



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de los  
comerciantes de un mercado, La Esperanza - Trujillo 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Contador Público**

**AUTORES:**

Centurion Linares, Harol Elqui (orcid.org/0000-0001-7512-9288)

Ortiz Arone, Carlos Daniel (orcid.org/0000-0002-2096-1461)

**ASESORA:**

Mg. Criollo Hidalgo, Virginia (orcid.org/0000-0003-4619-0818)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Tributación

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**TRUJILLO – PERÚ**

**2023**

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, y a mi familia, puesto que su apoyo inquebrantable ha sido fundamental en mi educación y desarrollo.

Centurión Linares, Harol Elqui

A Dios y a mi familia, pilar de mi vida, por su amor incondicional y apoyo constante en este logro académico. Gracias por ser mi mayor inspiración.  
Ortiz Arone, Carlos Daniel

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco profundamente a mi familia, fuente inagotable de inspiración, por ser el motor que impulsa mis esfuerzos hacia la consecución de este logro. Vuestra constante presencia y apoyo han sido el pilar fundamental que me ha motivado a dedicarme en este camino hacia el éxito académico.

Centurión Linares, Harol Elqui

Mi agradecimiento a Dios, quien ha sido mi guía constante, y a nuestra asesora de tesis, Virginia Criollo Hidalgo, cuya sabiduría y orientación fueron esenciales en la realización de este trabajo, a mis padres, cuyo amor incondicional y apoyo incansable han sido la base de mi ser.

Ortiz Arone, Carlos Daniel

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CRIOLLO HIDALGO VIRGINIA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza - Trujillo 2023", cuyos autores son ORTIZ ARONE CARLOS DANIEL, CENTURION LINARES HAROL ELQUI, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 28 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CRIOLLO HIDALGO VIRGINIA <b>DNI:</b> 45936837 <b>ORCID:</b> 0000-0003-4619-0818	Firmado electrónicamente por: VCRIOLLO el 28-11- 2023 22:24:04

Código documento Trilce: TRI - 0671279

# DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

## **Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, CENTURION LINARES HAROL ELQUI, ORTIZ ARONE CARLOS DANIEL estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza - Trujillo 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
CARLOS DANIEL ORTIZ ARONE <b>DNI:</b> 74764247 <b>ORCID:</b> 0000-0002-2096-1461	Firmado electrónicamente por: CDORTIZ el 18-12- 2023 15:28:00
HAROL ELQUI CENTURION LINARES <b>DNI:</b> 74924357 <b>ORCID:</b> 0000-0001-7512-9288	Firmado electrónicamente por: HCENTURION el 18- 12-2023 15:27:41

Código documento Trilce: TRI - 0699683

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS .....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	12
3.2. Variables y operacionalización .....	13
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos .....	17
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS .....	19
V. DISCUSIÓN .....	25
VI. CONCLUSIONES.....	29
VII. RECOMENDACIONES.....	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS.....	43

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Validación por juicio de expertos .....	16
Tabla 2 Estadística de confiabilidad de la variable cultura tributaria .....	17
Tabla 3 Estadística de Confiabilidad de la variable recaudación de impuestos ....	17
Tabla 4 Niveles de la variable cultura tributaria .....	19
Tabla 5 Niveles de la variable recaudación de impuestos .....	20
Tabla 6 Prueba de normalidad .....	20
Tabla 7 Correlación de la cultura tributaria y la recaudación de impuestos .....	21
Tabla 8 Correlación de los procesos cognitivos y recaudación de impuesto .....	22
Tabla 9 Correlación de los procesos afectivos y recaudación de impuesto .....	23
Tabla 10 Correlación de los procesos conativos y recaudación de impuesto .....	24

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1 Correlación de variables .....	12
---	----



## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar los efectos entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023. La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo, de tipo básico, asimismo, utilizando un diseño no experimental de tipo transversal y un alcance correlacional. La población del presente estudio estuvo conformada por 144 comerciantes, de los cuales para la muestra se tomó a 106 participantes, además, la técnica empleada para la recopilación de los datos fue una encuesta, y como instrumento un cuestionario, obteniendo como resultado una correlación significativa y positiva de 0.790 entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos, respaldada por un valor de  $p$  de 0.000 (inferior a 0.05). Estos resultados indican que un mayor nivel de cultura tributaria se relaciona con una mayor recaudación de impuestos. Se concluye que la cultura tributaria influye significativamente en la recaudación de impuestos en los comerciantes de un mercado en La Esperanza, Trujillo 2023.

**Palabras clave:** Cultura tributaria, recaudación, impuestos, procesos.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to determine the effects between the tax culture and the tax collection of the merchants of a market, La Esperanza, Trujillo 2023. The methodology applied was a quantitative approach, of a basic type, also using a non-transverse cross-sectional design. experimental and a correlational scope. The population of this study was made up of 144 merchants, of which 106 participants were taken for the sample. In addition, the technique used to collect the data was a survey, and as an instrument a questionnaire, resulting in a significant correlation. and positive of 0.790 between tax culture and tax collection, supported by a p value of 0.000 (less than 0.05). These results indicate that a higher level of tax culture is related to greater tax collection. It is concluded that tax culture significantly influences tax collection by merchants in a market in La Esperanza, Trujillo 2023.

**Keywords:** Tax culture, collection, taxes, processes.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La escasez de cultura tributaria en el Perú y el bajo conocimiento de las normas tributarias, son resultados de los desafíos políticos, económicos, sociales y culturales que enfrenta el país, y este insuficiente nivel de conocimiento tributario subsiste en los mercados, ocasionando una disminución en la recaudación de impuestos, por ello, Mamani y Espinoza (2021) dan a conocer que, en el Perú no se da mucha importancia a impartir una enseñanza sobre el tema, por lo tanto, actualmente la cultura tributaria persiste en un gran problema nacional ya que los comerciantes no están cumpliendo con sus deberes tributarios. Asimismo, Onofre et al. (2017) subrayó que la cultura tributaria no ha sido estudiada, por ello la sociedad no tiene el conocimiento sobre su cumplimiento. Además, cuando no hay una correcta recaudación de impuestos, trae como consecuencia los bajos ingresos, el cual es fuente para financiar el desarrollo del país (Ramos, 2018).

En América Latina, se enfrentan desafíos económicos significativos, donde Gaber y Gruevski (2018) subrayan la falta de pago de impuestos y la evasión fiscal como problemáticas, asimismo, Gonzáles (2018) agrega que la recaudación tributaria se ha reducido debido a la desaceleración económica. Por otro lado, Atuguba (2021) lamenta que, a pesar de la relevancia de la cultura fiscal en el progreso económico., no se le presta la atención adecuada ni se aborda de manera efectiva en la educación, a su vez, Ahmed (2019) destaca la carencia de una cultura tributaria sólida, lo que resulta en un escaso cumplimiento de dichas obligaciones, asimismo, de acuerdo al informe de los ingresos tributarios del 2022, publicado por la (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OECD et al.,] 2023), la pandemia de la COVID-19 ha repercutido en forma notable en los ingresos tributarios de América Latina, además, esto ha causado una histórica disminución de los ingresos fiscales en la región, con una reducción del 0,5% del Producto Interno Bruto (PIB) de acuerdo a la (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2021).

Dentro del contexto peruano, Bravo (2023) destaca la falta de capacidad del gobierno para hacer cumplir las leyes, lo que ha llevado a una alta informalidad y bajo cumplimiento tributario. De acuerdo a los datos del (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2023), para enero la recaudación tributaria disminuyó un 3,8% debido a eventos suscitados en todo el país. Asimismo, Vela et al. (2022) Destacan la escasa conciencia fiscal entre los comerciantes, el cual se caracterizada por el bajo conocimiento y desconfianza en la administración de impuestos, finalmente, es importante precisar que esta situación contribuye a la disminución de la recaudación de impuestos, como señala (Cabrera et al., 2021).

En el ámbito comercial bajo análisis, la recaudación de impuestos enfrenta dificultades debido a la carencia de una cultura fiscal entre los 144 comerciantes activos en diferentes rubros, toda vez que se centran en vender rápidamente por la mañana sus productos y muestran escasa orientación de las instituciones tributarias. Muchos no perciben el pago de impuestos como beneficioso para el país y carecen de comprensión sobre su contribución al desarrollo. Además, no son conscientes de cómo la falta de pago afecta al país, ya que no consideran este deber como algo importante, asimismo, la participación en actividades tributarias es escaso, mostrando una desconexión con los beneficios que los impuestos pueden aportar a la sociedad, es así que, en relación con algunos impuestos, existen comerciantes que evitan adquirir productos gravados debido a sus precios más altos, por esa razón la falta de interés en recibir información destaca una percepción negativa.

Ante la problemática descrita, se plantea el problema general ¿De qué manera la cultura tributaria tiene efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023?, asimismo, tenemos los problemas específicos ¿De qué manera los procesos cognitivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023?, ¿De qué manera los procesos afectivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023?, finalmente ¿De qué manera los procesos conativos conductuales tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023?.

Este estudio estará justificado teóricamente ya que hará uso de varios autores lo que permitirán un mejor análisis, como también profundización y a partir de ello es que se tienen teorías las cuales están relacionadas con las variables, asimismo, se tiene la justificación práctica, por la razón de que esta investigación sea usada como una herramienta o guía para los comerciantes del mercado. Finalmente se tiene una justificación metodológica ya que esta garantiza la validez y la confiabilidad del estudio.

Teniendo como objetivo general, Determinar los efectos entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, a continuación, los objetivos específicos. Evaluar los componentes cognitivos y sus efectos en la recaudación de impuestos, de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023. Asimismo, Analizar los componentes afectivos y sus efectos en la recaudación de impuestos, de los comerciantes en un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023. Finalmente, relacionar los componentes conductuales y sus efectos en la recaudación de impuestos, de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023

Finalmente, como hipótesis general se tiene, la cultura tributaria tiene efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, la  $H_0$ , la cultura tributaria no tiene efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, y como hipótesis específica tenemos las siguientes, los procesos cognitivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, los procesos afectivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, y finalmente los procesos conductuales tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

En cuanto a las hipótesis nulas, los procesos cognitivos no tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, los procesos afectivos no tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, y finalmente los procesos conductuales no tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

Para ello se realizó una investigación cuyo detalle se muestra a continuación, a nivel nacional, Acosta y Tapullima (2019) realizaron un estudio en el Mercado III de Tarapoto quienes llevaron a cabo una investigación evaluar el impacto de la cultura fiscal en el acatamiento de las responsabilidades tributarias. La población del estudio fueron los comerciantes del mercado antes mencionado y la metodología fue cuantitativa, no experimental y con un diseño correlacional y también se empleó un cuestionario como instrumento, los resultados indican una fuerte relación entre cultura fiscal y cumplimiento tributario con un coeficiente de 0,726. Se concluyó que la cultura fiscal influye significativamente en el acatamiento de los deberes tributarios de los involucrados en el comercio.

Igualmente, Díaz y Chupillon (2021) desarrollaron un estudio en la región San Martín se propuso establecer la conexión entre la cultura fiscal y el acatamiento de las obligaciones tributarias, cuya población fueron las organizaciones que se ubican en la mencionada región. Se utilizó como instrumento el cuestionario, con un método cuantitativo de diseño no experimental. Como resultado, se identificó una correlación altamente positiva entre ambos factores, concluyendo de que a medida que la cultura fiscal de las empresas es más elevada, aumenta también el grado de cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

Asimismo, Zeña (2019) dentro de su investigación acerca de la cultura fiscal y su vínculo con los deberes tributarios de los comerciantes llevada a cabo en el mercado Ceres, ubicado en Ate, Lima, con el objetivo de establecer una conexión entre ambas variables. el cual contó con una población de 58 comerciantes, con un diseño cuantitativo, correlacional, no experimental. Se utilizó el cuestionario como instrumento, los resultados fueron evaluados mediante la prueba de Rho Spearman, que mostró una correlación significativa del 69,8% entre cultura tributaria y responsabilidad tributaria. La conclusión principal reveló que un mayor conocimiento tributario se relaciona con un mejor cumplimiento de estas responsabilidades.

En esta dirección encontramos a Ramos, et al. (2021) realizaron un estudio en el mercado Moshoque en Chiclayo, cuyo objetivo fue desarrollar una iniciativa de cultura fiscal para incrementar la obtención de impuestos, de los vendedores, la muestra consistió de 64 comerciantes, con un enfoque cuantitativo, descriptivo, no experimental, empleando la encuesta como técnica de investigación, como resultado la cultura fiscal y la obtención de impuestos se encuentran en una escala regular, se concluyó que se debe crear una estrategia enfocado en la cultura tributaria de tal forma aumentar la obtención de impuestos.

Finalmente, Calderón y Quispe (2021) realizaron un estudio en Ate Vitarte, Lima, con el fin de determinar el conocimiento educativo y cultural de los contribuyentes sobre cómo cumplir con sus obligaciones tributarias, y su muestra fue de 130 contribuyentes. Con un enfoque cuantitativo no experimental, correlacionales. La herramienta usada fue un cuestionario y como técnica la encuesta, teniendo como resultado, una correlación positiva entre conocimiento tributario y obtención de impuestos, concluyendo que hay una escasa cultura tributaria dentro de los contribuyentes para dar fiel cumplimiento a sus obligaciones.

