no tienen una distribución normal

**Nivel de significancia:**

$$\alpha = 0.05$$

**Criterio de decisión:**

si  $p < 0.05$  rechazamos la hipótesis Ho y aceptamos la Ha

si  $p > 0.05$  aceptamos la Ho y rechazamos la Ha

Como  $p = 0.000 < 0.05$ , entonces, rechazamos la hipótesis Ho y aceptamos la Ha

Por lo que los datos no tienen una distribución normal, lo que conlleva a utilizar una prueba no paramétrica de Rho de Spearman

#### **4.3.2. VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL**

**Hipótesis nula (Ho):** La cultura tributaria no influye de manera significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.

**Hipótesis alternativa (Ha):** La cultura tributaria influye de manera significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.

**Tabla 11:** Validación de hipótesis general

			CULTURA	OBLIGACIONES
			TRIBUTARIA	TRIBUTARIAS
Rho de Spearman	CULTURA	Coeficiente de	1.000	.383**
	TRIBUTARIA	correlación		
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	81	81
	OBLIGACIONES	Coeficiente de	.383**	1.000
	TRIBUTARIAS	correlación		
Sig. (bilateral)		.000	.	
N		81	81	

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

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

**Nivel de significancia:**

$\alpha = 0.05$

**Criterio de decisión:**

si  $p < 0.05$  rechazamos la hipótesis nula  $H_0$  y aceptamos la hipótesis alternativa  $H_a$

si  $p > 0.05$  aceptamos la  $H_0$  y rechazamos la  $H_a$

Como  $p = 0.000 < 0.05$ , entonces, rechazamos la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptamos la hipótesis alterna ( $H_a$ ), lo que significa que: La cultura tributaria influye de manera significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central de Puno, periodo 2024, por lo tanto la hipótesis general propuesta en este estudio de investigación es válida. El valor del Rho de Spearman obtenido fue de 0.383\*\*; lo que manifiesta que existe una correlación positiva baja según la tabla de valoración, esta situación se presenta porque el 67.9% muestran

una mala cultura tributaria, lo que implica que 85.2% establece una deficiente obligación tributaria.

En relación a la investigación de Ccuno (2023), indica que una cultura tributaria deficiente, lo que resulta en un bajo cumplimiento de las obligaciones tributarias. La mayoría de las respuestas indican una asociación moderada. No obstante, podría mejorarse la cultura tributaria mediante charlas o capacitaciones dirigidas a los comerciantes, lo cual podría incrementar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, cuyo resultados indica que tienen el 95% de comerciantes tiene muy poca o regular cultura tributaria lo que demuestra los resultados similares a esta investigación.

estos resultados indican que la cultura tributaria si influye en sus obligaciones tributarias y se tiene como característica que cuando la cultura tributaria es favorable, también la obligación tributarias resulta favorable, ya que los resultados nos muestra que el 67.9% de los encuestados tienen una mala cultura tributaria por lo que traen una consecuencia del incumplimiento de su obligación tributaria generando un perjudicial para el estado.

#### **4.3.3. VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

##### **HIPÓTESIS ESPECIFICA 1**

**Hipótesis nula (Ho):** No existe una relación significativa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024

**Hipótesis alternativa (Ha):** Existe una relación significativa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024

**Tabla 12:** Validación de la hipótesis específica 1

			Conciencia	OBLIGACIONES
			Tributaria	TRIBUTARIAS
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Conciencia Tributaria</b>	Coeficiente de correlación	1.000	.313**
		Sig. (bilateral)	.	.004
		N	81	81
	<b>OBLIGACIONES TRIBUTARIAS</b>	Coeficiente de correlación	.313**	1.000
		Sig. (bilateral)	.004	.
		N	81	81

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

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

#### Nivel de significancia:

$\alpha = 0.05$

#### Criterio de decisión:

si  $p < 0.05$  rechazamos la hipótesis  $H_0$  y aceptamos la  $H_a$

si  $p > 0.05$  aceptamos la  $H_0$  y rechazamos la  $H_a$

#### Interpretación y discusión

Como  $p = 0.004 < 0.05$ , entonces, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa.

