



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación
de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San
Sebastián. Cusco, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORA:

Cruz Mayta, María Isabel (ORCID: 0000-0003-4589-483X)

ASESORA:

Dra. Alvarado Cáceres, Elena Jesús (ORCID: 0000-0001-5532-860X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LIMA — PERÚ

2021

Dedicatoria

A mis padres, en especial a mi padre que desde el cielo siempre guiará mi camino y a mi mamá por su apoyo incondicional que me brindó durante todo este tiempo para seguir con mis estudios y poder lograr mis metas.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por bendecirme día a día, a los profesores, que en el transcurso de estos años me han inculcado conocimientos que me han servido para mi desarrollo profesional, en especial a mi asesora por su apoyo en la elaboración de esta tesis.

Declaratoria de Autenticidad

Yo Maria Isabel Cruz Mayta, identificada con D.N.I N° 40704291, en cumplimiento de las disposiciones vigentes contenidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas de la Escuela de Contabilidad de la Universidad Cesar Vallejo, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño en la presente investigación es veraz y auténtica.

El presente trabajo ha sido desarrollado en base a información obtenida de manera teórica – práctica y mediante los conocimientos adquiridos durante los años de formación profesional aplicando la metodología de investigación propia para este tema y especialidad, consultas bibliográficas que se ha realizado y consciente de las limitaciones a la que se está expuesto en el desarrollo del mismo.

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

Lima, marzo del 2021

Maria Isabel Cruz Mayta

DNI 40704291

Índice de contenidos

Dedicatoria	¡Error! Marcador no definido.
Agradecimiento	¡Error! Marcador no definido.
Declaratoria de autenticidad.....	¡Error! Marcador no definido.
Índice de contenidos	¡Error! Marcador no definido.
Índice de tablas	¡Error! Marcador no definido.
Índice de figuras	¡Error! Marcador no definido.
Resumen.....	¡Error! Marcador no definido.
Abstract.....	¡Error! Marcador no definido.
I. INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.1.1. Tipo de investigación.....	17
3.1.2. Diseño de investigación.....	17
3.2. Variables y operacionalización.....	18
3.3. Población y muestra.....	22
3.3.1. Población.....	22
3.3.2. Muestra.....	22
3.3.3. Criterios de selección.....	24
3.3.4. Unidad de análisis.....	24
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
3.4.1. Técnica.....	24
3.4.2. Instrumentos.....	24
3.5. Procedimiento	25
3.6. Método de análisis de datos.....	25

3.7. Aspectos éticos	25
IV. RESULTADOS	27
4.1. Análisis Descriptivo	27
4.2. Análisis Inferencial	31
V. DISCUSIÓN	35
VI. CONCLUSIONES.....	42
VII. RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
Anexos	44

Índice de tablas

Tabla.....	19
Operacionalización de la variable cultura tributaria	19
Tabla	21
Operacionalización de la variable obligaciones tributarias.....	21
Tabla 3	31
Prueba de normalidad de Kolmogoroy Smimoy de las puntuaciones generales de los cuestionarios de Cultura Tributaria y Obligaciones tributarias	31
Tabla 4	32
Correlacion entre las variables Cultura tributaria y Obligaciones tributarias	32
Tabla 5	33
Correlacion entre la dimensión Educación tributaria y Obligaciones tributarias ...	33
Tabla 6	34
Correlacion entre la dimensión Conciencia tributaria y Obligaciones tributarias ..	34

Índice de figuras

Figura 1. Nivel de percepción de la variable de Cultura Tributaria	27
Figura 2. Nivel de percepción de la variable de Obligaciones tributarias	28
Figura 3. Nivel de percepción de la dimensión de Educación tributaria	29
Figura 4. Nivel de percepción de la dimensión de Educación tributaria	30

Resumen

La cultura tributaria es una variable muy importante puesto que gracias a ella se puede lograr que los negocios cumplan con sus obligaciones tributarias en forma voluntaria y responsable, lo cual es la causa más relevante por la que existen evasiones y elusiones tributarias. Ante tal situación la investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del Distrito de San Sebastián. Cusco, 2021, siendo el tipo de investigación básica, con diseño no experimental, descriptiva correlacional, cuantitativa. La población estuvo conformada por 53 colaboradores de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc. La técnica utilizada para recolectar información fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario; tanto para la variable cultura tributaria como para la variable obligaciones tributarias se utilizó el instrumento de Ramírez, obteniendo como resultado que el 84.91% de los comerciantes tienen un nivel fuerte de cultura tributaria y 86.79% presentan un nivel fuerte de obligaciones tributarias, mostrando un valor de Rho de Spearman de $r=0.547$, $p<0.05$, presentando una relación positiva moderada media. Concluyendo que la cultura tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del Distrito de San Sebastián. Cusco, 2021.

Palabras clave: Cultura tributaria, conciencia tributaria, educación tributaria, obligación tributaria.

Abstract

Tax culture is a very important variable since, thanks to it, it is possible for businesses to comply with their tax obligations voluntarily and responsibly, which is the most relevant cause for tax evasion and avoidance. Faced with this situation, the objective of the investigation was to determine how the tax culture is related to the tax obligations of the workers' association of the Ttancarniyoc market of the District of San Sebastián. Cusco, 2021, being the type of basic research, with a non-experimental, descriptive, correlational, quantitative design. The population was made up of 53 collaborators from the Ttancarniyoc market workers' association of the District of San Sebastián Cusco, 2021. The technique used to collect information was the survey and the instrument was the questionnaire; The instrument of Ramirez (2019) was used for both the tax culture variable and the tax obligations variable, obtaining as a result that 84.91% of merchants have a strong level of tax culture and 86.79% present a strong level of tax obligations, showing a Spearman's Rho value of $r = 0.547$, $p < 0.05$, presenting a moderate positive relationship. Concluding that the tax culture is positively related to tax obligations in the workers' association of the Ttancarniyoc market of the District of San Sebastián. Cusco, 2021.

Keywords: Tax culture, tax awareness, tax education, tax obligations.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, los países generan sus ingresos con las recaudaciones obtenidas a partir del pago de tributos, las mismas que difieren por el porcentaje de ingreso que obtienen, así como por la cultura tributaria que su población posee. Es así el caso del Reino Unido cuya administración de Hacienda y Aduanas públicas, indica que las estimaciones anuales sobre los principales impuestos, los relaciona con distintos procedimientos parciales, respecto de cada uno de los instrumentos o herramientas analizadas, orientadas a los distintos grupos de contribuyentes, con actuaciones y conductas de evasión y elusión (CEPAL,2020). En el Caribe, América latina y sobre todo la situación del país mexicano, desde años pasados, la Administración Tributaria mexicana tiene la responsabilidad de propagar cada año, investigaciones sobre el problema de la evasión fiscal. Brasil es otro país que también genera sus ingresos a partir de sus tributos. A inicios del año 2020 su recaudación tributaria alcanzo 174,991 millones de reales en un aumento real del 4.69 % respecto al año 2019 del mismo mes. En Chile la recaudación tributaria en el año 2019 aumentó a 5.1 % correspondiente a gravámenes a las ganancias, mientras que lo recaudado por consumo avanzo 1.3%. En Bolivia en el año 2018, la recaudación tributaria alcanzo a una cifra superior en 5.8% al monto observado en el año 2017 (MEYFPB, 2019). Analizando en conjunto los 25 países, la recaudación tributaria alcanzó un nivel medio del 6 % del PBI. Con todas las evidencias se ha demostrado que su recaudación podría ser considerablemente mayor, siempre y cuando no exista un elevado nivel de incumplimiento asociado al tributo (CEPAL, 2020). Con todo lo indicado anteriormente podemos decir que de alguna forma, la recaudación tributaria a nivel mundial ha ido mejorando. Pero en este último año, la situación cambió, por la pandemia de Coronavirus, situación que actualmente enfrentan todos los países a nivel mundial incluido el Perú, por esta razón no podemos dejar de lado, hablar sobre el tema de COVID-19.

Hasta el momento ningún país avanzó, solo teóricamente se indica que lograron avanzar. Para terminar, podemos manifestar, con respecto a los creadores de la política tributaria en los próximos meses tendrán un importante desafío que solucionar “la crisis” y de tal forma evitar que siga aumentando (CIAT, 2020).

El Perú también tiene como uno de sus ingresos, las recaudaciones obtenidas por los tributos. En el año 2020, tuvo menor recaudación tributaria. Las recaudaciones de los tributos del Gobierno Central hasta noviembre 2020 alcanzaron a los 8 603.00 millones de soles, cantidad que significó una reducción de 10.8 % con relación al mes de noviembre del año pasado. A pesar que se han utilizado mecanismos, los tributos internos bajaron al 10,9 %. La Renta recaudada en el mes de noviembre se redujo a 19.5 %, otras rentas a -20.8 %, 3ra. categoría a -16.3 %, 1ra. categoría a -15.8 %, la de 2da. categoría a -15.7 %, 5ta. Categoría a -10.3 %, y el régimen especial a -4.7 %. En comparación con los meses pasados fue igual, los resultados del mes de noviembre influyeron, disminuyendo la actividad económica, sobre todo la demanda interna del país, en las épocas de corona virus o Covid-19, el producto bruto interno en los meses de enero a setiembre bajó a 14.5%; las medidas de alivio y de liquidez bajaron, los mismos que fueron efectuadas por el poder ejecutivo y la SUNAT (SUNAT, 2020).

Con respecto a la recaudación acumulada anual del año 2019 fue de 98'094'326,597.32 millones de soles dicha recaudación se dio mediante SUNAT, se recaudó por la Dirección Nacional de Tesoro Público 77.6% y otros 56.6% y 31'918'337,749.31 millones de soles por ADUANAS; en el año 2020, la recaudación acumulada fue de 75'480'890,172.14 millones de soles mediante SUNAT, se recaudó por la Dirección Nacional de Tesoro Público 77.4% y en otros 54.2% y 25'093'639,564.66 miles y millones de soles por medio de ADUANAS. (MEF. 2020). Según a estas cifras en este año la recaudación tributaria ha disminuido en 29'438'134,609.83 miles y millones de soles.

Si analizamos los años pasados, la recaudación tributaria en el Perú fue inferior en comparación con otros países de latino américa, el PBI fue de 16.4% del ingreso tributario total, así mismo en Cuba el PBI fue de 42.3% de sus ingresos tributarios totales (CEPAL, 2018). De estas cifras podemos indicar que en el Perú se percibe que muchos de los comerciantes que crean e invierten en sus negocios con gran esfuerzo, no tienen conocimientos tributarios, educación tributaria, por esa razón no llegan a cumplir con los pagos de sus tributos u obligaciones tributarias porque tienen temor a formalizarse, por ello es necesario concientizar a todos los ciudadanos, en conocimientos y educación tributaria para que puedan tener

conciencia tributaria, y puedan entender que como contribuyentes estamos en la obligación de cumplir con los deberes y con las leyes.

Es esencial desarrollar como país una cultura tributaria donde se tengan valores como la honestidad, responsabilidad, ética, cumpliendo con nuestras obligaciones tributarias de manera voluntaria y que la población cumpla con la cancelación de sus deudas tributarias sin ser sancionados a futuro con multas o que sean clausurados los locales. El problema de los mercados del Distrito de San Sebastián es que los comerciantes no tienen una educación tributaria, ni conciencia tributaria, así mismo del deber que tiene los contribuyentes es pagar puntualmente y voluntariamente sus impuestos. La mayoría de comerciantes tienen poco o quizás nada de conocimientos en tributación, necesitan de información de sus tributos, por esta razón no entregan comprobantes de pago a los usuarios por la compra de productos o por los servicios que realizan, de tal forma que no pagan sus impuestos acordes a sus ventas, también la causa es el poco interés que tienen los contribuyentes en pagar sus impuestos en forma voluntaria. Generándose una conducta incorrecta por parte de los comerciantes, puesto que no se comprometen a prepararse con respecto a las normas y leyes tributarias, y de tal forma puedan comprender que gracias a ellos se obtienen recursos que serán utilizados por el estado y la población. En el mercado Ttancarniyoc de San Sebastián también se puede ver que existe una desinformación con respecto al cumplimiento de los deberes tributarios que tienen los negociantes, así mismo se puede ver que carecen de cultura tributaria, puesto que ellos no pagan sus tributos como les corresponde.

Por las razones anteriormente mencionadas, se plantea el siguiente problema ¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021?

Siendo la justificación práctica, conocer la relación de la cultura tributaria y obligaciones tributarias, los mismos que permitirán conocer la conciencia y educación tributaria en la asociación de trabajadores del mercado Ttancarniyoc. Como justificación teórica es necesario aclarar que los comerciantes del mercado en investigación no temen a formalizar sus negocios, lo cual nos dará una visión completa de que existe un desconocimiento tributario de los comerciantes. De tal

manera plantear medidas para tener un alto nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado. Con referencia a la justificación metodológica, esta investigación es relevante en razón que permite saber el nivel de la cultura tributaria, que existe en la asociación en los trabajadores del mercado Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021, así mismo se determinará, si existe o no relación con el cumplimiento de las obligaciones.

A partir del problema se formuló el objetivo general el cual fue: determinar de qué manera la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias en la asociación de los trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021; y como objetivos específicos: determinar de qué manera la educación tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias y determinar de qué manera la conciencia tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias.

Siendo la hipótesis general: La cultura tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021. Teniendo como hipótesis específica: la educación tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias y la conciencia tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias.

II. MARCO TEÓRICO

La cultura tributaria es el comportamiento o conducta de la sociedad en relación al cumplimiento de las obligaciones tributarios el cual se considera como deberes, teniendo en cuenta la razón, la seguridad y la aseveración de los valores personales éticos, con respecto a normas y leyes, así como también a la responsabilidad de los ciudadanos y solidaridad de todos los contribuyentes (Cazar,2013).

La obligación tributaria, es un derecho para todos los ciudadanos, lo cual está vinculado con el país y el deudor tributario, lo cual está determinado por la legislación, el cual tiene como propósito cumplir con la prestación tributaria, siendo exigible mediante cobranzas coactivas (SUNAT, 2020), por esta definición se dice que la obligación tributaria es algo que las personas y empresas están forzadas a cumplir por una imposición legal o moral.

