



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO



FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN

TESIS

Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del
mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PUBLICO

Autora:

Bach. Quiroz Atencio, Betty

Asesora:

Dra. Carpio Vásquez, Weiky Nelly Juliana

(Cód. ORCID: 0000-0003-2604-7280)

Dra. Weiky Nelly J. Carpio Vásquez
Asesora de Tesis FACEN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo Sostenible, Emprendimiento Y Responsabilidad Social:
Tributación

Pimentel, Perú, 2024



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD DE LA ASESORA

Yo, **WEIKY NELLY JULIANA CARPIO VASQUEZ**, docente de la Facultad de Comunicación, Empresa y Negocios, en calidad de asesora de tesis, declaro que he realizado el debido control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de pregrado, según la Directiva de similitud vigente en la UDCH; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe de Tesis, presentado por la **Bach. Quiroz Atencio, Betty**, titulado: **"Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024"**. Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 25% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN. Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación vigente.

Pimentel, 10 de enero 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Weiky Nelly J. Carpio Vásquez", written over a faint circular stamp.

Dra. Weiky Nelly J. Carpio Vásquez
Asesora de Tesis FACEN - UDCH

Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

24%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

TEMA DE LA TESIS

CULTURA TRIBUTARIA Y CONCIENCIA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES
DEL MERCADO EL INCA, LA VICTORIA - CHICLAYO 2024

Para optar el Título Profesional de: **Licenciado en Periodismo**

Bach. Quiroz Atencio, Betty



Dra. Weiky Nelly Juliana Carpio Vásquez

ASESORA

Aprobado por el siguiente jurad



CPCC Pascual Rosales Abad

Presidente

Mg. Luis Morante Adrianzén

Secretario

Mg. Henry Chiclayo Vega

Vocal

Dedicatoria

A mi madre por su amor y ayuda incondicional y su confianza, ella es mi motor y motivo que me inspiró a conseguir y ejecutar este trabajo de investigación en su totalidad.

A mis hermanos, que para mí tienen un rol muy importante en mi vida y siempre me dieron fuerzas de seguir adelante ante todas las pruebas que se presentaron en mi camino.

A mis sobrinos Aylin, Baruc y Alejandro, que a pesar de su corta edad se esfuerzan por un futuro mejor y eso es mi impulso para continuar.

Betty

Agradecimiento

A Dios, por darme la vida y la familia que tengo y la oportunidad de poder ser una profesional.

A la Universidad de Chiclayo, docentes, por sus enseñanzas y su apoyo,

A mi asesora, la Dra. Weiky Nelly Juliana Carpio Vásquez, su conocimiento, paciencia y dedicación fueron fundamentales para el desarrollo de la presente tesis.

Betty

Índice de Contenido

Carátula	i
Agradecimiento	vi
Índice de Contenido	vii
Índice de Tablas	viii
Índice de Figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
II. DESARROLLO	16
III. METODOLOGÍA	25
3.1. Tipo de investigación.	25
3.2. Diseño de investigación.	25
3.3. Variables y operacionalización	26
3.4. Población, muestra y muestreo de estudio	26
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
3.6. Procedimiento de recolección de datos e información.	28
3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	29
IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	30
4.1. Análisis Estadístico Descriptivo	30
4.2. Análisis de Relación.....	39
4.3. Discusión de resultados.....	43
V. CONCLUSIONES	47
VI. RECOMENDACIONES.....	49
VII. REFERENCIAS	51
ANEXOS.....	57

Índice de Tablas

Tabla 1. Resultado Descriptivo de la Dimensión Tributo	30
Tabla 2. Resultado Descriptivo de la Dimensión Derechos y obligaciones	31
Tabla 3. Resultado Descriptivo de la Dimensión Valores personales	32
Tabla 4. Resultado Descriptivo de la Dimensión Preparación académica	33
Tabla 5. Resultado Descriptivo de la Variable Cultura Tributaria.....	34
Tabla 6. Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias.....	35
Tabla 7. Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de pago voluntario	36
Tabla 8. Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de beneficio común.....	37
Tabla 9. Resultado Descriptivo de la Variable Conciencia Tributaria.....	38
Tabla 10. Resultado Descriptivo de la Variable Conciencia Tributaria.....	39
Tabla 11. Relación de las variables Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria	40
Tabla 12. Relación de las dimensiones de la Cultura tributaria y la Conciencia Tributaria	41

Índice de Figuras

Figura 1 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Tributo.....	30
Figura 2. Resultado Descriptivo de la Dimensión Derechos y obligaciones.....	31
Figura 3 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Valores personales	32
Figura 4 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Preparación académica	33
Figura 5 . Resultado Descriptivo de la Variable Cultura Tributaria.....	34
Figura 6 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias	35
Figura 7 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de pago voluntario.....	36
Figura 8 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de beneficio común.....	37
Figura 9 . Resultado Descriptivo de la Variable Conciencia Tributaria.....	38

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general, Determinar cómo se relaciona la Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, cuya metodología de investigación fue de tipo básica, cuantitativo, descriptivo, propositivo, de diseño no experimental, corte transversal. La población de estudio estuvo conformada por 430 comerciantes del mercado, y con una muestra de 138 comerciantes, a quienes se les aplicó como técnica, la encuesta y como instrumento, el cuestionario. El instrumento estuvo conformado por 29 ítems de calificación directa. La confiabilidad del instrumento se determinó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach arrojando los valores de 0.801 y 0.775 respectivamente, y se validó el instrumento por 03 expertos en el tema. Los resultados indicaron que el nivel de Cultura tributaria alcanzó un 60%, situándose en un nivel bajo y de manera similar, la Conciencia tributaria calificó con nivel bajo, con un 63%. Además, se conoció que, existe correlación entre ambas variables, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es $=0.819$, tratándose de una correlación positiva fuerte y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05 , por lo tanto, es significativa.

Palabras clave: Cultura Tributaria, Conciencia Tributaria, Conocimiento tributario, Obligaciones tributarias

Abstract

The general objective of this research was to determine how Tax Culture and Tax Awareness are related in merchants of the El Inca market, La Victoria - Chiclayo 2024, whose research methodology was basic, quantitative, descriptive, propositional, non-experimental design, cross-sectional. The study population consisted of 430 market merchants, and a sample of 138 merchants, to whom the survey was applied as a technique and the questionnaire as an instrument. The instrument consisted of 29 direct rating items. The reliability of the instrument was determined by Cronbach's Alpha coefficient, yielding values of 0.801 and 0.775 respectively, and the instrument was validated by 03 experts on the subject. The results indicated that the level of Tax Culture reached 60%, placing it at a low level and similarly, Tax Awareness rated at a low level, with 63%. In addition, it was known that there is a correlation between both variables, showing that the Spearman Rho correlation value is $= 0.819$, being a strong positive correlation and a Sig. (Bilateral) $= 0.000$, being < 0.05 , therefore, it is significant.

Keywords: Tax Culture, Tax Awareness, Tax Knowledge, Tax Obligations

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, buscamos entender cómo la cultura y conciencia tributaria puede reducir la evasión fiscal. Es crucial que los ciudadanos comprendan las leyes tributarias y confíen en que este conocimiento llevará al cumplimiento de sus obligaciones fiscales (Olguín & Picon, 2022). La presente tesis sobre Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria – Chiclayo, es vital porque examina cómo el conocimiento y la actitud de los comerciantes afectan la recaudación de impuestos, la equidad y el desarrollo económico. Una mayor conciencia tributaria puede reducir la evasión, mejorar la equidad y fomentar un desarrollo económico sostenible, además de señalar la necesidad de programas educativos y reformas en políticas tributarias.

En cuanto a la realidad problemática, En América Latina, un desafío significativo para el cumplimiento de las obligaciones tributarias es el propio incumplimiento en el pago de impuestos. Se estima que aproximadamente el 2.4% del PIB regional se pierde debido a la evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA), mientras que las pérdidas por la evasión de impuestos sobre la renta se calculan en un 4.3%. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) recomienda no solo reformar la administración tributaria, sino también fomentar activamente el cumplimiento de estas obligaciones, que incluyen el registro correcto de los libros contables, la emisión de comprobantes de pago y la presentación de declaraciones. Esto es particularmente importante en los países de América Latina y el Caribe, donde la informalidad económica supera el 60% (Mamani & Espinoza, 2022). En Colombia, este proceso está regulado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), entidad encargada de garantizar la recaudación de los impuestos y la protección de los derechos de los contribuyentes. El procedimiento de fiscalización incluye varias etapas; como la notificación al contribuyente, la revisión de la información y la emisión de un acto administrativo que puede incluir sanciones y multas en caso de incumplimiento. Los contribuyentes tienen la oportunidad de participar activamente en la determinación de los tributos y presentar pruebas para demostrar la Conformidad con sus compromisos fiscales (Cardona & Largo 2024).

A nivel nacional, en los últimos años, Perú ha mostrado altos niveles de evasión fiscal en comparación con otros países de América Latina, indicando una falta de

conciencia tributaria. Esta evasión reduce los ingresos fiscales del Estado, que depende en gran medida del IGV y del Impuesto a la Renta (IR), los cuales constituyen el 50% y el 35% de los ingresos, respectivamente. En 2021, la evasión de estos impuestos alcanzó 58,000 millones de soles, o el 7.7% del PBI, limitando la capacidad del país para financiar el gasto público y cumplir sus objetivos de recaudación (Sunat, 2021; El Peruano, 2021). Apenas el 27.3% de la población exige la entrega de comprobantes de pago, y un 51.3% muestra tolerancia hacia el fraude. Estos altos niveles revelan una deficiencia en la cultura tributaria de la población. Por ello, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) ha puesto en marcha varios mecanismos, como campañas de formalización en diferentes sectores de comercio y servicios; no obstante, estas medidas no alcanzaron el éxito esperado (Valverde & Paz, 2023).

A nivel regional, en Lambayeque, la informalidad está aumentando en cada uno de los distritos del país; el comercio ambulatorio refleja esta tendencia creciente. Según observadores, las expectativas para las actividades informales, como el comercio ambulatorio, continúan en aumento debido al contexto político y económico actual. Además, se argumenta que la política económica no ha logrado abordar eficazmente la informalidad. La formalización de micro y pequeñas empresas resulta inviable en muchos casos, ya que los altos costos laborales y tributarios son factores que limitan su crecimiento y competitividad.

En el mercado El Inca en La Victoria – Chiclayo, se percibe en sus comerciantes la falta de conocimiento sobre las obligaciones fiscales y los beneficios que trae el cumplimiento tributario, como es el RUS y el RER, lo que perpetúa la informalidad. Muchos comerciantes desconocen las normativas tributarias y perciben los impuestos como un gasto adicional, sin entender que tributar contribuye al desarrollo de la comunidad y al acceso a servicios públicos. La desconfianza en el sistema fiscal, la complejidad de los procesos administrativos y la falta de incentivos para formalizarse refuerzan esta situación, generando una competencia desleal entre los comerciantes formales e informales, y causando pérdidas fiscales al Estado. Esta falta de cultura y conciencia tributaria también impide el acceso de los comerciantes a programas y beneficios gubernamentales que podrían fomentar su desarrollo. Para abordar esta problemática, es esencial implementar programas de educación fiscal, simplificar los procesos tributarios, ofrecer incentivos para la

formalización y mejorar la infraestructura del mercado, demostrando que los recursos tributarios contribuyen al bienestar colectivo.

Es por todo lo manifestado anteriormente que el problema general de investigación es: ¿Cómo se relaciona la Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024?, y como **problemas específicos**, tenemos: a) ¿Cuál es el nivel de Cultura tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024? b) ¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024? c) ¿Cómo se relaciona las dimensiones de la cultura tributaria con la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024?. La presente investigación se justifica de manera **teórica**; debido a que se fundamenta en la generación de nuevo conocimiento y en el contraste de teorías y resultados. El estudio propuesto contribuirá significativamente al campo al corroborar los resultados derivados de la teoría específica, lo que le otorgará un sólido valor científico. Para esto, se incorporarán conceptos actuales, regulaciones y directrices científicas que servirán de fundamento para examinar cómo la cultura tributaria impacta en el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Este enfoque garantizará que el estudio esté bien fundamentado teóricamente y que los hallazgos sean relevantes y aplicables. **Justificación práctica**; debido a que el estudio tiene como objetivo resolver problemas que afectan a la organización, centrándose en proporcionar recomendaciones y directrices tributarias para los comerciantes. Asimismo, la investigación se configura como una fuente de información que un organismo regulador podría utilizar al elaborar sus normativas. **De justificación metodológica**; debido a que el estudio se basa en técnicas válidas y confiables para garantizar la precisión y relevancia de los resultados. Se utilizarán encuestas y entrevistas estructuradas para recopilar datos detallados y fiables sobre la cultura y conciencia tributaria en los comerciantes. El análisis estadístico de estos datos permitirá identificar relaciones significativas y desarrollar recomendaciones prácticas en busca de solución a la problemática detectada. Además, los instrumentos utilizados y los hallazgos de esta investigación podrán servir como base para futuros estudios en el área. **Como objetivo general**, Determinar cómo se relaciona la Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024 y como **objetivos específicos**, a)

Diagnosticar el nivel de Cultura tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024. b) Identificar el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024. c) Establecer como se relaciona las dimensiones de la cultura tributaria con la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024. Como **Hipótesis General, H. Alterna, H1**: La Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024 se relacionan significativamente y como **H. Nula, H0**: La Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, no se relacionan significativamente.