Lo que significa que, existe una relación significativa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central de Puno, periodo 2024 por lo tanto la hipótesis específica 1 propuesta en este estudio de investigación es válida, y por esta causa rechazamos la hipótesis nula. El valor

del Rho de Spearman obtenido fue de 0.313\*\*; lo que manifiesta que existe una correlación positiva baja según la tabla de valoración.

En relación a la investigación de Suarez (2022), con lo que concluye que cada individuo debe contribuir económicamente para financiar los servicios públicos en beneficio de la sociedad, ya que analiza cómo la conciencia tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes, revela un nivel bajo de cultura tributaria entre los contribuyentes. La falta de cultura tributaria repercute negativamente en el pago de dichas obligaciones, afectando así la capacidad de cubrir las necesidades básicas de la ciudadanía, como educación, salud y seguridad.

Estos resultados indican que la conciencia tributaria si influye en las obligaciones tributarias y se tiene como característica que cuando la conciencia tributaria es favorable, también la obligación tributarias resulta favorable, ya que los resultados nos muestra que carecen de una buena conciencia tributaria los Comerciantes del Mercado Central Puno por lo que traen una consecuencia del incumplimiento de su obligación tributaria generando un perjudicial para el estado.

## **HIPÓTESIS ESPECIFICA 2**

**Hipótesis nula (Ho):** La educación tributaria entre los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 no influye directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

**Hipótesis alternativa (Ha):** La educación tributaria entre los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 influye directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

**Tabla 13:** validación de hipótesis específica 2

			<b>Educación</b>	<b>OBLIGACIONES</b>
			<b>Tributaria</b>	<b>TRIBUTARIAS</b>
<b>Rho de</b>	<b>Educación Tributaria</b>	<b>Coefficiente de</b>	1.000	.160
<b>Spearman</b>		<b>correlación</b>		
		<b>Sig. (bilateral)</b>	.	.155
		<b>N</b>	81	81
	<b>OBLIGACIONES</b>	<b>Coefficiente de</b>	.160	1.000
	<b>TRIBUTARIAS</b>	<b>correlación</b>		
		<b>Sig. (bilateral)</b>	.155	.
		<b>N</b>	81	81

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

**Nivel de significancia:**

$\alpha = 0.05$

**Criterio de decisión:**

si  $p < 0.05$  rechazamos la hipótesis  $H_0$  y aceptamos la  $H_a$

si  $p > 0.05$  aceptamos la  $H_0$  y rechazamos la  $H_a$

**Interpretación y discusión**

Como  $p = 0.155 > 0.05$  entonces, aceptamos la hipótesis nula ( $H_0$ ) y rechazamos la hipótesis alterna ( $H_a$ ), lo que significa que: La educación tributaria entre los Comerciantes del Mercado Central de Puno, periodo 2024 no influye directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias., por lo tanto la hipótesis específica 2 propuesta en este estudio de investigación no es válida. El valor del Rho de Spearman obtenido fue de 0.160\*\*; lo que manifiesta que existe una correlación positiva muy baja según la tabla de valoración.

En relación a la investigación Mamani & Espinoza (2022), indica que un conocimiento tributario adecuado permite que los comerciantes adquieran la educación necesaria para cumplir con sus obligaciones tributarias. Es crucial implementar programas educativos que aborden las deficiencias en el cumplimiento tributario, lo cual podría contribuir a reducir la evasión del Impuesto General a las Ventas, lo que sugiere que un buen conocimiento tributario está asociado con comerciantes que poseen una educación tributaria avanzada y cumplen adecuadamente con sus obligaciones tributarias.

En estos resultados indican que hay una discrepancia ya que en nuestros resultados de la educación tributaria no influye en las obligaciones tributarias, y nos muestran que tienen una regular educación tributaria pero lamentablemente no quieren cumplir con sus obligaciones tributarias los comerciantes del Mercado Central Puno por lo que traen una consecuencia del incumplimiento de su obligación tributaria generando perjudicial para el estado.

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3**

**Hipótesis nula (H<sub>0</sub>):** La orientación tributaria recibida no influye significativamente en su nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.