Por otro lado, en el ámbito internacional, Vite, et al. (2021) llevaron a cabo una investigación con el propósito de identificar elementos que impactan en el fortalecimiento del enfoque tributario de las Pymes de Macha, Ecuador, con una muestra de 443 contribuyentes, basado en datos cuantitativos y un enfoque no experimental. Se usó la encuesta como técnica, y como resultado fue que los factores gubernamentales son fundamentales para fortalecer esta cultura entre los contribuyentes, concluyendo que los aspectos clave para fortalecer la cultura tributaria debe ser a través de una normativa tributaria más clara.

De igual forma, Paredes y García (2021) Llevaron a cabo una investigación en Ecuador con la finalidad de identificar las razones por las cuales los ciudadanos sujetos a impuestos evaden, además, 125 contribuyentes conformaron la muestra y la metodología utilizada fue un método cuantitativo y usando un cuestionario como instrumento, como resultado fue que, la gran parte de los participantes aseguran no cumplir con su obligación tributaria por desconocimiento, concluyendo que es de suma importancia impartir la cultura tributaria ya que, si cuatro de cada diez contribuyentes son más responsables, el impacto puede ser significativo.

Por otra parte, Rueda, et al. (2021) en un estudio que se desarrolló en Cúcuta, Colombia, como objetivo se tuvo conocer las causas y consecuencias de la baja moral tributaria, bajo una metodología cuantitativa y utilizó como instrumento un cuestionario con una muestra de 235 profesionales. Como resultado alrededor de tres cuartas partes de los encuestados perciben que la corrupción y el malgasto de recursos gubernamentales son razones para evadir impuestos. Concluyendo que, para mejorar la ética tributaria, es esencial cumplir con las normativas y combatir frontalmente la corrupción y el malgasto de recursos.

Entre tanto, Mendieta (2020) en un estudio que se desarrolló en Cuenca, Ecuador, el objetivo fue identificar las percepciones y posturas de cada vendedor en relación con los impuestos, haciendo uso de herramientas informáticas, la muestra involucro a 113 comerciantes, La metodología adoptada fue exploratoria, utilizando cuestionarios como instrumento, como resultado, se observa una baja utilización de herramientas informáticas para cumplir con los impuestos, concluyendo que el RISE beneficia la formalización de emprendedores, pero hay una escasa adopción de herramientas informáticas en caso de los contribuyentes.

Finalmente, Jácome, et al. (2021) llevaron una investigación en Ocaña, Colombia, cuyo propósito fue examinar la cultura fiscal de los contribuyentes situados en el corazón de la ciudad, asimismo, 190 contribuyentes formaron parte de la muestra, la metodología fue de enfoque cuantitativo utilizando el cuestionario como instrumento. El resultado determinó que los comerciantes tenían poco conocimiento de la materia tributaria. Concluyendo que la cultura fiscal entre los contribuyentes de la zona central de Ocaña es baja, ya que menos del cincuenta por ciento paga impuestos voluntariamente.

En cuanto a la base teórica, tenemos la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977) en su obra "Social Learning Theory", enfatizando la importancia de la observación y la influencia de los modelos sociales en la obtención de saberes y conductas. Enfatiza que las personas adquieren estos dos últimos mediante la observación. Al mismo tiempo, reconoce la influencia de los procedimientos mentales en el paso de adquisición de conocimientos y la adaptación de actitudes y comportamientos, por ende, esta teoría proporciona una base sólida para comprender cómo se forma y desarrolla la cultura tributaria.



Sin embargo, es relevante resaltar que, a lo largo del desarrollo de esta investigación, se dará realce a la teoría de la consistencia, propuesta por (Festinger, 1957; Festinger y Carlsmith, 1959; Rosenberg, 1960; Zajone, 1968) mencionado en Infante (2018), el cual establece que una actitud se compone de tres dimensiones interrelacionadas: cognitiva, afectiva y conativa-conductual, para ello, la primera se relaciona en cómo una persona percibe un objeto a través de sus creencias, conocimientos y conciencia. En cuanto a la segunda se refiere a los sentimientos de aprobación o desaprobación hacia el objeto, cuyos indicadores son emociones, actitudes y empatía. La última se centra en las tendencias de comportamiento hacia el objeto, es decir, cómo una persona se comporta en relación con el objeto y los indicadores son las intenciones, comportamiento y decisiones.

En cuanto a la base teórica para la variable recaudación de impuestos, tenemos la teoría de las necesidades sociales sustentada por Chávez (1993), quien señaló que los impuestos juegan un papel fundamental en satisfacer las necesidades del estado, así como la salud y, a su vez, los impuestos son prioridades para la acción gubernamental y el bienestar nacional.

La Teoría de la Confianza Fiscal, propuesta por Torgler (2005), destaca la importancia de la credibilidad entre los habitantes y las instituciones tributarias. Debido a que está fuertemente influenciado por el nivel seguridad de la ciudad en la dirección de los patrimonios estatales, cuando los ciudadanos confían en que sus impuestos se utilizan de manera efectiva, están más inclinados a cumplir con sus deberes fiscales.

Para la segunda variable, basada en el “Texto Único Ordenado del Código Tributario” [TUO] Decreto Supremo N.º 133-2013-EF (2013), se consideran tres dimensiones con sus respectivos indicadores. La primera dimensión se centra en lo que respecta al Impuesto General a las Ventas (IGV) e incluye indicadores de cumplimiento, comunicación y beneficios. La segunda dimensión abarca el Impuesto a la Renta con indicadores de participación, percepción e inversión. La última dimensión es el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) cuyos indicadores están relacionados con precios, control y efectos.

En cuanto a las definiciones conceptuales de la primera dimensión, componente cognitivo, de acuerdo a Aparicio et al. (2022) involucra la capacidad de interpretar la información sensorial que recibimos, de acuerdo a Pérez y Restrepo (2022) tiene que ver con el procesamiento de información en el cerebro, implica la adquirir conocimientos y habilidades (Agudelo et al., 2017).

En lo que respecta al primer indicador, las creencias de acuerdo a Tenreiro, (2017) son emociones y pensamientos que influyen en nuestras decisiones, están relacionadas con lo que sea considera verdadero o probable (López Morales, 1991 citado en Gaviño et al., 2020). Por otro lado, el indicador conocimientos de acuerdo a Matos et al. (2017) se refiere a lo que las personas poseen a través de sus experiencias, además, Nava (2017) indica que es la capacidad de establecer una conexión lógica con objetos que se buscan entender, permite procesar información para resolver problemas (del Moral, 2007 citado en Rubier, 2019).

El indicador conciencia, de acuerdo a Spira, (2019) es un juicio moral interno basado en los principios éticos, asimismo, Salzmann (2017) afirma que desempeña una función fundamental en el progreso de la personalidad y consiste en creencias éticas que influyen en nuestra toma de decisiones. (Fernández, 2017).

En cuanto al componente afectivo, de acuerdo a (Hassan 2005) mencionado en Rodríguez et al. (2022) se encuentra vinculado a la vivencia personal, integrada por sensaciones, a su vez, González et al. (2020). Indica que estos son cambios progresivos que afectan la personalidad, el cual inicia en la infancia con la familia como influencia en valores y comportamientos (Robles y Sánchez 2019).

El componente afectivo, según Hassan (2005) citado en Rodríguez et al. (2022), se relaciona con la vivencia personal, González et al. (2020) sugieren que estos cambios afectivos son progresivos y moldean la personalidad, por ende, la familia ejerce una influencia primordial en la formación de valores y comportamientos. En efecto, esto va influyendo en la progresiva evolución de los aspectos afectivos de la personalidad (Robles y Sánchez 2019).

El primer indicador son las emociones, para Torices (2017). Es lo que experimentamos internamente, el cual conlleva a una respuesta, de acuerdo a (Alonso et al., 2017) como se mencionó en Vico, & Izquierdo (2021). Son esenciales

para entender los comportamientos, Perera (2017). Indica que representan respuestas afectivas a situaciones de la vida. El segundo indicador son las actitudes, el cual como plantea a (Ajzen 1991) mencionado en Estrada et al., (2020). Ejerce impacto en las conductas y elecciones de los individuos, para Berner (2021). Es la manera en que una persona se relaciona con los otros lo que evidencia su evaluación emocional de una situación particular (Enríquez et al., 2022).

El último indicador es la empatía, según Mason et al. (2019). Es una respuesta emocional que promueve relaciones saludables, como plantea, Domínguez et al. (2020). Implica comprender y responder a los demás, en aspectos emocionales, el cual está vinculada al respeto, la conducta proactiva, y actitudes hacia los otros. (Atahuaman et al., 2020).

La dimensión conativo conductual, de acuerdo a Castañeda & Cisneros (2018) es el conjunto de actos, del ser humano, de la misma manera, según (Tversky y Kahneman, 1985; Garay-Anaya, 2015) mencionado en Decaro et al. (2020). Se basa en comportamientos y creencias, resulta de la interacción entre procesos cognitivos, emociones y necesidades personales (Huerta 2018).

El primer indicador que son las intenciones, según (Mao et al., 2012). Mencionado en Rincón et al. (2018). Este se forma a partir de creencias generales que se convierten en actitudes a favor o en contra, como plantean, Sandoval y Bado (2022). Este es un factor cognitivo previo a la conducta, el cual permite llevar a cabo un comportamiento específico, influenciada por la creencia. (Yim y Byon 2022).

En esa misma línea, el indicador comportamiento, de acuerdo a Castillo (2017). Es la reacción de las personas ante su entorno, además, EcuRed (2017). Da a conocer que esto puede ser consciente o inconsciente, en efecto, son acciones influenciadas por la cultura, actitudes, valores y ética. (Vimos 2022).

Finalmente, el indicador decisiones, según Fernández (2021). Es algo que parte de la ética y es personal, por último, para Torres (2022) es la selección de un comportamiento a seguir y refleja preferencias (Molina 2022).

En cuanto a la segunda variable, la primera dimensión es el Impuesto General a las Ventas, el cual de acuerdo a Chasquibol (2022). Es la capacidad de pago a través del consumo, asimismo, Fernández (2022). Indica que esto se aplica en todas las etapas de producción de bienes y servicios, además es un pilar del sistema tributario y una fuente significativa de ingresos (Ordoñez 2022).

Para ello, el primer indicador es el cumplimiento, según, Goyzueta (2017). Esto se fundamenta en la lógica y la razón. Asimismo, Quiñones (2022). Da a conocer que esto implica llevar a cabo lo prometido y es la capacidad de concretar todas las responsabilidades (Sánchez 2023).

En cuanto al segundo indicador el cual es la comunicación, de acuerdo a Kerin & Hartley (2018) Es el proceso de transmitir un mensaje a otros, en esa línea, para Galindo (2018) Es el proceso de transmitir y recibir información; transferencia de significado y comprensión. (Robbins 2018).

Finalmente, el indicador beneficios, de acuerdo a Suárez (2020). Es algo positivo logrado como resultado de una acción, asimismo, Gómez et al. (2019). Es la mejora o desarrollo obtenido como resultado de una acción o hecho. En definitiva, es una ganancia o utilidad (García 2022).

La dimensión Impuesto a la Renta, de acuerdo a Guzmán (2018). Es un tributo estatal recaudado anualmente para financiar servicios públicos y obras, Bautista (2018) gravan los ingresos de los ciudadanos y las empresas, ya que a través de este el estado financia servicios públicos (Baidal et al., 2022).

Para ello el primer indicador es la participación, de acuerdo a Duk & Murillo (2022). Este es fundamental para aprender y relacionarse, asimismo, Fretes et al. (2022). Dan a conocer que esto permite a los ciudadanos expresar sus opiniones, en efecto, es la herramienta que nos ayuda a involucrarnos en los asuntos públicos y ejercer nuestra ciudadanía de manera activa (Vera 2022).

La percepción, de acuerdo a Arauz et al. (2022). Es la habilidad de procesar la información sensorial para comprender nuestro entorno. Para Aparicio et al. (2022). Es el proceso de recibir y comprender señales sensoriales del entorno, además es la idea que se tiene acerca de algo o alguien (Sarmiento 2022).

Finalmente, tenemos el indicador inversión, de acuerdo a López (2022). Es crucial porque permite un buen desarrollo, asimismo, para Isminio (2023). Es esencial para el progreso económico y el bienestar, lo cual resulta vital para el mejoramiento de los servicios gubernamentales. (Infante 2023).

La dimensión Impuesto selectivo al consumo, de acuerdo a Alania (2019) se aplica a productos específicos para reducir su consumo debido a sus impactos negativos, asimismo, Velita (2022). Indica que esto busca controlar el consumo de ciertos productos, a su vez, su propósito radica en desincentivar el consumo puesto que generan consecuencias negativas (Medina 2022).

El primer indicador, es el precio, de acuerdo a (Fischer De la Vega et al.,2012) como se hizo mención en Ríos et al. (2021) es la cantidad de dinero necesario para obtener un producto o servicio, asimismo, Fernández (2021) indica que es el valor económico que un usuario paga para utilizar o adquirir un servicio, este es un indicador que aporta a la lealtad (Marin y Torres (2022).

Asimismo, está el indicador control, según, Schmidt et al. (2018) es el proceso de seguimiento y corrección de desviaciones, además, Rhein (2019). Indica que es una herramienta que ayuda a resolver un problema, a su vez, esto busca prevenir anomalías (Soria 2021).