Entre los antecedentes internacionales tenemos a Godoy (2015), quien en su investigación tuvo como objetivo definir el desarrollo de la cultura tributaria, esa investigación admitió el crecimiento en la recaudan fiscal; afirmando que solo en la meta 1.3 alcanza el 50% que cumplan por lo menos un programa de fortalecimiento institucional. Concluyendo que el aumento de la contribución de los tributos directos en el cobro global, sigue al crecimiento de una buena cultura en la población, el estudio, permitió que los contribuyentes realicen sus pagos en los tiempos correspondientes. Esta investigación es relevante porque nos permite conocer que los programas de capacitación permanente incrementan la base de contribuyentes. También se tiene a Torres (2019) quien en su estudio tuvo como objetivo, el análisis comparativo de los tributos del país de Ecuador, así como de los importantes países de América Latina y la imposición directa; afirmando que Brasil es el país que tiene mayor recaudación de impuestos. Concluyendo que los cuatro países Brasil, Argentina y Ecuador cuentan con sistemas parecidos, pero tienen un alto índice de evasión fiscal. Esta Investigación es relevante porque nos da a conocer la situación real de los 4 países y como el sistema utilizado no está funcionando como se desea. Ortiz (2017) en su investigación planteo como objetivo: estudiar el comportamiento del contribuyente en función a la cultura tributaria en el país de Colombia; afirmando como uno de su perfil del contribuyente, debe ser, desde el inicio de la etapa de

crecimiento, recibir valores que le permita progresar como personas honestas, en el momento de cumplir con sus obligaciones tributarias, lo debe realizar de acuerdo a las normas establecidas en el país. Concluyendo que la cultura tributaria es un instrumento esencial en el crecimiento social y económico de un país, así como también en lo cultural y político, el contribuyente tiene un perfil con respecto a la tributación, también refiere que es una de los mecanismos necesarios o imprescindibles que permite que tenga una cultura tributaria desarrollado. Esta investigación es relevante porque nos permitió conocer que los contribuyentes deben estar informados de los cambios que implantan en cada país. Chía, Gómez, López y Porras (2018) quienes en su artículo tuvieron como objetivo investigar, demostrar y construir significados subjetivos que las personas adquieren por el hábito propio y vivida; afirmando que los ejemplos para mejorar en la cultura de pago con respecto a las obligaciones tributarias y con las normas pueden funcionar. Donde llego a concluir en su investigación, que la cultura tributaria se debe implementar en las instituciones educativas del país. Esta investigación es relevante porque se dio estrategias de educación para que se reduzca la evasión y elusión fiscal de tal manera se optimice el uso de recursos de desarrollo nacional. Tirape y Velastegui (2016), en su trabajo de investigación estudiaron como objetivo: cuantificar los efectos de la cultura tributaria relacionando con las actividades económicas no formales, usando un modelo económico iniciando de la información de corte transversal; afirmando que efectivamente los trabajadores informales no cancelan impuestos y existe un porcentaje que no tuvieron una educación referente al deber del pago de tributos. Concluyendo que los sectores informales de la provincia de Santa Elena, desconocen los temas relacionados al deber y al cumplimiento de obligación tributaria, en razón que no han recibido una educación adecuada con respecto a los pagos de tributos por ende desconocen su función, así mismo también de los beneficios que genera para la población. Esta investigación es relevante porque nos permite conocer que si se desea tener una buena recaudación de los impuestos existen dos formas; sancionando al negociante informal y la otra capacitándolos de tal forma se puedan educar al comerciante para que cumplan con el deber tributario. Entre los antecedentes nacionales tenemos a Avalos y Loyola (2019), quienes en su proyecto de investigación plantearon como objetivo: determinar la manera en que la cultura

tributaria incidía en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, en las MYPES del sector comercio del distrito de Chaupimarca; afirmando que la cultura tributaria incidía favorablemente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias aplicado en su muestra de estudio. En esta investigación llegaron a concluir que la conciencia tributaria es una interiorización de los integrantes de una sociedad con respecto a la obligación tributaria fijados por el estado, para que, de forma voluntaria realicen sus pagos, sabiendo que traerá oportunidades y beneficios a la población en el cual están insertados. Esta investigación es relevante porque permite conocer, que la cultura tributaria es necesario para el cumplimiento de obligaciones tributarias, en las pequeñas y microempresas, trae desarrollo a la población. Calsina (2015), en su proyecto de investigación se planteó como objetivo: determinar si incide o no la cultura tributaria en la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado internacional Bellavista de Puno; afirmando que los trabajadores en el mercado Internacional Bellavista tienen baja cultura tributaria, porque desconocen las leyes referentes a tributación, eso hace que exista evasión de obligaciones formales y sustanciales, y esto incide negativamente en la recaudación. Concluyendo que el conocimiento en tributación de los comerciantes es bajo debido que existe desconocen las normas tributarias. La investigación es relevante porque llegaron a conocer el motivo real, por qué los negociantes se desisten a cumplir con sus obligaciones tributarias. Aliaga y Chancasanampa (2018) en su investigación plantearon como objetivo: describir cómo influye la cultura tributaria frente a la evasión tributaria en las pequeñas y microempresas del mercado modelo de Chupaca; teniendo como resultado que las empresas del mercado realizan actividades no formales, debido a que no existe una educación y conciencia tributaria adecuada, los mismos que consideran que evadir el pago tributario es algo normal. Concluyendo que los negociantes del mercado tienen un nivel de conciencia tributaria baja. Esta investigación es relevante porque nos da a conocer que las empresas no tienen conciencia tributaria y por esta razón no cumplen con sus obligaciones tributarios. Serrano (2016), quien en su trabajo de investigación dio como objetivo: determinar cómo influye la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado modelo primera planta de Barranca, como resultado se obtuvo que un porcentaje menor se acercaron a apagar sus impuestos y un porcentaje mayor indico que pagaron sus

impuestos cuando se acordaban. Concluyendo que los que realizan el comercio en el mercado desconocen que es cultura tributaria. La investigación es relevante porque nos dio a conocer que los comerciantes del mercado no pagan sus impuestos en el momento oportuno. Pinedo (2020), en su investigación planteo como objetivo: determinar de qué manera la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias, este estudio fue aplicado a los comerciantes del mercado de Belén año 2020. A partir del objetivo planteado obtuvo como resultado, que si existía una relación directa entre las dos variables como son cultura tributaria y las obligaciones tributarias, en cuanto a la dimensión de conciencia tributaria obtuvo como resultado que existe relación no tanto significativa respecto al pago de los tributos, en el caso de la dimensión educación tributaria existe una relación no muy significativa con la variable cumplimiento de pago de los tributos. Concluyendo que la variable cultura tributaria y variable obligación tributaria existe una relación significativa, en comparación con la dimensión conciencia tributaria y cumplimiento de pagos de tributos no hay una relación significativa, así mismo en caso de la dimensión educación tributaria y cumplimiento de pago de tributos no tiene una relación muy positiva. La relevancia es que en esta investigación la educación y conciencia tributaria no son tan importantes para el cumplimiento de pagos de tributos. Torres y Bocanegra (2018), formularon como objetivo de estudio: determinar en qué medida la cultura tributaria incide con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, para ello tuvieron que aplicar una encuesta a los comerciantes del mercado Paucarbamba, esta investigación fue realizada en los comerciantes de sector abarrotes en el distrito de Amarilis en el año 2017. Tuvieron como resultado que a pesar que poseen cultura tributaria los comerciantes del sector de abarrotes no es suficiente para que cumplan con sus obligaciones como contribuyentes. En este trabajo llegaron a concluir que, si existía relación entre ambas variables cultura tributaria y las obligaciones tributarias, pero positivamente bajo. La investigación es relevante porque permite conocer la relación de cultura tributaria y obligación tributaria. Delgado y Mello (2019), en su trabajo de investigación plantearon como objetivo: analizar si los comerciantes del mercado La Amistad del distrito de Moche, existe una relación con la cultura tributaria y obligación tributaria, dicha investigación se realizó en el año 2017. Y como resultado obtuvieron que los comerciantes o negociantes no poseen una conciencia

tributaria sólida para que puedan dar cumplimiento con sus obligaciones tributarias. Concluyendo que las tres dimensiones, educación cívica tributaria, orientación tributaria y conciencia tributaria si tienen relación con la obligación tributaria. Esta investigación se hace relevante porque demuestra una vez más que la conciencia tributaria y educación cívica tributaria tienen mucho que ver para que los comerciantes cumplan con sus obligaciones. Ramírez (2019) quien en su investigación estudio, como era la relación con la cultura tributaria y las obligaciones tributarias, para dicha investigación se tuvo como muestra a los comerciantes del mercado los Olivos, así mismo se plantearon como objetivo: dar a conocer la importancia de que se priorice trabajar en su cultura tributaria de las personas para que puedan tener una conciencia tributaria adecuada y de tal forma se cumpla con los deberes que tienen con el estado como contribuyentes; en esta investigación se obtuvo como resultado, que entre las dos variables existe relación. Concluyendo con este estudio, que se deberían implementar técnicas y buscar estrategias adecuadas para que la cultura tributaria mejore, de tal manera el cumplimiento de obligaciones aumente el nivel. Esta investigación es relevante, por que propone implementar estrategias para que pueda mejorar su cultura tributaria de los comerciantes y eso ayudara a que mejore el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias del individuo, en este caso del comerciante del mercado en estudio. Portocarrero (2019) en su investigación planteó como objetivo: determinar si existe o no relación con la variable cultura tributaria con respecto a recaudación tributaria, dicho estudio se aplicó en los comerciantes del mercado de abasto de la ciudad de Tingo María; afirmando que si existe relación entre esas dos variables. Concluyendo que a mayor conciencia tributaria habrá mayor recaudación tributaria. Esta investigación es relevante puesto que la conciencia tributaria es importante para que exista una buena recaudación tributaria, por ello debemos enfocarnos en esa variable. Como antecedentes locales se tiene a Apaza y Bonifacio (2017), tuvieron como objetivo de su investigación: determinar la relación existente con el nivel de cultura tributaria y el nivel de obligaciones tributarias aplicado a la muestra de estudio en este caso comerciantes del mercado central de Paruro; llegando al resultado, que a causa de bajo nivel de cultura tributaria los comerciantes no cumplen con sus obligaciones tributarias. Concluyendo que, si el estado fomentara e implementara estrategias para mejorar la cultura tributaria de los comerciantes,

crecería el grado de cumplimiento de sus obligaciones tributarias en los comerciantes. Esta investigación es relevante porque las estrategias realizadas con este estudio mejorarían la recaudación de impuestos. Huahua (2018), en su trabajo de investigación propuso como objetivo: determinar la influencia de cultura tributaria con respecto a la informalidad que existe en el mercado de las Américas, suscitados en los comerciantes; obteniendo como resultado que la voluntad afecta a ciertas facultades humanas como pueden ser la moral o la voluntad el cual se relaciona con los problemas de tener la intención o también puede ser con los aspectos que se requiere para hacer el bien. Concluyendo que influye la cultura tributaria en la informalidad del comercio ambulatorio. Esta investigación se hace relevante porque nuevamente con esta investigación se entiende que la conciencia tributaria es la razón por qué los comerciantes no cumplen con su obligación tributaria. Ríos (2018) en su investigación se planteó como objetivo: determinar si incide la variable cultura tributaria con respecto a la variable cumplimiento de pago de rentas de 1ra. categoría, en relación a los negociantes o comerciantes del centro comercial Molino I del departamento del Cusco; obteniendo como resultado, que la variable cultura tributaria tiene incidencia con la variable cumplimiento de pago de rentas. Concluye que el grado y/o nivel de cultura tributaria de la muestra de estudio es bajo o mínimo, así mismo determino que no existe una difusión y capacitación realizado por la SUNAT, en temas de cumplimiento tributaria, así como en obligaciones tributarias. Esta investigación es relevante porque se evidencia que se debe tomar conciencia para cumplir con nuestras obligaciones tributarias como integrantes de esta sociedad y traer consigo el progreso del país. Batallanos, Rodríguez y Torres (2018), en su investigación tuvieron como objetivo: describir la relación teórica entre educación tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias realizado en la Región Cusco: afirmando que hay factores que no se pueden controlar como son: edad, grado social, económico, religión y de espacio geográfico, los mismos que influyen en el nivel de cultura tributaria. Concluyendo que está altamente relacionada con la conducta ética del país la cultura tributaria. Con esta investigación se determinó que existen diferentes factores que hacen que no se cumpla con las obligaciones tributaria. Hanco y Bañon (2016) quienes tuvieron como objetivo de su investigación: comprobar en qué medida, la cultura tributaria incide en el grado de cumplimiento de obligaciones tributarias de los profesionales

que ejercen trabajos independientes, los mismos que pertenecen al colegio de abogados del Cusco; llegando al resultado que la mayor parte de los profesionales desconocen las normas tributarias con respecto a la renta de 4ta. categoría. Concluyendo que hay, una relación directa, positiva y significativa de los profesionales independientes con el grado de cumplimiento de los deberes u obligaciones tributaria. Esta investigación es relevante porque se dio a conocer que los profesionales no cumplen sus obligaciones tributarias por desconocimiento, así mismo se aclara que no existe muchos antecedentes locales es por ello que lo considere esta investigación. Paredes (2018), propuso en su investigación como objetivo: la determinación de impacto que tiene, la cultura tributaria en situaciones de informalidad, así mismo también en actos de evasión en cuanto al tributo, aplicando en los comerciantes del mercado de abasto del distrito de Trujillo; afirmando que los comerciantes o vendedores tienen un nivel bajo de cultura tributaria, en razón que desconfían del estado y de las instituciones encargadas de recaudación, como la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, también conocido con el nombre de SUNAT. Concluyendo que, a causa de la falta de cultura tributaria de los comerciantes de distintos mercados de Trujillo, provoca una incidencia negativa y esto genera que exista informalidad y por tanto la evasión fiscal. El aporte de esta investigación es que se debe enfocar en la cultura tributaria de los contribuyentes, para cambiar estos resultados.