**Hipótesis alternativa (H<sub>a</sub>):** La orientación tributaria recibida influye significativamente en su nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.

**Tabla 14:** Validación de la hipótesis específica 3

			Orientación Tributarias	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
Rho de Spearman	Orientación Tributarias	Coefficiente de correlación	1.000	.310**
		Sig. (bilateral)	.	.005
		N	81	81
	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	Coefficiente de correlación	.310**	1.000
		Sig. (bilateral)	.005	.
		N	81	81

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

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

**Nivel de significancia:**

$\alpha = 0.05$

**Criterio de decisión:**

si  $p < 0.05$  rechazamos la hipótesis  $H_0$  y aceptamos la  $H_a$

si  $p > 0.05$  aceptamos la  $H_0$  y rechazamos la  $H_a$

**Interpretación y discusión**

Como  $p = 0.005 < 0.05$  rechazamos la hipótesis  $H_0$  y aceptamos la  $H_a$

Lo que significa que: La orientación tributaria recibida influye significativamente en su nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024, por lo tanto la hipótesis específica 3 propuesta en este estudio de investigación es válida, y por esta causa rechazamos la hipótesis nula. El

valor del Rho de Spearman obtenido fue de 0.310\*\*; lo que manifiesta que existe una correlación positiva baja según la tabla de valoración.

En relación a la investigación de Puma (2022), concluye que la mayoría de los comerciantes no han recibido asesoramiento tributario por parte de instituciones o profesionales contables, indica una falta de interés, especialmente por parte de la junta directiva, en buscar capacitaciones sobre temas tributarios

Estos resultados indican que la orientación tributaria si influye en las obligaciones tributarias y se tiene como característica que cuando la orientación tributaria es favorable, también la obligación tributarias resulta favorable, ya que los resultados nos muestra que carecen de una orientación tributaria los Comerciantes del Mercado Central Puno por lo que traen una consecuencia del incumplimiento de su obligación tributaria generando perjudicial para el estado.

#### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4**

**Hipótesis nula (Ho):** .La difusión tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 no se relaciona directamente con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

**Hipótesis alternativa (Ha):** La difusión tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 se relaciona directamente con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

**Tabla 15:** Validación de la hipótesis específica 4

			Difusión Tributaria	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Difusión Tributaria</b>	<b>Coefficiente de correlación</b>	1.000	.364**
		<b>Sig. (bilateral)</b>	.	.001
		<b>N</b>	81	81
	<b>OBLIGACIONES TRIBUTARIAS</b>	<b>Coefficiente de correlación</b>	.364**	1.000
		<b>Sig. (bilateral)</b>	.001	.
		<b>N</b>	81	81

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

**Fuente:** Encuesta desarrollada, software SPSS - Versión 26

#### Nivel de significancia

$\alpha = 0.05$

#### Criterio de decisión:

si  $p < 0.05$  rechazamos la hipótesis  $H_0$  y aceptamos la  $H_a$

si  $p > 0.05$  aceptamos la  $H_0$  y rechazamos la  $H_a$

#### Interpretación y discusión

Como  $p = 0.001 < 0.05$  rechazamos la hipótesis  $H_0$  y aceptamos la  $H_a$

Lo que significa que : La difusión tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 se relaciona directamente con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. por lo tanto la hipótesis específica 3 propuesta en este estudio de investigación es válida, y por esta causa rechazamos la hipótesis nula. El valor del Rho de Spearman obtenido fue de 0.364\*\*; lo que manifiesta que existe una correlación positiva baja según la tabla de valoración.

En relación a la investigación Mamani & Espinoza (2022), la difusión tributaria se relaciona directamente con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, la difusión tributaria establece una respuesta administrativa para combatir la evasión tributaria y fomentar el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias a nivel nacional. Es crucial implementar medidas que se alineen con las políticas tributarias, las cuales son fundamentales para alcanzar su objetivo.

Estos resultados indican que la orientación tributaria si influye en las obligaciones tributarias y se tiene como característica que cuando la difusión tributaria es favorable, también la obligación tributarias resulta favorable, ya que los resultados nos muestra que carecen de una difusión tributaria los Comerciantes del Mercado Central Puno por lo que traen una consecuencia del incumplimiento de su obligación tributaria.