El último indicador son los efectos, de acuerdo a Pérez y Huaraca (2018). Se refiere a los resultados que se puedan alcanzar, además Clerici, y Da Re (2019). Dan a conocer que esto se refiere a lo que ocurrió después de implementar una medida, prácticamente es la descripción de lo ocurrido (Cabeza 2022).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1. Tipo de investigación

El presente estudio fue de tipo básica, dado que permitió la recopilación de la información de forma real sobre los problemas encontrados, y a partir de ello lograr unir las diversas teorías relacionadas con el tema de estudio, Hernández et al. (2018). Asimismo, se llevó adelante bajo el enfoque cuantitativo, dado que se recabaron datos numéricos los cuales fueron veraces, exactos y precisos, con la finalidad de validar las hipótesis fundamentadas, Galeano (2020)

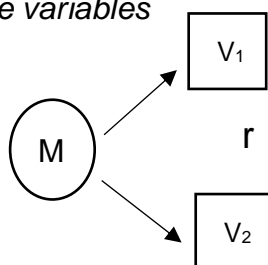
##### 3.1.2. Diseño de investigación

Se desarrolló bajo el diseño no experimental, ya que los hechos fueron investigados tal como se encontraron en la realidad y sin manipulación de variables, Flores y Flores (2021), asimismo, fue de tipo transversal puesto que toda la información por medio del cuestionario se recolectó en un solo momento, espacio y tiempo, además, conto con un alcance correlacional ya que este nos permitió conocer la relación entre las variables de estudio, cabe precisar que el propósito de este nivel es examinar el grado de correlación entre dos o más variables, categorías o conceptos en un contexto específico (Hernández et al., 2018)

Por lo tanto, se siguió el esquema propuesto, donde:

**Figura 1**

*Correlación de variables*



Donde:

V<sub>1</sub>: Variable cultura tributaria

V<sub>2</sub>: Variable recaudación de impuestos

r: Coeficiente de correlación

*Nota:* Elaboración propia

### **3.2. Variables y operacionalización**

#### **Variable 1: Cultura Tributaria**

##### **Definición conceptual:**

La cultura tributaria se refiere a las creencias, actitudes y comprensión que una sociedad tiene sobre los impuestos. Esta cultura se basa en valores éticos, tales como el respeto y la solidaridad (Superintendencia Nacional de Administración tributaria [SUNAT], 2021)

##### **Definición operacional**

La cultura tributaria se midió mediante tres dimensiones interrelacionadas: la cognitiva, la afectiva, la conativa-conductual. Estas dimensiones, junto con sus indicadores específicos, posibilitan la comprensión de cómo las personas ven, piensan y actúan respecto a la cultura tributaria.

##### **Indicadores**

Teniendo en cuenta la premisa anterior, los indicadores utilizados respectivamente son los siguientes, creencias, conocimientos y conciencia, seguidamente de las emociones, actitudes y empatía, finalmente las intenciones, comportamiento y decisiones

##### **Escala de medición**

La escala de medición que se usó, fue la escala de Likert.

#### **Variable 2: Recaudación de impuestos**

##### **Definición conceptual:**

La segunda variable; recaudación de impuestos, Es reconocida como una de las actividades fundamentales para el progreso de la comunidad, ya que posibilita la generación de recursos financieros destinados a los gobiernos a nivel central y local, los cuales son empleados para llevar a cabo sus labores en favor del bienestar colectivo. (Solís y Valverde, 2019).

## **Definición operacional**

La evaluación de la recaudación de impuestos se lleva a cabo a través de tres dimensiones relacionadas con el IGV, el Impuesto a la Renta (IR) y el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC). Estas dimensiones permiten analizar cómo la recaudación de impuestos contribuye a generar fondos públicos utilizados por el gobierno para realizar sus actividades en beneficio de la sociedad peruana.

## **Indicadores**

De la misma forma para esta variable se incluye respectivamente indicadores de cumplimiento, comunicación y beneficios, asimismo de participación, percepción e inversión, y los precios, control, efectos.

## **Escala de medición**

La escala de medición que se usó, fue la escala de Likert.

### **3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

#### **3.3.1. Población**

Para este punto, la investigación tuvo como fundamento a los 144 comerciantes del mercado en estudio. En efecto la población se refiere a aquellos elementos que poseen características comunes (Sánchez et al., 2018).

#### **Criterios de inclusión:**

Con respecto al criterio de inclusión, se consideraron a los comerciantes que estaban dentro del mercado, cabe recalcar quienes poseen un espacio o local como tal.

#### **Criterios de exclusión:**

En referencia al criterio de exclusión, fueron aquellas personas que se encontraban en los exteriores del mercado y que no tenían un local dentro del mercado.



### 3.3.2. Muestra

Se siguió el procedimiento correspondiente utilizando una fórmula establecida y se reemplazaron los datos de acuerdo al caso de estudio. Según lo afirmado por Sánchez et al. (2018) la muestra consiste en un grupo de personas seleccionadas de manera representativa de una población más amplia.

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N - 1)E^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

N = Tamaño de la población = 144

Z = Valor Crítico de la distribución = 95%: 1.95

p = Probabilidad de éxito (0.50)

q = Probabilidad de fracaso (0.50)

e = Margen de error 5%.

n = Tamaño de la muestra: 106

### 3.3.3. Muestreo

En cuanto al muestreo, se utilizó el muestreo probabilístico, ya que este procedimiento se realiza para conocer la distribución de determinadas características de una población a partir de una muestra (Sánchez et al., 2018).

### 3.3.4. Unidad de análisis

Si bien es cierto, es aquella entidad que es objeto de análisis en un estudio determinado, para ello en nuestro caso son los comerciantes del mercado en estudio.

## 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### Técnicas de recolección de datos

Para la presente investigación, se consideró a la encuesta como técnica el cual se usó para el desarrollo del mismo, este se entiende como aquel procedimiento que se realiza para aplicar el instrumento de obtención de datos de una muestra específica (Sánchez et al., 2018).

## Instrumentos de recolección de datos




Asimismo, como instrumento se tomó el cuestionario, ya que este pasó por la formulación de preguntas, permitiendo obtener información acerca de nuestras variables de estudio, cabe mencionar que esto se puede obtener ya sea de forma presencial o virtual (Sánchez et al. 2018).

## Validez y confiabilidad

De acuerdo a, Balsalobre et al. (2015). La confiabilidad se relaciona con la consistencia de los resultados del instrumento en diversas ocasiones y contextos, mientras que la validez implica la habilidad del instrumento para medir con precisión y fiabilidad aquello que busca evaluar, por esa razón para esta investigación se realizó aplicando juicio de expertos en el tema a investigar.

### Tabla 1

*Validación por juicio de expertos*

Experto	Nombres y Apellidos	DNI	Grado	Firma
1	Alex Davis Astohuaman Huaranga	44854119	Doctor	
2	Alhis ETTY Ruiz Reyes	46791555	Magister	 GERENCIA REGIONAL DE AGRICULTURA C.P.C. Alhis Ruiz Reyes C.P.C. 141595 ADMINISTRADORA DE OFICINA
3	Jhimy Franklin Uriol Gonzales	18162935	Doctor	 INSTITUTO VICEPRESIDENCIAL DE FOMENTO EMPRESARIAL CONTRATOR PÚBLICO COLEGIADO MATRÍCULA N° 963394

*Nota.* Elaboración propia

En la tabla 1 se ha generado la validación aplicando el juicio de expertos, teniendo como participantes a los profesionales que figuran.

Además, para medir la fiabilidad de la encuesta se empleó el Coeficiente Alfa de Cronbach, que cual debe estar entre 0.7 a 1, para que este sea confiable.

**Tabla 2***Estadística de Confiabilidad de la variable cultura tributaria*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.854	14

*Fuente:* Datos obtenidos a través del software SPSS.

En la Tabla 1 se muestra el coeficiente alfa de Cronbach con un valor de 0,854 para el cuestionario de 14 preguntas que evalúa la primera variable cultura tributaria. Este resultado refleja una alta consistencia entre las preguntas.

**Tabla 3***Estadística de Confiabilidad de la variable recaudación de impuestos*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.776	14

*Fuente:* Datos obtenidos a través del software SPSS.

En la Tabla 3 observamos un coeficiente alfa de Cronbach de 0,776 para las 14 preguntas vinculadas con la variable de Recaudación de Impuestos, por ello este resultado indica una consistencia aceptable.

### **3.5. Procedimientos**

Se diseñó una encuesta considerando los puntos clave para llevar con éxito esta investigación, posteriormente, recurrimos a la presidenta del mercado para pedir el permiso correspondiente y por ende le explicamos por qué queríamos hacer la encuesta y cómo íbamos a hacerlo. Con su ayuda, aplicamos la encuesta, asegurándonos de cumplir con la muestra requerida, de manera cuidadosa, asegurando la excelencia y exactitud de los datos recolectados. Los datos recolectados fueron tabulados y codificados para facilitar su procesamiento. Se utilizó el programa SPSS, se realizaron análisis estadísticos utilizando las herramientas disponibles en el programa el cual incluyó análisis descriptivos, pruebas de hipótesis entre otros, por último, se exponen los resultados conseguidos.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Se usó el análisis estadístico, ya que nos ayudó a obtener resultados valiosos, y por ende se empleó el software SPSS, para ello se usó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov y para la correlación entre variables y las dimensiones, se usó la correlación de Spearman para interpretar y analizar los resultados del cuestionario que se aplicaron en el mercado de investigación.

### **3.7. Aspectos éticos**

El estudio se desarrolló conforme a las normativas universitarias y las normas internacionales, incluyendo la RVI N°062-2023-VI-UCV y el formato APA séptima edición.

Para guiar nuestro estudio, aplicamos varios principios éticos. Uno de ellos fue la beneficencia, que, de acuerdo a Beauchamp y Childress (2001), busca minimizar los riesgos potenciales y maximizar los beneficios para los participantes, enfatizando la generación de un impacto positivo en las personas y su entorno, tal como lo subraya Shrader (1994). Otro principio ético crucial es el de la no maleficencia, según Yin Robert (2009) y Misoch (2019), que se centra en respetar el respeto y el bienestar de las personas, evitando causar daño físico, emocional o social a los participantes (Goldman Alvin, 1999).

Además, el principio de autonomía, según Leavy Patricia (2022), implica la libertad de adaptar el diseño según sea necesario. Por último, la justicia, según Rawls John (2020), requiere condiciones equitativas y respeto a los derechos de los participantes mediante procedimientos imparciales y transparentes.

#### IV. RESULTADOS

Luego de haber aplicado el instrumento, se obtuvieron resultados importantes los cuales se pasan a detallar en adelante, estos se presentan haciendo uso de las tablas, cabe indicar que a través de estas tablas se dan realce a la conexión entre las variables de análisis, y a su vez se conocerá las respuestas a las hipótesis planteadas.

**Tabla 4**

*Niveles de la variable cultura tributaria.*

Variable y Dimensiones	Nivel	Rango	Cantidad	Porcentaje
Cultura Tributaria	Nivel Alto	61 al 68	35	33%
	Nivel Medio	54 al 60	40	38%
	Nivel Bajo	32 al 53	31	29%
Proceso Cognitivo	Nivel Alto	28 al 30	17	30%
	Nivel Medio	24 al 27	57	54%
	Nivel Bajo	13 al 23	32	16%
Proceso Afectivo	Nivel Alto	17 al 18	0	0%
	Nivel Medio	15 al 16	0	0%
	Nivel Bajo	9 al 14	106	100%
Proceso Conductual	Nivel Alto	19 al 20	0	0%
	Nivel Medio	16 al 18	0	0%
	Nivel Bajo	10 al 15	106	100%

*Fuente:* Datos obtenidos a través del software SPSS.

En la tabla 4 se presenta la distribución de los niveles de cultura tributaria entre los participantes. Se observa que el 33% se sitúa en el nivel alto, mostrando un entendimiento y una actitud probablemente favorable hacia los aspectos tributarios. Mientras tanto, el 38% se encuentra en el nivel medio, indicando una percepción intermedia en términos de cultura tributaria, y el 29% restante está en el nivel bajo, sugiriendo una comprensión limitada o una actitud menos favorable hacia los temas tributarios.

**Tabla 5**  
*Niveles de la variable recaudación de impuestos*

Variable y Dimensiones	Nivel	Rango	Cantidad	Porcentaje
Recaudación de Impuestos	Nivel Alto	63 al 70	20	31%
	Nivel Medio	55 al 62	49	49%
	Nivel Bajo	43 al 54	31	20%
Impuesto General a las Ventas	Nivel Alto	23 al 25	0	0%
	Nivel Medio	20 al 22	31	29%
	Nivel Bajo	14 al 19	75	71%
Impuesto a la Renta	Nivel Alto	23 al 25	0	0%
	Nivel Medio	21 al 22	20	19%
	Nivel Bajo	12 al 20	86	81%
Impuesto Selectivo al Consumo	Nivel Alto	19 al 20	0	0%
	Nivel Medio	17 al 18	5	5%
	Nivel Bajo	11 al 16	101	95%

*Fuente:* Datos obtenidos a través del software SPSS.

En la tabla 5, para el nivel de recaudación de impuestos, se observa que el 31% muestra un nivel alto ya que posiblemente tengan una actitud más favorable, además el 49% se encuentra en el nivel medio y finalmente el 20% restante se clasifica en el nivel bajo.

### **Prueba de normalidad**

Para la prueba de normalidad se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, toda vez que el tamaño de la muestra es superior a cincuenta encuestados.