En relación a las bases teóricas, primeramente, hablaremos del tributo Sánchez (2016) menciona que el tributo inicia con el fin de recaudar, obtener un ingreso para poder sostener los servicios y los gastos del estado, para que pueda cumplir con satisfacer las requerimientos y necesidades de los ciudadanos. Seguidamente se conceptualiza la cultura tributaria Roca (2011), define como el conjunto de informaciones, grado de conocimientos de los integrantes de un determinado estado que poseen respecto al impuesto. Así mismo habla con respecto a la importancia de incentivar a la población en enriquecer su cultura tributaria, así como en priorizar y trabajar para que los ciudadanos cumplan con sus obligaciones tributarias, se puede lograr resultados deseados y así alcanzar objetivos planteados de recaudación fiscal, claro que eso depende del conocimiento de riesgo que los contribuyentes tienen, así como también depende de la capacidad de fiscalizar y sancionar del ente encargado en este caso la Administración

Tributaria. También menciona que existe situaciones sociales, en donde se percibe una alteración con respecto a la moral, a la ley, así como también en la cultura de una sociedad, en los cuales estos tres sistemas uniformizan la conducta de las personas. Así mismo indica, que la cultura del ciudadano es una agrupación de caracteres, programas, técnicas y de proyectos que están orientados para optimizar las situaciones de vivencia del individuo en una modificación de la conducta, empezando de la necesidad de modificar en forma voluntaria los comportamientos, practicas, creencias de una población, para alcanzar un compromiso esperado de administración de recursos del estado. También Cumpa y Ordoñez (2018), comentan, que la cultura tributaria se puede identificar con el cumplimiento voluntario de las personas con respecto a las obligaciones tributarias que el estado exige. Amasifuen (2015), manifiesta que la cultura tributaria sirve para tener una recaudación adecuada y esperada, así mismo sirve para el sostenimiento del país. También manifiesta que es una acumulación de supuestos básicos de la conducta de personas o individuos integrantes de la población con respecto a que debe hacer y no se debe realizar. El aporte es que la cultura tributaria tiene que ver con la conciencia, educación, ética, responsabilidad del contribuyente de tal manera que cumplan con los deberes que tiene con el país o estado y con la sociedad, como ciudadanos con el pago de tributos. De la definición de estos autores podemos decir que la cultura tributaria implica varios elementos que dependen del manejo eficiente de los valores humanos. Díaz, Cruz y Castillo (2016) manifiestan que la cultura tributaria se sitúa entre la economía, psicología y con la historia que se tiene. Así mismo Gómez y Macedo (2016), define que el principal objetivo del estado es proteger y dar confianza a la población o al ciudadano, a través de las instituciones encargadas, como la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria es el encargado de efectuar la recaudación proveniente de tributos. Como aporte se tiene que la cultura tributaria incide para que el ciudadano pague sus tributos, por esa razón el estado debe invertir en charlas, talleres de concientización para que los contribuyentes no requieran de sanciones para cumplir con su deber. Así mismo Vela (2017) manifiesta con respecto a la cultura tributaria que en estos tiempos es hablar de una responsabilidad compartida en la persona y el estado, también indica que es necesario para la economía del estado. Huere y Muña (2016) indican que la cultura tributaria es la base para que puedan cumplir en forma voluntaria los

ciudadanos sus obligaciones tributarias, por lo que se debe implementar estrategias para reforzar sus valores, principios y actitudes, de esta forma hacer sostenible el cumplimiento de sus deberes como contribuyentes. De estos autores podemos mencionar que la cultura tributaria es algo voluntario que hace que actuemos en forma responsables y con principios. Armas y Comenares (2014) manifiestan con respecto a la cultura tributaria, que esta conlleva a la concientización de las personas que conforman una sociedad, los mismos que integran parte del proceso tributario con el deber que tiene de aportar al Estado. Por otro lado, Ruiz (2017) manifiesta que la cultura, es una agrupación de creencias, principios, cualidades, virtudes y actitudes que tienen los integrantes de una sociedad con respecto al deber tributario y a las leyes del estado. Armas y Colmenares (2009) hablan de la característica de la cultura tributaria, los cuales son conocimiento y actitudes de un determinado hecho, del tributo, así como también se relaciona con las normas legales que tiene el estado, el mismo que involucra deberes y derechos para la población que interceden en relación con el acto jurídico y tributaria, los cuales están plasmados en la constitución política y en el código orgánico tributario de la nación. También habla sobre los componentes o elementos que tiene la cultura tributaria como son normas legales, sanciones, símbolos, valores y por último el elemento tecnológico; dentro de los valores del contribuyente esta la honestidad, integridad, solidaridad y en los valores corporativos del servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria se encuentran: la lealtad, vocación, respeto, responsabilidad, honestidad, excelencia, sentido de y pertenecía. Con respecto a la educación tributaria Pérez (2015), define de dos maneras; la educación cívico tributario que su objetivo es enseñar valores y actitudes buenos con referencia a la responsabilidad fiscal y no de comportamientos fraudulentos, y la siguiente definición menciona que desde su punto de vista la educación tributaria quiere decir una buena conciencia fiscal. Espinoza (2019), manifiesta que la educación tributaria de los contribuyentes en el desarrollo de sus actividades y su relación con la autoridad recaudadora es esencial, el mismo que evita que exista evasiones y elusión a consecuencia de los actos por acción u omisión por desconocimiento de la normatividad tributaria. Como aporte de la educación tributaria es que muchas veces el contribuyente comete evasión por desconocimiento de las normas tributarias. Chacón (2017), indica que la educación

tributaria se califica como una acción que aflige a los adultos, puesto que ellos tienen la responsabilidad de pagar sus tributos. También Delgado (2015) menciona que es una estrategia por excelencia para que se forme la cultura fiscal que se basa en un concepto de ciudadanía fiscal el cual implica asumir obligaciones tributarias. Roca (2011) manifiesta que es importante la educación tributaria, puesto que se considera que la educación tributaria concierne a los jóvenes con respecto a la acción que adoptan, desde una etapa temprana los jóvenes comienzan a integrarse a las actividades referentes a la economía del estado, a través de la familia, la escuela y colegios, sino también con el tiempo toman medidas económicas como compradores de bienes y consumidores de todos los servicios que ofrecen los ofertantes. No sería acertado mencionar que los jóvenes no tienen obligaciones tributarias y que son totalmente ajenos a este deber, pues ellos son parte de este deber y gozar de los derechos que estas obligaciones traen. El sistema educativo de un país tiene como deber y obligación dar a conocer a los jóvenes y contribuyentes sobre las obligaciones que tienen con el estado en cuanto a los tributos, así mismo tiene labor, determinante con la sociedad, donde la formación es muy necesario, así como la informativa también es importante, porque se enfoca en la socialización, y esto hace que las personas aprendan a formar su conducta de acuerdo a las normas actuales de la sociedad donde conviven. Con respecto a la conciencia tributaria Amasifuen (2015), indican que son elementos relevantes y de gran importancia para los ciudadanos, para que no cometan delitos, ni tengan sanciones tributarias. Así mismo Reyes (2016) manifiesta que la conciencia tributaria del individuo, es una motivación personal de cumplir con pagar los impuestos, también menciona que los contribuyentes poco a poco se concienticen y actúan según a las normas o leyes sin miedo a las sanciones. También Bonell (2015), menciona que la conciencia tributaria es una forma de interiorizar a los contribuyentes de sus obligaciones. Cumpa y Ordoñez (2018), menciona que una deficiente conciencia tributaria, esto motiva que exista evasión tributaria por parte del individuo, y eso hace que se obstaculice el desarrollo del país, ocasionando que sea menor el presupuesto para la educación y salud, seguridad, vivienda y programas sociales. SUNAT (2020), afirma que la conciencia tributaria se refleja en el sentido común de las personas, para tomar decisiones y actuar frente al pago de tributos, también define que es un valor cívico. Apaza (2018) manifiesta que la

conciencia tributaria se puede fortalecer aplicando mecanismos más estrictos de control, teniendo en cuenta que el estado debe actuar de forma honesta y eficiente. Así mismo Anchaluiza y Tito (2015) manifiestan que no es más que el sentir de hacer bien las cosas en el pago de impuestos tomando en cuenta que es una contribución y no obligación. El aporte es que si cada persona tomaría conciencia tributaria la recaudación tributaria aumentaría y disminuiría las sanciones y multas. Sobre las obligaciones tributarias Ramírez (2019), define que es un deber que debemos cumplir todos los contribuyentes según lo establece la ley, apenas se tramita el RUC se debe cumplir en pagar los tributos en forma responsable, así mismo de emitir comprobantes de pago. Arancibia y Arancibia (2017), afirma que es un derecho legal con el estado y la obligación tributaria, que establece la ley, con finalidad que los contribuyentes cumplan de manera obligatoria. El aporte que se puede dar es que todos los ciudadanos que tenemos obligaciones tributarias con el estado y que sin necesidad de una sanción debemos cumplir con ese deber. Valero, Ramírez y Moreno (2014) hablan de Platón, manifiestan que este científico menciona que desde su origen la obligación tributaria fue producto de la dominación, el mismo que fue impuesto por el dominador sobre el dominado, por su carácter de gobernante conquistador o simplemente opresor. Zamora (2013) define que los seres humanos son, naturales y necesariamente sociales dado que aisladamente no se basta. Manifiesta también que la sociedad no puede subsistir sin una regla obligatoria de convivencia que es la ley y sin una autoridad que la aplique. SUNAT (2019) conceptualiza que una obligación tributaria es un derecho que todo ciudadano debe tener para con el estado, se vincula el deudor tributario y el acreedor, el mismo que se está establece por la norma o ley, tiene como objeto el cumplimiento de prestación tributaria, el mismo que puede ser exigible coactivamente. De las obligaciones formales Ramírez (2019), menciona a las programaciones que el contribuyente debe cumplir su propósito. También Santiana (2013) manifiesta que la obligación tributaria disminuye su cuantía o pospone su exigibilidad cuando el sujeto pasivo evita que surja. Ruiz de Castilla (2017) las obligaciones tributarias tienen dos elementos: acreedor (estado) y deudor (sujeto que debe cumplir con financiar la actividad estatal. Carrasco, Chero y Orrego (2018) menciona como elementos de la obligación tributaria los siguientes: como sujeto activo define como aquel que debe realizar la prestación tributaria. Y como

acreedores se consideran los gobiernos centrales, regionales, locales así como también están consideradas las entidades de derecho público los mismos que tienen personería jurídica propia y autónoma siempre y cuando sea permitido por la ley; el sujeto pasivo es designado por la ley, está forzada a cumplir con su obligación tributaria como contribuyente o responsable; Así mismo la Superintendencia Nacional de aduanas y de Administración Tributaria es el órgano encargado para administrar todo lo que se recauda de tributos internos, también está encargado de controlar todo lo que proviene de los derechos arancelarios como son: el IR, IGV y otros; en caso del contribuyente lo define aquella que está obligado a realizar su cancelación de su deuda tributaria y tiene la obligación de cumplir con su pago de tributos en forma oportuna; con respecto a personas naturales, manifiesta que es el único responsable de las deuda que pueda generarse el cual debe cumplir con pagar sus impuestos; en cuanto a la persona jurídica define como una empresa que cumple con sus obligaciones a nombre de esta misma. Con respecto a la obligación formales Calderón, Huidalgo y Ramírez (2016), definen que consiste en colaborar con el estado peruano a través de las diferentes formas de pago de tributos así mismo con la sociedad, para tal efecto el contribuyente efectúa ciertos procedimientos para cumplir con su deber. Ramírez (2019), define de las obligaciones sustanciales como aquello que se origina de la relación legal a raíz de una ley, así mismo debe cumplir con pagar al estado el impuesto, como consecuencia de las ventas realizadas. Por las diferentes definiciones que se dieron se dice que los contribuyentes deben realizar sus pagos sin presión alguna mucho menos por miedo a las sanciones, se debe entender que el pago de tributos es una forma de apoyar al estado, y que gracias a los aportes que se da en forma de tributos, se genera una parte del presupuesto del estado, y eso se puede invertir en salud, alimentación, carreteras, los cuales serán en beneficio de la sociedad en incluso del mismo contribuyente. Muchos de estos autores coinciden que los contribuyentes no tienen una educación tributaria y por ello desconocen de las normas, leyes y sanciones, así mismo la cultura tributaria es un factor relevante para que los empresarios o personas naturales o también llamados contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias por ellos mismos en forma voluntaria y con responsabilidad.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

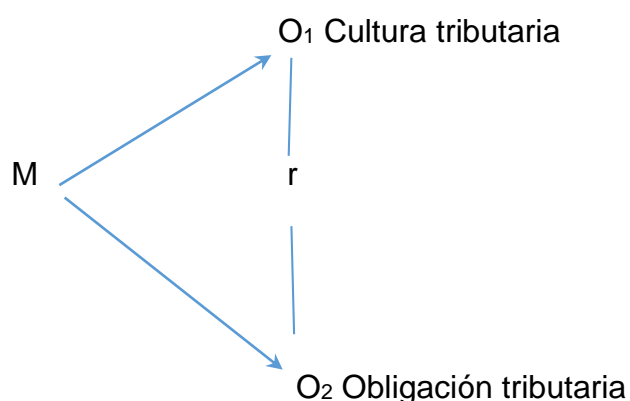
3.1.1. Tipo de investigación.

La investigación es de tipo básica. Según Carrasco (2007), manifiesta que, en este tipo de investigación, no existe un propósito aplicativo próximo, solo busca tener amplios conocimientos sólidos ya creados. Así mismo Cibereh (2010) define este tipo de investigación como un proceso que intenta obtener conocimiento relevante y real, con el propósito de poder entender, comprobar, corregir y aplicar el conocimiento. En resumen, describe la realidad y la información obtenida a partir de esta investigación genera conocimiento.

3.1.2. Diseño de investigación.

La investigación es no experimental, descriptiva correlacional, cuantitativa. La investigación no experimental según Dzul (2014) se basa en la observación, se puede decir que en este diseño no se manipula ninguna de sus variables, solo se describe y analiza con la interrelación e incidencia de las variables de estudio en un determinado momento. Según Martínez (2018), define a la investigación descriptiva como un procedimiento que se usa en la ciencia para detallar todo lo que ocurre, todas las características del fenómeno, así como del sujeto o de la población a estudiar. Así mismo Peña (2012), indica que la investigación correlacional, tiene como propósito la determinación de nivel de correlación que puede tener entre ambas variables, se caracterizan por que primero se mide, como siguiente paso con la prueba correlacional y la aplicación de diferentes técnicas estadístico, se determina la relación de las variables de estudio. Según Villegas, Marroquín, Del Castillo y Sánchez (2014) manifiestan con respecto a la investigación cuantitativa, que prioriza básicamente en todo lo que se puede; observar y cuantificar los fenómenos educativos que serán utilizados en la metodología empírico, así como se vale de ensayos estadísticos para analizar los datos.

Esquemmatización del diseño de investigación:



Dónde:

M: Muestra de trabajadores de la asociación del mercado de Ttancarniyoc del Distrito de San Sebastián.

O1: Observación de la variable cultura tributaria

O2: Observación de la variable obligación tributaria

r: Correlación

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Cultura tributaria

Definición conceptual

Valero y Ramírez (2009), conceptualiza como una unión de valores, creencias y actitudes referidos a impuestos, también manifiesta como el grado o nivel de conciencia que tiene el individuo en relación con las obligaciones, del contribuyente pasivo y activo frente a la tributación.