## CONCLUSIONES

**Primera:** De acuerdo al objetivo general y de acuerdo a los resultados obtenidos se ha confirmado que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y la obligación tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. Esta relación se caracteriza por una correlación positiva, representada por un coeficiente de Rho de Spearman con una correlación de 0.383\*\*, en definitiva, a medida que el comerciante adquiera una cultura sobre la tributación, mejorará el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y por lo tanto mejorará la recaudación tributaria. También es crucial no subestimar la importancia de recibir formación sobre el sistema tributario en el Perú, incluyendo la obligación de pagar impuestos y los beneficios asociados

**Segunda:** Conforme al objetivo específico 01 y los resultados obtenidos, se ha corroborado una relación significativa entre conciencia tributaria y obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. Esta relación se representada por un coeficiente de Rho de Spearman 0.313\*\*, se quiere decir que cuando más conocimiento tenga un comerciante sobre impuestos, mejora su cultura tributaria y también consideran no tener una motivación tributaria y desconocen sobre el beneficio el destino de los impuestos.

**Tercera:** Conforme al objetivo 02 y de los resultados obtenidos, se podría decir que la educación tributaria y la obligación tributaria no están directamente asociadas en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. Está representada por un coeficiente de Rho de Spearman 0.160\*\*, tal como muestran los resultados, los

comerciantes creen que los programas de educación tributaria promueven el cumplimiento, sin embargo no conocen sus derechos y obligaciones tributarias tienen un concepto erróneo sobre la tributación o el tipo de impuesto que les corresponde pagar.

**Cuarta:** Conforme al objetivo específico 03 y los resultados obtenidos, se ha corroborado una relación significativa entre orientación tributaria y obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. Está, representada por un coeficiente de Rho de Spearman  $0.310^{**}$ , se puede observar según las encuestas realizadas gran porcentaje no tiene una orientación tributaria por parte de la Sunat, ya que se puede observar que los canales de atención no brindan una buena orientación por la Sunat.

**Quinta:** Conforme al objetivo específico 04 y los resultados obtenidos, se ha corroborado una relación significativa entre difusión tributaria y obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. Está representada por un coeficiente de Rho de Spearman  $0.364^{**}$ , estos resultados muestran que no se informan sobre los temas tributarios, ni tampoco hay una buena organización sobre las campañas de sensibilización que concientice al contribuyente por parte de la Sunat, se quiere decir que una buena difusión tributaria ayudará que los comerciantes tengan una cultura tributaria y así poder cumplir con sus obligaciones tributarias.

## RECOMENDACIONES

**Primera:** La cultura tributaria ejerce una influencia significativa en la obligación tributaria entre los Comerciantes del Mercado Central Puno. Por lo tanto, se recomienda que los comerciantes participen en charlas sobre tributación organizadas por entidades públicas para mejorar su comprensión y cumplimiento de las obligaciones tributarias. Además, la SUNAT debería incrementar la frecuencia de charlas y capacitaciones dirigidas a los comerciantes para fortalecer su cultura tributaria, especialmente en un momento de crecimiento económico.

**Segunda:** Se recomienda a la Sunat crear conciencia tributaria entre los Comerciantes del Mercado Central Puno informándoles sobre las repercusiones y penalidades por no cumplir con sus obligaciones tributarias, proporcionándoles información sobre diversas medidas que pueden facilitar su cumplimiento

**Tercera:** Se recomienda a los líderes de los Comerciantes del Mercado Central Puno solicitar a la SUNAT la asignación de personal capacitado para proporcionar educación tributaria a los comerciantes, informándoles sobre la importancia de la formalización y los beneficios que esta conlleva para la sociedad, motivándolos a cumplir con sus obligaciones tributarias.

**Cuarta:** Se recomienda a los líderes de los Comerciantes del Mercado Central Puno establecer en el mercado central Puno una cabina de orientación respaldada por la SUNAT, donde cada comerciante pueda recibir asesoramiento sobre su situación

tributaria actual, así como orientación y facilidades para incorporarse a la formalidad y cumplir con las obligaciones tributarias requeridas por ley.