**Tabla 6**

*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura Tributaria	0.304	106	0.000
Recaudación de Impuestos	0.137	106	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Fuente:* Datos obtenidos a través del software SPSS.

En la tabla 6, para la cultura tributaria se obtuvo una significancia de 0.304, con un p-valor de 0.000, mientras que para la recaudación

de impuestos fue de 0.137, con un p-valor también de 0.000.

### Prueba de hipótesis

En cuanto a este aspecto, en este estudio se tuvieron en cuenta las siguientes circunstancias:

Si p-valor (sig.) < 0.05 ( $\alpha$ ) se rechaza la Hipótesis nula

Si p-valor (sig.) > 0.05 ( $\alpha$ ) se acepta la Hipótesis nula

**Objetivo general:** Determinar los efectos entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023

### Prueba de Hipótesis general

**H<sub>1</sub>:** La cultura tributaria tiene efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023

**H<sub>0</sub>:** La cultura tributaria no tiene efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023

### Tabla 7

*Correlación de la cultura tributaria y la recaudación de impuestos*

		Cultura Tributaria	Recaudación de Impuestos
Rho de Spearman	Cultura Tributaria	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,790**
		N	106
	Recaudación de Impuestos	Coeficiente de correlación	,790**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	106

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

*Fuente:* Datos obtenidos a través del software SPSS.

**Interpretación:** De la tabla 7 se evidencia una correlación fuerte y positiva, además el valor de p obtenido fue de 0.000, el cual es < 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula es decir los resultados respaldan la hipótesis alterna. La cultura tributaria tiene efectos en la recaudación de

impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

**Objetivo específico 1:** Evaluar los componentes cognitivos y sus efectos en la recaudación de impuestos, de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

**Prueba de Hipótesis específica 1:**

**H<sub>1</sub>:** Los procesos cognitivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

**H<sub>0</sub>:** Los procesos cognitivos no tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023

**Tabla 8**

*Correlación de los procesos cognitivos y la recaudación de impuestos:*

			Proceso Cognitivo	Recaudación de Impuestos
Rho de Spearman	Proceso Cognitivo	Coefficiente de correlación	1.000	,717**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	106	106
	Recaudación de Impuestos	Coefficiente de correlación	,717**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	106	106

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

*Fuente:* Datos obtenidos a través del software SPSS.

**Interpretación:** De la tabla 8, los resultados muestran una correlación positiva y fuerte de 0.717. El valor de p obtenido es de 0.000 el cual es < 0.05, estos hallazgos respaldan la hipótesis alterna ya que los procesos cognitivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.



**Objetivo específico 2:** Analizar los componentes afectivos y sus efectos en la en la recaudación de impuestos, de los comerciantes de un mercado, La Esperanza - Trujillo 2023.

**Prueba de Hipótesis específica 2:**

**H<sub>1</sub>:** Los procesos afectivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

**H<sub>0</sub>:** Los procesos afectivos no tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

**Tabla 9**

*Correlación de los procesos afectivos y recaudación de impuestos:*

			Proceso Afectivo	Recaudación de Impuestos
Rho de Spearman	Proceso Afectivo	Coefficiente de correlación	1.000	,770**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	106	106
	Recaudación de Impuestos	Coefficiente de correlación	,770**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	106	106

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

*Fuente:* Datos obtenido a través del software SPSS.

**Interpretación:** De la tabla 9 se evidencia una correlación positiva y fuerte. El valor de p obtenido es de 0.000, el cual es < 0.05, por lo tanto, estos hallazgos respaldan la hipótesis alternativa, la cual indica que los procesos afectivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

**Objetivo específico 3:** Relacionar los componentes conductuales y sus efectos en la en la recaudación de impuestos, de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023

**Prueba de Hipótesis específica 3:**

**H<sub>1</sub>:** Los procesos conductuales tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

**H<sub>0</sub>:** Los procesos conductuales no tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

**Tabla 10**

*Correlación de los procesos conativos y recaudación de impuestos*

			Proceso Conductual	Recaudación de Impuestos
Rho de Spearman	Proceso Conductual	Coefficiente de correlación	1.000	,835**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	106	106
	Recaudación de Impuestos	Coefficiente de correlación	,835**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	106	106

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

*Fuente:* Datos obtenido a través del software SPSS.

**Interpretación:** De la tabla 10 se evidencia una correlación altamente significativa de 0.835, además el valor de p obtenido, que es de 0.000, el cual es < 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula es decir los resultados respaldan la hipótesis alterna, es decir Los procesos conductuales tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

## V. DISCUSIÓN

Cabe destacar que, el primer objetivo específico de esta investigación era evaluar los componentes cognitivos y sus efectos en la recaudación de impuestos, de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023. Para ello se propuso una hipótesis alterna que afirmaba que los procesos cognitivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

En esa línea, nuestros hallazgos apoyan la noción de que los procesos cognitivos inciden en la recaudación de impuestos de los comerciantes en La Esperanza, Trujillo 2023. De acuerdo a la definición presentada según Agudelo et al. (2017), este componente implica el aprendizaje a partir de la interacción con el entorno, adquiriendo conocimientos y habilidades. Por ello estos respaldan nuestra comprensión de cómo los procesos cognitivos influyen en la conducta tributaria de los comerciantes. En línea con lo encontrado, nuestros hallazgos guardan similitudes con el estudio de Calderón y Quispe (2021) en Ate Vitarte, quienes evidenciaron que la escasez de cultura tributaria tiene impacto en la recaudación de impuestos, donde se evidenciaron un coeficiente promedio en cultura tributaria que está por debajo de lo esperado, al considerar el trabajo internacional de Paredes y García (2021) en Ecuador, subraya la relevancia de impartir cultura tributaria para mejorar la el deber fiscal, se destaca cómo el fortalecimiento de este conocimiento puede potenciar un mayor cumplimiento tributario.

Por lo tanto, ratificamos que teniendo en cuenta los datos presentados anteriormente, y al vincular los procesos cognitivos con los resultados obtenidos, se refuerza la noción de que la interpretación, el procesamiento y la adquisición de información influyen en las decisiones tributarias de los comerciantes. Esto subraya la relevancia de comprender cómo la cultura tributaria afecta directamente la recaudación tributaria. Este entendimiento profundo es esencial para impulsar el cumplimiento tributario y promover una mayor responsabilidad ya sea a nivel nacional o internacional.

Por otra parte, el segundo objetivo específico para esta investigación era analizar los componentes afectivos y sus efectos en la en la recaudación

de impuestos, de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023. Para ello se propuso una hipótesis alterna que afirmaba que los procesos afectivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

Asimismo, teniendo como resultados que los procesos afectivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes en este mercado. Para darle un mayor realce a esto, según señalan Robles y Sánchez (2019), este hace un rol fundamental en la formación de valores y conductas, además estos se manifiestan a través de las sensaciones. A partir de estos planteamientos que refuerzan la idea de que las experiencias de nuestro entorno impactan directamente en las actitudes hacia los impuestos, encontramos a lo que concuerda con nuestro estudio, la investigación a nivel nacional de Ramos et al. (2021) quien es su estudio pone de relieve la importancia de desarrollar estrategias de cultura tributaria como un aspecto clave para mejorar el cumplimiento tributario.

En efecto, esto respalda nuestra premisa sobre los efectos de los componentes afectivos en la recaudación de impuestos. Asimismo, el estudio internacional de Rueda et al. (2021) enfatiza la importancia de la cultura tributaria como un factor crucial para mejorar la moral tributaria y el cumplimiento tributario. Estos resultados complementan nuestra investigación al destacar la relevancia de mejorar la comprensión y conciencia sobre los impuestos como un medio para mejorar la recaudación, no solo a nivel local sino también internacionalmente. Por ello ratificamos que, tanto los hallazgos nacionales como internacionales respaldan la idea central de nuestra investigación, confirmando que fortalecer la cultura tributaria y considerar los aspectos afectivos vinculados a las experiencias de nuestro entorno pueden ser fundamentales para mejorar el cumplimiento tributario.

Para el tercer objetivo, relacionar los componentes conductuales y sus efectos en la recaudación de impuestos, de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, teniendo como hipótesis alterna, los procesos conductuales tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023.

En suma, después de todo el procedimiento realizado se obtuvo como resultado que los procesos conductuales tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023. Para contextualizar esta conclusión, es relevante retomar las definiciones conceptuales. De acuerdo con Castañeda & Cisneros (2018), los procesos conductuales abarcan el conjunto de acciones realizadas por el ser humano y se sustentan en la interacción entre procesos cognitivos, emociones y necesidades personales, tal como señala Huerta (2018). Por ello, al contextualizar estos resultados a nivel nacional, observamos el estudio de Díaz y Chupillon (2021), quienes concluyeron que a mayor cultura tributaria aumentará también el cumplimiento de la obligación tributaria. A nivel internacional, el trabajo de Jácome, et al. (2021) en la ciudad de Ocaña, señaló que los comerciantes presentan un bajo nivel de cultura tributaria, evidenciando que menos del cincuenta por ciento cumple con el pago puntual de impuestos.

Finalmente, el objetivo principal de esta investigación era determinar los efectos entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, para ello, se propuso una hipótesis alterna que afirmaba que la cultura tributaria tiene efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes en ese mercado.

Es así que, los resultados obtenidos respaldaron nuestra hipótesis alterna, demostrando que una mayor cultura tributaria se asocia con una mayor recaudación de impuestos, por esa razón que, en esta investigación, nos basamos en la teoría de la consistencia, propuesta por Festinger (1957, 1959), Rosenberg (1960), y Zajone (1968), referenciados en Infante (2018). Esta teoría aborda tres dimensiones interrelacionadas: cognitiva, afectiva y conativa-conductual, las cuales se consideraron para comprender mejor la relación entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos. A manera de conceptualizar, la cultura tributaria abarca los valores, creencias, conocimientos y comportamientos que los contribuyentes poseen en relación con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Respecto a la recaudación de impuestos, nos basamos en el Texto Único Ordenado del

Código Tributario (TUO) Decreto Supremo N.º 133-2013-EF (2013), el cual ofrece una estructura para evaluar diversos aspectos de los impuestos en el contexto tributario peruano. Desde esta perspectiva, la recaudación de impuestos se refiere al total de ingresos que el estado obtiene mediante la cobranza de impuestos.

Para ello, en el marco de estos antecedentes, es relevante subrayar que nuestros hallazgos concuerdan con investigaciones previas a nivel nacional. Tales como con Acosta y Tapullima (2019), quienes encontraron que un mayor grado de cultura tributaria está relacionado con un cumplimiento más efectivo de los deberes tributarios. en el Mercado III de Tarapoto. Además, compartimos hallazgos similares con Zeña (2019), quien también identificó una conexión notable entre la cultura tributaria y el acatamiento de los deberes tributarios en el mercado de Ate. Por ello, se evidencia que cuando los comerciantes tienen un mayor entendimiento y conciencia sobre los impuestos, tienden a cumplir más efectivamente con sus responsabilidades tributarias. Finalmente, al contrastar estos resultados en el ámbito universal con la investigación de Vite et al. (2021) llevado a cabo en PYMES en Macha, Ecuador, se destaca una coincidencia esencial a pesar de contextos geográficos distintos, por esa razón, nosotros como investigadores confirmamos que verdaderamente la base teórica con el cual hemos trabajado, hasta el día de hoy sigue vigente, ya que este es base fundamental para que nosotros como personas podamos desarrollarnos. Esto respalda la noción de que un mayor nivel de comprensión y conocimiento sobre las obligaciones tributarias conduce a un comportamiento más responsable en materia de impuestos, ya sea en el ámbito nacional o inclusive internacional.

Finalmente, con todo lo expuesto anteriormente, las diversas investigaciones, conceptos y bases teóricas dan un respaldo a nuestros resultados, dando el mayor realce de la gran importancia que tiene este tema para engrandecer el desarrollo de una nación, tal como se evidencio no solo a nivel nacional, sino también a nivel global.

## **VI. CONCLUSIONES**

Al concluir la investigación y tras el proceso de interpretación, análisis y discusión, se alcanzaron las siguientes conclusiones.

1. En cuanto al objetivo principal de la investigación, se concluye que la cultura tributaria tiene efectos en la recaudación de impuestos, de los comerciantes en un mercado en La Esperanza, Trujillo 2023, ya que esto lo confirmamos con los hallazgos obtenidos, los cuales dan un relación fuerte y positiva.
2. Respecto al primer objetivo particular, se concluye que los componentes cognitivos tienen efectos en la recaudación de impuestos, de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, ya que se evidencio una correlación significativa y además nuestros resultados destacan la importancia de estos componentes cognitivos en la recaudación de impuestos.
3. Con relación al segundo propósito específico, se concluye que los componentes afectivos tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, porque efectivamente a través de nuestros resultados revelan una correlación sólida y relevante los cuales permiten evidenciar que los aspectos afectivos desempeñan un papel fundamental en la recaudación de impuestos.
4. Por último, respecto al objetivo final, se concluye que los componentes conductuales tienen efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, ya que los resultados revelan una correlación altamente significativa, indicando claramente que los comportamientos tienen un papel fundamental en la recaudación de impuestos.

## **VII. RECOMENDACIONES**

A continuación, se presenta las recomendaciones dirigidas a la presidenta del mercado y su junta directiva, autoridades máximas del mercado.