Definición operacional

La cultura tributaria, es una variable de tipo categórica, de naturaleza cuantitativa, de escala ordinal, politómica, posee un instrumento compuesto de 10 items, el cual se descompone en dos dimensiones educación tributaria y conciencia tributaria; las cuales fueron formuladas por el autor Ramírez (2019); dicha variable será medido a través de la escala de Litert de 1 al 5, donde: la escala (1) será igual a; totalmente en desacuerdo, escala (2) será igual a ;en desacuerdo, escala (3)

será igual a; ni en acuerdo ni en desacuerdo, escala (4) será igual a; de acuerdo y la escala (5) será igual a; totalmente de acuerdo.

Tabla 1

Operacionalización de la variable cultura tributaria.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimension	Indicador	Ítem	Escala	Nivel y Rango			
Cultura tributaria	Valero y Ramírez (2009), define la cultura tributaria de tipo categórica, de naturaleza cuantitativa, de valores, actitudes referidas a los tributos y creencias, así como el nivel de conciencia respecto a los deberes y derechos para los contribuyentes pasivos y activos en relación al comportamiento frente a los tributos.	La variable cultura tributaria de tipo categórica, de naturaleza cuantitativa, de escala ordinal, política. Se medirá a través de la escala cultura tributaria, con 2 dimensiones formuladas por el autor Ramírez (2019) y se aplicará un cuestionario de 10 ítems.	Educación tributaria	Nivel de información.	1	Ordinal				
				Nivel de conocimientos	2	Totalmente desacuerdo (1)	Débil (10-23)			
				Formación académica tributaria	3	En desacuerdo (2)	Moderado (24-36)			
				Charlas informativas de la SUNAT	4 - 5	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	Fuerte (37-50)			
						Conciencia tributaria	Valores personales	6, 7	De acuerdo (4)	
							Visión del mundo	8	Totalmente de acuerdo(5)	
							Procesos y normas sociales	9		
							Cumplimiento voluntario	10		

Fuente: Autoría propia

Variable 2: Obligación tributaria

Definición conceptual

Según Arancibia y Arancibia (2017), define la obligación tributaria como un nexo legal, el cual se genera a causa del Impuesto, cuyo origen se basa en la norma, y constituye la unión con el estado y el contribuyente, el cual se evidencia en una obligación de pagar el impuesto, así como en deberes adicionales de vínculo jurídico, ocasionado por el impuesto, el origen son las normas legales y constituye la relación entre el contribuyente y el estado.

Definición operacional

Obligación tributaria, es una variable de tipo categórica, de naturaleza cuantitativa, de escala ordinal, politómica, posee un instrumento compuesto de 10 ítems, el cual se descompone en dos dimensiones obligaciones formales y obligaciones sustanciales; las cuales fueron formulados por el autor Ramírez (2019); dicha variable será medida a través de la escala de Likert del 1 al 5, donde: la escala (1) es igual a; es totalmente desacuerdo, escala (2) es igual a; en desacuerdo, escala (3) es igual a; ni en desacuerdo ni en acuerdo, escala (4) es igual a; de acuerdo y la escala (5) es igual a; totalmente de acuerdo.

Tabla 2

Operacionalización de la variable obligaciones tributarias.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Item	Escala	Nivel y Rango
Obligaciones tributarias	Según Arancibia y Arancibia (2017) define la obligación tributaria como el nexo jurídico, que ocasionar el impuesto, el origen es la ley, y está constituido por la unión entre contribuyente y el estado, que se convierte en una obligación de dar o en deberes adicionales de hacer o de tolerar el nexo jurídico, ocasionado por el impuesto, el origen es la norma legal y constituye la unión entre el contribuyente y el estado.	La variable obligación tributaria es una variable de tipo categórica, de naturaleza cuantitativa, de escala ordinal, politómica. Se medirá a través de la escala cultura tributaria, con 2 dimensiones formuladas por el autor (Ramírez 2019) y se aplicará un cuestionario de 10 ítems.	Obligaciones formales	Inscripción al RUC	1	Ordinal	
			Obligaciones sustanciales	Comprobantes de pago	2, 3	Totalmente desacuerdo (1)	Débil (10-23)
				Libros contables	4,5	En desacuerdo (2)	Moderado (24-36)
				Declaración jurada	6	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	Fuerte (37-50)
				Sujeto activo	7	De acuerdo (4)	
				Sujeto pasivo	8	Totalmente de acuerdo (5)	
				Hecho generador	9		
				Pago de oportuno	10		

Fuente: Autoría propia

3.3. Población y muestra

3.3.1. Poblacion.

La población de investigación, está constituida por 317 comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián Provincia de Cusco.

3.3.2. Muestra.

La muestra inicial de estudio, se halla con la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * (P * Q)}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * (P * Q)}$$

Donde:

n: representa al tamaño de muestra.

N: representa al tamaño de población.

Z: representa nivel de confianza.

E: representa el margen de error.

P: Probabilidad del existo

Q: Probabilidad del fracaso

Los datos para obtener la muestra de la investigación son los siguientes:

n: x

N: 317

Z: 1.96

E: 0.05

P: 0.5

Q: 0.5

Aplicando la fórmula

$$n = \frac{317 * 1.96^2 * (0.5 * 0.5)}{(317 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * (0.5 * 0.5)}$$

$$n=173.9$$

$$n=173$$

A partir de la muestra inicial, se determinará la muestra ajustada en base a la fórmula:

$$no = \frac{n}{n + \frac{n - 1}{N}}$$

Se tiene como la muestra ajustada n_o , como muestra inicial n y como población N .

Calculando:

$$no = \frac{173}{1 + \frac{173 - 1}{317}}$$

$$no=112$$

Tenemos una muestra ajustada de 112 comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc distrito de San Sebastián. Cusco, 2021.

Por razones de Pandemia, los comerciantes no se encuentran realizando sus actividades comerciales, en el mercado donde se realiza el estudio, por lo que se está tomando como muestra 53 comerciantes del mercado que se encuentran en el libro padrón, puesto que son los únicos que están trabajando en forma normal, el resto no se encuentran en sus sitios.

Por esta razón el tamaño de la muestra para esta investigación es de 53 comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021.

3.3.4. Criterios de selección.

Criterios de inclusión

- Los comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021.

Criterios de exclusión

- Comerciantes de otros mercados del distrito de San Sebastián de la Provincia de Cusco.
- Los comerciantes que no se encuentran en el padrón de la asociación de trabajadores del mercado Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián de la Provincia de Cusco.
- Usuarios asistentes al mercado Ttancarniyoc, para realizar sus compras.

3.3.5. Unidad de análisis.

Un comerciante de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.4.1. Técnicas.

Esta investigación se utiliza la técnica de la encuesta, la cual permite recabar la información específica que nos servirá para medir las variables de estudio.

3.4.2. Instrumento.

Para recabar los datos se utiliza el cuestionario del investigador Ramírez (2019), para medir la cultura tributaria y obligaciones tributarias.

3.5. Procedimiento

Se contará con 2 personas de apoyo, que no tenga ninguna relación con la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc, ni con la investigación, para la aplicación del cuestionario y recolección de datos. El personal de apoyo fue capacitado acerca de las variables de investigación: cultura tributaria y la variable obligación tributaria, así mismo como en la aplicación de cuestionarios.

Al momento de aplicar los cuestionarios los participantes tendrán que responder las preguntas con un aspa y si es posible dejaran su firma en la parte inferior del formato del cuestionario, el cual servirá como constancia de que los participantes en la investigación respondieron las preguntas del cuestionario.

Finalmente, cuando se tenga los datos de los cuestionarios, se procesarán y se analizarán y así obtener resultados que permitan comparar con las hipótesis planteadas o propuestas.

3.6. Métodos de análisis de datos.

Análisis descriptivo

Las tablas y gráficos serán descritos, utilizando frecuencia y porcentaje.

Análisis inferencial

Se realizará la prueba de normalidad de Kolmogorov Smimov, debido a que la muestra es mayor a 50 personas.

3.7. Aspectos éticos

Se protegió la información que los participantes proporcionaron algunos datos privados en el momento de la investigación, así mismo se tuvo en cuenta la confidencialidad, libre participación y libertad del entrevistado.

Hernandez, Fernández y Batista (2014), menciona que confiabilidad, es el nivel donde el elemento logra la solución de forma consistente y coherente. Así mismo Ávila (2013) manifiesta que la confidencialidad es la que garantiza que toda la información del encuestado será protegida, de tal forma no podrán ser divulgados si no existe consentimiento de la persona encuestada. La garantía se llevará a cabo por medio de reglas que restringirán el acceso a ésta información.

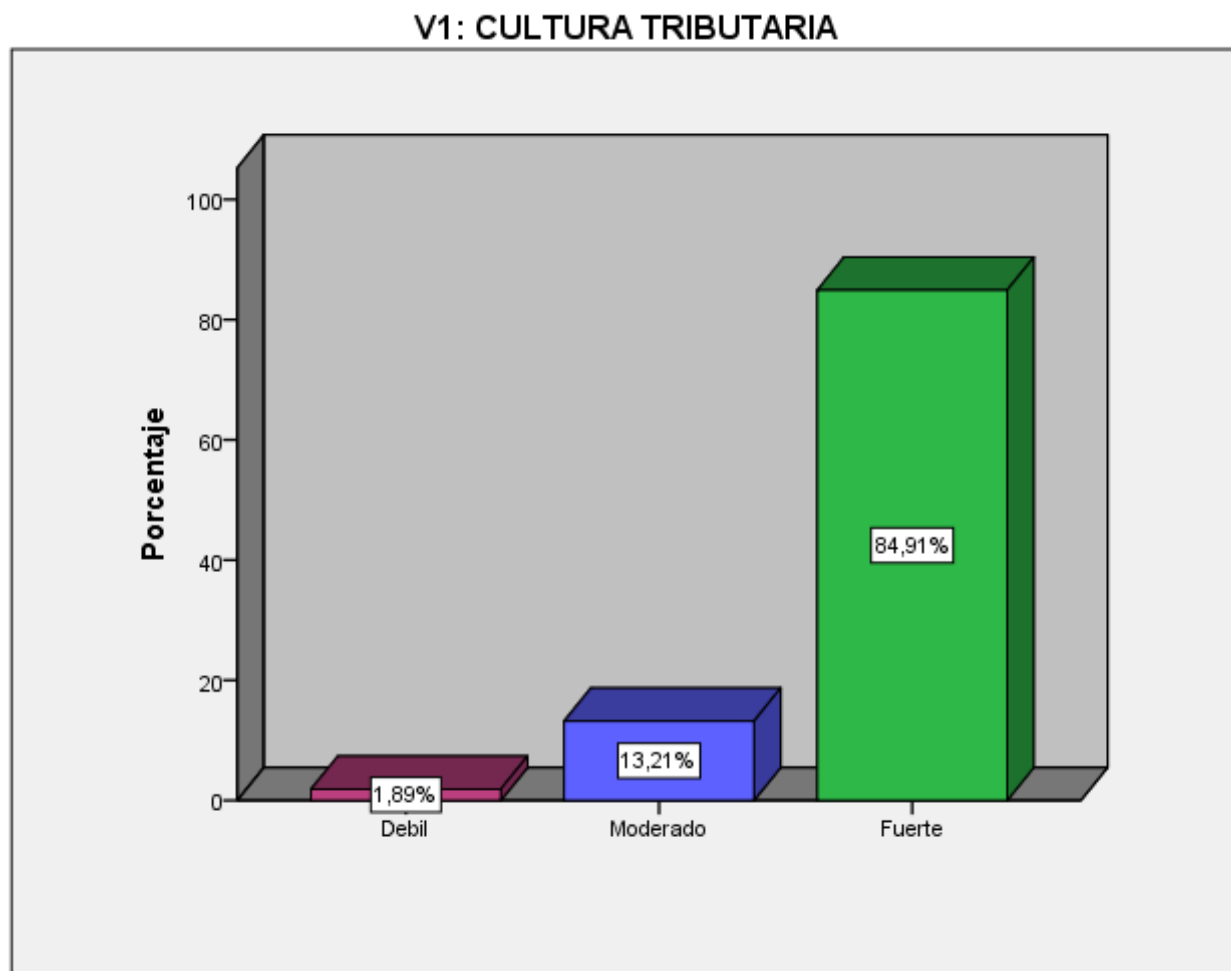
Ojeda y Machado (2017) define la participación voluntaria o libre participación, es referente a la colaboración de los encuestados, los mismos que se involucran en una investigación espontánea. Éstas informaciones corren el riesgo de ser reveladas o divulgadas, que posiblemente sea desconocidas por sus amigos y allegados. Este hecho puede pasar mediante el llamado a la puerta del entrevistador o la llegada por correo del cuestionario que él no ha solicitado.

López y Fachelli (2016) indican que la libertad del entrevistado se limita, de la posibilidad y riesgo de poder objetar o rechazar a responder, también seleccionar solamente entre las alternativas de respuesta que se ofrece.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo.