**Quinta:** Se sugiere a los líderes de los Comerciantes del Mercado Central Puno que organicen campañas informativas y sesiones educativas que motiven y fomenten el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agreda, L., & Muñoz, O. (2022). Cultura tributaria y evasión tributaria en trabajadores independientes. *Universidad Ciencias y Humanidades*, 0–65.  
<https://repositorio.uch.edu.pe/handle/20.500.12872/786>
- Banco Mundial, C. de prensa. (2021). *la informalidad generalizada puede retrasar la recuperacion de la COVID19 en las economias en desarrollo*. Banco MUndial.  
<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2021/05/11/widespread-informality-likely-to-slow-recovery-from-covid-19-in-developing-economies>
- Cárdenas, G. (2020). La Educación Tributaria En El Perú: Una Alternativa Para Mejorar El Cumplimiento De Las Obligaciones Tributarias. *In Crescendo*, 11(2), 241.  
<https://doi.org/10.21895/incres.2020.v11n2.07>
- Castro, J. ;, & Fitipaldo, J. (n.d.). *La Encuesta como Técnica de Investigación, Validez y Confiabilidad*. Universidad de La Empresa.  
<https://ude.edu.uy/la-encuesta-como-tecnica-de-investigacion-validez-y-confiabilidad/#:~:text=La encuesta como técnica de investigación se caracteriza por utilizar,extrapolarán los resultados que de>
- Ccuno, E. (2023). Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José - Juliaca en la pandemia del covid-19, periodo 2020-2021. *Universidad Nacional Del Altiplano*, 146.  
<https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/19428>
- CEPAL. (2023). Estudio Económico de América Latina y el Caribe, 2023: El financiamiento de una transición sostenible: inversión para crecer y enfrentar el cambio climático. En Cepal.  
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1f15f6f6-df99-409b-bfa1-b8f34a72d918/content>

- Condori, L. (2024). EL GRADO DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA INFORMALIDAD DE LOS NEGOCIANTES DEL MERCADO UNIÓN Y DIGNIDAD DE PUNO-2023. *Universidad Privada San Carlos-Puno*, 116.  
<http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/4523>
- Economía. (2024). *INGRESO TRIBUTARIO SE REDUJERON UN 6.7% EN 2023; PERSISTE RIESGO DE INCUMPLIMIENTO DE LA REGLA FISCAL 2024*. Comex Peru.  
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/ingresos-tributarios-se-redujeron-un-67-en-2023-persiste-riesgo-de-incumplimiento-de-la-regla-fiscal-2024>
- Espino, M. (2019). "Cultura tributaria en México, Chile, Perú y Colombia." *Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*, 1–15.  
[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2629/3/TIB\\_EspinoTenorioMariela.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2629/3/TIB_EspinoTenorioMariela.pdf)
- Gonzales, T. (2022). Universidad nacional autónoma de Chota. *Universidad Nacional Autónoma de Chota*, 101.  
<https://repositorio.unach.edu.pe/handle/20.500.14142/313>
- Jacome, N., Rizo, Y., Jaimes, I. (2021). *Introducción*. 22.  
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/35451/26733>
- Larrea, K. (2020). "La conciencia tributaria: Normatividad y Cultura." *Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*, 1–14.  
<https://orcid.org/0000-0002-8347-2008%0Ahttp://hdl.handle.net/20.500.12423/3797>
- Mamani, H., & Espinoza, O. (2022). *Escuela Académico Profesional de Contabilidad Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Pacocha - Ilo 2021*.

[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12217/1/IV\\_FCE\\_310\\_TE\\_Mamani\\_Espinoza\\_2022.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12217/1/IV_FCE_310_TE_Mamani_Espinoza_2022.pdf)

Ministerio de Economía y Finanzas. (2007). Texto Único Ordenado del Código Tributario.

*Diario Oficial EL PERUANO*, 238.