1. Se recomienda encarecidamente a la presidenta del mercado y su junta directiva, establecer alianzas estratégicas con instituciones o entidades relacionadas a este tema. Para que a través de programas educativos promuevan la importancia de los impuestos, ya que esta acción no solo consolidará la cultura tributaria, sino que también contribuirá a elevar la conciencia colectiva sobre el papel crucial de los impuestos en el progreso nacional.
2. Se recomienda a la presidenta del mercado y su junta directiva que, con el objetivo de obtener materiales educativos como folletos, guías visuales y afiches, gestionen formalmente a través de un documento dirigido a la SUNAT para que este les facilite dichos recursos, de tal forma que puedan ser aplicados de manera práctica en el mercado y mejorar los procesos cognitivos.
3. Se recomienda a la presidenta del mercado y su junta directiva buscar el apoyo directo de la SUNAT para coordinar capacitaciones dirigidas a los comerciantes. Estas sesiones no solo serían un paso crucial para formalizar los negocios, sino también una oportunidad para fortalecer el entendimiento y cumplimiento de las obligaciones tributarias, de tal manera, impulsando el crecimiento sostenible de los comerciantes.
4. Se recomienda a la presidenta del mercado y su junta directiva, que a través de una reunión se establezca la contratación de un profesional en la materia contable, el cual estaría dedicado a ofrecer asesoramiento oportuno a los comerciantes, además de encargarse de la formalización contable, esta acción ayudaría a que los comerciantes cumplan con sus responsabilidades tributarias.



## REFERENCIAS

- Alania Huamantico, G. C. (2019) Análisis sobre la aplicación del Impuesto Selectivo al Consumo al sector de casino y máquinas tragamonedas. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/15487>
- Ahmed, S. U. (2019). Taxation challenges for Bangladesh. The cost and management, 47(4), 13-21. <https://acortar.link/8IDM4i>
- Acosta, J., y Tapullima, J. (2019). Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado III de Tarapoto, 2019 [Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43614>
- Aparicio, D. M. S., Mindiola, J. J. L., Torres, B. J. F., y Aparicio, D. J. S. (2022). La percepción sensorial, la cognición, la interactividad y las tecnologías de información y comunicación (TIC) en los procesos de aprendizaje. RECIAMUC, 6(2), 388-395. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(2\).mayo.2022.388-395](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(2).mayo.2022.388-395)
- Agudelo Gómez, L., Pulgarín Posada, L. A., y Tabares Gil, C. (2017). La estimulación sensorial en el desarrollo cognitivo de la primera infancia. Fuentes, 19 (1), 73-83. <http://dx.doi.org/10.12795/revistafuentes.2017.19.1.04>
- Atahuaman-Arroyo, F., Ramírez-Espinoza, D. M., Segama-Fabián, E., Dámaso-Mata, B., Panduro-Correa, V., y Arteaga-Livias, K. (2020). Factores asociados al nivel de empatía hacia el paciente en estudiantes de medicina, Perú, 2018. Revista Habanera de Ciencias Médicas, 19(2). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-519X2020000200013](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2020000200013)
- Atuguba, R. A. (2021). Tax Culture: Perspectives from an African State. American Journal of Trade and Policy, 8(1), 25–58. <https://doi.org/10.18034/ajtp.v8i1.510>
- Arauz, J. S. F., Gavilanes, J. P. V., Alemán, E. M. S., y Jimenez, K. J. C. (2022). La percepción, la cognición y la interactividad. RECIMUNDO, 6(2), 151-159.

[https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(2\).abr.2022.151-159](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(2).abr.2022.151-159)

Aparicio, D. M. S., Mindiola, J. J. L., Torres, B. J. F., y Aparicio, D. J. S. (2022). La percepción sensorial, la cognición, la interactividad y las tecnologías de información y comunicación (TIC) en los procesos de aprendizaje. RECIAMUC, 6(2), 388-395.  
[https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(2\).mayo.2022.388-395](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(2).mayo.2022.388-395)

Bravo, Cucci, J. (2023). Panorama de la recaudación tributaria en el Perú  
<https://acortar.link/EyeHwW>

Bandura, A. (1977). Social learning theory (Vol. 1). Prentice Hall: Englewood cliffs.  
<https://acortar.link/gR79lq>

Bautista Rojas, M. G. (2018). Gastos no deducibles y su relación con el impuesto a la renta en las empresas comerciales ferreteras, en el distrito de San Martín De Porres, Año 2018.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/32438>

Baidal, G. C. A., De la Cruz, J. J. R., Soriano, G. L. M., y Álava, W. J. T. (2022). Reinversión de utilidades y el Impuesto a la Renta del sector camaronero, Santa Elena, 2016-2020. Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación, 10(1), 73-78. <http://dx.doi.org/10.26423/rcpi.v10i1.579>

Beauchamp, T., Childress, (2001). Principles of biomedical ethics. Oxford University Press, USA. <https://acortar.link/GWHzqi>

Berner, C. (2021). La actitud hermenéutica. ideas y valores, 70(176), 177-194.

<https://doi.org/10.15446/ideasyvalores.v70.n176.95039>

Cabrera, M., Sánchez, M., Cachay, L., y Rosas, C. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081767>

Calderón, E., y Quispe, T. (2021). La cultura tributaria y la recaudación de impuestos prediales de la municipalidad Ate Vitarte, 2021  
<https://acortar.link/MDZsU9>

- Castañeda Velásquez, T. V., y Cisneros Pila, V. A. (2018). "Familias disfuncionales y conducta de los estudiantes de educación general básica de la Unidad Educativa "Once de Noviembre". Riobamba. Octubre 2017-Marzo 2018" (Bachelor's thesis, Riobamba). <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4885>
- Castillo Lazo, E. (2017). Nivel de influencia del uso de la red social Facebook en el comportamiento de los alumnos de Quinto año de secundaria de la IEP Jesús Maestro, Nuevo Chimbote, 2017. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/12176>
- Clerici, R., y Da Re, L. (2019). Evaluación de la eficacia de un programa de tutoría formativa. *Revista de investigación educativa*, 37(1), 39-56. <https://doi.org/10.6018/rie.37.1.322331>
- Cabeza Vaquero, C. (2022). Aprendizaje gamificado y divulgativo de las relaciones causa-efecto en la Economía. [https://oa.upm.es/71629/1/TFG\\_CELIA\\_CABEZA\\_VAQUERO.pdf](https://oa.upm.es/71629/1/TFG_CELIA_CABEZA_VAQUERO.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe, 2021 <https://acortar.link/wEo3sk>
- Chasquibol Daza, K. (2022). La importancia de la exoneración del impuesto general a las ventas en la Amazonía. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4979/1/TIB\\_ChaquisbolDazaErika.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4979/1/TIB_ChaquisbolDazaErika.pdf)
- Chávez, P. (1993). La tributación. Quipukamayoc <https://doi.org/10.15381/quipu.v1i2.6066>
- Díaz, B., y Chupillon, J. (2021). Cultura Tributaria y Cumplimiento Tributario en las empresas de la Región San Martín. [Universidad Peruana Unión]. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4732>
- Domínguez, C. D., Barraza, A. R., Córdoba, R. L., y Martínez, F. D. V. (2020). Relación entre bienestar psicológico y empatía en médicos residentes en una universidad pública en México. *Investigación en educación*

médica, 9(34), 16-23.

<https://www.medigraphic.com/pdfs/invedumed/iem-2020/iem2034c.pdf>

(del Moral, 2007). Rubier Valdés, D. (2019). La incidencia de la gestión del conocimiento en el éxito de las organizaciones. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(3), 392-405

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2310340X2019000300392yscript=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2310340X2019000300392yscript=sci_arttext)

Duk, C., y Murillo, F. J. (2022). Recoger las Voces de los y las Estudiantes para Favorecer la Inclusión. *Revista latinoamericana de educación inclusiva*, 16(1), 11-13.

<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-73782022000100011>

EcuRed (2017). Comportamiento y la manera de proceder de las personas u organismos. Recuperado de: <https://www.ecured.cu/Comportamiento>

Estrada-Araoz, E. G., Gallegos-Ramos, N., Mamani-Uchasara, H., y Huaypar-Loayza, K. (2020). Actitud de los estudiantes universitarios frente a la educación virtual en tiempos de la pandemia de COVID-19. *Revista Brasileira de Educação do Campo*, 5, e10237-e10237. <http://dx.doi.org/10.20873/uft.rbec.e10237>

Enríquez Reyna, M. C., Rocha Aguirre, L. L., García Mayorga, E. A., y Hernández Cortés, P. L. (2022). Análisis de actitudes y percepciones hacia el envejecimiento en estudiantes de enfermería en Zacatecas, México. *Sanus*, 7. <https://doi.org/10.36789/revsanus.vi1.225>

Fernández Lerena, M. J. (2017). La objeción de conciencia. *Diccionario enciclopédico de la legislación sanitaria* [Internet]. <https://acortar.link/8MjzsR>

Fernández, J. (2021). Hacia una filosofía personalista de la educación. *ACONTECIMIENTO*, 140, 16.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8142806>

Fernández Cotrina, G. A. (2022). Impuesto general a las ventas y saldo a favor del

exportador en las empresas fabricantes de explosivos de Lima Metropolitana, 2021.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/96991>

Fretes, H. M. A., Silva, J. J. B., Barrios, D. A. C., y Garay, A. N. (2022). La participación ciudadana en la rendición de cuentas de los fondos municipales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 2665-2686. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i3.2409](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2409)

Fernández, M. V. (2021). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 11(4), 64-78. <http://revistas.bnjm.sld.cu/index.php/BAI/article/view/196/205>

Flores, C., y Flores, K. (2021). pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos: anderson-darling, ryan-joiner, shapiro-wilk y kolmogórov-smirnov <https://acortar.link/9N6fTS>

Gaber, S., y Gruevski, I. (2018). The influence of tax culture in improving the tax compliance <https://acortar.link/Mx1q9n>

Gaviño Rodríguez, V., y Rivas Zancarrón, M (2020). Creencias y actitudes ante la lengua en España y América (siglos XVIII y XIX). Iberoamericana Vervuert, digitalia. <https://www.digitaliapublishing.com/a/70072>

Galindo, L, M (2018). Administración. Gestión organización, enfoque y proceso administrativo (3rd Edición). Pearson Hispanoamérica Contenido. <https://bookshelf.vitalsource.com/books/9786073244466>

García-Castro, J., Saavedra-Vela, A., Salazar-Vega, S., y Chong-Rengifo, R. (2022). Costo beneficio del uso de la factura electrónica en los principales contribuyentes de la Región San Martín. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(1), e285-e285. <https://doi.org/10.51252/race.v1i1.285>

Galeano Marín, M. (2020). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Fondo editorial Universidad EAFIT, Primera edición junio de 2004. Medellín. <https://n9.cl/8tg5k>

Gewirth Alan, (1978). Reason and morality. University of Chicago Press.

<https://acortar.link/U8s6y8>

González, G., Ortiz, N. y Rincón, L. P. (2020). Desarrollo y fortalecimiento de la dimensión socio-afectiva basada en las artes plásticas y la música para pacientes hospitalizados en edad preescolar de dos instituciones de salud del departamento de Santander. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12749/12022>

Goyzueta Lovaton, W. (2017). Compromiso Laboral y Satisfacción del Usuario en la municipalidad distrital de Limatambo-Anta, 2017.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/20156>

Gómez, D. M. O., Velásquez, A. L. O., Pérez, N. G. M., Orozco, A. V. O., De León, J. C. V., Berdúo, C. A., y Monterroso, I. D. R. (2019). Ética de la investigación aplicada a la gerencia de proyectos de desarrollo. *Revista de Investigación Proyección Científica*, 1(1), 187-199. <https://revistacusam.com/index.php/revista/article/view/37/31>

González, Mesia. S. (2018). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los contribuyentes del mercado minorista de Pucallpa en el período 2017 [Universidad Nacional Agraria de la Selva].

<https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/158/139>

Guzmán Torres, K. M. (2018). Métodos de valuación de inventario y su efecto en la determinación del impuesto a la renta anual en la empresa Motorepuestos Jakelin EIRL en el periodo 2017.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29189/Guzm%  
%c3%a1n\\_TKM.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29189/Guzm%c3%a1n_TKM.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Goldman, Alvin. (1999). *Knowledge in a social world*. Oxford University Press. <https://acortar.link/XAcojl>

Huerta Orozco, A. (2018). El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo. *IE Revista de investigación educativa de la REDIECH*, 9(16), 83-

97.<https://www.scielo.org.mx/pdf/ierediech/v9n16/2448-8550-ierediech-9-16-83.pdf>

Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta <https://acortar.link/PLg2RB>

Hernández, C., y Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>

Isminio Vargas, N. F. (2023). Incidencia de la inversión pública en el Distrito de Juanjui, Periodo 2021-2022. <https://acortar.link/VnGo7a>

Infante Calderón, S. D. (2023). La inversión pública y su influencia en el crecimiento económico de la Región Tumbes, 1992–2021.

<http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64206>

Jácome, N., Rizo, Y., y Jaimes, I. (2021). Análisis de la cultura tributaria de los comerciantes en zona de conflicto. Casos comerciantes ubicados en el centro de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc22.actc>

Leavy Patricia, (2022). Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches. Guilford Publications. <https://acortar.link/PewLdm>

Lopez Santa Maria, E. R. (2022). Importancia de la inversión en las empresas de telecomunicaciones.