Nivel de percepción de la variable de cultura tributaria

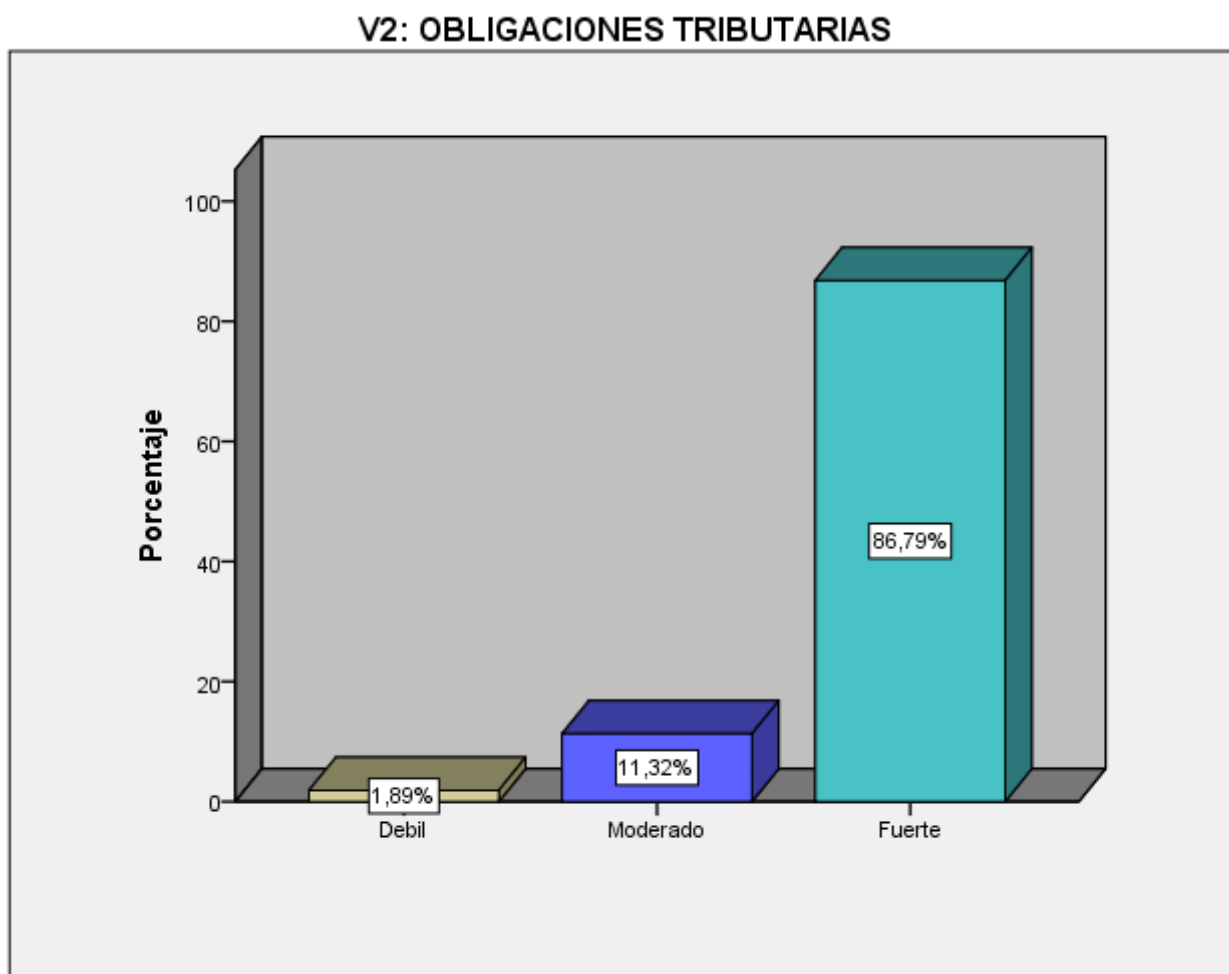


Fuente: Autoría propia

Figura 1. Variable cultura propia.

En la figura se observan los niveles de percepción de los comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian Cusco, con respecto a la Cultura Tributaria, observándose que el 84.91% percibe una cultura tributaria en un nivel fuerte, un 13.21% en un nivel moderado y un 1.89% en un nivel débil.

Nivel de percepción de la variable de obligaciones tributarias

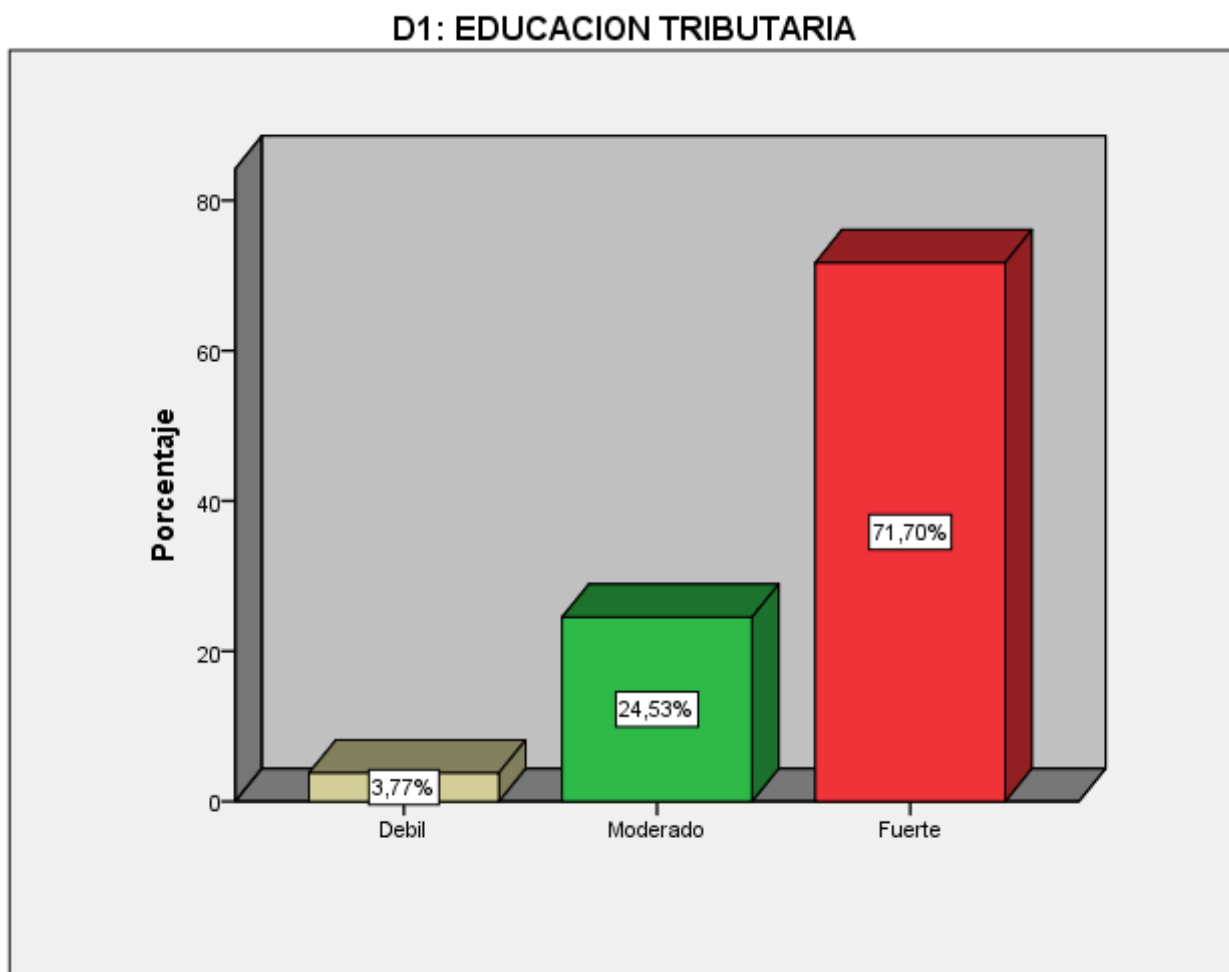


Fuente: Autoría propia

Figura 2. Variable obligaciones tributarias.

En la figura se observa los niveles de percepción de los comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian Cusco, respecto a la variable obligaciones tributarias, se observa un 86.79% percibe un nivel fuerte, el 11.32% un nivel moderado y un 1.89% percibe un nivel débil de cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Nivel de percepción de la dimensión educación tributaria

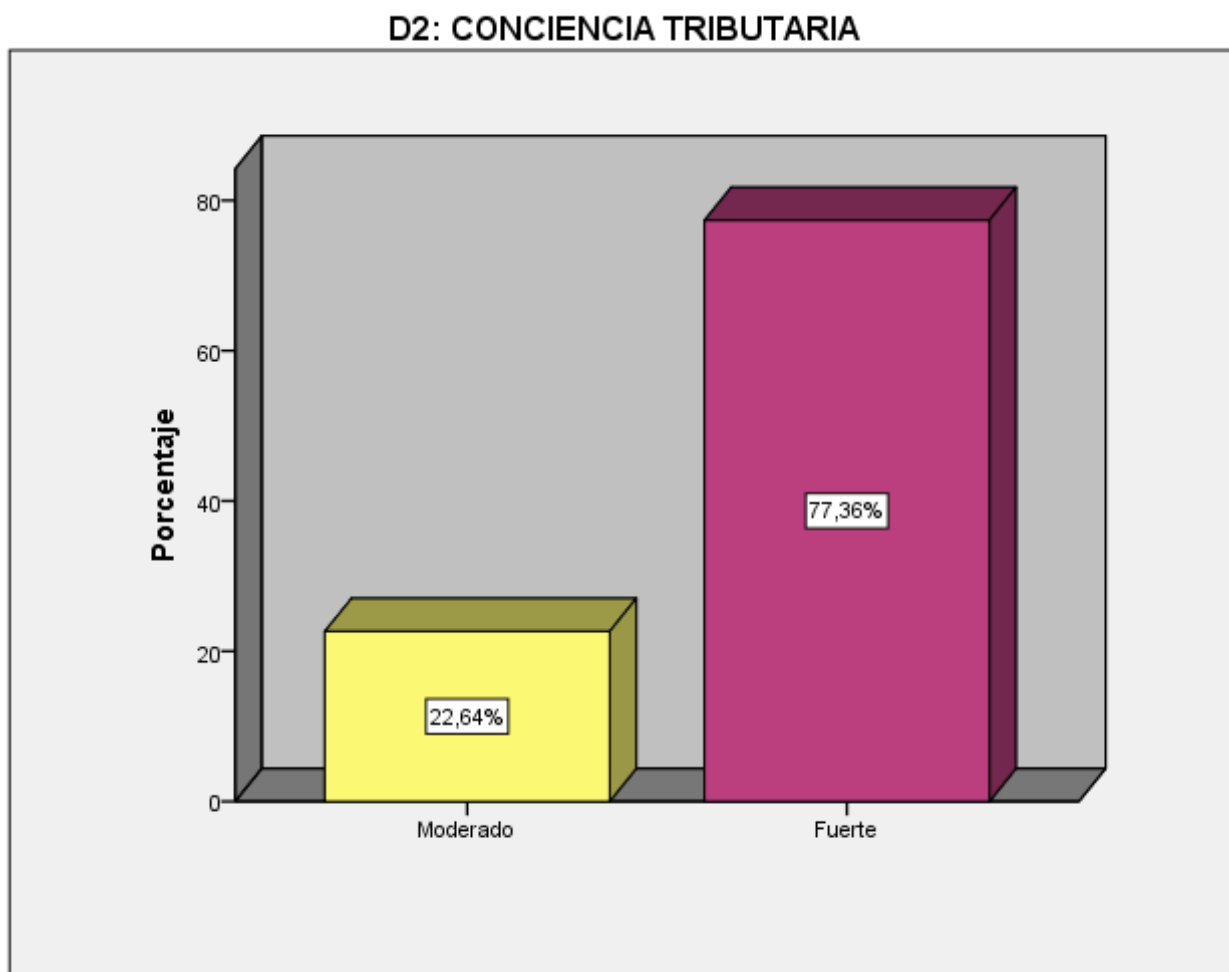


Fuente: Auditoria propia

Figura 3. Dimensión educación tributaria.

En la figura se observa los niveles de percepción de los comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian Cusco, con respecto a la dimensión educación tributaria, observándose que el 71.70% percibe un nivel fuerte, un 24.53% un nivel moderado y un 3.77% en un nivel débil de la educación tributaria.

Nivel de percepción de la dimensión de conciencia tributaria



Fuente: Autoría propia

Figura 4. Dimensión conciencia tributaria.

En la figura se observa los niveles de percepción de los comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian Cusco, con respecto a la dimensión conciencia tributaria, observándose que el 77.36% percibe un nivel fuerte y un 22.64% un nivel moderado de conciencia tributaria.

4.2. Análisis diferencial

Prueba de normalidad de las variables y dimensiones.

Tabla 3

Prueba de normalidad de kolmogorov simimov puntuaciones generales de los cuestionarios de cultura tributaria y obligaciones tributarias.

	Factor	Z de K-S	Sig (p)
V1	Cultura tributaria	0.176	0.000
D1	Educación tributaria	0.197	0.000
D2	Conciencia tributaria	0.134	0.019
V2	Obligaciones tributarias	0.186	0.000

*p < 0.05 significativa

Fuente: Autoría propia

En la tabla 3, se presentaron valores obtenidos en la prueba kolmogorv smimov, la cual se utilizó debido al tamaño de muestra de estudio, el mismo que fue de 53 comerciantes, se encontró que las variables Cultura tributaria, obligaciones tributarias y las dimensiones Educación tributaria y Conciencia tributaria no presentan un ajuste a la distribución normal ($p < 0.05$), en tal sentido los puntajes obtenidos para el contraste de hipótesis se utilizó el estadístico Rho de Spearman.

Correlación de las variables

Hi: La cultura tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian. Cusco, 2021.

Ho: La cultura tributaria no se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian. Cusco, 2021.

Tabla 4

Correlación entre las variables cultura tributaria y las obligaciones tributarias.

		V1: Cultura tributaria	V2: Obligaciones tributarias
Cultura tributaria	Coeficiente de correlación	1.000	,547**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	53	53
Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	,547**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	53	53

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

Fuente: Autoría propia

En la tabla 4, se observa que existe relación positiva moderada (media), entre las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian. Cusco, 2021; esto se debe a que se encontró un valor de Rho de Spearman $r=0.547$ $p<0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, la cultura tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021.

Contrastación de la Hipótesis específica 1

Hi: La educación tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian. Cusco, 2021.

Ho: La educación tributaria no se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian. Cusco, 2021.

Tabla 5

Correlación entre la dimensión educación tributaria y obligaciones tributarias

		D1. Educación tributaria	V2. Obligaciones tributarias
Educación tributaria	Coefficiente de correlación	1.000	,536**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	53	53
Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	,536**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	53	53

**La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Fuente: Autoría propia

En la tabla 5, se observa que existe una relación positiva moderado (media) entre la dimensión educación tributaria y la variable obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco; debido a que se encontró un valor de Rho de Spearman $r=0.536$ $p < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, la educación tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado del Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021.

Contrastación de la Hipótesis específica 2

Hi: La conciencia tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian. Cusco, 2021.

Ho: La conciencia tributaria no se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian. Cusco, 2021.

Tabla 6

Correlación entre la dimensión conciencia tributaria y obligaciones tributarias.

		D2. Conciencia tributaria	V2. Obligaciones tributarias
Conciencia tributaria	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1.000	,393** 0.004
	N	53	53
Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,393** 0.004	1.000
	N	53	53

** la correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Fuente: Autoría propia

En la tabla 6, se observa que existe una relación positiva baja (débil) entre la dimensión conciencia tributaria y la variable de las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores de mercado Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco; debido a que se encontró un valor de Rho de Spearman $r = 0.393$ $p < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipostasis nula y se acepta la hipótesis alterna, la conciencia tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación se enfocó en determinar de qué manera la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias en la asociación de los trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021; debido a que es de suma importancia conocer la cultura tributaria de los comerciantes para poder contribuir en la mejora de la recaudación tributaria, logrando que la asociación de trabajadores cumpla con sus obligaciones tributarias voluntariamente y con responsabilidad.

En este sentido Espinoza (2019), manifiesta que la dimensión educación tributaria de los contribuyentes está en función de sus actividades y su relación con la autoridad recaudadora, evitando que exista evasiones y elución a consecuencia de los actos por acción u omisión por desconocimiento de la normatividad tributaria. Como aporte de la educación tributaria es que muchas veces el contribuyente comete evasión porque no conocen las normas tributarias y las sanciones que pueden generar. En consecuencia, se evidencia en los resultados obtenidos que los niveles de la dimensión de educación tributaria, muestran un 71.70% de los comerciantes percibieron la Educación Tributaria en un nivel alto, un 24.53% un nivel moderado y 3.77% en un nivel débil, aplicado en 53 comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021. Del mismo modo Ramírez (2019), en su investigación de cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de los Olivos, encontró que la dimensión de educación tributaria de los 46 comerciantes encuestados; se encuentran de acuerdo un 56.52% con el ítems 01 al considerar que el nivel de información evalúa la situación de la percepción que reciben los contribuyentes sobre los procedimientos de tributación que les permite actuar de forma correcta frente a su responsabilidad, el 47.83% se encuentran de acuerdo con el ítems 02 al considerar que el nivel de conocimientos determina un saber amplio y profundo de la tributación en los comerciantes, el 54.35% se encuentran totalmente de acuerdo con el ítems 03 donde consideran que la formación académica tributaria es una herramienta importante en el país que permite brindar un conocimiento adecuado a los ciudadanos respecto a sus obligaciones, el 47.83 % están de acuerdo con el ítems 04 donde consideran que las charlas informativas

de la SUNAT motivan la acción del pago de impuestos y nos brindan información para estar mejor orientados acerca de los tributos, y el 41.30% se encuentran de acuerdo y totalmente de acuerdo el 41.30% con el ítem 05 donde consideran que las charlas informativas de la SUNAT impulsan la formación del comportamiento tributario responsable entre los contribuyentes y ciudadanos en general. Asimismo Avalos y Loyola (2019), investigaron la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, de las MYPES del comercio del distrito de Chaupamarca, este trabajo fue realizado en el año 2018, plantearon como su objetivo si incide o no, la educación tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias; en su pregunta de cuestionario número 3, de los 54 propietarios, el 17% de los encuestados están totalmente de acuerdo en participar en las charlas tributarias; se sienten indiferentes el 4% en participar en las charlas tributarias; están desacuerdo en participar en las charlas tributarias el 6% y el 4% restante están totalmente desacuerdos en participar en las charlas tributarias. En la pregunta 4 de su encuesta, el 4% de los empresarios están totalmente de acuerdo en recibir orientaciones tributarias en las instituciones educativas de nivel secundario; el 81% de empresarios encuestados están de acuerdo en recibir orientaciones tributarias en las instituciones educativas de nivel secundario; el 7% de los empresarios encuestados se sienten indiferentes, el 4% de empresarios están en desacuerdo en recibir orientaciones tributarias en las instituciones educativas de nivel secundario y el 4 % restantes de empresarios están totalmente en desacuerdos en recibir orientaciones tributarias en las instituciones educativas de nivel secundario; con estos resultados se tiene que la educación tributaria si tiene incidencia con la obligación tributaria de los dueños o propietarios de las empresas. Al comparar esta dimensión con la variable obligaciones tributarias, los resultados denotan que existe relación estadísticamente significativa ($p < 0.05$) con un $r=0.536$, que demuestra que cuenta con una relación positiva moderado (media). A diferencia de Ramírez (2018), en su investigación de las variables: cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de los Olivos, se encontró un nivel significativo $p < 0.05$ pero un Rho de Spearman que tuvo como resultado 0.465, podemos decir que la variable cultura tributaria se relaciona positiva media con la variable obligaciones tributarias. Por lo que el resultado de la investigación en estudio es similar a la investigación de Ramirez (2019), los

resultados de ambos investigadores son bastante similares, así como también con los resultados obtenidos en la presente investigación, esta similitud de porcentajes obtenidos se refiere que la mayoría de los comerciantes están de acuerdo que la educación tributaria es muy importante para el cumplimiento de sus obligaciones, así mismo depende también las charlas informativas que la SUNAT brinda a los comerciantes y a la sociedad en general. Por lo que la dimensión educación tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias.

En este sentido Reyes (2016) indica que la dimensión conciencia tributaria es una motivación personal, interior de pagar sus impuestos o cancelar su deuda tributaria, también menciona que los contribuyentes poco a poco se concientizarán y actuarán según las normas o leyes sin miedo a las sanciones. En efecto; se evidencia en los resultados obtenidos en esta investigación que los niveles de la dimensión de estudio conciencia tributaria evaluado en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco 2021, el 77.36% de comerciantes de la asociación de trabajadores percibieron un nivel alto de conciencia tributaria y el 22.64% restante tienen un nivel moderado. Por otro lado Ramirez (2019), en su investigación estudia si existe o no relación entre la cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del distrito de los Olivos, encontró que la dimensión conciencia tributaria se relaciona con la variable obligaciones tributarias, el cual tuvo como muestra 46 comerciantes, de los cuales un 43.48% están de acuerdo y 41.30% están totalmente de acuerdo con el ítems 06 en donde consideran que los valores personales permitieron fortalecer la cultura tributaria de manera que los contribuyentes cumplan voluntariamente con sus responsabilidades, 45.65 % están de acuerdo y el 28.26% se encuentran totalmente de acuerdo con el ítems 07 donde consideran que los valores personales determina el comportamiento de los contribuyentes en el cumplimiento del pago de sus tributos, el 52.17% están de acuerdo y 30.43% están totalmente de acuerdo con el ítems 08 en donde consideran que la visión del mundo es la relación del estado con la sociedad permite que el ciudadano intervenga en la vida política y de la comunidad en donde ejerza sus derechos y obligaciones, el 50.00% están de acuerdo y 21.74 están totalmente de acuerdo con el ítems 09 en donde se considera que los procesos y normas sociales determinan la reciprocidad de

parte de los ciudadanos que buscan el grado de valoración y afectividad por parte del Estado, con respecto al ítem 10 el 36.96% están de acuerdo, 26.09% están totalmente de acuerdo y el 23.91 % ni de acuerdo ni en desacuerdo en donde se considera que el cumplimiento voluntario es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la conciencia tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario. Del mismo modo Aliaga Chancananpa (2018) según el resultado de su investigación obtuvo que un 80% de los encuestados consideran que es necesario pagar sus impuestos, también indican que los valores de una persona es importante para que cumplan con las obligaciones tributarias y el 60% de los encuestados que representa a un porcentaje elevado, están de acuerdo con enfrentar y luchar con las empresas, trabajadores que realizan su actividad en forma clandestina o informal, y al mismo tiempo incluir a esas empresas informales , así como también hacer tomar conciencia a los que no pagan sus impuestos o también llamados contribuyentes. Así mismo Pinedo (2020), como obtuvo como resultado, que la conciencia tributaria tenía una relación no tanto significativa, con el pago de tributos, la investigación fue realizado en los comerciantes del mercado Belén, los resultados obtenidos reflejaron que un 20% señalaron que estarían dispuestos a pagar sus impuestos, en forma voluntaria y conscientemente, siempre y cuando el estado no controle el pago, tampoco aplique multas, esto representa al nivel medio ósea 5, el 63% de los encuestados consideran que el pago se condiciona con las orientaciones que realice las SUNAT, de tal forma puedan tener los conocimientos necesarios para cumplir de forma voluntaria con su pago de impuesto y el 23% de los encuestados señalan que la responsabilidad en cuanto al pago de impuestos, es de nivel medio ósea 5, además el 30 % considera que utilizan el cronograma de pagos de impuestos emitido por la SUNAT, con el único fin que cumplan con sus obligaciones tributarias en forma oportuna, el cual representa al nivel medio igual a 4. Avalos y Loyola (2019), en su trabajo de investigación referida a cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias de las micro empresas y pequeñas empresas del sector de comercio del distrito de Chaupimarca en el año 2018, como resultado obtuvo que la conciencia tributaria tenía una incidencia con el cumplimiento de obligaciones tributarias, puesto que de su pregunta 1, obtuvo como resultado que un 6% de los encuestados están, totalmente de acuerdo de cumplir

de forma consiente y voluntaria con las normas tributarias; así mismo el 59% de los encuestados, que pasan la mitad, están de acuerdo de cumplir de forma consiente las normas; así mismo el 8% están, en desacuerdo con cumplir conscientemente las normas y el 9% restante están, totalmente en desacuerdo. En su pregunta número 2 de su cuestionario, el 6% de los encuestados están, totalmente de acuerdo pagar sus impuestos; el 57 % de los encuestados están, de acuerdo en pagar sus impuestos; y el 4% que es un porcentaje menor se sienten indiferentes a esta pregunta; así mismo el 15 % se encuentran, en desacuerdo en pagar sus impuestos y por último el 19% de los encuestados están, totalmente en desacuerdo de pagar sus impuestos. A partir de estos porcentajes obtenidos determino su conclusión que la conciencia tributaria, tiene incidencia con la obligación tributaria. Apaza y Bonifacio (2017), en su investigación de conciencia tributaria con respecto al cumplimiento de pago de tributos, el mismo que fue aplicado a los comerciantes del mercado central del distrito de Paruro en Cusco. Los resultados obtenidos de los 36 comerciantes encuestados, el 22.2% no posee conciencia tributaria, así mismo el 63.9% de encuestados posee poca conciencia tributaria y el 11.1% posee regular conciencia tributaria, y por último el 2.8% que es un porcentaje menor posee suficiente conciencia tributaria. Según a estos porcentajes se deduce que un 97.2% de las personas encuestadas tienen poca conciencia tributaria, lo cual es insuficiente para que cumplan con sus obligaciones tributarias. Al comparar esta dimensión con la variable obligaciones tributarias, los resultados denotaron que existe relación estadísticamente significativa ($p < 0.05$) con $r=0.393$ que demuestra que se encuentra una relación positiva baja (débil). Así mismo Ramirez (2018), quien también realizó, una investigación de cultura tributaria y las obligaciones tributarias aplicado a los comerciantes de los Olivos, encontró un nivel significativo $p < 0.05$ pero un Rho de Spearman se tuvo como resultado 0.542 lo que indica que la relación conciencia tributaria y obligaciones tributarias existe una relación positiva considerable; Por su parte Apaza y Bonifacio (2017) obtuvo un $r^2 = 0.765$ como coeficiente de determinación y $r= 0.781$ de coeficiente de correlación Tau-b Kendal; donde existe una variación directa con la dimensión conciencia tributaria y cumplimiento de pagos. Por lo que se coincide los resultados con los investigadores mencionados con los resultados obtenidos en mi investigación y se relaciona tal como indica en la base teórica menciona que la conciencia tributaria tiene que ver

con el cumplimiento de obligaciones. Esto se debe a que los comerciantes y la población en general saben que por medio a los valores que posean se puede obtener buenas recaudaciones tributarias y cumplir con sus obligaciones tributarias.

Por último, respecto al objetivo general, Rodríguez (2011), manifiesta que la cultura tributaria trata de ver el sentido cotidiano de la evasión y la fiscalidad en referencia con cumplimiento de obligaciones. Así también, los resultados de la investigación demostraron en cuanto a la relación que tiene la cultura tributaria con las obligaciones tributarias, en donde podemos manifestar que es nivel de cultura tributaria que un individuo posee, aplicado a los comerciantes de la asociación de trabajadores del mercado de Ttanacarniyoc del distrito de San Sebastian. Cusco 2021, se obtuvo 84.91% percibe una cultura tributaria nivel fuerte, un 13.21% nivel moderado y 1.89 % nivel debil. Ramírez (2019), también investigo la cultura tributaria y obligaciones tributarias, dicha investigación fue aplicada en los comerciantes del mercado del distrito de los Olivos, encontrando que el porcentaje de la variable de cultura tributaria fue de 47.63% encuestados a los comerciantes, se encuentran de acuerdo al afirmar que el nivel de conocimientos determina un saber amplio y profundo de la tributación en los contribuyentes; Es decir que es muy importante que los contribuyentes estén informados sobre los conocimientos referente a los impuestos y así como también se obtuvo como resultado, que un 45.65 % de comerciantes encuestados están totalmente de acuerdo al que la inscripción del RUC permite identificar a las personas que realizan actividades económica, e información relevante por lo cual permite conocer que actividades están sujetas a pago de tributos. Aliaga Chancananpa (2018) de su investigación obtuvo como resultado que el 60 % de los que participaron en su investigación, consideran que es necesario la formación de cultura tributaria y así mismo exigir comprobantes de pago quiere decir factura, boletas de ventas y otros que están aceptados por la SUNAT, así mismo mencionan que debe ser fácil, mejorar su cultura tributaria en los comerciantes, el 80 % de los encuestados manifiesta que es necesario conocer e informarse sobre los tributos. Avalos y Loyola (2019), en su trabajo de investigación, estudio la incidencia de cultura tributaria en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas, realizado en el sector de comercio del distrito de Chaupimarca en el año 2018, del

objetivo que plantearon se obtuvo como resultado que existe una correlación entre cultura tributaria y cumplimiento o deberes tributarios. Al comparar la variable cultura tributaria con la variable obligaciones tributarias los resultados denotan que se relaciona positivamente, con $p < 0.05$, con $r = 0.547$ que demuestra que cuenta con una relación positiva moderada (media). A diferencia de Ramirez (2018), en su investigación de cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes de los Olivos, encontró un nivel significativo $p < 0.05$ para la variable de cultura tributaria y $p < 0.05$ para la variable obligación tributaria, pero un Rho de Spearman se tuvo como resultado 0.629, lo que indica que la dimensión educación tributaria y la variable obligación tributaria hay una relación positiva. Apaza y Bonifacio (2017), obtuvieron la correlación Tau-b de Kendall $r = 0.881$; con estos resultados se determina, que hay una relación significativa entre las dos variables de estudio, así mismo $r^2 = 0.748$ es el coeficiente de determinación, así mismo la variación es 74.8% de la cultura tributaria y obligaciones tributarias, tuvieron como resultado que la cultura tributaria de los comerciantes influye en las obligaciones tributarias que tienen como integrantes del estado. Los resultados obtenidos en comparación con las otras investigaciones son similares, puesto la cultura tributaria de los comerciantes y de la población en general existe una relación con las obligaciones tributarias, si no hubiera cultura tributaria definitivamente no se lograría con los objetivos trazados por el estado en lo referente a la recaudación tributaria.

VI. CONCLUSIONES

1. Se llegó a determinar que existe relación estadísticamente significativa entre las dos variables cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastian. Cusco, 2021. Ya que se halló un coeficiente de Rho spearman de 0.547 y un valor de significación $p=0.000$, el cual indica que existe una relación positiva moderado (media).
2. Existe relación con la dimensión educación tributaria y la variable obligaciones tributarias en los comerciantes de los trabajadores de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del Distrito de San Sebastián. Cusco – 2021. Ya que se logró un coeficiente de Rho spearman de 0.536 y un valor de significancia de $p= 0.000$, lo que indica que existe relación positiva moderado (media).
3. Por ultimo hay relación con la dimensión conciencia tributaria y la segunda variable obligaciones tributarias en los comerciantes de trabajadores de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del Distrito de San Sebastián. Cusco – 2021. Ya que se obtuvo 0.393 de coeficiente Rho spearman, con $p=0.004$, lo cual nos indica que la relación es positiva baja (débil).

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que debemos trabajar en la cultura tributaria de los comerciantes en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, de tal forma puedan cumplan con sus deberes u obligaciones tributarias.
- Como hemos visto en la investigación, la educación tributaria es fundamental para que los comerciantes de trabajadores de la asociación del mercado de Ttancarniyoc, para que cumplan con sus obligaciones tributarias. Por esta razón la educación tributaria se debe incentivar, priorizar e implantar desde el nivel primario si fuera posible desde el nivel inicial hasta nivel superior en este caso universitario.
- En cuanto a la conciencia tributaria, también es muy importante puesto que por medio de ello podemos incentivar a cumplir con sus obligaciones a los comerciantes de la asociación de los trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián del Cusco. Por ello es importante que desde hogar debemos concientizar a nuestros hijos a cumplir con la sociedad puesto que es un deber y obligación que nosotros tenemos como ciudadanos.
- Es necesario dar a conocer a la población en general que se da el uso de los impuestos que se paga para que de este modo ellos sin temor cumplan con sus obligaciones.
- Otra recomendación es que se dé un incentivo a los contribuyentes que cumplen con su obligación, así mismo se debe hacer una investigación profunda a cerca de quienes deberían pagar puesto en algunas situaciones los comerciantes no tienen buenas ganancias es mas solo venden para sobrevivir.

REFERENCIAS

- Aliaga, E., y Chancasanampa, C.P. (2018). *Cultura tributaria y evasión tributaria en las micro y pequeñas empresas del Mercado Modelo de Chupaca* [tesis de pre grado, Universidad Nacional del Centro del Perú]. Repositorio institucional UNCP.. <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/5612>
- Amasifuen, M. (2015). *Importancia de la cultura tributaria en el Perú*. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898
- Amasifuen, M. (2015). *Importancia de la cultura tributaria*. Consultado el 16 de febrero del 2021. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898
- Anchaluisa, D.J. (2015). *La cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta del sector comercial de la ciudad de Ambato* [tesis de pre grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional UTA. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/19779>
- Apaza, M. C., y Bonifacio, R.Y. (2017). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco- 2017* [tesis de pre grado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio institucional UPU. <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1081>
- Apaza, R. L. (2018). *La cultura tributaria y la formalización de las empresas mineras en el Perú* [tesis de doctorado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Repositorio institucional UIGV. [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2768/DOCTO_CONTABILIDAD_RUB%C3%89N%20LEONARD%20APAZA%20APAZA.p](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2768/DOCTO_CONTABILIDAD_RUB%C3%89N%20LEONARD%20APAZA%20APAZA.pdf)
[df](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2768/DOCTO_CONTABILIDAD_RUB%C3%89N%20LEONARD%20APAZA%20APAZA.pdf).
- Armas, M.E. y Colmenares, M. (2009) *Educación para el desarrollo de la cultura tributaria*. Consultado el 6 de marzo del 2021. <https://core.ac.uk/download/pdf/236643994.pdf>
- Avalos K., y Loyola J. (2019). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Chaupimarca – 2018* [tesis de pregrado, Universidad

- Nacional Daniel Alcides Carrión]. Repositorio institucional UNDAC. <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/1740>
- Avila, A.E. (2018). *Cultura tributaria y su impacto en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abasto del distrito de Trujillo, año 2017*. [tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio institucional UNT. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/10665>
- Barcena, A., Cimoli, M., Buchaca, R.G., Titelman, D. y Perez, R. (2020). *Panorama fiscal de américa latina*. Consultado el 6 de marzo del 2021.CEPAL https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45730/1/S2000154_es.pdf
- Batallanos, J., Rodriguez M.R., y Torres, C.M. (2018). *revisión de los factores que intervienen en la cultura tributaria de los contribuyentes en la Región Cusco* [tesis de maestría, Neumann Business School]. Repositorio institucional. <http://repositorio.neumann.edu.pe/handle/NEUMANN/159>
- Bordolli, J. (). *La educación tributaria como via para mejorar el cumplimiento voluntario*. https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_6/educacion_tributaria_com_o_via_para_mejorar_el_cumplimiento_bordolli_urug.pdf
- Calsina H. V.(2015). *Cultura tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria - periodo 2013* [tesis de pre grado, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio institucional UNAP.
- Camacho, A. y Patarroyo Y. (2017). *Cultura tributaria en Colombia* [tesis de pre grado, Universidad Minuto de Dios]. Repositorio institucional UMD. <https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf>
- Carrasco, Y., Chero, L. V. y Orrego, N.B. (2018). *La cultura tributaria y la evasión de impuestos en los comerciantes de abarrotes del sector I del mercado Moshoqueque del Distrito de José Leonardo Ortiz año 2014-2015*. [tesis de maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio institucional UNPRG. <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/7717>

- Catarina, M. (2001). La obligación tributaria. Consultado el 3 de enero 2021.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledf/leal_g_jg/capitulo4.pdf
- Cheesman, S. (2011). *Conceptos básicos en investigación*. Consultado el 06 de marzo 2021.
<https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/conceptos.pdf>
- Chia, M., Gomez, J., Lopez, C., Porras S. (2018). *Hacia el fomento de la cultura tributaria desde la primera infancia [tesis de Pregrado, Universidad Santo Tomas]*. Repositorio institucional UST.
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/activos/article/view/5059/pdf>
- Cibereh (2010). *Introducción a la investigación básica*. Consultado el 17 de enero 2021. <https://docplayer.es/31760212-Introduccion-a-la-investigacion-basica.html>
- Delgado, K.L. y Mello B.O. (2019). *Cultura y Obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado la Amistad, Moche-Trujillo, 2017. [tesis de pregrado, Universidad Católica de Trujillo]*. Repositorio institucional UCT.
<http://repositorio.uct.edu.pe/handle/123456789/536>
- Diaz, J.C., Cruz, B.G. y Castillo, N. R. (2016). *Cultura tributaria*. Consultado el 3 de enero del 2021.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/403>
- Dzul, M. (2010). *Aplicación básica de los métodos científicos- Diseño no Experimental*. Consultado el 18 de enero del 2021.
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf.
- Espinoza, A. (2018). *Educación básica regular con contenido tributario y su impacto en la cultura tributaria de los contribuyentes*.
<https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/AF/article/view/1709>
- Godoy, M. G. (2015). *Desarrollo de la cultura tributaria en el Ecuador y su impacto en la recaudación tributaria. periodo: 2011-2014 [tesis de maestría,*

Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional UG.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7868>

Hanco, L.D. y Bañon, M. M. (2016). *La cultura tributaria y su incidencia en el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los profesionales que ejercen actividades independientes, ilustre colegio profesional de abogados del cusco – 2015 [tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco].* Repositorio institucional UA.C.

<http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/788>

<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/1869>

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/16932>

Huere, X.I. y Muña, A. Z. (2016). *Cultura tributaria para la formalización de las MYPES de los mercados de la provincia de Huancayo [tesis de pre grado, Universidad Nacional del Centro del Peru].* Repositorio institucional UNCP..

http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1607/INFORME_TESIS.pdf

Huihua, G. (2018). *Cultura tributaria y su influencia en la informalidad del comercio ambulatorio en el centro poblado de las Américas Abancay – 2014 [tesis de pre grado, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac].* Repositorio institucional UNMBA.

<http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/585>

Liler, R. (2015). *La Educación Tributaria Como Medida Para Incrementar La Recaudación Fiscal En La Ciudad De Chota· 2013 [tesis de pre grado, Universidad Nacional de Cajamarca].* Repositorio institucional UNC.

<http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/712>

Llacolla R. y Sinchi, N. (2018). *Estudio de las influencias de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial Señor de Torrechayoc-Urubamba. [tesis de pre grado, Universidad Peruana Austral del Cusco].* Repositorio institucional UPAC.

<http://repositorio.uaustral.edu.pe/>

- Lopez, M.J. (2016). *Análisis comparativo de los sistemas tributarios de Ecuador, Brasil, Mexico y Argentina del período 2009 – 2013* [tesis de maestría, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/reduug/13880>
- Lopez, P. y Fachelli S. (2016). *Metodología de la investigación*. Consultado el 16 de febrero del 2021. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua_a2016_cap1-2.pdf.
- Martinez, C. (2019). *Investigación Descriptiva: Tipos y Características*. Consultado el 25 de enero del 2021. <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>.
- Montorrey, M. (2019). *Relación entre el conocimiento tributario y la cultura tributaria en gerentes generales de empresas industriales manufactureras del Callao 2019* [tesis de pre grado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio institucional USIL. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9677/1/2019_Monterrey_Salda%C3%B1a.pdf
- Ojeda, J. y Machado, I. (2007). *La ética de la investigación*. Consultado el 16 de febrero del 2021. https://www.researchgate.net/publication/237043346_La_etica_en_la_investigacion.
- Peña, M. (2012). *Metodología de la Investigación*. Consultado el 18 de enero del 2021. <http://www.une.edu.pe/Titulacion/2013/exposicion/SESION-4-METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>.
- Pinedo, R. (2020). *Cultura tributaria y obligaciones en los comerciantes del mercado de Belen, 2020*. [tesis de pregrado, Universidad Privada de la Selva Peruana]. Repositorio institucional UPS. <http://repositorio.ups.edu.pe/>
- Portocarrero, O.R. (2019). *Relación de la cultura tributaria y recaudación tributaria en los contribuyentes del mercado de abastos de la ciudad de Tingo María* [tesis de pre grado, Universidad Agraria de la Selva]. Repositorio institucional UAS.. <http://repositorio.unas.edu.pe/handle/UNAS/1506>

- Ramirez, M. (2019). *Cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes en los mercados del distrito de Los Olivos, 2019* [tesis de pre grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/47443>
- Rios, J.J. (2018). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el molino i de la ciudad del Cusco – 2017* [tesis de pre grado, Universidad Señor de Sipan]. Repositorio institucional USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/5379>
- Rodriguez, J. (2011). *Cultura tributaria propuestas y Argumentos para aumentar la Justicia Fiscal* [tesis de pre grado, Universidad de San Martin de Porres]. Repositorio institucional USMP. <https://www.cde.org.py/wp-content/uploads/2014/11/Cultura-tributaria.pdf>
- Ruz, F. J. (2017). *La Obligación Tributaria y los Deberes Administrativos*. Consultado el 17 de enero 2021.
- Sanchez, K. C. (2016). Responsabilidad solidaria de los representantes legales en materia tributaria. Consultado el 06 de marzo 2021. <https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/urp/1127>
- Serrano, A.N. (2016). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo Primera Planta Barranca*. [tesis de pregrado, Universidad San Pedro]. Repositorio institucional USP. <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/9542>
- Solorzano, D.L., (2011). *La cultura tributaria un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Consultado el 06 de marzo del 2021. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- Tirape, M.D., y Velastegui M.F. (2016). *Incidencia de la cultura tributaria en el sector informal de la Provincia de Santa Elena, año 2016* [tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio institucional UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7011/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-182.pdf>

- Torres, L. A. (2018). *La cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado de paucarbamba rubro abarrotes del distrito de Amarilli, 2017*. [tesis de pregrado, Universidad Católica los Angeles Chimbote]. Repositorio institucional ULADECH. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4101>
- Vela, V.L. (2017). *Cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los microempresarios en Lima Metropolitana años 2015-2016* [tesis de pre grado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio institucional URP. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1468>
- Zamora, Y. (2013). *La evasión tributaria y su incidencia en la economía del Ecuador, 2010-2014* [tesis de pre grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional UNMSM. <https://doi.org/10.15381/quipu.v26i50.14721>.
- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas Bolivia. (2019) *Ingresos tributarios al primer semestre 2019*. <https://medios.economiayfinanzas.gob.bo/VPT>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2007, 17 de marzo). *La obligación tributaria -libro primero*. http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3_per_007.pdf

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
<p>Problema general: ¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del Distrito de San Sebastián Cusco- 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar de qué manera la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del Distrito de San Sebastián. Cusco- 2021</p>	<p>Hipótesis general La cultura tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias de la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del Distrito de San Sebastián. Cusco – 2021.</p>	Cultura tributaria	Educación tributaria.	<p>Nivel de información. Nivel de conocimientos</p> <p>Formación académica tributaria Charlas informativas de la SUNAT Valores personales</p>
<p>Problemas específicos determinar de qué manera la educación tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias</p>	<p>Objetivos específicos Determinar de qué manera la educación tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias.</p>	<p>Hipótesis específicas La educación tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias.</p>		Conciencia tributaria.	<p>Visión del mundo</p> <p>Procesos y normas sociales</p> <p>Cumplimiento voluntario</p>
<p>determinar de qué manera la conciencia tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias.</p>	<p>Determinar de qué manera la conciencia tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias.</p>	<p>La conciencia tributaria se relaciona positivamente con las obligaciones tributarias.</p>	Obligaciones tributarias	Obligaciones formales.	<p>Inscripción al RUC Comprobantes de pago</p> <p>Libros contables</p> <p>Declaración jurada</p>

	Sujeto activo
	Sujeto pasivo
Obligaciones sustanciales	Hecho generador
	Pago de oportuno

Anexo 2

Instrumentos de recolección de datos

Questionario de cultura tributaria

A continuación, encontrará el cuestionario de cultura tributaria con fines propiamente de investigación académica; léalos con atención y califique cada uno de ellos marcando con una (X) en las casillas respectivas; la opción que considera que se adecúa mejor a su percepción. La información será totalmente confidencial por lo que agradecemos que conteste honestamente, teniendo en cuenta la siguiente escala: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni en acuerdo ni desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo. Aceptó participar libre y voluntariamente en la investigación.

N°	ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI EN ACUERDO NI DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Educación tributaria						
1	Nivel de información evalúa la situación de la percepción que reciben los contribuyentes sobre los procedimientos de tributación.	1	2	3	4	5
2	Nivel de conocimientos determina un saber amplio y profundo de la tributación.	1	2	3	4	5
3	La formación académica tributaria es una herramienta importante en el país que permite brindar un conocimiento adecuado a los ciudadanos respecto a sus obligaciones.	1	2	3	4	5
4	Charlas informativas de la SUNAT motivan la acción del pago de impuestos y nos brindan información para estar mejor orientados acerca de los tributos.	1	2	3	4	5
5	Charlas informativas de la SUNAT impulsan la formación del comportamiento tributario responsable entre los contribuyentes y ciudadanos en general.	1	2	3	4	5
Conciencia tributaria						
6	Valores personales permiten fortalecer la cultura tributaria, de manera que los contribuyentes cumplan voluntariamente con sus obligaciones.	1	2	3	4	5
7	Valores personales determina el comportamiento de los contribuyentes en el cumplimiento del pago de sus tributos.	1	2	3	4	5
8	Visión del mundo es la relación del estado con la sociedad, permite que el ciudadano intervenga en la	1	2	3	4	5

	vida política y de la comunidad en donde ejerza sus derechos y obligaciones.					
9	Procesos y normas sociales determinan la reciprocidad de parte de los ciudadanos que buscan el grado de valoración y afectividad por parte del Estado.	1	2	3	4	5
10	Cumplimiento voluntario es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la conciencia tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario	1	2	3	4	5

FICHA TÉCNICA EL CUESTIONARIO DE MARIBEL GLADYS RAMÍREZ

1. Datos generales

Titulo original: Cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes en los mercados del distrito de Los Olivos, 2019

Autor : Maribel Gladys Ramírez Olortegui : 2019

Procedencia: Perú

2. Administration

Edades de aplicación: comerciantes de los mercados en el distrito de los Olivos.

Tiempo de aplicación: Aproximadamente 10 a 20 minutos.

Aspecto que evalúa: evalúa de manera directa la cultura tributaria y sus dos dimensiones:

- Educación tributaria
- Conciencia tributaria

3. Validez y confiabilidad del instrumento

Ibarra, Esteves y Padilla (2019) realizaron la validez y la confiabilidad con 46 personas encuestadas, a través de un estadístico, el instrumento presenta una confiabilidad de 95% con la tecnica el Alfa de Crobach mediante el software estadístico del SPSS versión 25; se determinó 10 ítems para la versión final del Instrumento, en él se determinan las correlaciones positivas y significativas ($\alpha=0.05$) confirmando la validez del instrumento.

Así mismo, se realizó un estudio en el cual los expertos evaluaron y validaron al instrumento en dos aspectos (valido y excluido) siendo aplicable para la medición de la percepción de la cultura tributaria, a su vez estudiaron el nivel de confiabilidad de dicho instrumento obteniendo un Alfa de Cronbach de 95%, lo que indica que el instrumento es confiable. Así mismo obtuvo la confiabilidad en cada dimensión, realización personal un Alfa de Cronbach debe ser mayor o igual 0.700, cultura tributaria un Alfa de Cronbach de 0.802.

4. Descripción del instrumento

El cuestionario consta de 10 ítems que corresponde a las 4 dimensiones:

- Educación tributaria: 5 ítems con las preguntas 1 al 5

- Conciencia tributaria: 5 ítems con las preguntas del 6 y 10

Los ítems son medidos a través de la escala de Likert, con cinco categorías: totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4), totalmente de acuerdo (5).

Baremo del cuestionario de percepción del clima organizacional:

Debil: 10 – 23

Moderado: 24– 36

Fuerte: 37 - 50

Baremo del cuestionario de percepción de la cultura tributaria por dimensiones:

Educación tributaria: Débil: 10 – 23; Moderado: 24 – 36; Fuerte: 37 - 50

Conciencia tributaria: Débil: 10 – 23; Moderado: 24 – 36; Fuerte: 37 – 50.

Anexo 3

Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario de obligaciones tributarias

A continuación, encontrará el cuestionario de obligaciones tributarias con fines propiamente de investigación académica; léalos con atención y califique cada uno de ellos marcando con una (X) en las casillas respectivas; la opción que considera que se adecúa mejor a su percepción. La información será totalmente confidencial por lo que agradecemos que conteste honestamente, teniendo en cuenta la siguiente escala: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni en acuerdo ni desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo. Aceptó participar libre y voluntariamente en la investigación.

N°	ITEMS	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI EN ACUERDO NI DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Obligaciones formales						
1	Inscripción en el RUC, permite identificar a las personas que realicen actividades económicas por las que deban pagar tributos.	1	2	3	4	5
2	El comprobante de pago es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios, y sirve como sustento para el cumplimiento de las obligaciones.	1	2	3	4	5
3	El comprobante de pago es un documento cuyo beneficio es dar prueba de la realización de un pago y sirve para acreditar una transacción comercial.	1	2	3	4	5
4	Los libros contables reflejan las anotaciones de las operaciones del contribuyente, las cuales deben estar acorde a las declaraciones presentadas.	1	2	3	4	5
5	Los libros contables son documentos que permiten al contribuyente a llevar	1	2	3	4	5

	un registro de la empresa y respaldar su actividad económica.					
Obligaciones sustanciales						
6	Declaración Jurada permite mostrar la manifestación de hechos comunicados a la administración tributaria en la forma establecida por las leyes.	1	2	3	4	5
7	Sujeto activo determina la correspondencia del derecho de exigir el pago del impuesto, siendo un rol asignado al Estado.	1	2	3	4	5
8	Sujeto pasivo es el contribuyente obligado por la ley al pago del impuesto y como responsable de la obligación.	1	2	3	4	5
9	Hecho generador es la acción o situación determinada en forma expresa por la ley para tipificar un tributo y cuya realización da lugar al nacimiento de la obligación tributaria.	1	2	3	4	5
10	Pago oportuno determina el cumplimiento del pago de tributos dentro de la fecha prevista.	1	2	3	4	5

FICHA TÉCNICA EL CUESTIONARIO DE MARIBEL GLADYS RAMÍREZ

1. Datos generales

Titulo original: Cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes en los mercados del distrito de Los Olivos, 2019

Autor : Maribel Gladys Ramírez Olortegui : 2019

Procedencia: Perú

2. Administración

Edades de aplicación: comerciantes de los mercados en el distrito de los Olivos.

Tiempo de aplicación: Aproximadamente 10 a 20 minutos.

Aspecto que evalúa: evalúa de manera directa las obligaciones tributarias y sus dos dimensiones:

- Obligaciones formales
- Obligaciones sustanciales

3. Validez y confiabilidad del instrumento

Ibarra, Esteves y Padilla (2019) realizaron la validez y la confiabilidad con 46 personas encuestadas, a través de un estadístico, el instrumento presenta una confiabilidad de 95% con la tecnica el Alfa de Crobanch mediante el software estadístico del SPSS versión 25; se determinó 10 ítems para la versión final del Instrumento, en él se determinan las correlaciones positivas y significativas ($\alpha=0.05$) confirmando la validez del instrumento.

Así mismo, se realizó un estudio en el cual los expertos evaluaron y validaron al instrumento en dos aspectos (valido y excluido) siendo aplicable para la medición de la percepción de las obligaciones tributarias, a su vez estudiaron el nivel de confiabilidad de dicho instrumento obteniendo un Alfa de Cronbach de 95%, lo que indica que el instrumento es confiable. Así mismo obtuvo la confiabilidad en cada dimensión, realización personal un Alfa de Cronbach debe ser mayor o igual 0.700, cultura tributaria un Alfa de Cronbach de 0.769.

4. Descripción del instrumento

El cuestionario consta de 10 ítems que corresponde a las 4 dimensiones:

- Obligaciones formales: 5 ítems con las preguntas 11 al 15
- Obligaciones sustanciales: 5 ítems con las preguntas del 16 y 20

Los ítems son medidos a través de la escala de Likert, con cinco categorías: totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4), totalmente de acuerdo (5).

Baremo del cuestionario de percepción del clima organizacional:

Debil: 10 – 23

Moderado: 24– 36

Fuerte: 37 - 50

Baremo del cuestionario de percepción de la cultura tributaria por dimensiones:

Obligaciones formales: Débil: 10 – 23; Moderado: 24 – 36; Fuerte: 37 - 50

Obligaciones sustanciales: Débil: 10 – 23; Moderado: 24 – 36; Fuerte: 37 - 50

Anexo 4

Base de datos

V1. Cultura Tributaria													
Nº	D1: Educación Tributaria					D2: Conciencia Tributaria					D1	D2	V1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10			
1	4	4	5	4	4	5	5	3	3	5	21	21	42
2	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	20	25	45
3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	21	18	39
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	24	25	49
5	4	5	4	4	5	4	4	2	5	5	22	20	42
6	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	22	21	43
7	4	4	5	1	1	5	5	4	4	1	15	19	34
8	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	20	23	43
9	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	19	21	40
10	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	25	23	48
11	5	5	5	3	3	5	5	4	4	5	21	23	44
12	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	21	20	41
13	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	23	21	44
14	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	23	23	46
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	20	19	39
16	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	21	22	43
17	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	23	21	44
18	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	24	20	44
19	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	22	22	44
20	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	23	23	46
21	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	22	23	45
22	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	23	23	46
23	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	18	17	35
24	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	23	25	48
25	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	23	22	45
26	4	4	5	4	4	5	5	3	4	5	21	22	43
27	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	19	19	38
28	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	18	20	38
29	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	23	20	43
30	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	23	21	44
31	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	17	20	37
32	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	22	20	42
33	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	24	20	44
34	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	25	23	48
35	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	23	23	46
36	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	17	18	35
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	15	15	30
38	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	19	21	40
39	2	2	2	1	1	4	5	4	4	4	8	21	29
40	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	25	21	46
41	4	5	4	2	2	4	4	4	4	5	17	21	38

42	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	25	22	47
43	4	4	5	1	1	4	4	4	4	4	15	20	35
44	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	22	22	44
45	5	5	5	2	2	5	5	2	2	4	19	18	37
46	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	23	22	45
47	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	21	19	40
48	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	25	21	46
49	4	4	4	5	5	4	4	2	4	3	22	17	39
50	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	17	17	34
51	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	22	23	45
52	1	1	1	1	1	4	4	1	1	5	5	15	20
53	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	23	23	46

Anexo 5

Base de datos

V1. Obligaciones Tributarias													
Nº	D1: Obligaciones formales					D2: Obligaciones sustanciales					D1	D2	V1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10			
1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	23	21	44
2	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	22	22	44
3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	20	18	38
4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	21	18	39
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	22	21	43
6	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	23	23	46
7	4	4	5	5	2	4	4	4	4	4	20	20	40
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	21	20	41
9	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	23	20	43
10	4	4	5	4	5	4	5	2	3	5	22	19	41
11	5	5	4	4	4	3	5	5	3	5	22	21	43
12	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	20	21	41
13	4	5	5	5	5	3	3	3	3	4	24	16	40
14	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	21	22	43
15	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	20	19	39
16	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	22	22	44
17	5	4	4	4	4	3	4	4	1	4	21	16	37
18	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	23	22	45
19	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	24	22	46
20	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	22	21	43
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	20	21	41
22	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	24	21	45
23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	20	19	39
24	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	25	19	44
25	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	22	20	42
26	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	20	20	40
27	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	22	18	40
28	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	23	23	46
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	20	21	41
30	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	25	22	47
31	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	19	18	37
32	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	20	19	39
33	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	22	22	44
34	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	23	23	46
35	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	23	23	46
36	4	4	4	2	2	1	4	4	4	4	16	17	33
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	15	15	30
38	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	21	19	40
39	2	2	2	3	3	1	5	3	1	4	12	14	26
40	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	25	22	47

41	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5	16	19	35
42	5	5	5	4	4	3	4	4	3	5	23	19	42
43	2	4	4	3	3	4	4	4	3	5	16	20	36
44	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	23	21	44
45	4	4	4	3	3	2	4	4	2	4	18	16	34
46	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	21	18	39
47	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	22	22	44
48	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	24	24	48
49	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	22	20	42
50	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	22	21	43
51	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	22	21	43
52	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	5	11	16
53	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	20	21	41

Anexo 6

Documento de consentimiento

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACION PARA EFECTOS DE INVESTIGACION

Yo Eusebio Cruz Maita
(Nombre del representante legal o directivo de la empresa)

identificado con DNI N° 23895314, como Presidente de los
(De ser extranjero indicar la CE o el N° del Pasaporte)
comerciantes del mercado Ttancarniyoc
(Nombre del puesto del representante del área de la empresa)

del área de
(Indicar el nombre del área, departamento o unidad)

de la empresa / institución Mercado Ttancarniyoc
(Nombre de la empresa/institución privada o pública)

..... con R.U.C.

domiciliada en San Sebastian - Cusco

AUTORIZO el uso de la información siguiente: Recolección de datos, Cuestionario

al señor (es) (subrayar según corresponde) Br. Maria Isabel Cruz Mayta
(Apellidos y nombres completos de los investigadores)

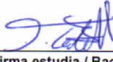
Identificado(s) con (DNI) N° 40704291 estudiante (s) / bachiller (es) (subrayar según corresponde) de la Carrera Profesional de Contabilidad, con la finalidad de que pueda desarrollar su trabajo de investigación / tesis (subrayar según corresponde); considerando que (marcar con x la opción autorizada):

- Puede mencionar el nombre de la empresa () o;
- Debe mantener en estricta reserva el nombre comercial, razón social o cualquier logotipo de la empresa ().

Lima, 01 de enero del 2021.


Firma y sello del Representante legal o directivo de la empresa
Fecha:
DNI: 23895314

Yo (nosotros) estudiante (s) / bachiller (es) (subrayar según corresponde), de la Carrera Profesional de Contabilidad declaro (amos) que los datos emitidos en esta carta son auténticos y no han sido falseados, de lo contrario acepto (amos) ser sometido (s) al procedimiento disciplinario correspondiente tanto a nivel de mi universidad como de la empresa.


Firma estudiante / Bachiller
Fecha: 01/01/2021
DNI: 40704291

Anexo 7

Fotos

















Declaratoria de Autenticidad del Asesor


Yo, **Elena Jesús Alvarado Cáceres**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo (Sede Lima), asesor de la Tesis titulada:

"Cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de trabajadores del mercado de Ttancarniyoc del distrito de San Sebastián. Cusco, 2021" de la autora **Cruz Mayta, María Isabel**, 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.

Lima, 30 de abril del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor Alvarado Cáceres Elena Jesús	
DNI: 18073062	
ORCID: 0000-0001-5532-860X	