[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic3\\_per\\_tributario.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic3_per_tributario.pdf)

Peña, M., & Núñez, C. (2021). Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el sector comercio de Pucallpa, Perú. *Revista Hechos Contables*, 1(2), 51–62. <https://doi.org/10.52936/rhc.v1i2.76>

Pinazo, M. (2022). La cultura tributaria y la evasión tributaria en los comerciantes del mercado laykakota de la ciudad de Puno. *Universidad Privada San Carlos*, 116. <http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/4523>

Puma, J. L. (2022). “El conocimiento tributario y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la plaza mi Perú de la ciudad de Juliaca - periodo 2019.” *Universidad Nacional Del Altiplano*, 1–120. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/18047>

Solórzano, D. (2011). La cultura tributaria, un instrumento para la evasión tributaria en el Perú. *Serie Temática Tributaria N° 15 SETIEMBRE 2011*, 1–100. <http://bit.ly/28JWly4>

Soria, I., & Reyes, J. (2021). La cultura tributaria y su influencia en la recaudación tributaria de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la comercialización de madera en el distrito de calleria,2021. *Universidad Nacional de Ucayali*, 109. [http://www.repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4160/UNU\\_FORESTAL\\_AC\\_2016-DANNY PEREZ\\_RUBEN MANTURANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4160/UNU_FORESTAL_AC_2016-DANNY_PEREZ_RUBEN_MANTURANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Suarez, T. (2022). TRIBUTARIAS EN EMPRESAS COMERCIALES DE SANTA CRUZ CAJAMARCA 2021 Autora : Asesor : Línea de Investigación Gestión Empresarial

- y Emprendimiento Pimentel – Perú. *Universidad Señor de Sipán*.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/10354>
- Sunat. (2020). cultura tributaria. *Gerencia de Cultura Tributaria y Aduanera*, 32.  
<https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>
- Tene, T. (2019). Análisis de la Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones de los Comerciantes del Mercado Gran Colombia de la Ciudad de Loja. *Universidad Nacional De Loja*, 1–208.  
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22046>
- Valverde, M., De paz, A., Chavez, Y., & Pineda, A. (2024). CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN EL MERCADO MODELO DEL DISTRITO BARRANCA. *Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 26(1), 150–162.  
[file:///C:/Users/dXTOs/Downloads/Dialnet-CulturaTributariaYElCumplimientoDeObligacionesTrib-9290650 \(1\).pdf](file:///C:/Users/dXTOs/Downloads/Dialnet-CulturaTributariaYElCumplimientoDeObligacionesTrib-9290650%20(1).pdf)
- Vilca, E. (2021). CULTURA TRIBUTARIA Y EVASIÓN TRIBUTARIA EN LAS MICROEMPRESAS DEL MERCADO CENTRAL DE PUNO – PERIODO 2021. *Universidad Privada San Carlos-Puno*, 116.  
<http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/4523>
- Yto, F. (2022). Cultura Tributaria y su Incidencia en la Recaudación del Impuesto a la Renta desde la Percepción de los Comerciantes. *Universidad Privada San Carlos-Puno*, 116. <http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/4523>

## ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Cultura tributaria y obligación tributaria en los comerciantes del mercado central de Puno

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	METODOLOGÍA
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Independiente</b>		
¿Cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.?	Analizar cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central de Puno, periodo 2024.	La cultura tributaria influye de manera significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central de Puno, periodo 2024.	Cultura Tributaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conciencia Tributaria</li> <li>Educación tributaria</li> <li>Orientación tributaria</li> <li>Difusión tributaria</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>El presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación básica, descriptiva, correlacional.</p> <p><b>Método de investigación</b></p>
<b>Problema Específico</b>	<b>Objetivo Específico</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>	<b>Dependiente</b>		
1. ¿Cómo la conciencia tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024? 2. ¿De qué manera la educación tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los Comerciantes	1. Determinar cómo la conciencia tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. 2. Evaluar cómo la educación tributaria influye en el cumplimiento de los Comerciantes	1. Existe una relación significativa entre la conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. 2. La educación tributaria entre los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 influye directamente con el cumplimiento de las	Obligación Tributaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obligación tributaria formal</li> <li>Obligación tributaria sustancial</li> </ul>	<p>Se refiere al enfoque o la estrategia general utilizada para llevar a cabo un estudio. Al cual corresponde al método cuantitativo.</p> <p><b>Diseño de investigación</b></p> <p>Se refiere al plan específico que se sigue para llevar a cabo un estudio y responder a las preguntas de</p>

<p>del Mercado Central Puno, periodo 2024? 3.¿Cómo la orientación tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024? 4.¿Cómo se relaciona la difusión tributaria al cumplimiento de las obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024?</p>	<p>Mercado Central de Puno, periodo 2024. 3.Determinar cómo influye la orientación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno , periodo 2024. 4.Evaluar cómo se relaciona la difusión tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024.</p>	<p>obligaciones tributarias. 3.La orientación tributaria recibida influye significativamente en su nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024. 4.La difusión tributaria en los Comerciantes del Mercado Central Puno, periodo 2024 se relaciona directamente con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.</p>		<p>investigación. Al cual corresponde al diseño transversal y correlacional. <b>El enfoque de investigación</b> Es una dimensión crucial que determina la ejecución de un estudio y cómo se abordan las preguntas de investigación. El cual es enfoque deductivo.</p>
---	---	---	--	---

**Anexo 02:** Instrumento de investigación sobre la cultura tributaria

VALORES DE ESCALA							
SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA			
1	2	3	4	5			
CULTURA TRIBUTARIA			ESCALA				
DIMENSION: Conciencia tributaria			1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que los contribuyentes cumplen voluntariamente con sus obligaciones tributaria						
2	¿Considera usted que los contribuyentes se sienten motivados con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?						
3	¿Considera usted que el cumplimiento de las obligaciones tributarias beneficia a la sociedad?						
DIMENSION: Educación tributaria							
4	¿Considera usted que los programas de educación tributaria promueven el cumplimiento de las obligaciones tributarias?						
5	¿Considera usted que la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias?						
6	¿Cree usted que los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias?						
DIMENSIÓN: Orientación tributaria							
7	¿Considera usted que los canales de atención al contribuyente brindan una adecuada orientación?						
8	¿Usted ha recibido asistencia tributaria de parte de la SUNAT?						
9	¿Considera usted que las charlas virtuales que brinda SUNAT ayudan a concientizar al contribuyente?						
DIMENSIÓN: Difusión tributaria							
10	¿Se informa usted de los temas tributarios que difunde SUNAT en las redes sociales?						
11	¿Cree usted que las campañas de sensibilización concientizan al contribuyente con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?						
12	¿Cree usted que las campañas de orientación tributaria que organiza SUNAT promueven con el cumplimiento de las obligaciones tributarias?						

**Anexo 03:** Instrumento de investigación sobre la obligación tributaria

VALORES DE ESCALA					
SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA	
1	2	3	4	5	
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS					
DIMENSIÓN: Obligación Tributaria formal					
13	¿Considera importante la inscripción en el RUC?				
14	¿Emite comprobante de pago por las ventas que realiza?				
15	¿Emite comprobante de pago, incluso si no se lo solicitan?				
16	¿Considera que es necesario llevar libros y/o registros contables?				
17	.- ¿Declara todos los ingresos obtenidos por sus actividades realizadas?				
18	.- ¿Declara sus operaciones a SUNAT en los plazos establecidos?				
DIMENSIÓN: Obligación Tributaria sustancial					
19	¿Usted paga impuesto?				
20	¿Cumple con el pago de sus tributos de manera oportuna?				
21	¿Alguna vez ha tenido multas por incumplimiento de obligaciones tributarias?				
22	¿Ha realizado pagos de intereses moratorios por no pagar sus impuestos dentro de los plazos establecidos?				
23	¿Realiza el pago de sus impuestos mediante transferencias bancarias?				
24	¿Paga sus impuestos en el plazo establecido según cronograma de obligación tributaria?				

**Anexo 04:** Evidencias fotográficas de los Comerciantes Mercado Central Puno



**Figura 02:** Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno



Figura 03: Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno



**Figura 04:** Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno



**Figura 05:** Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno



**Figura 06:** Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno



**Figura 07:** Aplicación de encuesta a los Comerciantes del Mercado Central Puno