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5630/8/TIB\\_LopezSantaM ariaEliane.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5630/8/TIB_LopezSantaM ariaEliane.pdf)

Lupton Deborah, (2014). Digital Sociology (1st ed.). Routledge. <https://acortar.link/sQrSWD>

Mamani, H y Espinoza, O. (2021). Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Pacocha – Ilo 2021 [Universidad Continental]. <https://acortar.link/KKgNc1>

Matos, J. J. V., del Pilar López, M., y Morillo, G. A. P. (2017). Sistema de gestión

de conocimiento para comunidades académicas. Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales, (82), 550-562. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6233640>

Mason, T. A., Calleja, N., Reynoso-Cruz, J. E., y Bernal-Gamboa, R. (2019). Análisis Psicométrico de una Escala de Empatía en niños mexicanos. Ciencias Psicológicas, 13(2), 223-234. <https://doi.org/10.22235/cp.v13i2.1878>

(Mao et al., 2012). Rincón-Ornelas, R. M., Nava-Tapia, S., y García Lirios, C. (2018). Contrastación de un modelo para el estudio de la intención de uso de Facebook en una universidad pública del centro de México. Margen, (89), 1-8. [https://www.margen.org/suscri/margen89/nava\\_89.pdf](https://www.margen.org/suscri/margen89/nava_89.pdf)

Marin Castillo, J., y Torres Cajachagua, N. (2022). Impacto de la calidad y precio en la lealtad del consumidor de productos nutritivos: Un análisis de la brecha según sexo. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5832>

Mendieta, P. (2020) Rasgos Tributarios en los Comerciantes de la Festividad del Corpus Christi. <https://acortar.link/DcVI5s>

Medina Arenas, D. F. A. (2022). La influencia de los ingresos tributarios en la presión fiscal del Perú, periodo 1990 al 2020. <https://acortar.link/nwnpuS>

Misoch Sabina, (2019). Qualitative interviews. In Qualitative Interviews. De Gruyter Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783110545982>

Molina, S. R. (2022). Hacia una teoría intrasistémica del activismo judicial. RIDP REVISTA INTERNACIONAL DE DERECHO PÚBLICO-ISSN 2954-3924, 1(2), 9-20. <http://ridp.udem.edu/revista/index.php/dp/article/view/28/20>

McNiff Jean, (2013). Action research: Principles and practice. Routledge. <https://acortar.link/C105cE>

Nava Bedolla, J. (2017). La esencia del conocimiento. El problema de la relación sujeto-objeto y sus implicaciones en la teoría educativa. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 8(15), 25-57. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i15.289>



- Nilsson, Nils J., and Arturo Rocha Cortés. Para una comprensión de las creencias. Fondo de Cultura Económica, 2020. Digitalia, <https://www.digitaliapublishing.com/a/98972>
- OECD, et al. (2023), Estadísticas tributarias en América Latina y el Caribe 2022 <https://doi.org/10.1787/5a7667d6-es>
- Onofre, R., Aguirre, C. y Murillo, K. (2017). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.3.jun.45-68>
- Ordoñez Ferro, A. C. (2022). La reducción de la tasa del impuesto general a las ventas y la recaudación tributaria en el Perú. <https://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/7203>
- Paredes, R., y García, G. (2021). Cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión fiscal en Ecuador <https://doi.org/10.35290/re.v2n1.2021.390>
- Pérez-Parra, J. E., y Restrepo de Mejía, F. (2022). Teorías cognitivas dinámicas o de tercera generación: análisis documental de artículos originales de investigación cualitativa. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 18(1), 57-69. <https://doi.org/10.15332/22563067.7875>
- Pérez Torres, C. M., y Huaraca López, L. A. (2018). Incidencia de la producción industrial de cerveza en los ingresos tributarios de la región Ucayali 2000-2016. <https://acortar.link/dAaACM>
- Perera Medina, C. (2017). Conciencia emocional y regulación emocional. <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/118533/7/TFP%20Cristina%20Perera.pdf>
- Quiñones Becerra, A. R. (2022). Ejecución del gasto y cumplimiento de metas en la Municipalidad Distrital de Nuevo Progreso, San Martín-2020. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/78453>
- Ramos, Costilla. J. (2018). Análisis incumplimiento tributario en el sector comercio modelo de gestión de riesgos <https://doi.org/10.15381/quipu.v26i50.14724>

- Ramos, N., Chero, S., Vidaurre, W., Urbina, M., y Rosas, C (2021). Cultura tributaria como instrumento para una efectiva recaudación de impuestos <http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v24i4.2328>
- Rawls John, (2020). A theory of justice: Revised edition. Harvard university press. <https://acortar.link/PEF6lz>
- Ríos, O. M. E., Hernández, M. M., y Hernández, I. L. (2021). Precio en mercadotecnia: Una revisión bibliográfica desde la percepción en Latinoamérica. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática, 10(29), 44-64. <https://doi.org/10.36677/recai.v10i29.15978>
- Rodríguez Juárez, H. I., y León Bermúdez, J. A. (2022). Sostenibilidad y el Diseño emocional como aliados en el ciclo de vida del producto. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 25(159). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi159.6822>
- Robles-Villagómez, A. G., y Sánchez-Lucín, D. M. (2019). Transversalidad del currículo en el desarrollo socio afectivo. [Tesis Grado, Universidad de Guayaquil] Repositorio: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/490200>
- Robbins, S, P (2018). Administración (13th Edición). Pearson Hispanoamérica Contenido. <https://bookshelf.vitalsource.com/books/978607323360>
- Rueda, G., Casadiego, Y., y Avendaño, W. (2021) Causes and Effects of Tax Morale in Cúcuta and Its Metropolitan Area <https://acortar.link/BJL7nx>
- Rhein, S. V. (2019). El control interno de la Administración Pública y la configuración del Estado contemporáneo. Revista Facultad de Jurisprudencia, (5), 1-45. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=600263495010>
- Salzmann, T. (2017). El desarrollo de la identidad en niños y las interrelaciones con lenguaje y comunicación. Cultura y representaciones sociales, 12(23), 101-132. <https://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v12n23/2007-8110-crs-12-23-00101.pdf>
- Sandoval Álvarez, C., y Bado Zúñiga, G. (2022). Impacto de la formación educativa emprendedora en la intención emprendedora: un enfoque

cognitivo. Contaduría y administración, 67(4), 1-27.

<https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.01>

Sánchez Juipa, F. M. (2023). Satisfacción laboral y calidad del cuidado enfermero en el servicio de emergencia.

[https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/8184/T061\\_43968276\\_S.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/8184/T061_43968276_S.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sánchez, H., Reyes, C., y Mejia, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística <https://acortar.link/wsCmC>

Sarmiento Álvarez, S. K. (2022). Gestión de crisis en medios digitales y la percepción de los clientes de 20-40 años de Falabella. Caso: "Modo cama", año 2022.

<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/32997>

Soria Suasnabas, N. S. Control interno en las operaciones de tesorería de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones de Ucayali, año 2021.

<https://acortar.link/wgWGyo>

Suárez-Rivero, D. (2020). Beneficios ¿podemos hablar de ello en el uso de los medios electrónicos como consecuencia del SARS-COV-2? Revista PRAXIS, (81). <https://doi.org/10.15359/praxis.81.4>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (2021). La Cultura Tributaria y Aduanera. <https://cultura.sunat.gob.pe/>

Schmidt, M. A., Tennina, M. E., y Obiol, L. C. (2018). La función de control en las organizaciones. Centro de Estudios de Administración, 2(2). <https://revistas.uns.edu.ar/cea/article/view/1349/816>

Shrader Frechette, K (1994). Ethics of scientific research. Rowman y Littlefield. <https://acortar.link/MIT9Cq>

Spira, R. (2019). La naturaleza de la conciencia. Barcelona: La Llave. [http://www.scielo.org.bo/pdf/rmcmlp/v25n2/v25n2\\_a01.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rmcmlp/v25n2/v25n2_a01.pdf)

Texto Único Ordenado Del Código Tributario, Decreto Supremo N° 133-2013- EF.

- (2013). <https://acortar.link/xcMt1v>
- Tenreiro Rodríguez, V. (2017) El Otro como creencia y su rol en la motivación moral a partir de Kant y Levinas <http://hdl.handle.net/10550/58309>
- Torgler, B. (2005). Tax morale and direct democracy. *European Journal of Political economy* <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2004.08.002>
- Torices Vidal, J. R. (2017). Emoción y percepción: una aproximación ecológica. *Análisis filosófico*, 37(1), 5-2  
<http://www.scielo.org.ar/pdf/anafil/v37n1/v37n1a01.pdf>
- Torres Zárate, F. (2022). La decisión judicial. *Alegatos-Revista Jurídica de la Universidad Autónoma Metropolitana*.  
<http://alegatos.azc.uam.mx/index.php/ra/article/view/1674/1643#>
- (Tversky y Kahneman, 1985; Garay-Anaya, 2015) Décaro-Santiago, L. A., Soriano-Hernández, M. G., Benítez-Guadarrama, J. P., y Soriano-Hernández, J. G. (2020). La conducta financiera entre estudiantes universitarios emprendedores. *Revista EAN*, (89), 51-68.  
<https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2816>
- Vela, Seidy., Linares, J., y Julca, S (2022). La cultura tributaria y su incidencia en el pago del impuesto predial en los Pobladores de la jurisdicción de la Municipalidad Distrital de Pardo Miguel Naranjos, periodo 2019  
<https://acortar.link/9bpYS8>
- Velita Carrillo, N. A. (2022). Impuesto selectivo al consumo y su relación con las externalidades en las empresas del sector alimenticio del distrito de Breña, año 2022.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/116384/Velita\\_CNA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/116384/Velita_CNA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vera, T. V. (2022). La participación como valor educable ya educar en el alumnado universitario: algunos datos sobre la participación del alumnado de la Universidad de Santiago de Compostela. *Revista Boletín Redipe*, 11(5), 221-226.

- Vite, H., Carvajal, H., Gutiérrez, D., Borja, A., y Feijoo, E., (2021). Factores claves para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Pymes de la ciudad de Machala <https://acortar.link/JjVuth>
- Vico, P. Á. R., y Izquierdo, M. I. C. (2021). Influencia de las prácticas expresivas psicomotrices y sociomotrices de cooperación en la vivencia emocional en función del género. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (40), 430-437.  
<https://doi.org/10.47197/retos.v0i40.77925>
- Vimos Valdez, M. J. (2022). Influencia del miedo y la ansiedad en el comportamiento del paciente odontopediátrico. Hospital Pediátrico Alfonso Villagómez Román. Riobamba, 2021 (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo). <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9883>
- Yin, Robert. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). sage.  
<https://acortar.link/aYbyN5>
- Yim, B., y Byon, K. (2022). Validation of the Sport Fan Model of Goal-Directed Behavior: Comparison to Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior, and Model of Goal-Directed Behavior. *Journal of Global Sport Management*, 1-21. doi:10.1080/24704067.2020.1765699
- Zeña, A. (2019). Cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los comerciantes de abarrotes, mercado de Ceres, Ate 2019 [Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/63146>

## ANEXOS

### Anexo 01. Tabla de operacionalización de variables

#### Operacionalización de la variable “Cultura tributaria”

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Cultura tributaria	La cultura tributaria se refiere a las creencias, actitudes y comprensión que una sociedad tiene sobre los impuestos. Esta cultura se basa en valores éticos, tales como el respeto y la solidaridad (Superintendencia Nacional de Administración tributaria [SUNAT], 2021)	La cultura tributaria se analiza mediante tres dimensiones interrelacionadas: la cognitiva, la afectiva y la conativa-conductual. Estas dimensiones, junto con sus indicadores específicos, posibilitan la comprensión de las percepciones, actitudes y comportamientos de las personas en relación con la cultura tributaria	Proceso Cognitivo	Creencia Conocimientos Conciencia	Likert  Likert
			Proceso Afectivo	Emociones Actitudes Empatía	Likert
			Proceso Conductual	Intenciones, Comportamiento Decisiones	Likert  Likert

*Operacionalización de la variable “Recaudación de Impuestos”*

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala</b>
Recaudación de Impuestos	Se considera una de las principales actividades esenciales para el mejoramiento de la comunidad, en la cual permite la creación de fondos públicos para los gobiernos centrales y descentralizados, que utilizan para realizar su trabajo en beneficio de la sociedad (Solís y Valverde, 2019)	La evaluación de la recaudación de impuestos se lleva a cabo a través de tres dimensiones relacionadas el IGV, el Impuesto a la Renta (IR) y el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC). Estas dimensiones permiten analizar cómo la recaudación de impuestos contribuye a generar fondos públicos utilizados por el gobierno para realizar sus actividades en beneficio de la sociedad peruana.	Impuesto General a las Ventas	Cumplimiento, Comunicación Beneficios	Likert
			Impuesto a la Renta	Participación, Percepción Inversión	Likert
			Impuesto Selectivo al Consumo	Precios Control Efectos.	Likert
					Likert

## **Anexo 02. Instrumento de recolección de datos**

### **ENCUESTA A LOS COMERCIANTES DE UN MERCADO – LA ESPERANZA, TRUJILLO V1: CULTURA TRIBUTARIA**

Estimado participante:

El presente cuestionario es parte de una investigación para recoger información y opiniones de los comerciantes sobre Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023, por lo tanto, no hay respuestas correctas o incorrectas. Debe leer cada una de las preguntas y seleccione una de las respuestas según su convicción y luego marca con un aspa (x).