II. DESARROLLO

Con respecto a los antecedentes de estudio a **nivel internacional, en Ecuador, Durand (2023)** en su pesquisa cuyo propósito fue Analizar el nivel de cultura tributaria de los vendedores ambulantes de ropa en Puyo. De metodología enfoque mixto o cuali-cuantitativo, descriptivo, muestreo a conveniencia de 100 comerciantes a quienes se les aplicó una encuesta y como instrumento el cuestionario. En relación a los hallazgos, la cultura tributaria de los comerciantes informales en la ciudad de Puyo se ve afectada por dificultades económicas, ya que muchos no tienen los recursos necesarios para cumplir con sus obligaciones fiscales. Además, la falta de incentivos para pagar impuestos resalta la necesidad de políticas que fomenten el cumplimiento tributario. Existe una división de opiniones sobre la importancia de cumplir con las obligaciones fiscales, lo que indica una necesidad de mejorar la educación tributaria. En conclusión, de que la falta de conocimiento de las leyes tributarias y los problemas económicos son la principal causa de la escasa cultura tributaria en la ciudad de Puyo. **En Colombia, Montoya & Parra (2021)**, en su pesquisa cuya finalidad fue impulsar estrategias y fortalecer el cumplimiento fiscal de las PYMES en Medellín. Se empleó una metodología de nivel descriptivo, enfoque cualitativo, de diseño no experimental. Se utilizó como técnica la entrevista y como instrumento el cuestionario para la obtención de los datos. La población la integró el personal de las áreas de administración y contabilidad de las Pymes, seleccionando finalmente a 5 contadores públicos según los criterios de inclusión y exclusión como muestra. Los resultados mostraron que las PYMES en Medellín tienen una cultura tributaria moderada. En conclusión, es fundamental que el estado desarrolle estrategias para fortalecer la cultura tributaria, promoviendo el cumplimiento de los impuestos y utilizando la tecnología para mejorar la comunicación con los contribuyentes. **En Ecuador, Mantilla (2022)** en su estudio cuya finalidad fue examinar las condiciones fiscales de los vendedores en el Mercado Municipal Las Balsas. De metodología nivel descriptivo, método inductivo, deductivo. 77 comerciantes, conformaron la muestra, aplicándoseles un cuestionario para recopilar información. Los resultados revelaron que el 15,58% de los contribuyentes presenta sus declaraciones antes de la fecha límite, el 22,08% lo hace en el último día del plazo, el 42,86% las presenta después de la fecha de vencimiento, y el 19,48% no realizan nunca la presentación de sus declaraciones. Esto indica que

la mayoría de los comerciantes suele presentar sus declaraciones con retraso, lo que conlleva a tener que abonar multas e intereses al Servicio de Rentas Internas. En conclusión, La falta de conocimiento tributario se identifica como una causa principal del incumplimiento. Se propuso desarrollar planes tributarios para mejorar el cumplimiento y evitar sanciones que podrían afectar negativamente a los negocios. Estos hallazgos son fundamentales para el estudio. **En Ecuador, Santillán (2021)**, en su investigación cuyo objetivo fue analizar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado La Condamine de la ciudad de Riobamba. De metodología tipo explicativo con diseño no experimental, donde se encuestó a 385 comerciantes del mercado. La encuesta fue validada mediante la técnica de Kuder-Richardson fórmula 20 (KR-20), logrando un valor de 0.709. Los resultados mostraron que el 86,75% de los comerciantes no está al tanto de sus obligaciones tributarias, el 76,62% sabe que debe emitir facturas, pero no sabe cómo hacerlo, y el 96% está interesado en obtener más información al respecto. Como conclusión se revela una deficiencia significativa en la cultura tributaria de los comerciantes. La mayoría desconoce sus obligaciones fiscales, no sabe cómo emitir facturas y muestra interés en recibir más información sobre el tema. La baja recaudación de impuestos en el comercio informal en Ecuador, evidenciada por estos hallazgos, subraya la necesidad urgente de mejorar la educación tributaria para fomentar el cumplimiento fiscal y aumentar la recaudación. **En Ecuador, Quispe et al. (2020)** en su estudio cuyo objetivo fue analizar los factores que afectan la cultura tributaria de los contribuyentes y las razones que provocan la evasión fiscal. De metodología enfoque cuantitativo, explicativo, conformado con una muestra de estudio de 307 contribuyentes. Se utilizó la encuesta y cuestionario para la obtención de datos. Los resultados, indicaron que ambas variables están estrechamente relacionadas, revelando que un bajo nivel de esta cultura afecta significativamente el cumplimiento tributario, con un impacto del 46,2% en la evasión fiscal. Concluyendo que, la cultura tributaria está influenciada por factores voluntarios, obligatorios y benéficos, y estos tienen un impacto considerable en la evasión fiscal de los contribuyentes.

En el contexto nacional, en Moquegua, Arpasi (2024), en su estudio cuya finalidad fue determinar si la enseñanza de temas tributarios afecta la conciencia fiscal de los estudiantes. La investigación adoptó un diseño no experimental,

transversal, descriptivo y correlacional. La población de estudio estuvo conformada por 93 estudiantes de quinto grado, y se utilizó como instrumento, el cuestionario constituido por 16 preguntas estructuradas. Los resultados revelan diferencias notables, el 30,11% de los estudiantes considera que las estrategias educativas pueden mejorar el conocimiento fiscal, y el 20,43% no está de acuerdo. La mayoría se opone a la evasión fiscal (35,48%), aunque un 32,26% se muestra indeciso. Las opiniones sobre la necesidad de los impuestos para el desarrollo económico están divididas (30,11% a favor, 26,88% en contra). Esta variedad de puntos de vista sugiere dificultades como la escasez de recursos y la necesidad inmediata de revisar y actualizar los programas educativos. En conclusión, se ratifica que la educación tributaria tiene un impacto relevante en la comprensión fiscal y debe ser incluida en los objetivos educativos de la secundaria, dado que el conocimiento, los valores y las estrategias educativas afectan las actitudes hacia los impuestos. **Puno, Cañazaca (2023)** en su pesquisa cuyo objetivo fue determinar la relación entre la cultura tributaria y la evasión de impuestos de los comerciantes del mercado Túpac Amaru del distrito de Juliaca. Se utilizó un enfoque cuantitativo y descriptivo, con un diseño no experimental. Se aplicó la escala de Likert para la medición y se encuestó a una población de 91 comerciantes. Los resultados mostraron una correlación inversa significativa entre la cultura tributaria y la obligación tributaria, con un coeficiente de correlación de -0,401 con una significancia del 5%. Se concluyó que aquellos comerciantes en el emporio Túpac Amaru con menor cultura tributaria tienen más probabilidad de evadir impuestos. Durante las discusiones se resaltó la importancia de tener conocimientos fiscales para influir en el cumplimiento tributario y en la formalidad, impidiendo que los contribuyentes evadan impuestos de manera consciente. Se encontró que los comerciantes que están informados sobre los impuestos están más dispuestos a pagarlos, ya que perciben la evasión fiscal como un delito, lo que resulta en niveles bajos de informalidad. **En Junín, Pecho (2021)** en su investigación cuya finalidad fue establecer la vinculación entre la Cultura Tributaria (CT) y el cumplimiento de Obligaciones Tributarias (OT) en el mercado de Jauja, tratándose el estudio de enfoque cuantitativo, tipo aplicado, de nivel descriptivo correlacional. Se utilizó como instrumento el cuestionario y como técnica la encuesta para la obtención de los datos, aplicado a 92 socios. Los resultados muestran que el valor de Rho Spearman es $r_s = 0.657$, indicando una conexión

directa entre las dos variables estudiadas. Además, con un valor de Rho Spearman de $r_s = 0.367$, se observa una relación significativa entre el cumplimiento de las obligaciones tributarias (OT) y la conciencia tributaria. También, el valor de Rho Spearman de $r_s = 0.556$ sugiere una relación significativa entre la educación tributaria y el cumplimiento de las OT. Finalmente, un valor de Rho Spearman de $r_s = 0.603$ revela una conexión significativa entre el cumplimiento de las OT y los valores tributarios. En resumen, estos resultados subrayan la relevancia de la cultura, la conciencia, la educación y los valores tributarios en el cumplimiento de las obligaciones fiscales. **En Cajamarca, Vílchez (2021)** en su estudio cuya finalidad fue Analizar la relación entre la cultura tributaria y la evasión fiscal en el mercado emergente de Cajamarca. Tratándose de metodología de diseño no experimental, descriptivo-correlacional, con muestra de estudio de 50 personas del nuevo mercado de Cajamarca, aplicándoseles como instrumento el cuestionario para la obtención de datos. Como resultados se obtuvo un coeficiente de 0.817, lo que indica una correlación altamente significativa. El p-valor resultó ser 0.000, que es menor que 0.005, lo que lleva al rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis alternativa. Concluyendo que, los socios exhibían un bajo nivel de comprensión sobre evasión tributaria; algunos desconocían el destino de sus impuestos, mientras que otros sabían cómo se empleaban sus recursos. Estos resultados sugieren que el aumento en el número de contribuyentes durante el período de estudio ha contribuido al incremento en la recaudación.

En el contexto local, en Chiclayo, Aching y Soto (2023) en su pesquisa cuya finalidad fue evaluar el efecto de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes de abarrotes del mercado Moshoqueque. De metodología cuantitativa, de enfoque descriptivo, correlacional y diseño no experimental. Para la recolección de datos se empleó la encuesta aplicada a 127 comerciantes. Los resultados indicaron que el 54% de los comerciantes tenían un nivel medio de cultura tributaria, mientras que el 67% mostró un nivel medio de formalización. Aunque se encontró una asociación entre las dimensiones de la cultura tributaria y la formalización, el impacto real de la cultura tributaria en la formalización fue limitado. El coeficiente de correlación Rho de 0.490 sugiere una relación positiva moderada, con un p-valor de .000. Concluyendo que, una mayor comprensión de

las normativas fiscales, así como un aumento en la transparencia y confianza hacia las instituciones gubernamentales, podría mejorar el cumplimiento de las obligaciones fiscales. **En Chiclayo, Carranza_Vásquez (2020)**, en su investigación cuyo objetivo consistió en verificar el nivel de conocimiento fiscal y su impacto en la economía formal de los microempresarios del centro de abastos de Chiclayo. De metodología aplicada, correlacional, no experimental - transversal. Utilizándose como técnica la encuesta y cuestionario como instrumento para la recolección de datos, aplicado a 353 microempresarios. Los resultados muestran que el conocimiento tributario de los comerciantes es bajo, evidenciando deficiencias en sus prácticas y responsabilidades, lo cual se refleja en su cultura tributaria. También se encontró una relación estadísticamente positiva y significativa entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones fiscales. En conclusión, se sugiere que mejorar la educación tributaria podría aumentar el cumplimiento y, a su vez, mejorar la cultura tributaria entre los comerciantes.

En cuanto al marco teórico de la variable Cultura tributaria, según García (2023) se refiere a las prácticas y valores que determinan la disposición de los contribuyentes en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, influyendo en la efectividad del sistema tributario y en la percepción de justicia y equidad en el proceso fiscal. Para Mantilla (2022) se refiere a las acciones y actitudes de una sociedad hacia el cumplimiento de las leyes fiscales, fundamentadas en valores como ética y responsabilidad, mientras que el sector informal, al evadir regulaciones por causas socioeconómicas y falta de integración institucional, refleja una parte significativa de la economía que no cumple con las normas legales. Según Durand (2023), la falta de comprensión sobre temas tributarios se debe a problemas económicos y a una percepción negativa de las sanciones, destacando que la educación fiscal y los incentivos son cruciales para mejorar el cumplimiento tributario entre los comerciantes informales, mientras que la intervención gubernamental para reducir la informalidad en el comercio es un tema polémico que debe considerar las opiniones y preferencias tanto de la comunidad como de las autoridades. Tyutyuryukov et al. (2021) sostienen que la cultura tributaria es crucial para reforzar el sistema fiscal y responder a la creciente demanda de un sistema de justicia equitativo y progresista. Argumentan que una

estrategia efectiva para la recaudación de ingresos públicos y la provisión de bienes colectivos debe centrarse en satisfacer las necesidades sociales, reducir la inflación en la economía de mercado y fomentar el desarrollo y fortalecimiento de la economía nacional. Sunat (2020) manifiesta que a cultura tributaria tiene como meta fomentar la comprensión del público sobre la importancia de pagar impuestos y el uso de las herramientas ofrecidas por la agencia tributaria, a través de debates y conferencias informativas. Estas actividades son esenciales para la orientación tributaria, con la SUNAT encargada de llevarlas a cabo para aumentar la recaudación tributaria a nivel local y nacional. La erudición tributaria se distingue por varios elementos esenciales, entre los cuales destaca el grado de conocimiento que los contribuyentes tienen sobre las leyes fiscales y sus responsabilidades tributarias. Un mayor nivel de conocimiento puede mejorar el cumplimiento fiscal, ya que los contribuyentes tienen una comprensión más clara de las consecuencias de sus acciones en el ámbito fiscal. (Bani et al., 2022). La investigación se basa en las teorías de Gaetano Mosca y Richard M. Bird sobre la Cultura Tributaria. La teoría de Mosca, desarrollada en 1896, explora la relación entre el Estado, los contribuyentes y la recaudación fiscal. Mosca sostiene que el Estado es el único responsable de decidir la distribución de los fondos recaudados y debe promover el cumplimiento de las normas fiscales mediante la educación y la implementación de sanciones para combatir la evasión (Calduch, 2019; Fuadah et al., 2022, p.88). Esta teoría es esencial para la creación de sistemas de tributación y la promoción de un comportamiento fiscal responsable (Chen et al., 2021). Por otro lado, la Teoría de la Cultura Tributaria de Richard M. Bird se enfoca en cómo los contribuyentes perciben y responden a los impuestos según su entorno político y social. Un aspecto clave es el valor de la equidad, que aboga por una distribución justa de los impuestos, con mayores contribuciones de aquellos con más recursos. Esta teoría subraya que la percepción de equidad y la aceptación del sistema tributario dependen del contexto político y social, así como del rol del Estado en fomentar el cumplimiento fiscal (Ríos, 2024; Zhang et al., 2022; Korostelkina et al., 2020).

En lo referente a las dimensiones de la variable Cultura tributaria, según Santa Cruz (2019), se estudiarán en: Tributo, Derecho y Obligaciones, valores personales, preparación académica y recaudación del impuesto predial. **a)**

Tributo, es una obligación financiera impuesta por el Estado a personas naturales o jurídicas, destinada a financiar el gasto público. Se basa en una normativa legal que define el hecho generador y el hecho imponible, determinando el tipo de contribución que debe realizarse (Castañeda, 2022). Para Forero (2024) un tributo es una obligación financiera establecida por el legislador que se origina en un hecho generador específico y se manifiesta en un hecho imponible, que define el acontecimiento económico que se grava. La diferenciación entre estos dos conceptos permite comprender mejor la estructura y función del tributo, tanto desde una perspectiva jurídica como económica, y es crucial para identificar al sujeto obligado a pagar y evaluar si el sistema tributario respeta el principio de capacidad contributiva. **b) Derecho y Obligaciones**, El derecho es un ingreso público que se clasifica como una tasa, y su hecho generador puede ser la prestación de servicios administrativos o el uso de bienes públicos (Ruiz, 2018) y la obligación tributaria, significa que todos los contribuyentes, ya sean personas naturales o jurídicas que realicen actividades comerciales, deben cumplir con el pago de sus tributos (Vilela et al., 2024). **c) Valores personales**, explicado por Montuschi (2015, citado en Sánchez, 2022), son valores que reflejan las creencias, influencias sociales y morales de cada persona, y se forman con el tiempo para justificar sus elecciones y decisiones. Estos valores se desarrollan a través de la educación académica y moral desde la infancia, junto con el aprendizaje del lenguaje, y se consolidan durante la niñez y adolescencia.

En cuanto al marco teórico de la Variable Conciencia tributaria, según Ríos (2024), la conciencia tributaria es esencial para el funcionamiento de una sociedad al garantizar una comprensión clara del sistema de impuestos, fomentar el cumplimiento voluntario y promover valores éticos, lo que reduce la evasión fiscal y asegura una recaudación más eficaz y equitativa, contribuyendo así al crecimiento económico y al desarrollo social. Para Toumi et al., (2022), la conciencia tributaria implica aplicar principios éticos y fomentar una ciudadanía responsable para mejorar el cumplimiento fiscal, lo que a su vez impulsa el crecimiento económico, social y político, y reduce la informalidad en el sistema tributario. La falta de conciencia tributaria, evidenciada en el incumplimiento fiscal, demuestra la necesidad de fomentar una cultura de pago voluntario. Aunque la Sunat trabaja en la educación tributaria y promueve la responsabilidad fiscal, la

corrupción y desconfianza han limitado su efectividad. Es crucial ampliar estos esfuerzos para desarrollar una mayor conciencia tributaria y reducir la evasión (Olguín & Picon, 2022). Fomentar la conciencia tributaria es fundamental para reducir la evasión fiscal, ya que implica que los contribuyentes reconozcan el valor de sus aportaciones al financiamiento del gasto público (Cárdenas, 2020). Según Li et al. (2022), la conciencia tributaria es el entendimiento común acerca de la obligación de cumplir con las obligaciones fiscales y pagar los impuestos a tiempo, y su cumplimiento voluntario refleja una sólida erudición tributaria, minimizando la necesidad de sanciones y mejorando la eficiencia del sistema fiscal. Para Toumi et al. (2022) la conciencia tributaria implica fomentar valores éticos y responsabilidad cívica, considerando el cumplimiento de las obligaciones fiscales como crucial para el progreso del país; una actitud positiva hacia este deber aumenta el cumplimiento y reduce la informalidad en el sistema tributario. La conciencia tributaria implica la internalización de los deberes fiscales y la voluntad de cumplirlos, influenciada por factores como la educación tributaria y la confianza en el sistema (Sunat, 2021). Para Pérez & Romero (2021) es la creencia personal basada en valores sólidos que lleva a una persona a cumplir voluntariamente con el pago de sus contribuciones, sin coacción ni temor a sanciones, sino de manera comprometida y consciente.

En lo referente a las dimensiones de la variable Conciencia tributaria, según Santa Cruz (2019), se estudiarán en: Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias, Conciencia de pago voluntario y Conciencia de beneficio común. **a) Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias,** es la interiorización de los deberes tributarios. Este aspecto se refiere a que, de manera progresiva, los contribuyentes tratan de prever cuáles conductas deben seguir y cuáles están prohibidas dentro del sistema tributario. En este escenario, es habitual que identifiquen un riesgo, lo que los lleva a optar por cumplir con las normativas tributarias en lugar de incumplirla. Según González (2020), se refiere al conocimiento responsable y personal que tienen los contribuyentes sobre sus deberes fiscales, motivándolos a cumplir con sus obligaciones sin necesidad de coacción. Este concepto implica que los individuos reconocen la importancia de contribuir al financiamiento del Estado y lo hacen de manera proactiva. **b) Conciencia de pago voluntario,** este concepto se refiere al cumplimiento

voluntario, en el cual los contribuyentes, sin ser forzados, deben revisar cada una de las obligaciones tributarias establecidas por la Ley. Lo más importante es que el contribuyente, dentro de sus facultades, desee cumplir con estas obligaciones por iniciativa propia, sin necesidad de coacción. No obstante, este enfoque sigue siendo raro en nuestra sociedad. Para Alarcón et al. (2021), la conciencia de pago voluntario es la actitud que tienen los individuos frente al pago de impuestos, relacionada con el concepto de motivación del deber cívico. Se considera una explicación razonable de por qué las tasas de cumplimiento fiscal son tan elevadas en ciertas sociedades. Esta conciencia implica que los contribuyentes sienten una obligación moral de contribuir al bienestar común a través del pago de impuestos. **c) Conciencia de beneficio común**, se refiere al reconocimiento por parte de los contribuyentes de que el cumplimiento de sus obligaciones tributarias contribuye al bienestar general de la sociedad. Este concepto está relacionado con la moral tributaria, entendida como un conjunto de normas, valores y creencias existentes y aceptadas en una sociedad, que sirven de modelo de conducta para determinar el correcto cumplimiento fiscal (González, 2020).

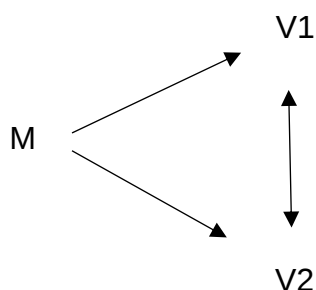
III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación.

La presente investigación fue de **tipo básica**, porque se fundamenta en la obtención de nuevos conocimientos a partir de fenómenos físicos y hechos observables, sin centrarse en su aplicación inmediata en el contexto social, dado que tiene un enfoque teórico (Castro et al., 2022). De **enfoque cuantitativo** porque se midió las variables de manera objetiva y cuantificar las relaciones entre ellas (Cienfuegos et al., 2022). De **nivel descriptivo**, debido a que se analizó las variables con sus componentes para precisar la descripción de las mismas y sus similitudes (Ruiz & Valenzuela, 2022). **Correlacional** porque se conoció la relación que existe entre ambas variables de estudio (Hernández & Mendoza, 2021).

3.2. Diseño de investigación.

La presente investigación fue de **diseño no experimental**, ya que no se intervino a las variables de estudio; en su lugar, se observaron tal como se presentaron en su entorno natural (Rajiv et al., 2022). Así mismo, de **corte transversal** debido a que se examinó datos de variables recolectados en un punto específico en el tiempo sobre una muestra o subconjunto de la población predefinida (Hernandez & Mendoza, 2021).



Donde: **M** = muestra,

V1 Cultura Tributaria

V2 Conciencia Tributaria

3.3. Variables y operacionalización

Variable 1: Cultura Tributaria

***Definición conceptual**

Está referido a las prácticas y valores que determinan la disposición de los contribuyentes en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, influyendo en la efectividad del sistema tributario y en la percepción de justicia y equidad en el proceso fiscal (García, 2023).

***Definición operacional**

La variable Cultura tributaria, se medirá según las dimensiones: Tributo, Derecho y obligaciones, Valores personales y Preparación académica.

Variable 2: Conciencia Tributaria

***Definición conceptual**

Es el entendimiento común acerca de la obligación de cumplir con las obligaciones fiscales y pagar los impuestos a tiempo. El cumplimiento voluntario de estas obligaciones demuestra un sólido conocimiento tributario, reduce la necesidad de sanciones y mejora la eficiencia del sistema fiscal (Li et al., 2022).

***Definición operacional**

La variable Conciencia tributaria, se medirá según las dimensiones: Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias, Conciencia de pago voluntario y Conciencia de beneficio común.

3.4. Población, muestra y muestreo de estudio

El presente estudio estuvo conformado por una población de 430 comerciantes de los diferentes puestos que se encuentran ubicados dentro del mercado el Inca, La Victoria, considerando que la población es un conjunto de elementos que comparten características similares, que se examinan mediante un análisis estadístico (Hernández & Mendoza, 2021).

La muestra se considera como un segmento representativo del universo que comparte características similares (Condori, 2020). Para la presente investigación se trabajó con una muestra de 138 participantes.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1)E^2 + Z^2 * p * q} = n = 138$$

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra

Z = Margen de Confianza (Z= 0.95)

p = Probabilidad que sea favorable (p= 0.95)

q = Probabilidad que no sea favorable (q= 0.05)

N = Población (430)

E = Error estándar (E=5%)

El tipo de muestreo empleado es el probabilístico, definido por Hernández et al., (2022) como un método de selección de una muestra en el que todos los elementos de la población tienen una probabilidad conocida y no nula de ser incluidos en la muestra. Esto permite que los resultados obtenidos de la muestra sean representativos de la población total, facilitando la generalización de los resultados.

Criterios de inclusión:

- Comerciantes cuyos puestos se encuentren dentro del mercado El Inca, La Victoria
- Aquellos comerciantes que firmen el consentimiento informado y que deseen voluntariamente participar en la investigación
- Personas mayores de 18 años

Criterios de exclusión:

- Comerciantes que tengan puestos fuera del perímetro del mercado El Inca.
- Comerciantes que no deseen firmar el consentimiento informado y que no deseen voluntariamente participar en la investigación

- Personas menores de 18 años

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La técnica utilizada para la recolección de los datos fue la encuesta permitiendo el entendimiento, preferencias de los colaboradores, los eventos y la distribución de resultados relevantes (Kelley-Quon et al., 2023).

Como instrumento se utilizó el cuestionario definido por Ñaupas et al. (2021), como la agrupación de preguntas que están relacionadas con las variables del estudio, permitiendo una exploración más profunda y organizada de los temas investigados. El cuestionario consta de 29 ítems de calificación directa, abordando cuatro dimensiones para la variable de Cultura Tributaria y tres para la variable de Conciencia Tributaria, asignándose puntuación a la escala de respuestas, según la escala de Likert.

En lo que respecta a la validez del instrumento, está referido a la revisión y análisis detallado de cada ítem que compone el instrumento, con el fin de garantizar que la información recopilada sea pertinente y contribuya a la objetividad del estudio (Posso y Lorenzo, 2020). La validación del instrumento fue efectuada por tres especialistas en el tema, los cuales, basándose en su vasta experiencia, emitieron sus observaciones y opiniones.

En cuanto la confiabilidad del instrumento, se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, permitiendo medir la fiabilidad y consistencia interna del instrumento, con un resultado que varía entre cero y uno, siendo considerado confiable cuando supera el valor de 0,72 (Rodríguez-Rodríguez y Reguant-Álvarez, 2020). Para determinar la fiabilidad del instrumento en la presente investigación, se aplicó a un grupo piloto de 20 personas con características similares, mostrando un coeficiente de 0.801 para la variable Cultura tributaria y de 0.775 para la variable Conciencia tributaria.

3.6. Procedimiento de recolección de datos e información.

La investigación se llevó a cabo siguiendo los siguientes pasos: Se seleccionó el tema de estudio, se eligió el instrumento de investigación, el

cual fue evaluado en términos de validez y confiabilidad. Se proporcionó a los participantes un documento de Consentimiento Informado antes de aplicar el instrumento de acuerdo con los criterios establecidos. Los datos recopilados fueron codificados, tabulados y procesados usando M. Excel y SPSS. Se analizó e interpretó la información obtenida. Se documentó las conclusiones y recomendaciones en el informe de tesis.

3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

En la presente investigación, se aplicó la estadística descriptiva para proporcionar una visión clara y concisa de los atributos principales de un conjunto de datos sin hacer inferencias o conclusiones prematuras (Gupta, 2020). Además, se utilizó la estadística inferencial para entender el comportamiento de las variables y la probabilidad de que se presenten diferentes valores en la población estudiada. Esta metodología facilita la evaluación sistemática, el análisis y la interpretación de los datos, permitiendo llegar a conclusiones estadísticamente significativas basadas en una muestra (Veiga et al., 2020). Los resultados se representaron mediante tablas y gráficos, lo que permitió una interpretación detallada de los datos usando el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis Estadístico Descriptivo

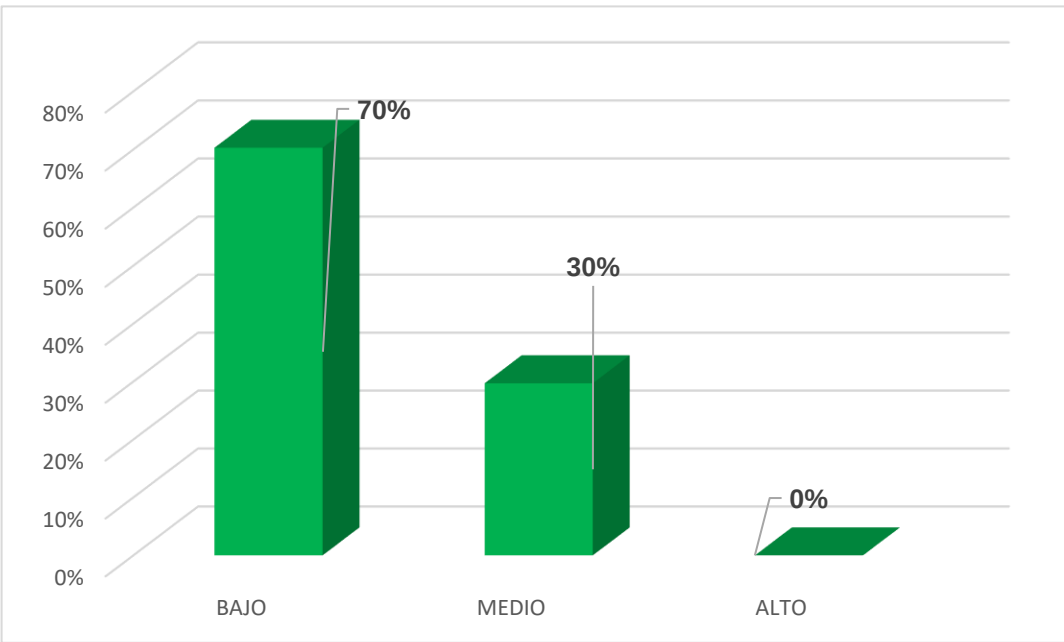
Objetivo Específico 1. Diagnosticar el nivel de Cultura tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024.

Tabla 1. Resultado Descriptivo de la Dimensión Tributo

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)
BAJO	97	70%
MEDIO	41	30%
ALTO	0	0%
TOTAL	138	100%

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Figura 1 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Tributo



Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

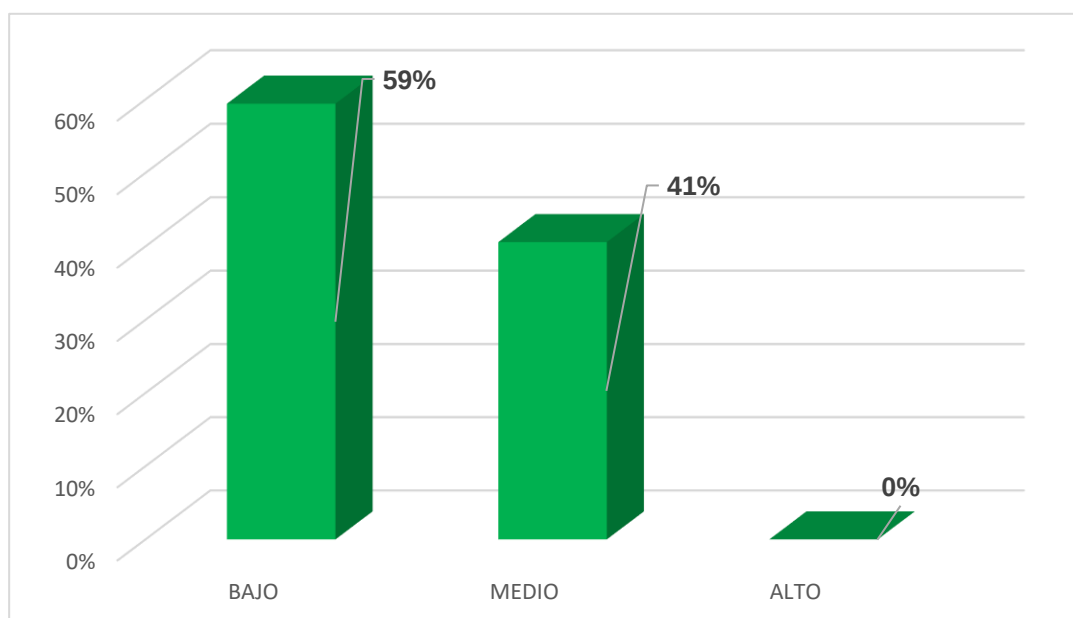
Descripción: En la tabla y figura 1, se puede observar que, de la población de estudio, el 70% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Tributo**, el 30% Medio y 0% Alto.

Tabla 2. Resultado Descriptivo de la Dimensión Derechos y obligaciones

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)
BAJO	82	59%
MEDIO	56	41%
ALTO	0	0%
TOTAL	138	100%

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Figura 2. Resultado Descriptivo de la Dimensión Derechos y obligaciones



Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

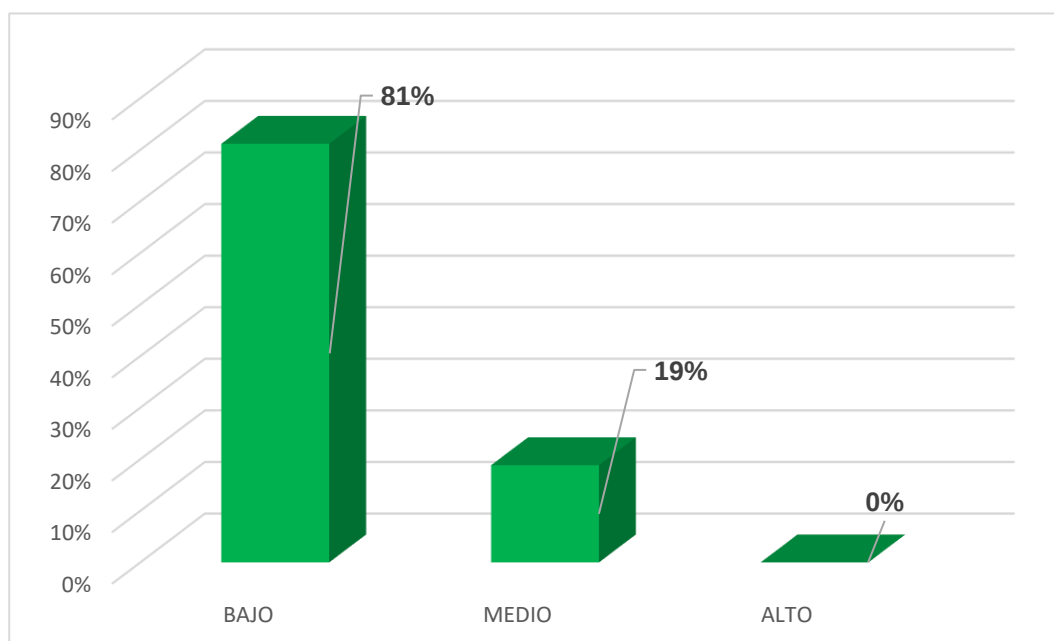
Descripción: En la tabla y figura 2, se puede observar que, de la población de estudio, el 59% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Derechos y obligaciones**, el 41% Medio y 0% Alto.

Tabla 3. Resultado Descriptivo de la Dimensión Valores personales

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)
BAJO	112	81%
MEDIO	26	19%
ALTO	0	0%
TOTAL	138	100%

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Figura 3 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Valores personales



Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

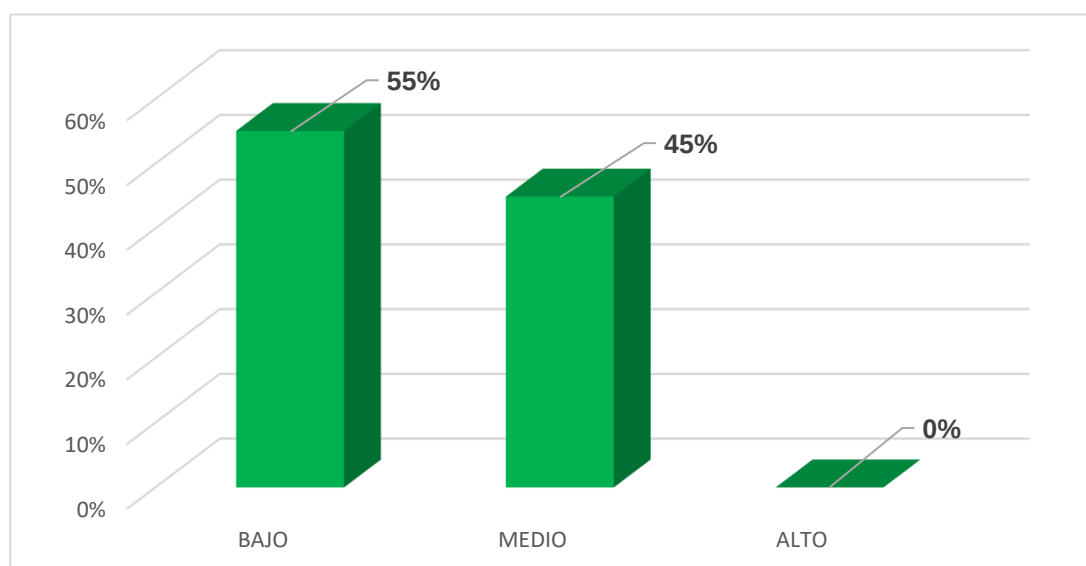
Descripción: En la tabla y figura 3, se puede observar que, de la población de estudio, el 81% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Valores personales**, el 19% Medio y 0% Alto.

Tabla 4. Resultado Descriptivo de la Dimensión Preparación académica

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)
BAJO	76	55%
MEDIO	62	45%
ALTO	0	0%
TOTAL	138	100%

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Figura 4 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Preparación académica



Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

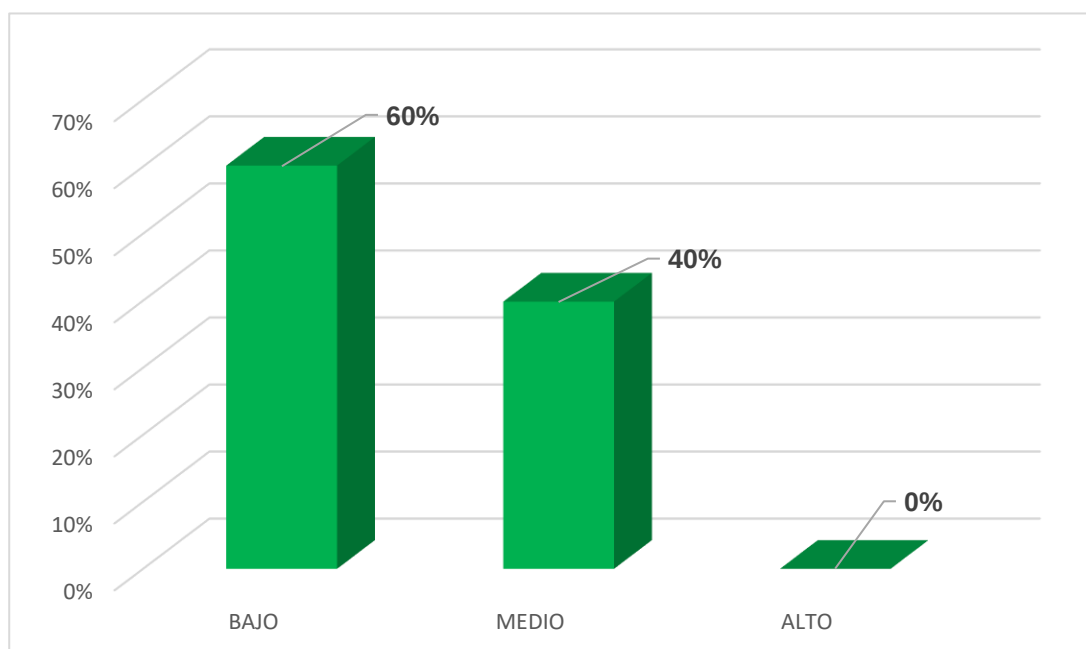
Descripción: En la tabla y figura 4, se puede observar que, de la población de estudio, el 55% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Preparación académica**, el 45% Medio y 0% Alto.

Tabla 5. Resultado Descriptivo de la Variable Cultura Tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)
BAJO	83	60%
MEDIO	55	40%
ALTO	0	0%
TOTAL	138	100%

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Figura 5 . Resultado Descriptivo de la Variable Cultura Tributaria



Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Descripción: En la tabla y figura 5, se puede observar que, de la población de estudio, el 60% calificó como Bajo, el nivel de la **Variable Cultura Tributaria**, el 40% Medio y 0% Alto.

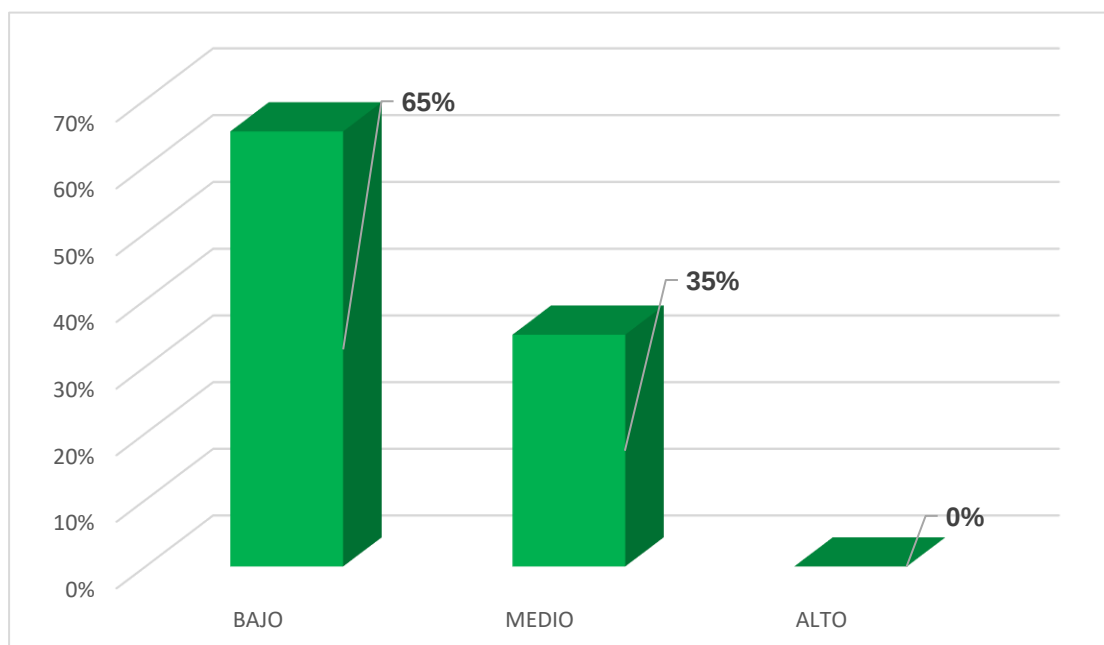
Objetivo Específico 2. Identificar el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024.

Tabla 6. Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)
BAJO	90	65%
MEDIO	48	35%
ALTO	0	0%
TOTAL	138	100%

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Figura 6 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias



Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

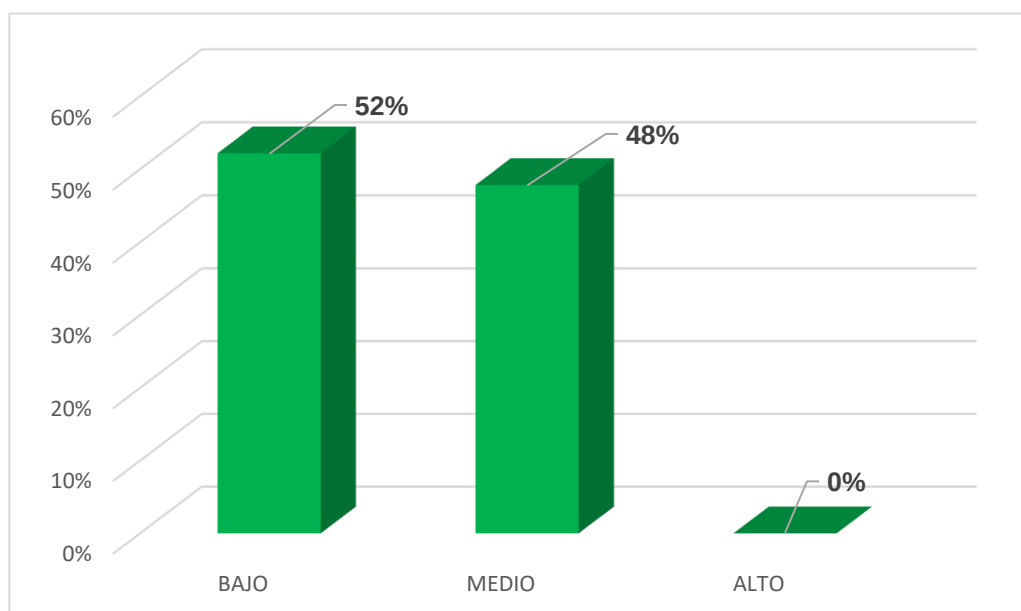
Descripción: En la tabla y figura 6, se puede observar que, de la población de estudio, el 65% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias**, el 35% Medio y 0% Alto.

Tabla 7. Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de pago voluntario

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)
BAJO	72	52%
MEDIO	66	48%
ALTO	0	0%
TOTAL	138	100%

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Figura 7 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de pago voluntario



Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

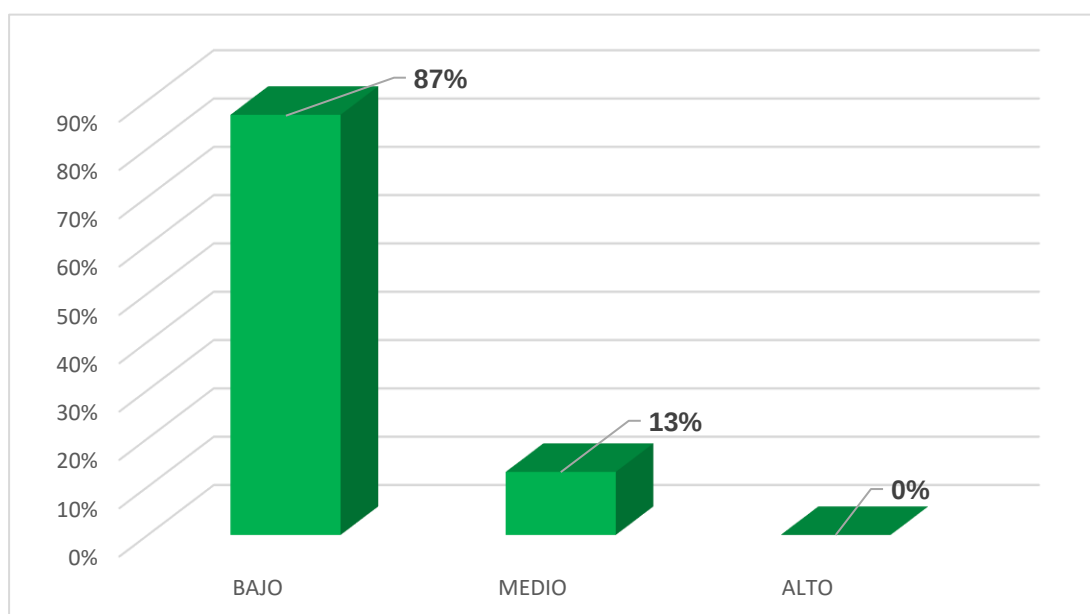
Descripción: En la tabla y figura 7, se puede observar que, de la población de estudio, el 52% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Conciencia de pago voluntario**, el 48% Medio y 0% Alto.

Tabla 8. Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de beneficio común

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)
BAJO	120	87%
MEDIO	18	13%
ALTO	0	0%
TOTAL	138	100%

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Figura 8 . Resultado Descriptivo de la Dimensión Conciencia de beneficio común



Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

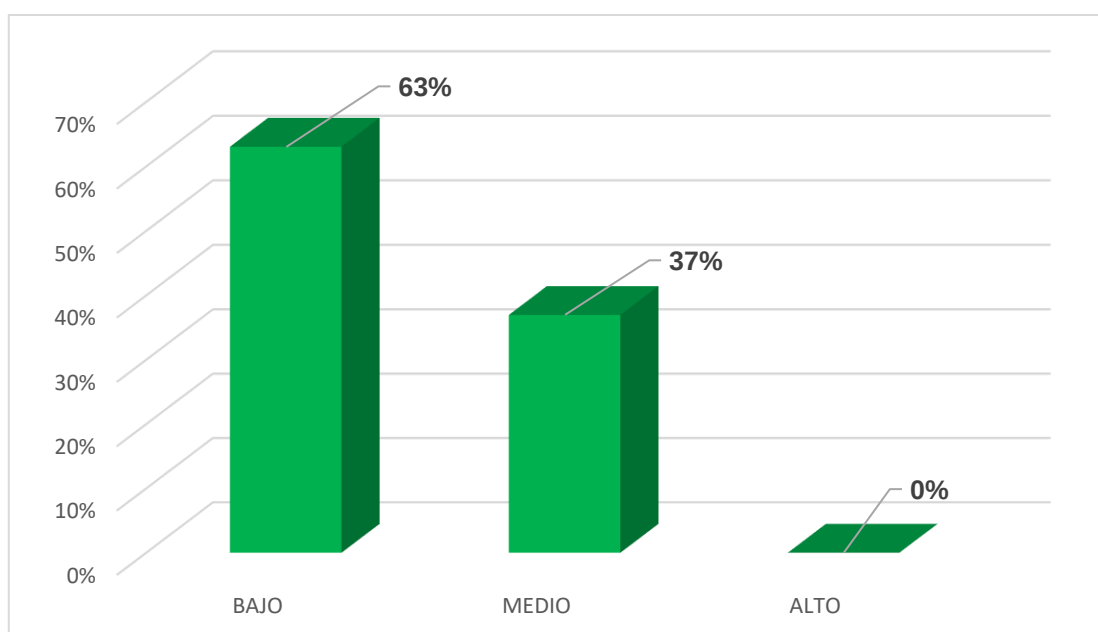
Descripción: En la tabla y figura 8, se puede observar que, de la población de estudio, el 87% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Conciencia de beneficio común**, el 13% Medio y 0% Alto.

Tabla 9. Resultado Descriptivo de la Variable Conciencia Tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)
BAJO	87	63%
MEDIO	51	37%
ALTO	0	0%
TOTAL	138	100%

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Figura 9 . Resultado Descriptivo de la Variable Conciencia Tributaria



Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Descripción: En la tabla y figura 9, se puede observar que, de la población de estudio, el 63% calificó como Bajo, el nivel de la **Variable Conciencia Tributaria**, el 37% Medio y 0% Alto.

4.2. Análisis de Relación

4.2.1. Prueba de Normalidad

Tabla 10. Resultado Descriptivo de la Variable Conciencia Tributaria

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D1_V1	,143	138	,000	,922	138	,000
D2_V1	,138	138	,000	,934	138	,000
D3_V1	,201	138	,000	,905	138	,000
D4_V1	,260	138	,000	,836	138	,000
D1_V2	,208	138	,000	,907	138	,000
D2_V2	,210	138	,000	,880	138	,000
D3_V2	,203	138	,000	,935	138	,000
SUM_V1	,126	138	,000	,934	138	,000
SUM_V2	,096	138	,003	,975	138	,011

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Descripción: En la tabla 10 se visualiza que la población de estudio es superior a 50, lo que lleva a considerar el coeficiente de asociación de la prueba de Kolmogorov-Smirnov, conocida como prueba K-S. Este procedimiento estadístico permite comprobar si los datos de una muestra se distribuyen normalmente. Se utiliza para variables cuantitativas continuas y es adecuado cuando el tamaño de la muestra es superior a 50 (Romero-Saldaña, 2016). Se observa también que, la variable 1, Cultura tributaria no sigue una distribución normal (no tiene normalidad), puesto que el p-valor es <0.05 , de igual manera con la variable 2, Conciencia Tributaria no sigue una distribución normal; en tal sentido para medir el grado de asociación de ambas variables estudiadas se utilizó el coeficiente **de Spearman**.

Objetivo General: Determinar cómo se relaciona la Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024.

Tabla 11. Relación de las variables Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria

			SUM_V1	SUM_V2
Rho de Spearman	SUM_V1	Coeficiente de correlación	1,000	,819**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	138	138
	SUM_V2	Coeficiente de correlación	,819**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	138	138

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

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Descripción: En la tabla 11 se observa que existe correlación entre ambas variables, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es =0.819, tratándose de una correlación positiva fuerte, según Montes et al., (2021), y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05, por lo tanto, es significativa, aceptándose la Hipótesis General Alterna, Ha: La Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024 se relacionan significativamente.

Objetivo Específico 3: Establecer como se relaciona las dimensiones de la cultura tributaria con la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024.

Tabla 12. Relación de las dimensiones de la Cultura tributaria y la Conciencia Tributaria

		D1_V1	D2_V1	D3_V1	D4_V1	SUM_V2	
Rho de Spearman	Tributos	Coeficiente de correlación	1,000	,645**	,531**	,763**	,771**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000
		N	138	138	138	138	138
	Derechos y obligaciones	Coeficiente de correlación	,645**	1,000	,831**	,658**	,764**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000
		N	138	138	138	138	138
	Valores personales	Coeficiente de correlación	,531**	,831**	1,000	,531**	,609**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000
		N	138	138	138	138	138
	Preparación académica	Coeficiente de correlación	,763**	,658**	,531**	1,000	,652**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000
		N	138	138	138	138	138
	Conciencia Tributaria	Coeficiente de correlación	,771**	,764**	,609**	,652**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.
		N	138	138	138	138	138

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

Nota: Valores obtenidos por el software SPSS v.25

Descripción: En la tabla 12 observamos que, existe correlación entre la dimensión Tributos y la variable Conciencia Tributaria, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es 0.771 tratándose de una **correlación positiva muy fuerte** (Montes et al., 2021) y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05, por lo tanto, es **significativa**. También se evidencia que existe correlación entre la dimensión

Derechos y obligaciones y la variable Conciencia Tributaria, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es **0,764** tratándose de una **correlación positiva fuerte** (Montes et al., 2021) y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05 , por lo tanto, es **significativa**. Así mismo se observa que, existe correlación entre la dimensión Valores personales y la variable Conciencia Tributaria, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es **0.609** tratándose de una **correlación positiva considerable** (Montes et al., 2021) y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05 , por lo tanto, es **significativa**. Finalmente se evidencia que, existe correlación entre la dimensión Preparación académica y la variable Conciencia Tributaria, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es **0.652** tratándose de una **correlación positiva considerable** (Montes et al., 2021) y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05 , por lo tanto, es **significativa**.

4.3. Discusión de resultados

El investigador propuso como objetivo general, **Determinar cómo se relaciona la Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024**, presentado en la tabla N°.11, donde se evidencia que, existe correlación entre ambas variables, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es $=0.819$, tratándose de una correlación positiva fuerte, según Montes et al., (2021), y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05 , por lo tanto, es significativa, aceptándose la Hipótesis General Alterna, Ha: La Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024 se relacionan significativamente. La conciencia tributaria, según **Ríos (2024)**, es un concepto crucial para el funcionamiento de una sociedad, ya que permite una comprensión clara del sistema impositivo y garantiza el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales. Al fortalecer valores éticos, esta conciencia no solo impulsa la responsabilidad cívica, sino que también contribuye a reducir la evasión fiscal y a lograr una recaudación más efectiva y equitativa. En este sentido, la conciencia tributaria se convierte en un pilar fundamental que asegura el financiamiento de servicios públicos y proyectos sociales, lo que a su vez fomenta el crecimiento económico y el desarrollo social. Así, Ríos (2024) resalta la interconexión entre la comprensión del sistema fiscal, la ética y el bienestar colectivo, demostrando que una ciudadanía informada y comprometida es esencial para el progreso de la sociedad.

Para el Objetivo Específico 1: Diagnosticar el nivel de Cultura tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, presentado en la tabla y figura N°.05, donde se evidencia que, de la población de estudio, el 60% calificó como Bajo, el nivel de la **Variable Cultura Tributaria**, el 40% Medio y 0% Alto, lo que refleja que, el nivel bajo de la cultura tributaria no solo puede impactar negativamente en el cumplimiento de sus responsabilidades fiscales, sino también en el desarrollo económico local, ya que una ciudadanía bien informada es fundamental para el crecimiento sostenible de la comunidad. En cuanto el análisis de las dimensiones de la variable estudiada, los resultados indican que, el 70% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Tributo**, el 30% Medio y 0% Alto (tabla y figura 1); el 59% calificó como Bajo, el nivel de la

Dimensión Derechos y obligaciones, el 41% Medio y 0% Alto (tabla y figura 2); el 81% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Valores personales**, el 19% Medio y 0% Alto (tabla y figura 3) y el 55% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Preparación académica**, el 45% Medio y 0% Alto (tabla y figura 4). En tal sentido, los resultados obtenidos del análisis de las dimensiones de la variable cultura tributaria son alarmantes y reflejan una situación crítica. Con un 70% de los encuestados clasificando su comprensión sobre la dimensión de los tributos como baja, y cifras similares en las demás dimensiones—59% en derechos y obligaciones, 81% en valores personales y 55% en preparación académica—se evidencia una falta generalizada de conocimiento y conciencia sobre aspectos fundamentales del sistema tributario. La ausencia de comerciantes que califiquen sus niveles como altos es particularmente preocupante, ya que sugiere una desconexión con el papel que juega la tributación en el bienestar social y el desarrollo económico. Esta falta de cultura tributaria puede llevar a una baja participación en el cumplimiento de obligaciones fiscales, afectando no solo a los comerciantes individualmente, sino también al crecimiento y sostenibilidad de la comunidad en su conjunto. Siendo los resultados del presente estudio parecidos a los resultados del estudio de **Santillán (2021)** quien investigó nivel de cultura tributaria entre los comerciantes del mercado La Condamine en Riobamba, encuestando a 385 personas. Los resultados mostraron que el 86.75% desconocen sus obligaciones fiscales, el 76.62% sabe que debe emitir facturas, pero no cómo, y el 96% desea más información. evidenciando una grave deficiencia en la cultura tributaria, lo que contribuye a la baja recaudación de impuestos en el comercio informal y resalta la necesidad de mejorar la educación tributaria. Por ello **Cárdenas (2020)**, manifiesta que la educación tributaria en la ciudadanía es fundamental, ya que influye en el comportamiento del contribuyente y en su comprensión del papel social que juega la tributación en el cumplimiento de las necesidades públicas y los contribuyentes deben ser conscientes de sus derechos y responsabilidades fiscales.

Para el Objetivo Específico 2: Identificar el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, presentado en la tabla y figura N°.09, donde se evidencia que, de la población

de estudio, el 63% calificó como Bajo, el nivel de la **Variable Conciencia Tributaria**, el 37% Medio y 0% Alto, lo que refleja una preocupación significativa sobre la comprensión y el cumplimiento de las obligaciones fiscales en esta comunidad. La ausencia de comerciantes que califiquen con un nivel alto sugiere una falta de educación tributaria y de recursos informativos accesibles, lo cual podría estar limitando no solo el desarrollo económico individual de los comerciantes, sino también el fortalecimiento de la economía local. En cuanto al análisis de las dimensiones de la variable estudiada, los resultados indican que, el 65% de la muestra de estudio calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias**, el 35% Medio y 0% Alto (Tabla y Figura 6); el 52% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Conciencia de pago voluntario**, el 48% Medio y 0% Alto (Tabla y Figura 7) y el 87% calificó como Bajo, el nivel de la **Dimensión Conciencia de beneficio común**, el 13% Medio y 0% Alto (Tabla y Figura 8). Por lo tanto, los resultados obtenidos del análisis de las dimensiones de la variable conciencia tributaria revelan un panorama preocupante. En particular, el hecho de que el 65% de los comerciantes califique como bajo su conciencia sobre el cumplimiento voluntario de normas tributarias, y el 52% en relación con el pago voluntario, pone de manifiesto una falta de familiaridad y compromiso con las obligaciones fiscales. Además, el 87% de los encuestados considera que su conciencia sobre el beneficio común es también baja, lo que sugiere una débil percepción del impacto positivo que el cumplimiento tributario puede tener en su comunidad. Estos hallazgos destacan la necesidad urgente de intervenciones educativas que no solo aborden el conocimiento sobre normas tributarias, sino que también promuevan una cultura de responsabilidad social y colectiva. Mejorar la conciencia tributaria en estas dimensiones podría no solo facilitar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, sino también contribuir al desarrollo de un entorno comercial más sostenible y próspero en el mercado El Inca. **Quimis y Quiñonez (2023)** destacan que, en este contexto, es evidente que las recaudaciones se efectúan siguiendo normativas legales. Por lo tanto, es crucial que los impuestos sean pagados de manera voluntaria por los contribuyentes, en lugar de ser forzados. Si esto no se logra, indica una falta de entendimiento por parte de los contribuyentes sobre la relevancia de tener

una conciencia tributaria. Siendo los resultados diferentes a lo encontrado en el estudio de Santa Cruz (2019) quien estudió la relación entre la cultura tributaria y la conciencia tributaria sobre el impuesto predial en los contribuyentes de Pulán, Cajamarca, utilizando un enfoque cuantitativo y un diseño correlacional. La muestra consistió en 208 propietarios, y los resultados indicaron que los contribuyentes opinan tener un nivel medio de conciencia tributaria del 86,1% y el 12.0% presentaron un nivel alto. Además, que, no existe una relación significativa entre ambas variables ($p=0.327$) con una correlación débil (Tau de Kendall= 0.135). Sin embargo, se observó que al mejorar el comportamiento tributario y la conciencia de los contribuyentes, también aumentaba su satisfacción con el Estado, favoreciendo el cumplimiento voluntario de sus obligaciones fiscales.

Para el Objetivo Específico 3: Establecer como se relaciona las dimensiones de la cultura tributaria con la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, presentado en la tabla N°.10, se evidencia que, ha establecido una correlación entre la dimensión de Tributos y la variable de Conciencia Tributaria, con un valor de correlación de Rho de Spearman de 0.771, lo que indica una correlación positiva muy fuerte. La significancia bilateral es de 0.000, inferior a 0.05, lo que la considera significativa. Asimismo, se ha detectado una correlación entre la dimensión de Derechos y Obligaciones y la variable de Conciencia Tributaria, con un valor de Rho de Spearman de 0.764, indicando una correlación positiva fuerte y una significancia bilateral de 0.000, que también es significativa. Además, existe una correlación entre la dimensión de Valores Personales y la variable de Conciencia Tributaria, con un valor de Rho de Spearman de 0.609, lo que sugiere una correlación positiva considerable, con una significancia bilateral de 0.000, siendo también significativa. Finalmente, se ha evidenciado una correlación entre la dimensión de Preparación Académica y la variable de Conciencia Tributaria, con un valor de Rho de Spearman de 0.652, reflejando una correlación positiva considerable, y una significancia bilateral de 0.000, que es significativa.

V. CONCLUSIONES

1. Se determinó la relación entre la **Cultura Tributaria** y la **Conciencia Tributaria** en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, evidenciándose ser significativa y fuerte. El coeficiente de correlación de **Rho de Spearman = 0.819** indica una correlación positiva fuerte entre ambas variables, lo que sugiere que, a mayor nivel de cultura tributaria, mayor es la conciencia tributaria entre los comerciantes. Con un valor de **significancia bilateral (Sig.) = 0.000**, menor a 0.05, se acepta la **Hipótesis Alternativa (Ha)**, concluyendo que existe una relación significativa entre estas dos variables. Esto resalta la importancia de promover la educación tributaria para mejorar la responsabilidad y el cumplimiento fiscal en esta comunidad.
2. Se diagnosticó el nivel de Cultura tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, observándose que, el 60% de los comerciantes presenta un nivel bajo de cultura tributaria en RUS y RER, lo que indica una falta de conocimiento y compromiso con sus obligaciones fiscales. Un 40% se encuentra en un nivel medio, lo que sugiere un entendimiento parcial, pero insuficiente para una gestión tributaria adecuada. Llamando la atención que ningún comerciante alcanzó un nivel alto, lo que evidencia la necesidad urgente de implementar programas de educación y concientización tributaria en esta comunidad comercial.
3. Se identificó el nivel de Conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, observándose que, el 63% de los encuestados presenta un nivel bajo de conciencia tributaria, lo que indica una débil percepción de la importancia de cumplir con sus responsabilidades fiscales. Un 37% se encuentra en un nivel medio, lo que sugiere que algunos comerciantes tienen una comprensión parcial del tema, pero insuficiente para fomentar un cumplimiento adecuado. Al igual que en la cultura tributaria, ningún comerciante alcanzó un nivel alto de conciencia tributaria, lo que subraya la necesidad de estrategias educativas y de sensibilización fiscal.

Se estableció como se relacionan las dimensiones de la cultura tributaria con la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria -

Chiclayo 2024, observándose que, existe correlación entre la dimensión Tributos y la variable Conciencia Tributaria, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es 0.771 tratándose de una correlación positiva muy fuerte (Montes et al., 2021) y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05 , por lo tanto, es significativa. También se evidencia que existe correlación entre la dimensión Derechos y obligaciones y la variable Conciencia Tributaria, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es 0,764 tratándose de una correlación positiva fuerte (Montes et al., 2021) y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05 , por lo tanto, es significativa. Así mismo se observa que, existe correlación entre la dimensión Valores personales y la variable Conciencia Tributaria, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es 0.609 tratándose de una correlación positiva considerable (Montes et al., 2021) y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05 , por lo tanto, es significativa. Finalmente se evidencia que, existe correlación entre la dimensión Preparación académica y la variable Conciencia Tributaria, evidenciando que el valor de correlación de Rho de Spearman es 0.652 tratándose de una correlación positiva considerable (Montes et al., 2021) y una Sig. (Bilateral) = 0.000, siendo <0.05 , por lo tanto, es significativa. Concluyendo que, las dimensiones de la cultura tributaria son determinantes para el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes. Esto sugiere que, al mejorar la comprensión de los tributos y fortalecer el conocimiento sobre derechos y obligaciones, se puede incrementar la conciencia tributaria.

VI. RECOMENDACIONES

1. A las autoridades locales, entidades educativas y otros actores, dada la fuerte relación entre la **Cultura Tributaria** y la **Conciencia Tributaria** en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo, implementar programas educativos que aborden de manera integral ambos aspectos. Se recomienda desarrollar capacitaciones regulares que no solo informen sobre las obligaciones fiscales, sino que también refuercen la importancia del cumplimiento tributario como un deber cívico. Asimismo, es esencial utilizar estrategias pedagógicas prácticas y accesibles, como asesorías personalizadas y materiales interactivos, que ayuden a los comerciantes a comprender cómo una mayor cultura tributaria puede traducirse en una conciencia tributaria más sólida y, por ende, en un mejor cumplimiento fiscal.
2. A las autoridades locales, entidades educativas y otros actores, implementar programas de capacitación tributaria RUS Y RER, dirigidos a los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria, con el fin de mejorar su comprensión y cumplimiento de las obligaciones fiscales. Estos programas deben incluir talleres accesibles, campañas de concientización que destaquen los beneficios de la formalización y el cumplimiento tributario, además de ofrecer asesoría personalizada. También se sugiere incentivar la formalización de los negocios a través de beneficios tangibles, y realizar evaluaciones periódicas para medir el progreso de estas acciones. De esta manera, se logrará elevar el nivel de cultura tributaria en esta comunidad comercial. Una mejora en la cultura tributaria no solo beneficiaría a los comerciantes, sino que también contribuiría al fortalecimiento del tejido económico y social de la comunidad en general.
3. A las autoridades locales, entidades educativas y otros actores, implementar estrategias educativas y campañas de sensibilización enfocadas en fortalecer la conciencia tributaria entre los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria. Estas acciones deben incluir talleres interactivos que expliquen la importancia del cumplimiento fiscal para el bienestar económico y social, vinculando directamente los beneficios del pago de impuestos con mejoras en los servicios públicos y el desarrollo local. Además, se recomienda utilizar medios

accesibles, como materiales impresos y audiovisuales, adaptados al perfil de los comerciantes, y reforzar estos esfuerzos con asesoría personalizada que ayude a superar las barreras que limitan la comprensión y la acción efectiva en materia tributaria. Sin una conciencia tributaria adecuada, los comerciantes pueden perder oportunidades de crecimiento y desarrollo personal y profesional.

A las autoridades locales, entidades educativas y otros actores, dado que, las dimensiones de la cultura tributaria tienen una correlación significativa y positiva con la conciencia tributaria entre los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria, se recomienda enfocar los esfuerzos en mejorar la comprensión de los tributos y fortalecer el conocimiento sobre los derechos y obligaciones fiscales. Para ello, se pueden implementar programas educativos que aborden estas dimensiones de manera integral, destacando cómo los tributos contribuyen al desarrollo social y económico, y promoviendo una adecuada gestión de las obligaciones fiscales. Además, es fundamental incluir módulos sobre valores personales y la importancia de la formación académica continua para fomentar un mayor compromiso con el cumplimiento tributario, que no solo beneficie a los comerciantes, sino que también potencie el cumplimiento de las obligaciones fiscales y el bienestar social en la comunidad.

VII. REFERENCIAS

- Aching, K. Y. & Soto, C. A. (2023). Cultura Tributaria y su incidencia en la formalización de los comerciantes de abarrotes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2022. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/134449/Aching_FKY-Soto_FCA-SD.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Alarcón, G.; Mayor, J. M. y Ayala, E. A. (2021) "La participación ciudadana y el pago voluntario de los impuestos". OBETS. Revista de Ciencias Sociales, 16(2): 227-244. <https://doi.org/10.14198/OBETS2021.16.2.01>
- Arpasi, M. B. (2024). Cultura tributaria y la conciencia tributaria en las estudiantes de la IE Santa Fortunata, Moquegua 2022. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/145589>
- Bani, T., Farhan, A. y Hamed, M. (2021). Determinants of Tax Compliance Intention among Jordanian SMEs: A Focus on the Theory of Planned Behavior. *Economies*.
- Calduch, R. (2019). Las élites en las ciencias sociales: hacia una teoría general de élites. *Revista de Latinoamérica Am.*
- Cañazaca, G. (2023). La cultura tributaria y la evasión tributaria de los comerciantes del mercado Túpac Amaru del distrito de Juliaca periodo. Tesis de Pregrado. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/145037/Ca%c3%b1azaca_PG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cárdenas, G. (2020). La educación tributaria en el Perú: una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. *Crescendo*, 2(11), 241-258. <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2307>
- Carranza_Vásquez (2020). Nivel de conocimiento tributario y su incidencia en la formalización de los microempresarios del mercado modelo de Chiclayo. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/8876>
- Castañeda, M. (2022). Derecho Tributario: Fundamentos y Aplicaciones. Editorial Jurídica.
- Castro et al. (2022). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI . Bogotá. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/tecn/v27n75/0123-921X-tecn-27-75-8.pdf>
- Chen, S., Xu, L. y Jebran, K. (2021). The effect of confucian culture on corporate tax avoidance: Evidence from china. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*
- Cienfuegos, M., Garcia, P., & Gonzales, C. (2022). Lo cuantitativo y cualitativo desde un tratamiento estadístico. Chimalhuacán, México: Revista iberoamericana de las ciencias sociales y humanísticas.
- Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>

- Durand, G. D. (2023). Cultura tributaria de los comerciantes informales de prendas de vestir en la ciudad de puyo. Tesis de Posgrado. Recuperado el 5 de Agosto de 2024, de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/17349/1/UA-MCT-EAC-036-2023.pdf>
- El Peruano (2021). MEF: evasión tributaria representa un 8% del PBI. <https://elperuano.pe/noticia/135321-mef-elusion-y-evasion-tributaria-representa-un-8-del-pbi#:~:text=12%2F12%2F2021%20El%20ministro,unos%2064%2C000%20millones%20de%20soles>
- Forero, I. G. F. (2024). El hecho imponible y el hecho generador del tributo: utilidad práctica y teórica de su escisión. *Revista de derecho fiscal*, (24), 107-127. <https://www.redalyc.org/journal/6843/684377746007/684377746007.pdf>
- Fuadah, L., Dewi, K., Mukhtaruddin, M., Kalsum, U., Arisman, A. (2022). The relationship between sustainability reporting, E-commerce, firm performance and tax avoidance with organizational culture as moderating variable in small 88 and medium enterprises 73 in palembang. *Sustainability*, Switzerland.
- García, J. (2023). Cultura tributaria y sistemas fiscales: Un enfoque contemporáneo. Editorial Universitaria.
- González, D. (2020). La conciencia, la moral y la disciplina fiscal: su rol en el cumplimiento tributario. https://www.ciat.org/la-conciencia-la-moral-y-la-disciplina-fiscal-su-rol-en-el-cumplimiento-tributario/?utm_source=chatgpt.com
- Gupta, R. (2020). Estadística inferencial. Elección de una prueba estadística en investigación científica. Obtenido de Estadística inferencial. Elección de una prueba estadística en investigación científica.: <https://www.redalyc.org/journal/5709/570962992015/html/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2022). Metodología de la investigación (7ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández, J. C., & López, A. M. (2023). Gestión Tributaria: Preparación Académica y Profesional. Editorial Financiera.
- Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2021). Metodología de la investigación. McGraw-Hill Interamericana.
- Kelley-Quon , L., Keane , O., & Llally , K. (12 de April de 2023). USC HEALTH SCIENCES PROFILES. Obtenido de A Researching Networking Tool: <https://profiles.sc-ctsi.org/lorraine.kelley-quon>
- Korostelkina, I., Dedkova, E., Varaksa, N., y Korostelkin, M. (2020). Models of tax relations: Improving the tax culture and discipline of taxpayers in the interests of sustainable development. Paper presented at the E3S Web of Conferences

- Li, Y., Al-Sulaiti, K., Dongling, W., Abbas, J., y Al-Sulaiti, I. (2022). Tax avoidance culture and employees' behavior affect sustainable business performance: The moderating role of corporate social responsibility. *Frontiers in Environmental Science*
- Mamani, H. M. & Largo, Y. E. (2022). Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Pacocha - Ilo 2021.
- Martínez, A. (2023). *Economía pública y recaudación fiscal: Fundamentos y prácticas*. Editorial Universitaria.
- Mantilla, R.F. (2022). Cultura tributaria de los comerciantes del mercado Las Balsas del cantón Playas, provincia del Guayas, año 2021. https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UPSE_fc9e398b44819412cdf6f4361c0c6b1b
- Montes, A., Ochoa, J., Hernández, J., Vazquez, M., & Díaz, C. (2021). Aplicacion del coeficiente de correlación de Spearman en un estudio de fisioterapia. CAPE - Cuerpo Académico de Probabilidad y Estadística BUAP. Obtenido de <https://www.fcfm.buap.mx/SIEP/2021/Extensos%20Carteles/Extenso%20Juliana.pdf>
- Montoya & Parra (2021). Estrategias para fomentar la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones de las Pymes de Medellín. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria. [https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/1802/10.%20ESTRATEGIA SFOMENTAR%20CULTURA%20TRIBUTARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/1802/10.%20ESTRATEGIA%20SFOMENTAR%20CULTURA%20TRIBUTARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Montuschi, L. (2015). Los valores personales y los valores corporativos en el comportamiento ético en la empresa. CEMA Working Papers: Serie Documentos de Trabajo
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2021). Metodología de la investigación científica Cuantitativa – cualitativa y Redaccion de Tesis. Ediciones de la U 6ta edición 2021, Bogota Colombia. <http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0028.pdf>
- Olguín, M. M., & Picon, Y. D. (2022). La conciencia tributaria como herramienta para combatir la evasión en el Perú. *Revista Lidera*. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/26666>
- Olguín, M. M., & Picon, Y. D. (2022). La conciencia tributaria como herramienta para combatir la evasión en el Perú. *Revista Lidera*, (17), 30-36. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/26666>

- Pecho, M. J. (2021). La cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias en el mercado mayorista de jauja, 2021. <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/3040>
- Pérez, E., & Romero Contreras, R. (2021). Cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los profesionales en ingeniería civil, cusco, 2020. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/58905>
- Posso, R. y Lorenzo, D. (2020): Validez y confiabilidad del instrumento determinante humano en la implementación del currículo de educación física. *Revista Educare*. 24(3) 1-6 <https://doi.org/10.46498/reduipb.v24i3.1410>
- Quispe, G., Arellano, O., Negrete, O., Rodríguez, E. y Vélez K. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador. *Revista Espacios*, Vol. 41 (N° 29), 12. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>
- Quimis Plúa, A. E., & Quiñonez Cercado, M. (2023). La cultura tributaria, conjunto de valores y actitudes para el cumplimiento de las obligaciones fiscales. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN.*, 7(12), 87-104. Obtenido de <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/372/632>
- Rajiv, S. Jhangiani, I-Chant, A. Chiang, Carrie Cuttler, & Dana C. Leighton (2022). Métodos de investigación en psicología. <https://acortar.link/RPCosN>
- Ríos, M.A. (2024). Conciencia tributaria para disminuir la evasión tributaria en comerciantes de ropa informal del mercado modelo de Chiclayo. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/12277/Rios%20Vasquez%2C%20Marco%20Antonio.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Rodríguez-Rodríguez, J., & Reguant-Álvarez, M. (2020). Calcular la fiabilitat d'un qüestionari o escala mitjançant l'SPSS: el coeficient alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovació I Recerca En Educació*, 13(2), 1–13. <https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Romero-Saldaña, M. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Metodología de la investigación*. <https://www.studocu.com/row/document/pontificia-universita-gregoriana/estadistica/dialnet-pruebas-de-bondad-de-ajuste-a-una-distribucion-normal-5633043/35424788>
- Ruiz, C., & Valenzuela, M. (2022). Metodología de la investigación. Tayacaja, Huancavelica - Perú: Universidad Nacional Autónoma de Tayacaja Daniel Hernández Morillo, ISBN: 978-612-48962-1-7.
- Ruiz, F (2018). Derecho Tributario. Universidad Católica del Perú. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/170670/11>

- %20Derecho%20tributario%20con%20sello.pdf?fbclid=IwAR2iaxm6skk2zUraENT_S-mL6BvjPmSZVxqdJ9V0ENTzMZgxf8-B1kHGQQ
- Sánchez, P. G. (2022). Cultura tributaria y su relación con el comercio informal en el distrito de Trujillo, 2021. <https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/de688ff1-2398-4f30-afa8-53195773734c/content>
- Santa Cruz, D. (2019). Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria del impuesto predial de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital de Pulán. Chiclayo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29570>
- Santillán, M. A. (2021). Cultura tributaria en los comerciantes del mercado La Condamine de la ciudad de Riobamba (Ecuador). *Apuntes Contables*. 30 (jun. 2022), 101–112. DOI: <https://doi.org/10.18601/16577175.n30.07>
- Sunat. (2021). La tributación como base del cumplimiento del contrato social en el Perú. Cultura Tributaria y Aduanera. <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2018-09/La-tributacion-y-el-cumplimiento-del-contrato-social-en-el-Peru.pdf>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2020). Cultura Tributaria y Aduanera. <https://cultura.sunat.gob.pe/publicaciones>
- Toumi, F., Bouraoui, M., y Khelif, H. (2022). National culture and tax avoidance: A quantile regression analysis. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*
- Tyutyuryukov, V. & Guseva, N. (2021). From remote work to digital nomads: tax issues and tax opportunities of digital lifestyle. *IFAC-PapersOnLine*. 54 (13). 188-193. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2021.10.443>
- Valverde, M. T. & De Paz, A. C. & Chavez, J. Y & Pineda, A.J. (2023). Cultura tributaria y cumplimiento de Obligaciones Tributaria y el Cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado del Distrito de Barranca
- Veiga, N., Otero, L., & Torres, J. (2020). Reflections on the use of inferential statistics in data analysis during a didactic research. Obtenido de Reflections on the use of inferential statistics in data analysis during a didactic research: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2301-01262020000200094
- Vilchez, M. (2021). La cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria en la Asociación de Comerciantes del Mercado Central de Nueva Cajamarca, 2018. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNSM_5a552f08f32a882ec8fa45fa0d141e7c

- Vilela, J. A., Cortez, V. G., Vargas, V. P., & Carrera, O. I. (2024). Tributos por importación y su incidencia en la recaudación tributaria del Ecuador. 593 Digital Publisher CEIT, 9(2), 744-754. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9398911>
- Zhang, X., Husnain, M., Yang, H., Ullah, S., Abbas, J., y Zhang, R. (2022). Corporate business strategy and tax avoidance culture: Moderating role of gender diversity in an emerging economy. *Frontiers in Psychology*.
- Zuzunaga, F. y León, S. (2015). No tiene color y tampoco es rojo. Aciertos y desaciertos del tribunal Constitucional en torno al concepto del tributo. *Revista THEMIS*.

ANEXOS

Anexo 1. Declaratoria de autenticidad de la Autora

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA AUTORA

Yo, **Bach. Quiroz Atencio, Betty**, adscrita a la Escuela Profesional de Contabilidad y Tributación, de la Universidad Particular de Chiclayo, identificada con el DNI N.º 16800000, con la tesis, titulada “**Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024**”,

DECLARO BAJO JURAMENTO:

La tesis es de mi autoría. Respetando las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.

La tesis no ha sido auto plagiada; es decir no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

Los datos presentados en los resultados son reales, no ha sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos). Plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente la ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndose a la normativa vigente de la Universidad Particular de Chiclayo.

Chiclayo, 20 de octubre del 2024



Bach. Quiroz Atencio, Betty
La investigadora

Anexo 2. Declaratoria de autenticidad de la Asesora



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD DE LA ASESORA

Yo, **WEIKY NELLY JULIANA CARPIO VASQUEZ**, docente de la Facultad de Comunicación, Empresa y Negocios, en calidad de asesora de tesis, declaro que he realizado el debido control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de pregrado, según la Directiva de similitud vigente en la UDCH; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe de Tesis, presentado por la Bach. Quiroz Atencio, Betty, titulado: **"Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024"**. Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 25% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN. Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación vigente.

Pimentel, 10 de enero 2025

A handwritten signature in dark ink, appearing to read "Weiky Nelly J. Carpio Vásquez".

Dra. Weiky Nelly J. Carpio Vásquez
Asesora de Tesis FACEN - UDCH

Anexo 03. Consentimiento Informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

El presente trabajo de investigación titulado Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, cuenta con el respaldo de la Universidad Particular de Chiclayo. Su participación es muy importante, se le solicita responder un cuestionario que aproximadamente demora 30 minutos. Cabe mencionar que, la información registrada será confidencial y los nombres de los participantes no podrán ser conocidos por otras personas, ni tampoco ser identificadas en la fase de publicación de resultados. Los datos no serán entregados a su persona y no habrá retribución por la participación en el presente estudio.

Por lo tanto; Si acepta voluntariamente participar en el presente estudio, sírvase contestar con toda honestidad el presente cuestionario.

Chiclayo 20 de agosto del 2024



Bach. Quiroz Atencio, Betty
La investigadora

Anexo 04. Instrumento de investigación

Cuestionario para la recolección de datos para la investigación

Introducción:

Reciba Ud. mi cordial saludo, me dirijo a su digna persona con el motivo de obtener información para el trabajo de investigación cuyo objetivo general es Determinar cómo se relaciona la Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024.

Instrucciones:

El presente cuestionario es anónimo por lo que se le solicita a usted responder con la verdad todas las preguntas, de acuerdo a las Escala de Respuestas siguiente:

Escala de Respuestas:

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	2	3	4	5

ITEMS	1	2	3	4	5
VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA					
D1. Tributo					
1. Para usted, ¿tributo es todo aquello que cobran las municipalidades?					
2. Para usted, ¿tributo es la obligación de pago que tenemos todos los ciudadanos para contribuir con el beneficio de nuestra sociedad, de acuerdo a nuestra capacidad					
3. ¿Cree usted que la población cuenta con suficiente información para realizar el pago del impuesto predial?					
4. ¿Sabe usted si el impuesto predial se cancela de forma anual o mensual?					
D2. Derechos y Obligaciones					
5. ¿Sabe Ud. sus derechos como contribuyente a la municipalidad?					
6. ¿Sabe usted que tiene derecho a ser tratado con respeto por todos los trabajadores municipales?					
7. ¿Usted es bien atendido en la municipalidad y le explican bien el pago de sus tributos?					
8. ¿Conoce Ud. sus obligaciones tributarias con la Municipalidad de Pulan?					
9. ¿Sabe Ud. que tiene que pagar el impuesto predial o autoevalúo?					
10. ¿Sabía usted que debe presentar su declaración jurada de autoevalúo?					
11. ¿Sabía usted que debe declarar a la municipalidad todas las compras y ventas de sus inmuebles?					
D3. Valores personales					

12. ¿Sus familiares cumplen con el pago del impuesto predial?					
13. ¿Sus padres, le han enseñado que se debe pagar tributos o impuestos?					
14. En la escuela, ¿sus maestros le enseñaron sobre la importancia de los impuestos?					
15. ¿Alguna vez la municipalidad le ha brindado información o capacitación sobre los tributos o impuestos?					
D4. Preparación académica					
16. ¿Tiene usted estudios primarios?					
17. ¿Tiene usted estudios secundarios?					
18. ¿Tiene usted estudios técnicos?					
19. ¿Tiene usted estudios superiores - universitario?					
VARIABLE CONCIENCIA TRIBUTARIA					
D1. Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias					
1. ¿Considera que es necesario inscribirse ante la municipalidad y presentar declaración jurada de sus predios anualmente?					
2. ¿Considera que es necesario cumplir con pagar nuestros tributos?					
3. ¿Considera necesario declarar ante la municipalidad, la compra o venta de sus inmuebles?					
D2. Conciencia de pago voluntario					
4. ¿Cree usted que es importante cancelar voluntariamente el pago de su impuesto predial?					
5. ¿Considera importante el pago puntual del impuesto predial?					
6. ¿Considera que el importe que usted cancela por impuesto predial, es lo justo y corresponde a la realidad?					
D3. Conciencia de beneficio común					
7. ¿Cree usted que el pago de sus tributos o impuestos permite lograr el beneficio común?					
8. ¿Cree usted que el pago de sus tributos o impuestos permite la realización de obras en beneficio de la comunidad?					
9. ¿Considera usted que sus necesidades básicas se encuentran satisfechas?					
10. ¿Considera usted la municipalidad invierte correctamente el dinero recaudado por los tributos?					

Nota: Instrumento tomado de Santa Cruz (2019).

Anexo 05. Constancias de Juicio de Expertos



**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
ESCUELA DE POSTGRADO ALTAGORA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

Informe de opinión de expertos del instrumento de Investigación

I.- DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres : Ytalo Benjamín Biancato Magni
1.2. D.N.I : 09868588
1.3. Institución donde labora : Universidad Señor de Sipán
1.4. Título de la Investigación : Cultura Tributaria y Conciencia
Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca,
La Victoria - Chiclayo 2024.

II.- ASPECTOS DE VALIDACION

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre: 01 – 40 DEFICIENTE; 41 – 90 REGULAR; 91 – 100 EXCELENTE.



Nº	ITEMS	INDICACIONES	DEFICIENTE (01 - 40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91 - 100)
1	Claridad	Está formulada con lenguaje apropiado			X
2	Objetividad	Está expresado en capacidades observables			X
3	Actualidad	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los servicios educativos.			X
4	Organización	Existe organización lógica en el instrumento			X
5	Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			X
6	Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			X
7	Consistencia	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			X
8	Coherencia	Existe coherencia entre los índices e indicadores y dimensiones			X
9	Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación			X

III.- OPINION DE APLICABILIDAD : Aplicación a la población de estudio.

IV.- PROMEDIO DE VALORACION :

Chiclayo, 20 de agosto 2024

Dr. Italo Benjamín Biancato Magni
DNI N. 09868588



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y TRIBUTACION
Informe de opinión de expertos del instrumento de Investigación

I.- DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres : Irma Antonieta Bazán Mori
1.2. D.N. I : 16642446
1.3. Institución donde labora : Universidad San Martín de Porres
1.4. Título de la Investigación : Cultura Tributaria y Conciencia
Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca,
La Victoria - Chiclayo 2024

II.- ASPECTOS DE VALIDACION

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre: 01 – 40 DEFICIENTE; 41 – 90 REGULAR; 91 – 100 EXCELENTE.



Nº	ITEMS	INDICACIONES	DEFICIENTE (01 - 40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91 - 100)
1	Claridad	Está formulada con lenguaje apropiado			X
2	Objetividad	Está expresado en capacidades observables			X
3	Actualidad	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los servicios educativos.			X
4	Organización	Existe organización lógica en el instrumento			X
5	Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			X
6	Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			X
7	Consistencia	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			X
8	Coherencia	Existe coherencia entre los índices e indicadores y dimensiones			X
9	Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación			X

III.- OPINION DE APLICABILIDAD : Aplicación a la población de estudio.

IV.- PROMEDIO DE VALORACION : 100%

Chiclayo, 20 de Agosto del 2024

Mg. CPC. Irma Antonieta Bazán Mori

DNI N. 16642446



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y TRIBUTACION
Informe de opinión de expertos del instrumento de Investigación

I.- DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres : Dra. Yrisela Delgado Hernández
1.2. D.N. I : 40399542
1.3. Institución donde labora : Dirección Regional de Educación
1.4. Título de la Investigación : Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria
en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria -
Chiclayo 2024

II.- ASPECTOS DE VALIDACION

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre: 01 – 40 DEFICIENTE; 41 – 90 REGULAR; 91 – 100 EXCELENTE.

Nº	ITEMS	INDICACIONES	DEFICIENTE (01 - 40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91 - 100)
1	Claridad	Está formulada con lenguaje apropiado			X
2	Objetividad	Está expresado en capacidades observables			X
3	Actualidad	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los servicios educativos.			X
4	Organización	Existe organización lógica en el instrumento			X
5	Suficiencia	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			X
6	Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación		X	
7	Consistencia	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			X
8	Coherencia	Existe coherencia entre los índices e indicadores y dimensiones			X
9	Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación			X

III.- OPINION DE APLICABILIDAD : Aplicación a la población de estudio.

IV.- PROMEDIO DE VALORACION :

Chiclayo, 19 de agosto 2024

Dra. Yrisela Delgado Hernández
DNI. N. 40399542

Anexo 06. Análisis de Confiabilidad Alfa de Cronbach

- Variable Cultura Tributaria

28 :																			
	Item_01	Item_02	Item_03	Item_04	Item_05	Item_06	Item_07	Item_08	Item_09	Item_10	Item_11	Item_12	Item_13	Item_14	Item_15	Item_16	Item_17	Item_18	Item_19
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3	3	2	3
2	4	4	4	3	1	1	2	4	3	2	2	3	4	2	2	4	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3
4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	2	3	4	1	3	4	3	1	3
5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	2	3	3	2	2
6	1	1	2	3	2	0	1	2	3	1	3	3	4	2	2	3	3	2	2
7	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	2	2	2	3	2	2
8	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	1	1	4	3	1	1
9	1	2	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2
10	1	1	3	3	0	1	2	4	3	2	3	3	4	2	3	2	3	2	3
11	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	2	2	2	3	2	2
12	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	2	3	2	3	2	3
13	4	2	2	2	2	1	2	4	3	3	3	3	4	2	2	4	2	2	2
14	1	1	3	2	2	2	1	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2
15	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3
16	1	2	1	3	0	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	1	3	2	2
17	1	1	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	2
18	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	1	3	2	3
19	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	2	2	2	3	2	2
20	1	2	3	2	2	1	2	4	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,801	19

- Variable Conciencia Tributaria

*piloto_v2.sav [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

	Item 01	Item 02	Item 03	Item 04	Item 05	Item 06	Item 07	Item 08	Item 09	Item 10	var
1	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
2	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	
4	2	2	3	3	2	2	3	4	2	3	
5	4	2	3	3	3	2	2	3	4	4	
6	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	
7	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
8	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	
9	4	3	2	4	4	3	2	2	2	2	
10	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	
11	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	
12	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	
13	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	
14	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
15	3	4	4	3	4	2	4	2	3	3	
16	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	
17	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	
18	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	
19	2	2	2	3	2	2	4	3	2	3	
20	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	
21											

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,775	10

Anexo 07. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	METODLOGIA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	Tipo: Básica, Enfoque: Cuantitativo, Nivel Descriptivo, Correlacional, Diseño: No experimental, Corte: Transversal.	Técnica: La encuesta Instrumento: Cuestionario
¿Cómo se relaciona la Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024?	Determinar cómo se relaciona la Cultura Tributaria y la Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024	H. Alterna, H1: La Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024 se relacionan significativamente. H. Nula, H0: La Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024 No se relacionan significativamente		
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS		
a) ¿Cuál es el nivel de Cultura tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024? b) ¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024? c) ¿Cómo se relaciona las dimensiones de la cultura tributaria con la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024?	a) Diagnosticar el nivel de Cultura tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024. b) Identificar el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024. c) Establecer como se relaciona las dimensiones de la cultura tributaria con la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024.	a) El nivel de Cultura tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, es bajo. b) El nivel de conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, es bajo. c) Las dimensiones de la cultura tributaria con la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado El Inca, La Victoria - Chiclayo 2024, se relacionan significativamente.		Población de estudio: 430 comerciantes Muestra: 138 comerciantes Muestreo: Probabilístico

Anexo 08. Matriz de operacionalización de Variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Índice	Escala de Medición	Instrum.
Cultura tributaria	Está referido a las prácticas y valores que determinan la disposición de los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones fiscales, influyendo en la efectividad del sistema tributario y en la percepción de justicia y equidad en el proceso fiscal (García, 2023).	La variable Cultura tributaria, se medirá según las dimensiones: Tributo, Derecho y obligaciones, Valores personales, Preparación académica y Recaudación por impuesto predial.	Tributos	Porcentaje de pobladores que conocen los tributos a los que se encuentran obligados	Totalmente en desacuerdo= 1	Ordinal	Cuestionario
			Derechos y obligaciones	Porcentaje de pobladores que conocen cuales son su derechos y obligaciones tributarias	En desacuerdo= 2 Indiferente = 3		
			Valores personales	Porcentaje de ciudadanos que reconocen los valores que forman parte de la conciencia fiscal.	De acuerdo = 4; Totalmente de acuerdo = 5		

			Preparación académica	Porcentaje de ciudadanos con instrucción inicial, primaria, secundaria, superior técnica y profesionales.			
Conciencia Tributaria	Es el entendimiento compartido sobre el cumplimiento de las obligaciones fiscales y el pago puntual de impuestos, y su cumplimiento voluntario refleja una sólida erudición tributaria, minimizando la necesidad de sanciones y mejorando la eficiencia del sistema fiscal (Li et al., 2022).	La variable Conciencia tributaria, se medirá según las dimensiones: Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias, Conciencia de pago voluntario y Conciencia de beneficio común.	Conciencia de cumplimiento voluntario de normas tributarias	Porcentaje de ciudadanos que cumplen voluntariamente sus obligaciones tributarias.	Totalmente en desacuerdo= 1	Ordinal	Cuestionario
			Conciencia de pago voluntario	Porcentaje de ciudadanos que cumplen voluntariamente con el pago de sus tributos.	En desacuerdo= 2 Indiferente = 3		
			Conciencia de beneficio común	Porcentaje de personas que perciben el beneficio común con el pago de impuestos.	De acuerdo = 4; Totalmente de acuerdo = 5		