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



	ESCALA				
	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE: CULTURA TRIBUTARIA:</b>					
<b>DIMENSIÓN: COMPONENTE COGNITIVO</b>					
<b>INDICADOR: CREENCIAS</b>					
¿Crees que el pago de impuestos es una manera valiosa de contribuir al progreso y bienestar del país?					
¿Crees que es importante conocer cómo funcionan los impuestos en tu negocio?					
<b>INDICADOR: CONOCIMIENTOS</b>					
¿Conoce usted que el dinero recaudado a través de los impuestos contribuye en el desarrollo del país?					
¿Crees que el conocimiento del pago de los impuestos favorece al comercio formal?					
<b>INDICADOR: CONCIENCIA</b>					
¿Usted es consciente que la omisión del pago de impuesto conlleva a que el país no se desarrolle?					
¿Usted es consciente que cada vez que realiza una compra debe exigir su comprobante el cual significa que está pagando impuestos?					
<b>DIMENSIÓN: COMPONENTE AFECTIVO</b>					
<b>INDICADOR: EMOCIONES</b>					
¿Si alguna vez asistió a orientación por parte de SUNAT sintió satisfacción?					
<b>INDICADOR: ACTITUDES</b>					
¿Crees que pagar impuestos es una tarea importante que debes cumplir como parte de tu negocio?					
<b>INDICADOR: EMPATIA</b>					
¿Estás dispuesto a considerar la formalización de tu negocio como una opción beneficiosa?					
¿Sientes simpatía por aquellos que están tratando de entender la cultura tributaria y sus obstáculos?					
<b>DIMENSIÓN: COMPONENTE CONATIVO-CONDUCTUAL</b>					
<b>INDICADOR: INTENCIONES</b>					
¿Tienes la intención de expandir tu negocio para, de esa manera, aumentar tus ingresos y contribuir al desarrollo del país?					
<b>INDICADOR: COMPORTAMIENTO</b>					
¿Crees que, si asistieras a talleres o charlas en el futuro, tu forma de hacer las cosas podría cambiar en relación a los impuestos?					
<b>INDICADOR: DECISIONES</b>					
¿Si la SUNAT realizara charlas o actividades estarías interesado en unirse para aprender más sobre cómo funcionan los impuestos en el mercado?					
¿Estarías dispuesto en apoyar con la difusión de la publicidad sobre temas de cultura tributaria y la recaudación de impuestos?					

**ENCUESTA A LOS COMERCIANTES  
DE UN MERCADO – LA ESPERANZA, TRUJILLO  
V2: RECAUDACION DE IMPUESTOS**

Estimado participante:

El presente cuestionario es parte de una investigación para recoger información y opiniones de los comerciantes sobre la Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de un mercado, La Esperanza, Trujillo 202, por lo tanto, no hay respuestas correctas o incorrectas. Debe leer cada una de las preguntas y seleccione una de las respuestas según su convicción y luego

marca con un aspa (x).

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

	ESCALA				
	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE: RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS</b>					
<b>DIMENSIÓN: IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS</b>					
<b>INDICADOR: CUMPLIMIENTO</b>					
¿Durante el tiempo que viene realizando la actividad comercial ha realizado algún pago de impuestos?					
<b>INDICADOR: COMUNICACIÓN</b>					
¿Te gustaría mantener una comunicación más cercana con personas que conocen el tema y te orienten a encaminar el pago de impuestos?					
¿Crees que una comunicación más sencilla por parte de la SUNAT en temas de impuesto te sería de ayuda para cumplir con el pago de las mismas?					
<b>INDICADOR: BENEFICIOS</b>					
¿Has tenido la oportunidad de usar servicios de salud o educación financiados por los impuestos?					
¿Has notado mejoras en los servicios públicos y la infraestructura de tu entorno gracias a los impuestos?					
<b>DIMENSIÓN: IMPUESTO A LA RENTA</b>					
<b>INDICADOR: PARTICIPACIÓN</b>					
¿Alguna vez has ido a reuniones o charlas donde hablen sobre la cultura tributaria e impuestos y cómo se recaudan?					
¿Te gustaría participar en actividades donde puedas aprender sobre los impuestos y cómo pueden beneficiar a la sociedad?					
<b>INDICADOR: PERCEPCIÓN</b>					
¿Crees que los impuestos son necesarios para mantener funcionando los servicios públicos, como hospitales y escuelas?					
¿Crees que los impuestos se usan adecuadamente para mejorar la vida de las personas a través de servicios e infraestructura?					
<b>INDICADOR: INVERSIÓN</b>					
¿Crees que es importante usar los impuestos para invertir en programas sociales que beneficien a la población?					
<b>DIMENSIÓN: IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO</b>					
<b>INDICADOR: PRECIOS</b>					
¿Has tomado la decisión de no comprar productos con Impuesto Selectivo al Consumo debido a que sus precios son un poco más altos?					
<b>INDICADOR: CONTROL</b>					
¿Te gustaría recibir información sobre el Impuesto Selectivo al Consumo y cómo se controla?					
¿Crees que sería beneficioso para la sociedad si hubiera un control más estricto sobre el Impuesto Selectivo al Consumo en algunas categorías de productos?					
<b>INDICADOR: EFECTOS</b>					
¿Crees que el Impuesto Selectivo al Consumo puede afectar la decisión de las personas de dejar de comprar ciertos productos?					

## Anexo 03: Modelo del consentimiento o asentimiento informado UCV.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### Consentimiento Informado

**Título de la investigación:** Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza - Trujillo 2023

**Investigadores:**

Centurión Linares, Harol Elqui (orcid.org/0000-0001-7512-9288)

Ortiz Arone, Carlos Daniel (orcid.org/0000-0002-2096-1461)

**Propósito del estudio:**

Le invitamos a participar en la investigación titulada Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza - Trujillo 2023, cuyo objetivo es determinar los efectos entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Contabilidad de la Universidad Cesar Vallejo del campus Trujillo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.



**Describir el impacto del problema de la investigación:**

Básicamente, el impacto del problema de la falta de cultura tributaria entre los comerciantes en el mercado estudiado se refleja en una recaudación de impuestos disminuida, lo que limita directamente los recursos disponibles para el desarrollo económico y la provisión de servicios públicos esenciales.

**Procedimiento:**

Si usted acepta participar en esta investigación:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes de un mercado, La Esperanza - Trujillo 2023
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 05 minutos y se realizará en el ambiente del mercado, las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.





**Participación voluntaria** (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo** (principio de No maleficencia):

Al participar en la investigación NO existirá riesgo o daño. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios** (principio de beneficencia):

Los resultados obtenidos serán netamente para tema de estudio los cuales serán informados a la universidad al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad** (principio de justicia):

Los datos recolectados de la investigación deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con los investigadores Centurión Linares, Harol Elqui y Ortiz Arone, Carlos Daniel, email: [cdortiz@ucvvirtual.edu.pe](mailto:cdortiz@ucvvirtual.edu.pe) o también al correo de nuestra asesora [vcriollo@ucvvirtual.edu.pe](mailto:vcriollo@ucvvirtual.edu.pe)

## Anexo 4: Instrumentos de recolección de datos

### VALIDACIÓN DE CONTENIDO DE FICHA DE REGISTRO PARA LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuesto de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023 por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

*Nota.* Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

Definición de la variable: La cultura tributaria se refiere a las creencias, actitudes y comprensión que una sociedad tiene sobre los impuestos. Esta cultura se basa en valores éticos, tales como el respeto y la solidaridad (Superintendencia Nacional de Administración tributaria [SUNAT], 2021)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
COMPONENTE COGNITIVO	CREENCIAS	¿Crees que el pago de impuestos es una manera valiosa de contribuir al progreso y bienestar del país?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que es importante conocer cómo funcionan los impuestos en tu negocio?	1	1	1	1	NINGUNO
	CONOCIMIENTOS	¿Conoce usted que el dinero recaudado a través de los impuestos contribuye en el desarrollo del país?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que el conocimiento del pago de los impuestos favorece al comercio formal?	1	1	1	1	NINGUNO
	CONCIENCIA	¿Usted es consciente que la omisión del pago de impuesto conlleva a que el país no se desarrolle?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Usted es consciente que cada vez que realiza una compra debe exigir su comprobante el cual significa que está pagando impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
COMPONENTE AFECTIVO	EMOCIONES	¿Si alguna vez asistió a orientación por parte de SUNAT sintió satisfacción?	1	1	1	1	NINGUNO
	ACTITUDES	¿Crees que pagar impuestos es una tarea importante que debes cumplir como parte de tu negocio?	1	1	1	1	NINGUNO
	EMPATÍA	¿Estás dispuesto a considerar la formalización de tu negocio como una opción beneficiosa?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Sientes simpatía por aquellos que están tratando de entender la cultura tributaria y sus obstáculos?	1	1	1	1	NINGUNO
COMPONENTE CONATIVO-CONDUCTUAL	INTENCIONES	¿Tienes la intención de expandir tu negocio para, de esa manera, aumentar tus ingresos y contribuir al desarrollo del país?	1	1	1	1	NINGUNO
	COMPORTAMIENTO	¿Crees que, si asistieras a talleres o charlas en el futuro, tu forma de hacer las cosas podría cambiar en relación a los impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
	DECISIONES	¿Si la SUNAT realizara charlas o actividades estarías interesado en unirse para aprender más sobre cómo funcionan los impuestos en el mercado?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Estarías dispuesto en apoyar con la difusión de la publicidad sobre temas de cultura tributaria y la recaudación de impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO

## **MATRIZ DE VALIDACIÓN DE FICHA DE REGISTRO DE LA VARIABLE RECAUDACIÓN DE IMPUESTO**

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuesto de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023 por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

*Nota.* Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

## **MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS**

Definición de la variable: Se considera una de las principales actividades esenciales para el mejoramiento de la comunidad, en la cual permite la creación de fondos públicos para los gobiernos centrales y descentralizados, que utilizan para realizar su trabajo en beneficio de la sociedad (Solís y Valverde, 2019)



Dimensión	Indicador	Ítem	S u f i c i e n c i a	C l a r i d a d	C o h e r e n c i a	R e l e v a n c i a	Observación
IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	CUMPLIMIENTO	¿Durante el tiempo que viene realizando la actividad comercial ha realizado algún pago de impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
	COMUNICACIÓN	¿Te gustaría mantener una comunicación más cercana con personas que conocen el tema y te orienten a encaminar el pago de impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que una comunicación más sencilla por parte de la SUNAT en temas de impuesto te sería de ayuda para cumplir con el pago de las mismas?	1	1	1	1	NINGUNO
	BENEFICIOS	¿Has tenido la oportunidad de usar servicios de salud o educación financiados por los impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Has notado mejoras en los servicios públicos y la infraestructura de tu entorno gracias a los impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
IMPUESTO A LA RENTA	PARTICIPACIÓN	¿Alguna vez has ido a reuniones o charlas donde hablen sobre la cultura tributaria e impuestos y cómo se recaudan?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Te gustaría participar en actividades donde puedas aprender sobre los impuestos y cómo pueden beneficiar a la sociedad?	1	1	1	1	NINGUNO
	PERCEPCIÓN	¿Crees que los impuestos son necesarios para mantener funcionando los servicios públicos, como hospitales y escuelas?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que los impuestos se usan adecuadamente para mejorar la vida de las personas a través de servicios e infraestructura?	1	1	1	1	NINGUNO
	INVERSIÓN	¿Crees que es importante usar los impuestos para invertir en programas sociales que beneficien a la población?	1	1	1	1	NINGUNO
IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO	PRECIOS	¿Has tomado la decisión de no comprar productos con Impuesto Selectivo al Consumo debido a que sus precios son un poco más altos?	1	1	1	1	NINGUNO
	CONTROL	¿Te gustaría recibir información sobre el Impuesto Selectivo al Consumo y cómo se controla?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que sería beneficioso para la sociedad si hubiera un control más estricto sobre el Impuesto Selectivo al Consumo en algunas categorías de productos?	1	1	1	1	NINGUNO
	EFFECTOS	¿Crees que el Impuesto Selectivo al Consumo puede afectar la decisión de las personas de dejar de comprar ciertos productos?	1	1	1	1	NINGUNO

## FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO-1

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	Recoger la información sobre la Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes en un mercado la Esperanza, Trujillo 2023
Nombres y apellidos del experto	ALEX DAVIS ASTOHUAMAN HUARANGA
Documento de identidad	44854119
Años de experiencia en el área	11
Máximo Grado Académico	DOCTOR
Nacionalidad	PERUANA
Institución	UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
Cargo	DOCENTE ORDINARIO
Número telefónico	933692271
Firma	 <b>INVESTIGADOR CONCYTEC</b> <b>Código de Registro: P0104741</b>
Fecha	05/07/2023

## **VALIDACIÓN DE CONTENIDO DE FICHA DE REGISTRO PARA LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA**

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuesto de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023 por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

*Nota.* Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

### **MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA**

Definición de la variable: La cultura tributaria se refiere a las creencias, actitudes y comprensión que una sociedad tiene sobre los impuestos. Esta cultura se basa en valores éticos, tales como el respeto y la solidaridad (Superintendencia Nacional de Administración tributaria [SUNAT], 2021)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
COMPONENTE COGNITIVO	CREENCIAS	¿Crees que el pago de impuestos es una manera valiosa de contribuir al progreso y bienestar del país?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que es importante conocer cómo funcionan los impuestos en tu negocio?	1	1	1	1	NINGUNO
	CONOCIMIENTOS	¿Conoce usted que el dinero recaudado a través de los impuestos contribuye en el desarrollo del país?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que el conocimiento del pago de los impuestos favorece al comercio formal?	1	1	1	1	NINGUNO
	CONCIENCIA	¿Usted es consciente que la omisión del pago de impuesto conlleva a que el país no se desarrolle?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Usted es consciente que cada vez que realiza una compra debe exigir su comprobante el cual significa que está pagando impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
COMPONENTE AFECTIVO	EMOCIONES	¿Si alguna vez asistió a orientación por parte de SUNAT sintió satisfacción?	1	1	1	1	NINGUNO
	ACTITUDES	¿Crees que pagar impuestos es una tarea importante que debes cumplir como parte de tu negocio?	1	1	1	1	NINGUNO
	EMPATÍA	¿Estás dispuesto a considerar la formalización de tu negocio como una opción beneficiosa?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Sientes simpatía por aquellos que están tratando de entender la cultura tributaria y sus obstáculos?	1	1	1	1	NINGUNO
COMPONENTE CONATIVO-CONDUCTUAL	INTENCIONES	¿Tienes la intención de expandir tu negocio para, de esa manera, aumentar tus ingresos y contribuir al desarrollo del país?	1	1	1	1	NINGUNO
	COMPORTAMIENTO	¿Crees que, si asistieras a talleres o charlas en el futuro, tu forma de hacer las cosas podría cambiar en relación a los impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
	DECISIONES	¿Si la SUNAT realizara charlas o actividades estarías interesado en unirse para aprender más sobre cómo funcionan los impuestos en el mercado?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Estarías dispuesto en apoyar con la difusión de la publicidad sobre temas de cultura tributaria y la recaudación de impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO

## **MATRIZ DE VALIDACIÓN DE FICHA DE REGISTRO DE LA VARIABLE RECAUDACIÓN DE IMPUESTO**

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuesto de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023 por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

*Nota.* Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

### **MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS**

Definición de la variable: Se considera una de las principales actividades esenciales para el mejoramiento de la comunidad, en la cual permite la creación de fondos públicos para los gobiernos centrales y descentralizados, que utilizan para realizar su trabajo en beneficio de la sociedad (Solís y Valverde, 2019)

Dimensión	Indicador	Ítem	S u f i c i e n c i a	C l a r i d a d	C o h e r e n c i a	R e l e v a n c i a	Observación
IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	CUMPLIMIENTO	¿Durante el tiempo que viene realizando la actividad comercial ha realizado algún pago de impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
	COMUNICACIÓN	¿Te gustaría mantener una comunicación más cercana con personas que conocen el tema y te orienten a encaminar el pago de impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que una comunicación más sencilla por parte de la SUNAT en temas de impuesto te sería de ayuda para cumplir con el pago de las mismas?	1	1	1	1	NINGUNO
	BENEFICIOS	¿Has tenido la oportunidad de usar servicios de salud o educación financiados por los impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Has notado mejoras en los servicios públicos y la infraestructura de tu entorno gracias a los impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
IMPUESTO A LA RENTA	PARTICIPACIÓN	¿Alguna vez has ido a reuniones o charlas donde hablen sobre la cultura tributaria e impuestos y cómo se recaudan?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Te gustaría participar en actividades donde puedas aprender sobre los impuestos y cómo pueden beneficiar a la sociedad?	1	1	1	1	NINGUNO
	PERCEPCIÓN	¿Crees que los impuestos son necesarios para mantener funcionando los servicios públicos, como hospitales y escuelas?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que los impuestos se usan adecuadamente para mejorar la vida de las personas a través de servicios e infraestructura?	1	1	1	1	NINGUNO
	INVERSIÓN	¿Crees que es importante usar los impuestos para invertir en programas sociales que beneficien a la población?	1	1	1	1	NINGUNO
IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO	PRECIOS	¿Has tomado la decisión de no comprar productos con Impuesto Selectivo al Consumo debido a que sus precios son un poco más altos?	1	1	1	1	NINGUNO
	CONTROL	¿Te gustaría recibir información sobre el Impuesto Selectivo al Consumo y cómo se controla?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que sería beneficioso para la sociedad si hubiera un control más estricto sobre el Impuesto Selectivo al Consumo en algunas categorías de productos?	1	1	1	1	NINGUNO
	EFFECTOS	¿Crees que el Impuesto Selectivo al Consumo puede afectar la decisión de las personas de dejar de comprar ciertos productos?	1	1	1	1	NINGUNO

## FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO-2

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	Recoger la información sobre la Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes en un mercado la Esperanza, Trujillo 2023
Nombres y apellidos del experto	ALHIS ETTY RUIZ REYES
Documento de identidad	46791555
Años de experiencia en el área	09
Máximo Grado Académico	MAGISTER
Nacionalidad	PERUANA
Institución	GERENCIA REGIONAL DE AGRICULTURA – LA LIBERTAD
Cargo	ADMINISTRADORA DE OBRAS
Número telefónico	991599628
Firma	<p>GERENCIA REGIONAL DE AGRICULTURA</p>  <p>.....</p> <p><b>C.P.C. Alhis Ruiz Reyes</b> C.P.C. 141595 ADMINISTRADORA DE OBRA</p>
Fecha	06/07/2023

## **VALIDACIÓN DE CONTENIDO DE FICHA DE REGISTRO PARA LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA**

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuesto de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023 por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

*Nota.* Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

### **MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA**

Definición de la variable: La cultura tributaria se refiere a las creencias, actitudes y comprensión que una sociedad tiene sobre los impuestos. Esta cultura se basa en valores éticos, tales como el respeto y la solidaridad (Superintendencia Nacional de Administración tributaria [SUNAT], 2021)



Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
COMPONENTE COGNITIVO	CREENCIAS	¿Crees que el pago de impuestos es una manera valiosa de contribuir al progreso y bienestar del país?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que es importante conocer cómo funcionan los impuestos en tu negocio?	1	1	1	1	NINGUNO
	CONOCIMIENTOS	¿Conoce usted que el dinero recaudado a través de los impuestos contribuye en el desarrollo del país?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que el conocimiento del pago de los impuestos favorece al comercio formal?	1	1	1	1	NINGUNO
	CONCIENCIA	¿Usted es consciente que la omisión del pago de impuesto conlleva a que el país no se desarrolle?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Usted es consciente que cada vez que realiza una compra debe exigir su comprobante el cual significa que está pagando impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
COMPONENTE AFECTIVO	EMOCIONES	¿Si alguna vez asistió a orientación por parte de SUNAT sintió satisfacción?	1	1	1	1	NINGUNO
	ACTITUDES	¿Crees que pagar impuestos es una tarea importante que debes cumplir como parte de tu negocio?	1	1	1	1	NINGUNO
	EMPATÍA	¿Estás dispuesto a considerar la formalización de tu negocio como una opción beneficiosa?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Sientes simpatía por aquellos que están tratando de entender la cultura tributaria y sus obstáculos?	1	1	1	1	NINGUNO
COMPONENTE CONATIVO-CONDUCTUAL	INTENCIONES	¿Tienes la intención de expandir tu negocio para, de esa manera, aumentar tus ingresos y contribuir al desarrollo del país?	1	1	1	1	NINGUNO
	COMPORTAMIENTO	¿Crees que, si asistieras a talleres o charlas en el futuro, tu forma de hacer las cosas podría cambiar en relación a los impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
	DECISIONES	¿Si la SUNAT realizara charlas o actividades estarías interesado en unirse para aprender más sobre cómo funcionan los impuestos en el mercado?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Estarías dispuesto en apoyar con la difusión de la publicidad sobre temas de cultura tributaria y la recaudación de impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO

## **MATRIZ DE VALIDACIÓN DE FICHA DE REGISTRO DE LA VARIABLE RECAUDACIÓN DE IMPUESTO**

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuesto de los comerciantes de un mercado, La Esperanza, Trujillo 2023 por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

*Nota.* Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

### **MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS**

Definición de la variable: Se considera una de las principales actividades esenciales para el mejoramiento de la comunidad, en la cual permite la creación de fondos públicos para los gobiernos centrales y descentralizados, que utilizan para realizar su trabajo en beneficio de la sociedad (Solís y Valverde, 2019)

Dimensión	Indicador	Ítem	S u f i c i e n c i a	C l a r i d a d	C o h e r e n c i a	R e l e v a n c i a	Observación
IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	CUMPLIMIENTO	¿Durante el tiempo que viene realizando la actividad comercial ha realizado algún pago de impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
	COMUNICACIÓN	¿Te gustaría mantener una comunicación más cercana con personas que conocen el tema y te orienten a encaminar el pago de impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que una comunicación más sencilla por parte de la SUNAT en temas de impuesto te sería de ayuda para cumplir con el pago de las mismas?	1	1	1	1	NINGUNO
	BENEFICIOS	¿Has tenido la oportunidad de usar servicios de salud o educación financiados por los impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Has notado mejoras en los servicios públicos y la infraestructura de tu entorno gracias a los impuestos?	1	1	1	1	NINGUNO
IMPUESTO A LA RENTA	PARTICIPACIÓN	¿Alguna vez has ido a reuniones o charlas donde hablen sobre la cultura tributaria e impuestos y cómo se recaudan?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Te gustaría participar en actividades donde puedas aprender sobre los impuestos y cómo pueden beneficiar a la sociedad?	1	1	1	1	NINGUNO
	PERCEPCIÓN	¿Crees que los impuestos son necesarios para mantener funcionando los servicios públicos, como hospitales y escuelas?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que los impuestos se usan adecuadamente para mejorar la vida de las personas a través de servicios e infraestructura?	1	1	1	1	NINGUNO
	INVERSIÓN	¿Crees que es importante usar los impuestos para invertir en programas sociales que beneficien a la población?	1	1	1	1	NINGUNO
IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO	PRECIOS	¿Has tomado la decisión de no comprar productos con Impuesto Selectivo al Consumo debido a que sus precios son un poco más altos?	1	1	1	1	NINGUNO
	CONTROL	¿Te gustaría recibir información sobre el Impuesto Selectivo al Consumo y cómo se controla?	1	1	1	1	NINGUNO
		¿Crees que sería beneficioso para la sociedad si hubiera un control más estricto sobre el Impuesto Selectivo al Consumo en algunas categorías de productos?	1	1	1	1	NINGUNO
	EFFECTOS	¿Crees que el Impuesto Selectivo al Consumo puede afectar la decisión de las personas de dejar de comprar ciertos productos?	1	1	1	1	NINGUNO

### FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO-3

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	Recoger la información sobre la Cultura tributaria y efectos en la recaudación de impuestos de los comerciantes en un mercado la Esperanza, Trujillo 2023
Nombres y apellidos del experto	Jhimy Franklin Uriol Gonzales
Documento de identidad	18162935
Años de experiencia en el área	23
Máximo Grado Académico	DOCTO
Nacionalidad	PERUANO
Institución	Universidad Los Ángeles de Chimbote
Cargo	Docente
Número telefónico	996699661
Firma	 Dr. Franklin Uriol Gonzales CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO MATRICULA N° 02-3704
Fecha	06/07/2023

## Anexo 05: Procesamiento de datos a través del SPSS

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

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

13: PREGUNTA5 5 Visible: 44 de 44 variables

	PREGUNTA1	PREGUNTA2	PREGUNTA3	PREGUNTA4	PREGUNTA5	PREGUNTA6	PREGUNTA7	PREGUNTA8	PREGUNTA9	PREGUNTA10	PREGUNTA11	PREGUNTA12	PREGUNTA13	PREGUNTA14	CULTUR ATRIBUT ARIA	P O
13	5	4	2	4	5	5	4	5	4	61	27	16	18	4		
14	4	3	3	5	4	4	4	3	4	55	23	16	16	5		
15	5	5	3	5	5	5	5	5	5	68	30	18	20	4		
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	55	24	15	16	5		
17	5	3	2	3	5	5	5	3	5	55	24	15	16	4		
18	4	5	2	5	4	4	4	5	4	60	27	15	18	5		
19	5	4	3	4	5	5	5	4	5	62	27	17	18	4		
20	4	3	3	3	4	4	4	3	4	49	21	14	14	5		
21	5	5	3	5	5	5	5	5	5	68	30	18	20	4		
22	4	4	2	4	4	4	4	4	4	54	24	14	16	5		
23	5	3	3	3	5	5	5	3	5	56	24	16	16	4		
24	4	5	2	5	4	4	4	5	4	60	27	15	18	5		
25	5	4	3	4	5	5	5	4	5	62	27	17	18	4		
26	4	3	3	3	4	4	4	3	4	49	21	14	14	5		
27	5	5	3	5	5	5	5	5	5	68	30	18	20	4		
28	4	4	2	4	4	4	4	4	4	54	24	14	16	5		
29	5	3	3	3	5	5	5	3	5	56	24	16	16	4		
30	4	5	2	5	4	4	4	5	4	60	27	15	18	4		
31	4	3	3	3	4	4	4	3	4	49	21	14	14	5		
32	5	5	3	5	5	5	5	5	5	68	30	18	20	4		
33	4	4	3	4	4	4	4	4	4	55	24	15	16	5		

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON