



**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE
CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN,
EMPRESA Y NEGOCIOS**



ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN

TESIS

**Cultura tributaria y obligaciones tributarias ante SUNAT en el
mercado 28 de julio en SARS-COV-2, Jaén 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO**

Autora:

Bach. Albuja Gavidia, Cinthya Haydee

ASESOR:

CPCC. Rosales Abad, Pascual

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8972-4029>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo sostenible, emprendimiento y responsabilidad

Auditoria

PIMENTEL, PERÚ, 2024



ACTA DE CONTROL DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **PASCUAL ROSALES ABAD** Director de Escuela de CONTABILIDAD Y TRIBUTACION de la Facultad de Comunicación Empresa y Negocios 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 presentado por el bachiller: **ALBUJAR GAVIDIA, CINTHYA HAYDEE**

Titulado: **Cultura tributaria y obligaciones tributarias ante SUNAT en el mercado 28 de julio en SARS-COV-2, Jaén 2022**

Elaborado por la estudiante, **ALBUJAR GAVIDIA, CINTHYA HAYDEE**, se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 27% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud

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, 04 Enero 2025

CPCC PASCUAL ROSALES ABAD
ASESOR
DNI 16650455

Reporte Turnitin

Cultura tributaria y obligaciones tributarias ante SUNAT en el mercado 28 de julio en SARS-COV-2, Jaén 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	6%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	1%
5	journals.sapienzaeditorial.com Fuente de Internet	1%
6	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	1%
7	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.utelesup.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
10	repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet	<1%
11	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1%
12	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1%

Hoja de firmas

TÍTULO DE LA TESIS:

"Cultura tributaria y obligaciones tributarias ante SUNAT en el mercado 28 de Julio en SARS-COV2, Jaén, 2022"

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO



Bach. ALBUJAR GAVIDIA Cinthya Haydee

AUTOR



CPCC Pascual Rosales Abad

ASESORA

Aprobado por el siguiente jurado:



Mg. Julio César Sánchez Vásquez
Presidente



Mg. Henry Chiclayo Vega
Secretario



Mg. Roger Remberto Quiroz Zúñiga
Vocal

Agradecimiento

A Dios y a mi Familia a quienes Amo y han sido mi apoyo en todo momento y han creído en mí.

Índice

Acta de originalidad	¡Error! Marcador no definido.
Reporte Turnitin	iii
Hoja de firmas	iv
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de figuras	ix
Resumen	xi
Abstract	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
II. DESARROLLO	17
III. METODOLOGÍA	26
3.1. Tipo de investigación	26
3.2. Diseño de investigación	26
3.3. Variables de estudio	26
3.4. Población, muestra y muestreo	27
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
3.6. Procedimiento de recolección de datos	29
3.7. Técnicas de procedimientos y análisis de datos	29
3.8. Método de análisis de información	30
IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	31
V. CONCLUSIONES	78
VI. RECOMENDACIONES	80
REFERENCIAS	82
Anexos	

Índice de tablas

Tabla 1 Alfa de Cronbach	29
Tabla 2 Se capacita en normas tributarias	31
Tabla 3 Cumple con las normas tributarias	32
Tabla 4 Los servicios públicos satisfacen sus necesidades.....	33
Tabla 5 El desconocimiento tributario promueve su incumplimiento.....	34
Tabla 6 Las sanciones motivan a pagar los tributos.....	35
Tabla 7 Los plazos son flexibles para pagar los tributos	36
Tabla 8 Se suscitan incentivos para que faciliten el pago de tributos	37
Tabla 9 En alguna oportunidad ha recibido cursos de educación cívica tributaria	38
Tabla 10 La no honradez de los contribuyentes origina incumplimiento en los pagos	39
Tabla 11 La didáctica como los juegos origina conocimiento en educación tributaria	40
Tabla 12 Considera que la educación cívica promueve conciencia para pago de tributos.....	41
Tabla 13 La SUNAT otorga información veraz y oportuna	42
Tabla 14 El Estado utiliza lo recaudado para prestar servicios públicos.....	43
Tabla 15 El Estado utiliza lo recaudado para ejecutar obras públicas	44
Tabla 16 Informa el Gobierno lo recaudado en forma sencilla.....	45
Tabla 17 Informa el Gobierno el destino de lo recaudado de manera sencilla	46
Tabla 18 La SUNAT con lenguaje sencillo informa lo relacionado a tributación	47
Tabla 19 Tiene conocimiento sobre el Régimen Único Simplificado RUS	48
Tabla 20 Dimensión conciencia tributaria	49
Tabla 21 Dimensión educación tributaria.....	50
Tabla 22 Dimensión difusión y orientación tributaria	51
Tabla 23 Cumplió con inscribirse en el RUC previo a comercializar sus productos ..	52
Tabla 24 Se informó que régimen tributario le corresponde.....	53
Tabla 25 Tiene conocimiento del régimen tributario de los negocios.....	54
Tabla 26 Conoce el cronograma de pagos mensuales	55

Tabla 27 Ha presentado multas al realizar el pago fuera de plazo	56
Tabla 28 La SUNAT le solicitó información relacionado a su negocio	57
Tabla 29 De acuerdo al régimen que pertenece paga sus impuestos	58
Tabla 30 Paga sus tributos en el plazo establecido	59
Tabla 31 Se conoce y difunde el fin de los tributos	60
Tabla 32 Se conoce y difunde lo importante del pago de tributos.....	61
Tabla 33 Se conoce y difunde las sanciones por no pagar tributos	62
Tabla 34 Se fomenta y voluntariamente paga sus tributos.....	63
Tabla 35 Se le han ejecutado percepciones o retenciones	64
Tabla 36 Dimensión obligaciones tributarias formales	65
Tabla 37 Dimensión obligación tributaria sustancial.....	66
Tabla 38 Nivel de cultura tributaria	67
Tabla 39 Nivel de obligaciones tributarias	68
Tabla 40 Correlación conciencia tributaria y obligaciones tributarias.....	69
Tabla 41 Correlación educación tributaria y obligaciones tributarias	70
Tabla 42 Correlación difusión y orientación tributaria y obligaciones tributarias.....	71
Tabla 43 Relación entre cultura tributaria y obligaciones tributarias	72

Índice de figuras

Figura 1 Se capacita en normas tributarias	31
Figura 2 Cumple con las normas tributarias	32
Figura 3 Los servicios públicos satisfacen sus necesidades.....	33
Figura 4 El desconocimiento tributario promueve su incumplimiento	34
Figura 5 Las sanciones motivan a pagar los tributos	35
Figura 6 Los plazos son flexibles para pagar los tributos.....	36
Figura 7 Se suscitan incentivos para que faciliten el pago de tributos.....	37
Figura 8 En alguna oportunidad ha recibido cursos de educación cívica tributaria ...	38
Figura 9 La no honradez de los contribuyentes origina incumplimiento en los pagos	39
Figura 10 La didáctica como los juegos origina conocimiento en educación tributaria	40
Figura 11 Considera que la educación cívica promueve conciencia para pago de tributos.....	41
Figura 12 La SUNAT otorga información veraz y oportuna.....	42
Figura 13 El Estado utiliza lo recaudado para prestar servicios públicos	43
Figura 14 El Estado utiliza lo recaudado para ejecutar obras públicas.....	44
Figura 15 Informa el Gobierno lo recaudado en forma sencilla.....	45
Figura 16 Informa el Gobierno el destino de lo recaudado de manera sencilla	46
Figura 17 La SUNAT con lenguaje sencillo informa lo relacionado a tributación.....	47
Figura 18 Tiene conocimiento sobre el Régimen Único Simplificado RUS.....	48
Figura 19 Dimensión conciencia tributaria.....	49
Figura 20 Dimensión educación tributaria	50
Figura 21 Dimensión difusión y orientación tributaria.....	51
Figura 22 Cumplió con inscribirse en el RUC previo a comercializar sus productos .	52
Figura 23 Se informó que régimen tributario le corresponde	53
Figura 24 Tiene conocimiento del régimen tributario de los negocios	54
Figura 25 Conoce el cronograma de pagos mensuales	55
Figura 26 Ha presentado multas al realizar el pago fuera de plazo	56

Figura 27 La SUNAT le solicitó información relacionado a su negocio.....	57
Figura 28 De acuerdo al régimen que pertenece paga sus impuestos	58
Figura 29 Paga sus tributos en el plazo establecido	59
Figura 30 Se conoce y difunde el fin de los tributos	60
Figura 31 Se conoce y difunde lo importante del pago de tributos	61
Figura 32 Se conoce y difunde las sanciones por no pagar tributos.....	62
Figura 33 Se fomenta y voluntariamente paga sus tributos	63
Figura 34 Se le han ejecutado percepciones o retenciones.....	64
Figura 35 Dimensión obligaciones tributarias formales	65
Figura 36 Dimensión obligación tributaria sustancial	66
Figura 37 Nivel de cultura tributaria	67
Figura 38 Nivel de obligaciones tributarias	68

Resumen

La investigación se realizó con el objetivo de determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio, el tipo de investigación es descriptiva, con enfoque cuantitativo y de diseño no experimental correlacional con corte transversal al encuestarse solo en una oportunidad; la muestra quedó establecida en 175 comerciantes de una población de 320; como técnica se utilizó la encuesta y dos cuestionarios como instrumentos. Los resultados permitieron identificar que la cultura tributaria, así como las obligaciones tributarias presentaron niveles regulares; asimismo, se evidenció correlaciones positivas entre las dimensiones de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias. Se concluye que la significancia bilateral fue 0.000 determinando que existe relación positiva y muy significativa entre las variables cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022.

Palabras clave: tributos, cultura tributaria, obligación tributaria, comerciantes.

Abstract

The research was carried out with the objective of determining the relationship between tax culture and compliance with the tax obligation before SUNAT during the SARS-CoV-2 pandemic in the owners of a commercial sector of the Mercado 28 de Julio, the type of research is descriptive, with a quantitative approach and non-experimental correlational cross-sectional design when surveyed only once; The sample was established at 109 merchants out of a population of 320; As a technique, the survey and two questionnaires were used as instruments. The results allowed us to identify that the tax culture, as well as tax obligations, presented regular levels; Likewise, positive correlations were evident between the dimensions of tax culture and tax obligations. It is concluded that the bilateral significance was 0.000, determining that there is a positive and very significant relationship between the tax culture variables and compliance with the tax obligation before SUNAT during the SARS-CoV-2 pandemic in the owners of a commercial item in the Mercado 28 de Julio of the city of Jaén in 2022.

Keywords: taxes, tax culture, tax obligation, merchants.

I. INTRODUCCIÓN

La cultura tributaria es conceptualizada como el conjunto de actitudes, valores, conocimientos y comportamientos de las personas para cumplir con sus obligaciones fiscales; esta varía de acuerdo a los países en el mundo, viéndose incrementada su situación desfavorable en las naciones sub desarrolladas por la idiosincrasia y gobernantes que ostentan. Esta cultura inmersa y negativa en los ciudadanos, promueve evasión de pagos tributarios lo cual es obligatorio, situación que generaría disminución en los ingresos de un Estado, inhibiendo la entrega de bienes y servicios para mejorar la calidad de vida de la población. Lo descrito es sustancial y relevante, pues al verse disminuidas las acciones del gobierno, se mantendría un país sin crecimiento y desarrollo en el tiempo al no cumplir los ciudadanos con sus obligaciones tributarias; situación que promovió realizar la presente investigación con el objeto de determinar la asociación entre las variables.

En el mundo, el sistema tributario ha sido modificado constantemente, descalificándolo y la vez promocionándolo como un deber importante para toda sociedad. De acuerdo a Oats y Tuck (2019); Ebrahimiyan et al. (2018); y Yamen et al. (2018) el gobierno con sus irregularidades y la irresponsabilidad de los individuos genera la evasión de impuestos; así también, Anesa et al. (2019); e Inasius (2019) expresan que, en Indonesia, al percibir los individuos inequidad e injusticia genera incumplimiento; por lo tanto, Güzel et al. (2018) señala que su cumplimiento está a la par de la confianza que promueva el gobierno. En esa línea Newman et al. (2018) refiere que en Zimbabwe no se cumple con el pago de los tributos por tener los pobladores escaso conocimiento en tributación; Horodnit (2018); Wang (2019) por la baja moral y Eugster y Parchet (2019) mientras que en Alemania y Francia los impuestos se basan en la renta.

Según Fernández et al. (2020) así como Alvear et al. (2018) en Ecuador existen sectores que no cuentan con cultura tributaria; esta situación es similar en Panamá por Martínez (2020) y en Venezuela por Amasifuen (2015) al sostener que muchos negociantes no aportan a su país. En Cuba la inadecuada cultura tributaria produce baja recaudación (Cabrera, et al., 2020). Así también, existen factores que coadyuva

como bajos ingresos y edad (Quispe et al., 2018); mientras que el Reino Unido las multas, bajos ingresos, detecciones, educación y situación laboral (Regan & Ball, 2018); en Colombia, los escasos mecanismos jurídicos, desconocimiento y corrupción, promueve el no tributar (Montaño y Vásquez, 2016; Gómez et al., 2017); mientras que en Méjico la escasa cultura tributaria promueve evasión (Mendoza et al., 2016).

En América Latina, la tributación valida al ciudadano y se establece como norma (Condori et al., 2020); si se evaden es por el nivel de consciencia y cultura tributaria (Quispe et al., 2020); siendo indiscutible que el poco conocimiento es una causa para que no se cumpla con tributar (Aliaga, 2020). En nuestro país a setiembre del 2021 se incrementaron los tributos en S/.11 356 millones, ascendiendo en 49,9% en contraste a setiembre del 2020; así también el Impuesto a la Renta incrementó en 53,9%; y con respecto al IGV se acrecentó en 34,5% con la recuperación las actividades suspendidas por la pandemia COVID 19 (SUNAT, 2021). Estos acontecimientos son positivos, sin embargo, elementos como la corrupción propicia incumplimiento en los diferentes negocios que promueven la economía en el Perú (Cárdenas, 2020).

A nivel local, la realidad problemática del mercado 28 de julio de acuerdo a lo que se percibe, es que existe la falta de información en lo que concierne a los tributos que obligatoriamente deben de cumplir los comerciantes, al haberse detectado que los propietarios de los negocios no cumplen con pagar sus impuestos como el RUS según funcionarios de la SUNAT, el cual se trata de un sistema que abarca a individuos que operan un negocio de pequeña escala o proveen servicios directamente a clientes finales; este incumplimiento a pesar de encontrarse inmersos en las primeras categorías en las cuales los pagos son modestos, genera que exista baja recaudación ante la SUNAT perjudicando de esta manera el erario nacional; puesto que en el 2022 las investigaciones señalan que entre el 40.5% y 59.5% de comerciantes muestran una cultura tributaria media y baja. Esta elusión fiscal se refiere a infringir las regulaciones tributarias, lo que impide que el Estado aumente su patrimonio y garantice una redistribución equitativa en todas las esferas sociales. En otras palabras, aquellos que evaden impuestos están reteniendo para sí mismos las ganancias que el Estado debería recibir como resultado de la riqueza económica expresada en forma

de bienes, servicios, ingresos, capitales, derechos u obligaciones sujetas a dichos impuestos. Esta situación se vuelve más incierta cuando la Administración Tributaria no ejerce un control estricto sobre los contribuyentes; infiriendo que existiría baja cultura tributaria en los comerciantes; a pesar que en el 2021 la recaudación fue mayor a la del 2020 en S/ 159 771 millones en el país, no evidenciando en los informes el monto de la evasión y el monto a recaudar en la ciudad. Asimismo, en lo que respecta al distrito de Jaén, el RUS se ha incrementado de 337,540 en el 2021 a 338,569 en el 2022 en 1,030 nuevos soles; siendo esta muy ínfima cómo lo refieren sus funcionarios.

La realidad descrita permitió plantear como problema general ¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y obligaciones tributarias ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en el Mercado 28 de julio de la ciudad de Jaén en el 2022?; como problemas específicos fueron: ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria de los propietarios de un rubro comercial del mercado 28 de Julio en el 2022?; ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de la obligación tributaria de los propietarios de un rubro comercial del mercado 28 de Julio en el 2022? y ¿qué correlación existe entre las dimensiones de la cultura tributaria con la obligación tributaria?. La justificación teórica se sustenta al incrementar, entender y reflexionar ante este problema nacional mediante las distintas teorías que han fortalecido el trabajo de investigación, permitiendo de esta manera contrastar o corroborar lo descrito hasta la actualidad; de la misma manera, se justifica en su metodología por el proceso lógico, además de diseñar instrumentos confiables y válidos que permitieron recopilar la información acertadamente; asimismo, permitirá conocer a los interesados en el tema el uso del coeficiente de correlación para determinar y comprobar hipótesis. En la justificación social, los hallazgos identificaron la realidad de los administrados, fortaleciendo su conocimiento para que se sensibilicen y tributen, evitando de esta manera sanciones; en esa línea, su contribución permitirá al Estado proporcionar mejores servicios a los pobladores por la recaudación obtenida. Respecto a la justificación práctica, al ser este mercado el más importante y comprender una gran cantidad de comerciantes, podrán desarrollar sus actividades de manera formal para evitar sanciones, así como también conllevará a que proporcionen recursos para que las instituciones gubernamentales otorguen

bienes y servicios de calidad; asimismo, mediante los resultados los funcionarios tomarán decisiones que contribuyan a educar en lo concerniente a las obligaciones tributarias, con la finalidad de que voluntariamente aporten en beneficio de los comerciantes y pobladores.

Para responder a la interrogante planteada el objetivo general es determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022. Los objetivos específicos que se presentan son: identificar el nivel de cultura tributaria de los propietarios de un rubro comercial; identificar el nivel de cumplimiento de la obligación tributaria de los propietarios de un rubro comercial e identificar la correlación entre las dimensiones de la cultura tributaria con la obligación tributaria. La hipótesis de investigación es que existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante el SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio en el 2022.

II. DESARROLLO

Dentro del marco teórico se muestran en inicio antecedentes internacionales, entre ellos Ruiz y Ubillus (2021) con su investigación “La cultura tributaria de los contribuyentes del cantón Portoviejo y su incidencia en la gestión de la recaudación de los tributos del Servicio de Rentas Internas”; la cual tuvo como objetivo el análisis e incidencia de ambas variables. El desarrollo de la investigación fue por medio del tipo descriptivo, diseño por no existir manipulación fue no experimental, alcance correlacional y enfoque al medir fue cuantitativo; la muestra fue de 100 contribuyentes y como instrumento se aplicó el cuestionario bajo la técnica de la encuesta. Los autores encontraron que en cuanto a la inscripción de los negocios que con personería natural se encuentra el 36%, con personería natural 36%, y con las dos modalidades el 33%; de la misma manera el mayor porcentaje de individuos 44% se autodefinen que escasamente cumplen con tributar; así también están desmotivados el 99% para cumplir con el pago de impuestos; y el 40% señala que los servicios públicos son malos por no cubrir sus necesidades. Encontraron también que el estar ilustrados en el tema permite el refuerzo de valores, creencias y actitudes para tributar de manera voluntaria; así también, es imprescindible que el Gobierno tenga manejo adecuado y transparente de todo lo recaudado con el fin de motivar a las personas a pagar sus tributos; refiriendo que la cultura tributaria influye para una mayor recaudación de impuestos.

Arcila y Chacón (2020) desarrollaron la investigación “La cultura tributaria como estrategia para minimizar la evasión fiscal en las empresas comerciales”; en la cual propusieron estrategias para que disminuya la alta evasión de impuestos en estos comerciantes; el trabajo fue desarrollado con un tipo descriptivo y con diseño no experimental; utilizando la revisión bibliográfica como técnica con el propósito de diseñar una propuesta. Manifestaron entre sus resultados que es necesario dar cumplimiento con sus obligaciones de tributar para que se recauden los impuestos; sin embargo en Latinoamérica se visualiza el incremento de la evasión producto de la poca cultura tributaria; de la misma manera existe volatilidad en las normas tributarias por tener escaso tiempo de duración, lo cual crea deficiencias en los contribuyentes y administración tributaria; además encontraron que la inadecuada utilización de los

recursos que se recaudan impiden que los individuos con ingresos cumplan con el pago de impuestos; ante lo encontrado recomiendan actividades como capacitaciones, orientaciones, cursos, jornadas y sanciones.

Martínez (2020) realizó la investigación “La cultura tributaria como medida para elevar los niveles de recaudación de impuesto en Panamá”; se desarrolló con el propósito de que se valore la variable cultura tributaria con el fin de retraer el incumplir del pago de tributos para mejorar la recaudación; el tipo de investigación utilizada fue explicativa, nivel descriptivo y diseño no experimental; la encuesta se utilizó como técnica la cual se le otorgó a 150 individuos considerados como muestra. Los resultados hallados muestran que el 72% en su escolaridad tuvo inadecuada o nula formación para que cumplan con sus obligaciones del pago de sus tributos; de la misma forma el 62.7% afirma que el Estado no tiene una presentación que ponga de manifiesto la cultura tributaria; refiriendo el 91% de personas que, si hubiese una eficaz comunicación hacia la ciudadanía por parte de las autoridades, se conocería lo que corresponde al cumplimiento de sus obligaciones para tributar. Concluye finalmente que la variable cultura tributaria comprende un esquema de entrenamiento, educación y formación que deben acoger las personas desde temprana edad.

Ponce et al. (2018) propuso la investigación “Desconocimiento de obligaciones tributarias y su incidencia en el Impuesto a la Renta”; con el objeto de tener un análisis de la incidencia de las variables; la presente se desarrolló de forma descriptiva y no experimental, en la cual se revisaron distintos artículos, textos, documentos y entrevistas. Los autores en sus conclusiones concluyen que los individuos desconocen sus obligaciones para tributar, derivado de la negativa política en educación que promueve el Estado para crear conciencia en los ciudadanos, a pesar de conocer que la tributación tiene un fin importante en la economía y en el desarrollo de cualquier país; de la misma manera manifiestan que está inmerso en los ciudadanos el pagar menos tributos o evadirlos; por lo que se requiere controlar, capacitar y sancionar este incumplimiento para que se satisfaga las necesidades que tienen en común los pobladores. Finalmente refieren que al dar cumplimiento de sus obligaciones referentes al pago de tributos propicia cultura tributaria en los contribuyentes.

Entre los antecedentes nacionales se encuentra el de León y Ortiz (2021) denominado “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las Mypes industriales de calzado en Villa El Salvador – 2019”; buscando relacionar las variables; el estudio fue por medio del tipo aplicada, enfoque cuantitativo, nivel correlacional y en su diseño el no experimental; la muestra comprendió 45 Mypes, aplicando instrumentos como la guía de entrevista y el cuestionario. Los resultados por dimensiones de la cultura tributaria son: el conocimiento tributario presenta un nivel medio 80%; la conducta es regular 53.3% y la conciencia tributaria regular 48.9%; encontrándose en general regular 62.2% cultura tributaria. Las dimensiones de obligaciones tributarias son: las obligaciones formales se encuentran en un nivel medio 84.4% y así como también las obligaciones sustanciales 86.7%. Correlacionaron la cultura tributaria y la dimensión obligaciones formales siendo esta de 0.887 y con las obligaciones sustanciales 0.885, siendo la significancia 0.000, lo cual expone las relaciones. Al asociar se obtuvo un Rho de Spearman de 0.810 y significancia 0.000, determinado que existe relación entre ambas.

Nicasio y Neira (2021) investigaron “Cultura tributaria y su incidencia en el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la Asociación de Artesanos Productores de Machupicchu, 2019”; los investigadores tuvieron el objetivo de determinar si existe incidencia; el trabajo fue realizado con un tipo de investigación explicativa, diseño no experimental y enfoque cuantitativo; 50 individuos fueron considerados como muestra y utilizaron el cuestionario como instrumento. Los resultados hallados por dimensiones en la cultura tributaria son altas: conciencia tributaria 70%; conocimiento tributario 78% y hábitos tributarios 70%; percibiendo los individuos como alta la variable. Las obligaciones tributarias en su dimensión obligaciones formales es alta 78% mientras que las obligaciones sustanciales fue media con 48%. Al relacionarse las variables el nivel de correlación encontrado fue de 0.716 y la significancia 0.000, señalando los autores relación entre las variables.

Velásquez (2020) realizó la tesis “Cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del centro comercial Túpac Amaru II Tacna – 2020”; el propósito fue relacionar variables con un tipo de investigación aplicada, nivel

correlacional y diseño no experimental; 109 fueron los comerciantes para la muestra y el cuestionario lo utilizó como instrumento. Los resultados abordados es la falta de enseñanza en el cumplimiento de sus obligaciones para tributar según el 100% de los comerciantes; asimismo, señalan que se han informado por medio de folletos el 91.7%; son conscientes el 82.6% en lo que concierne a materia tributaria; el 64.2% considera que el Estado utiliza los recursos inadecuadamente siendo este deshonesto con la población; el 64.2% tienen desconocimiento del sistema tributario; el 48.6% se les han infraccionado; el 78% tienen desconocimiento que si incumplen serán sancionados y creen el 52.3% que es necesario la entrega de comprobantes. Concluyen además que presenta correlación positiva considerable 0.81 y nivel de significancia 0.000, conllevando a señalar la existencia de relación en las variables.

Ordoñez y Chapoñan (2020) desarrollaron el trabajo de investigación “Cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias”; el fin fue establecer la asociación de las variables; la investigación fue descriptiva, aplicada y diseño no experimental; encontrándose la muestra conformada por 80 comerciantes de un distrito de Jaén denominado las Pirias y el instrumento fue el cuestionario. Encontraron en la cultura tributaria: la responsabilidad para declarar y pagar los tributos es baja 37.5%; es regular 45% el conocimiento tributario; también regular 46.3% la honestidad con pagar y declarar tributos y la disposición a aprender lo referente a tributar es regular 47.5%; presentando un bajo nivel 42.5% la variable. Las dimensiones obligaciones tributarias presentan niveles bajos, entre ellas cumplir con sus obligaciones 53.8%; las sanciones e infracciones tributaras 37.5% y cronograma de obligaciones 33.8%; encontrando bajo cumplimiento esta variable 33.8%. Mediante la correlación de Pearson se obtuvo nivel de 0.755 y significancia 0.000, lo cual demuestra relación de las variables.

A continuación se realizó la teoría relacionada a la variable cultura tributaria. Esta se sustenta en la “Teoría de la Justicia Fiscal”; de acuerdo a Mora y Villarreal (2020) tiene como uno de sus principales exponentes a John Rawls, quien señalaba que busca garantizar que el sistema tributario sea equitativo y justo, certificando que al distribuir la carga impositiva no conciba desigualdades y que los impuestos brinden bienestar social. Afirma además que se basa en principios de proporcionalidad, equidad y

eficiencia al recaudar y utilizar los recursos del Estado. Manifestaba que las personas deben pagar sus impuestos en base a su nivel de riqueza e ingresos, determinando que los impuestos no propicien cargas desproporcionadas en los fragmentos vulnerables. Entre sus aplicaciones se encuentra el diseñar impuestos de forma progresiva para que se reduzcan la brecha de desigualdad; separar privilegios que benefician algunos sectores; e implementar políticas de gasto público eficiente y transparente.

La cultura tributaria se define como el conjunto de conocimientos, valores y actitudes los cuales se comparten entre los integrantes de una comunidad basado en las leyes de tributación que la rigen, traducido en el cumplimiento de deberes tributarios comprendiendo la confianza, razón y formación de valores, acatamiento la ley, ética personal, responsabilidad ante la ciudadanía y solidaridad con los demás, comprendiendo los funcionarios y contribuyentes (Mendoza et al., 2016). Según Montano (2021) entre sus características es la Naturaleza Coercitiva, en donde las se impone de forma unilateral los tributos, rigiéndose por normas aprobadas sin presentar abuso del monto que pagarían y que estén en proporción de sus utilidades. Otra es la Naturaleza Monetaria; se abonan los impuestos de acuerdo a la moneda de cada país. Naturaleza Contributiva; lo recaudado debe ser utilizado para que se financien los diferentes servicios que requiere una sociedad para su beneficio.

Las dimensiones son consideradas en base a Solórzano (2017) quien pone de manifiesto a la Conciencia Tributaria; no se requiere de gestiones coercitivas por lo que se motiva a los individuos para pagar sus tributos en base a creencias y actitudes. De acuerdo a Laura et al. (2011) el tributar otorga unión entre los contribuyentes y el Estado, presentando como función la recaudación de tributos en beneficio de la sociedad al proporcionar servicios de calidad; fortaleciendo la conciencia para pagar los tributos, condicionando al Gobierno a que de manera eficiente y honesta administre lo que recauda. Castillo y Castillo (2016) señalan que todos los individuos que generen ingresos deben tomar consciencia que es una obligación aportar, y que una de las razones fundamentales cuando se tributa es que proporcionar recursos que garantice servicios públicos que satisfagan necesidades en común de la población.

Otra dimensión es la Educación Cívica Tributaria; en Latinoamérica y en el mundo la consideran como un elemento que permite el progreso de un país y mejora la economía, fundamentándose esta estrategia en promover valores. Esta es una acción a largo plazo que incrementa la conciencia tributaria en los contribuyentes, promoviendo de esta manera mediante la enseñanza la puesta en marcha de adecuadas conductas para convivir adecuadamente. El propósito de esta dimensión es promover en los ciudadanos conciencia para que voluntariamente cancelen sus tributos, no solamente por ser una norma legal, sino por ser obligatorio en los individuos. Según Bravo (2011) el fin es que se transmita ideas, actitudes y valores para promover buenas acciones y no conductas fraudulentas; debiendo ser asumidas las obligaciones por Ley y por deber.

La Difusión y Orientación Tributaria es la última de las dimensiones, mediante esta se proporciona información la cual debe tener como característica la facilidad en su acceso, otorgando a la población cuenta de los recursos que han sido acopiados y cómo y en que se utilizan. Una entidad encargada de evidenciar las acciones es la SUNAT por medio de su página web, mostrando informes de las contrataciones, adquisiciones y presupuesto, así como lo relacionado a las distintas importaciones y exportaciones realizadas en el país. Otras actividades que promueven un mayor conocimiento son los conversatorios, capacitaciones, reuniones universitarias, charlas y otros que promuevan mejoras, siendo recomendable contar con profesionales de carreras como administración, contabilidad, economía, derecho y afines. Plantea Pastrana (2020) que es el informe que otorga legalidad a la población en relación a los impuestos, considerando el ser capaz de conocer la adecuada metodología al rendir cuentas.

La variable obligaciones tributarias se sustenta en la “Teoría de la obligación tributaria”, para Ramírez et al (2022) entre sus pensadores se encuentran Rousseau y Hobbes; los cuales plantean que estudia el soporte económico y jurídico de la obligación al pagar impuestos. Se enfoca en la asociación de los ciudadanos y el Estado, instituyendo que el pago no solamente es un deber legal, sino que es comprometerse a sostener el bienestar social y el gasto público. Entre su fundamento teórico, surge

por la ley, estableciendo que el deber de las personas es contribuir a financiar el Estado, basándose en principios tributarios y en la Constitución, como lo son la equidad, legalidad y capacidad de pago. Se fundamenta en lo económico en que los impuestos son de necesidad para proveer servicios como seguridad, salud, educación y obras de infraestructura. Por último, se fundamenta en lo social y ético, en que el pago de impuestos es un acto de personas solidarias y responsables; además que al contribuir reduce las desigualdades y mejorar la calidad de vida de la población.

Las obligaciones tributarias de acuerdo a Pérez y Salvador (2019) es la unión establecida por ley entre las personas jurídicas o físicas y el Estado, teniendo como finalidad cumplir con la prestación tributaria; encontrándose el contribuyente obligado con el pago de sus impuestos. El incumplimiento de tributar por los ciudadanos es primordial para los Estados, al ser considerado como uno de los principales problemas para recaudar. Como sostienen Cabrera y Reyes (2018) es constante los elementos que subyacen para incumplir con el propósito de que las personas maximicen sus utilidades, por lo que el contribuyente se encuentra sometido al cumplimiento de sus obligaciones en base las consecuencias que lo disuadan, teniendo en consideración el riesgo y costo de oportunidad que significa no cumplir o si con el pago.

Según Cárdenas (2020) la obligación tributaria surge al desarrollar una actividad prevista por la ley y origina cumplir diversas u obligación formal de forma coaccionada; esto promueve su existencia al concatenar al mismo momento con el individuo, consumación, configuración del hecho y lugar. Romero (2022) refiere que en la persona los tributos son exigibles y están condicionados, siendo solicitados al deudor de los tributos al siguiente día del plazo vencido por Ley; de no existir el plazo, se considera a partir del dieciseisavo día del mes siguiente de comenzada la obligación. En otras palabras, el sujeto denominado pasivo se encuentra obligado a pagar al sujeto activo o Estado; lo descrito se fundamenta por la norma legal y se encuentra referido en la constitución nacional; de la misma manera, si cancela voluntariamente una obligación prescrita, no ejerce derecho la solicitud de devolución.

Las dimensiones se basan en el aporte de Cruz y Damián (2018) quienes manifiestan 2 dimensiones; en primer lugar, se encuentran las Obligaciones Sustanciales, encontrándose descritas por medio del código tributario el pago de impuestos, señalando que quienes contribuyen son responsables y están formalmente obligados por ley el deber de tributar por medio del pago de sus impuestos. Estas obligaciones son consideradas el pago por impuestos de un determinado periodo, evidenciándose importantes elementos como el pago por impuesto a la renta, renta anual y pago por multas; en pocas palabras su origen se encuentra en la ley, existiendo asociación jurídica al pagar los impuestos al Gobierno, teniendo como efecto el desarrollo del presupuesto como consecuencia del mismo.

En segundo lugar, se encuentra la dimensión Obligaciones Formales, manifestando los autores que viene a ser la responsabilidad secundaria o accesitaria a las obligaciones sustanciales, siendo consecuencia al relacionarse los sujetos pasivo y activo del deber que les corresponde con la finalidad de ser ejecutada. Es preciso señalar que estas son inherentes al contribuyente y a la administración tributaria; por lo tanto, estas obligaciones le pertenecen a los referidos. Los contribuyentes, sean personas naturales o jurídicas realizan formalmente diversos trámites y formularios obligatorios como deudores tributarios; mientras que la obligación de quien la administra, es facilitar el desarrollo de deberes sustanciales y formales de los contribuyentes, siendo una de sus funciones la de orientación. Autores como Cabrera y Reyes (2018), ponen de manifiesto el no requerimiento de dinero, sino de la presentación obligatoria de documentos e información.

Como términos básicos o base conceptual se describen para otorgar mayor comprensión del trabajo de investigación; entre ellos. Deberes tributarios: Quintana (2019) señala que son las diferentes obligaciones normadas que están relacionadas a los tributos de los contribuyentes. Educación tributaria: Solórzano (2017) plantea que tiene por finalidad brindar información y formar honestos contribuyentes, encontrándose en su formación una conducta favorable para que tributen voluntaria y conscientemente al Gobierno. Infracción tributaria: Rueda (2019) considera el omitir las normas referentes a la tributación, a pesar de encontrarse en Leyes y DL que

proporciona el Gobierno. Planificación tributaria: Quintana (2019) afirma que es una actividad que tiene la finalidad de disminuir la deuda fiscal y crecer los recursos, previniendo así la carga impositiva. Evasión tributaria: Solórzano (2017) la define como el incumplir sus obligaciones los contribuyentes.

Los datos y hallazgos más importantes tras la ardua revisión y lectura de la investigación muestran que en el 2022 entre el 40.5% y 59.5% de contribuyentes presentaron un nivel de cultura tributaria baja y media; asimismo, entre el 2019 y 2021 han sido los años con mayor recaudación; respecto al índice de morosidad durante el periodo 2019 fue de 37%, incrementándose año tras año siendo para el 2020 de 58%; en el año 2021 creció a 56% y para el último reporte del 2022 llegó hasta el 72%. En el Perú la pobreza fue del 20% para el 2017, con 8.1% de tasa de desempleo, aumentando a 8,9% para el I trimestre del año pasado 2022, menor en 5,6% en contraste al I trimestre del 2021 que fue de 14,5%; situación que incrementa la morosidad.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue descriptiva de enfoque cuantitativo, de acuerdo a Hernández y Mendoza (2018) este tipo requiere de instrumentos para ser utilizados estadísticamente siendo con posterioridad analizados, de esta manera se llegó a resultados para obtener conclusiones; al recolectar los datos se logró probar la hipótesis basándose en la medición y estadística, estableciendo patrones de comportamiento, así como la comprobación de teorías.

3.2. Diseño de investigación

El no experimental correlacional fue el diseño utilizado; con este diseño las variables no se manipularon, visualizando los hechos en su realidad para ser analizada; según Hernández y Mendoza (2018) no se manipularon intencionadamente las variables de estudio y se observaron los hechos en su natural ambiente para su análisis. En lo que respecta al corte fue transversal, pues se recopiló la información de las encuestas en una sola oportunidad.

3.3. Variables de estudio

Variable independiente: cultura tributaria

Definición conceptual: conjunto de conocimientos, valores y actitudes los cuales son compartidos entre los elementos de una comunidad basado en las leyes de tributación que la rigen, traducido en el cumplimiento de deberes tributarios comprendiendo la confianza, razón y formación de valores, acatamiento la ley, ética personal, responsabilidad ante la ciudadanía y solidaridad con los demás, comprendiendo los funcionarios y contribuyentes de las administraciones tributarias (Mendoza et al., 2016).

Definición operacional: comportamiento adecuado que presentan los individuos respecto al conocimiento de tributación, pudiendo ser medida mediante las dimensiones: orientación tributaria, conciencia tributaria, difusión tributaria y educación cívica tributaria. Como indicadores se encuentran respeto de normas tributarias,

servicios públicos, cursos, incentivo para pago de tributos, fomento de la tributación, valores, relación entre conciencia tributaria y educación, presupuesto, transparencia, control y seguimiento, cursos de tributación.

Variable dependiente: obligaciones tributarias

Definición conceptual: es la unión establecida por ley entre las personas jurídicas o físicas y el Estado, teniendo como finalidad cumplir con la prestación tributaria; encontrándose el contribuyente obligado con el pago de sus impuestos (Pérez y Salvador, 2019).

Definición operacional: obligaciones de las personas respecto a los tributos, siendo medida mediante las obligaciones tributarias formales y las sustanciales. Como indicadores se tiene obligación de inscribirse, declarar, informar, pagar y retener.

3.4. Población, muestra y muestreo

De acuerdo al administrador del centro de abastos, la población estuvo compuesta por 320 comerciantes de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio ubicado en la ciudad de Jaén. En base a Hernández y Mendoza (2018) a la población se les considera como la totalidad de casos que tienen en común especificaciones.

Criterios de inclusión: comerciantes de un rubro comercial que se encuentran inscritos en el padrón del mercado, deseosos de participar en la investigación y que fueron mayores de edad.

Criterios de exclusión: comerciantes de un rubro comercial ubicados a los alrededores del mercado sin espacio físico y que fueron menores de 18 años.

En cuanto a muestra, fue utilizada la fórmula matemática para las poblaciones finitas; obteniendo como resultado 175 propietarios. Asimismo, se tomó el muestreo no probabilístico aleatorio simple, teniendo todos los involucrados la oportunidad de participar.

Fórmula para poblaciones finitas menores a 100,000 habitantes

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

N: Total de Población:	320
p: Proporción Esperada:	50%
q (1-p):	50%
e: Nivel de error aceptado:	5%
za: Nivel de confianza 1-a	95% = 1.96

$$n = \frac{307.33}{1.76} = 175$$

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se utilizó la encuesta; siendo calificada como una técnica que acopia los datos mediante sujetos para obtener sistemáticamente medidas de las variables derivadas de una problemática. El instrumento seleccionado es el cuestionario, mediante el cual se recoge los datos de respuestas a preguntas desarrolladas de manera ordenada y sistemática (Hernández y Mendoza, 2018).

Cuestionario para cultura tributaria: este presenta 3 dimensiones y un total de 17 interrogantes las cuales tienen respuestas y se les ha asignado un valor para su medida “nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4) y siempre (5). Los niveles tomados en cuenta para su identificación de nivel son “muy alta, alta, regular, baja y muy baja cultura tributaria”.

Cuestionario para obligaciones tributarias: este presenta 2 dimensiones y un total de 13 interrogantes las cuales tienen respuestas y se les ha asignado un valor para su medida “nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4) y siempre (5). Los niveles tomados en cuenta “muy alta, alta, regular, baja y muy baja nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias”.

La validez de los descritos instrumentos ha sido efectuada mediante expertos que tienen conocimiento de investigación, relación con el tema y docentes universitarios (Anexo 2); de la misma manera, se desarrolló la confiabilidad al realizar una encuesta piloto, y al ser procesados arrojó resultados favorables como se muestra a continuación:

Tabla 1

Alfa de Cronbach

Cultura tributaria		Obligaciones tributarias		Cultura tributaria y obligaciones tributarias	
Alfa de Cronbach	N de elementos	Alfa de Cronbach	N de elementos	Alfa de Cronbach	N de elementos
,978	17	,947	13	,967	30

Nota. Instrumentos son confiables por estar cerca de 1 (Hernández y Mendoza 2018)

3.6. Procedimiento de recolección de datos

Para adquirir los datos se conversó con la administración del centro de abastecimiento, a quien se le puso de manifiesto el tema de investigación, el porqué de su desarrollo, el propósito que se plantea y el permiso para realizar las encuestas; quien refirió que no existe ningún problema para encuestar, que solo dependería de los comerciantes; por lo tanto, se procedió a informar a los propietarios la finalidad que se tiene al encuestarlos, además de manifestarles que era solo para fines académicos y sin manifestar el rubro al cual pertenecen; así también, el trabajo de acopiar la información ha sido realizado durante 24 días de lunes a domingo, demorando en promedio para cada participante aproximadamente 10 minutos. De las 175 personas según fórmula para poblaciones finitas, solo se logró encuestar a 109 de ellas, ya que algunos locales comerciales se encontraban cerrados y ciertos comerciantes no desearon participar en el desarrollo del cuestionario.

3.7. Técnicas de procedimientos y análisis de datos

Los datos obtenidos luego de haber sido desarrollados por los comerciantes, mediante apoyo estadístico se trasladaron a las hojas de cálculo Excel, en estas se colocaron los valores por cada respuesta y persona derivados de los cuestionarios. Para realizar la relación entre las variables, se procedió a la prueba para identificar normalidad en los datos con Kolmogorov-Smirnov al superar la muestra los 50 encuestados (Anexo 8), permitiendo identificar por el nivel de significancia 0.00 menor a 0.05, que el coeficiente de correlación a utilizar fue Rho de Spearman al no contar los datos con normalidad.

3.8. Método de análisis de información

Mediante la estadística descriptiva y el sistema estadístico SPSS 26, se obtuvo por dimensiones mostrando tablas y figuras que se analizaron e interpretaron, permitiendo lograr cada uno de los objetivos específicos y el objetivo general, llegando a conclusiones y aportar recomendaciones dirigidas a los involucrados.

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Resultados en tablas y figuras de las interrogantes de la variable Cultura Tributaria

Tabla 2

Se capacita en normas tributarias

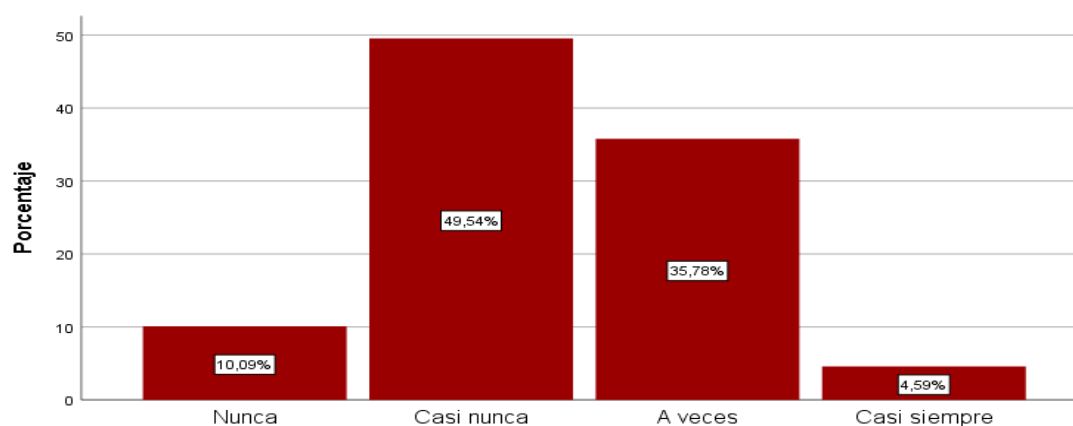
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	10,1	10,1	10,1
	Casi nunca	54	49,5	49,5	59,6
	A veces	39	35,8	35,8	95,4
	Casi siempre	5	4,6	4,6	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observó que 54 personas que hacen un 49.5% refieren que casi nunca les dictan capacitaciones sobre normas tributarias; seguido de a veces 35.8%; nunca 10.1% y en menor porcentaje casi siempre 4.6%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 1

Se capacita en normas tributarias



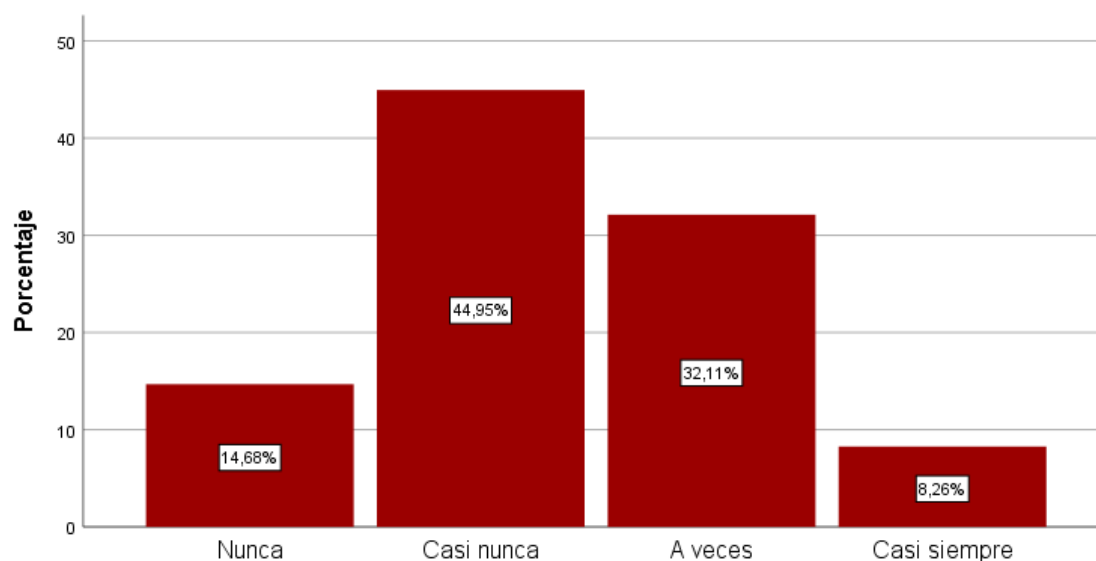
Nota. En la figura se observa que 49.5% refieren que casi nunca les dictan capacitaciones sobre normas tributarias; seguido de a veces 35.8%; nunca 10.1% y en menor porcentaje casi siempre 4.6%.

Tabla 3*Cumple con las normas tributarias*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	14,7	14,7	14,7
	Casi nunca	49	45,0	45,0	59,6
	A veces	35	32,1	32,1	91,7
	Casi siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 49 personas que hacen un 44.9% refieren que casi nunca cumplen con las normas tributarias; seguido de a veces 32.1%; nunca 14.6% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 2*Cumple con las normas tributarias*

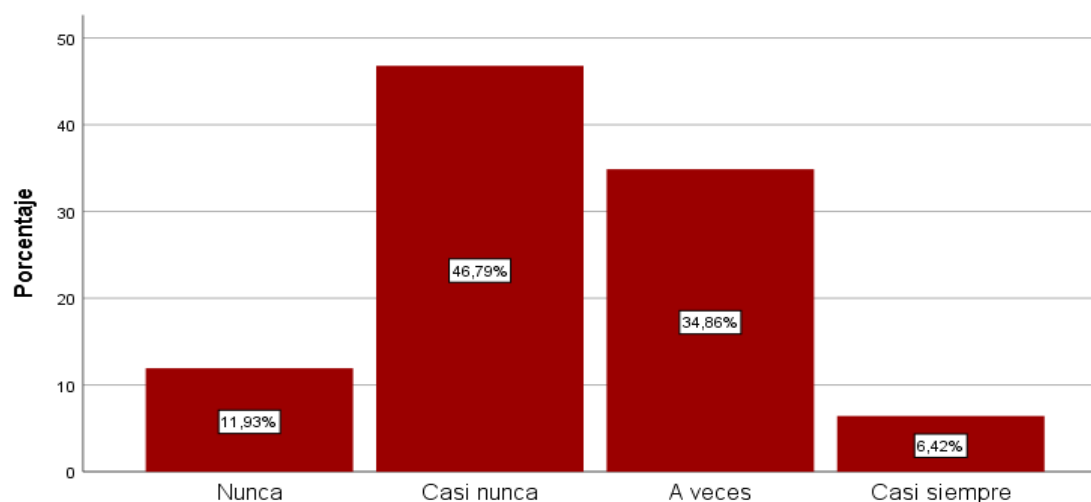
Interpretación: en la figura se observa que 44.9% refieren que casi nunca cumplen con las normas tributarias; seguido de a veces 32.1%; nunca 14.6% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Tabla 4*Los servicios públicos satisfacen sus necesidades*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11,9	11,9	11,9
	Casi nunca	51	46,8	46,8	58,7
	A veces	38	34,9	34,9	93,6
	Casi siempre	7	6,4	6,4	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación; se observa que 51 personas que hacen un 46.8% refieren que casi nunca los servicios públicos que el Estado brinda (educación, seguridad, salud, etc.) satisfacen plenamente sus necesidades; seguido de a veces 34.9%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 6.4%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 3*Los servicios públicos satisfacen sus necesidades*

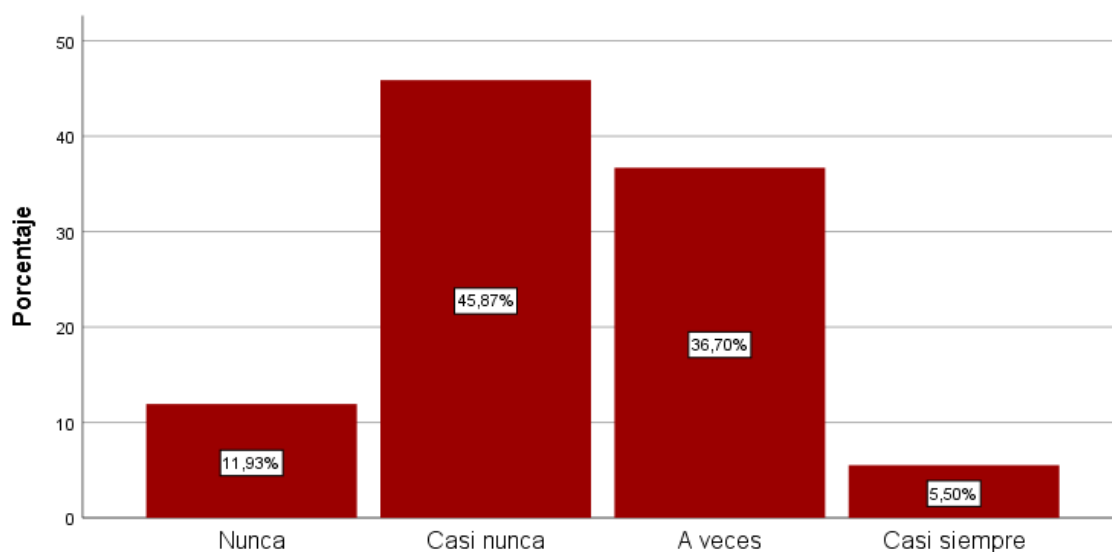
Interpretación: en la figura se observa que 46.8% refieren que casi nunca los servicios públicos satisfacen sus necesidades; seguido de a veces 34.9%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 6.4%.

Tabla 5*El desconocimiento tributario promueve su incumplimiento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11,9	11,9	11,9
	Casi nunca	50	45,9	45,9	57,8
	A veces	40	36,7	36,7	94,5
	Casi siempre	6	5,5	5,5	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 50 personas que hacen un 45.9% refieren que casi nunca el desconocer los tributos causa incumplimiento; seguido de a veces 36.7%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 4*El desconocimiento tributario promueve su incumplimiento*

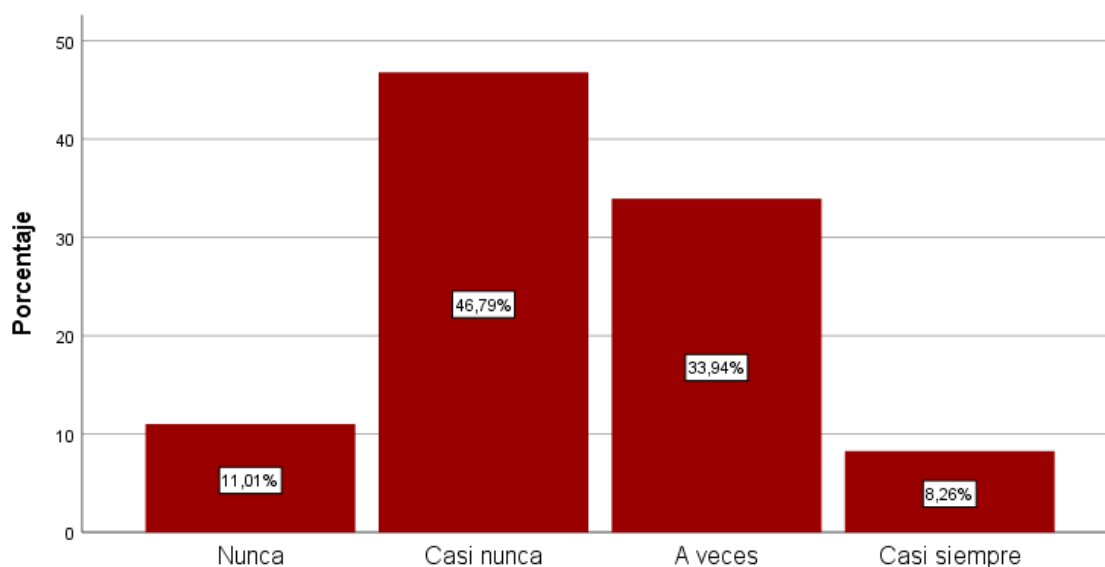
Interpretación: en la figura se observa que 45.9% refieren que casi nunca el desconocimientos causa incumplimiento; seguido de a veces 36.7%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Tabla 6*Las sanciones motivan a pagar los tributos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	11,0	11,0	11,0
	Casi nunca	51	46,8	46,8	57,8
	A veces	37	33,9	33,9	91,7
	Casi siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 51 personas que hacen un 46.8% refieren que casi nunca las sanciones motiva a pagar los tributos; seguido de a veces 33.9%; nunca 11.1% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 5*Las sanciones motivan a pagar los tributos*

Interpretación: en la figura se observa que 46.8% refieren que casi nunca Las sanciones motivan a pagar los tributos; seguido de a veces 33.9%; nunca 11.1% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Tabla 7

Los plazos son flexibles para pagar los tributos

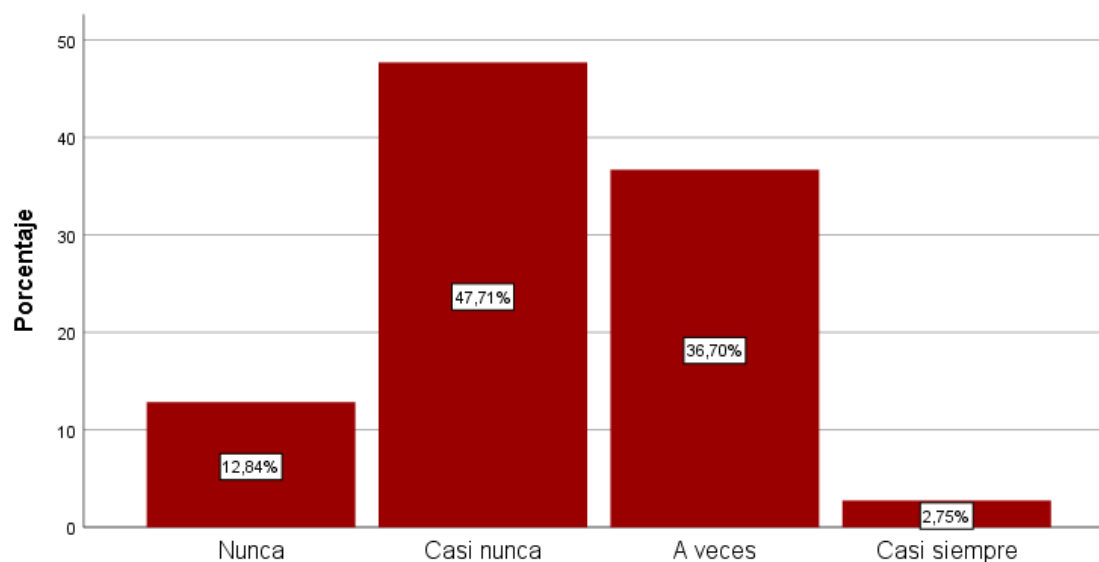
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	12,8	12,8	12,8
	Casi nunca	52	47,7	47,7	60,6
	A veces	40	36,7	36,7	97,2
	Casi siempre	3	2,8	2,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 52 personas que hacen un 47.7% casi nunca los plazos son flexibles para pagar los tributos; seguido de a veces 36.7%; nunca 12.8% y en menor porcentaje casi siempre 2.8%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 6

Los plazos son flexibles para pagar los tributos



Interpretación: en la figura se observa que 47.7% refieren que casi nunca Los plazos son flexibles para pagar los tributos; seguido de a veces 36.7%; nunca 12.8% y en menor porcentaje casi siempre 2.8%.

Tabla 8

Se suscitan incentivos para que faciliten el pago de tributos

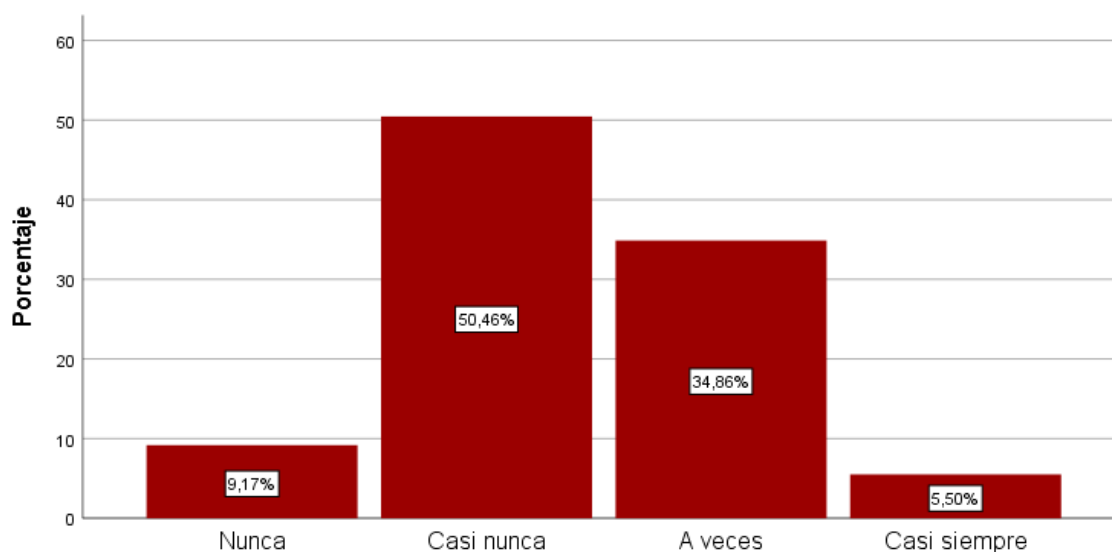
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	9,2	9,2	9,2
	Casi nunca	55	50,5	50,5	59,6
	A veces	38	34,9	34,9	94,5
	Casi siempre	6	5,5	5,5	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 55 personas que hacen un 50.5% refieren que casi nunca Se suscitan incentivos para que faciliten el pago de tributos; seguido de a veces 34.8%; nunca 9.2% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 7

Se suscitan incentivos para que faciliten el pago de tributos



Interpretación: en la figura se observa que 50.5% refieren que casi nunca Se suscitan incentivos para que faciliten el pago de tributos; seguido de a veces 34.8%; nunca 9.2% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Tabla 9

En alguna oportunidad ha recibido cursos de educación cívica tributaria

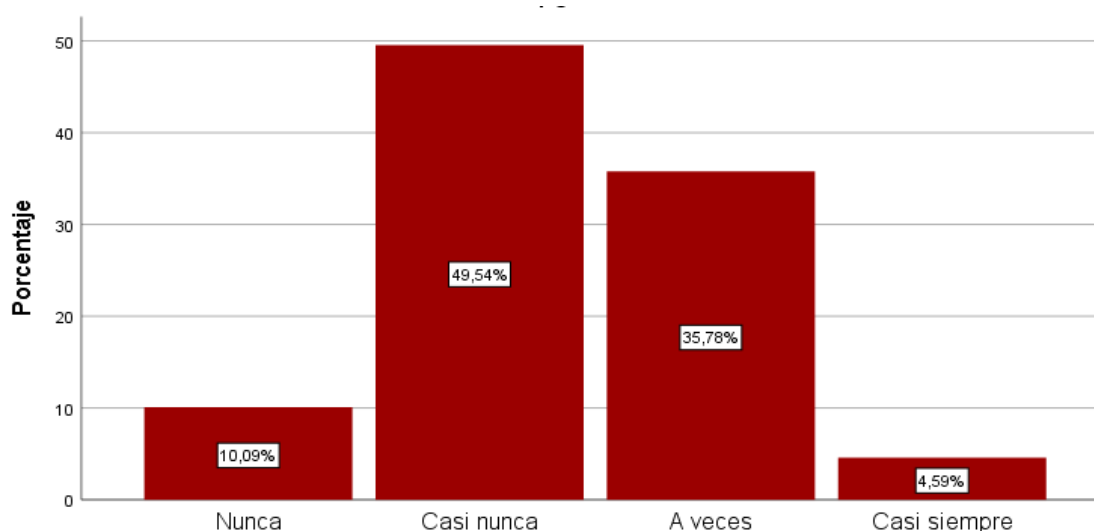
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	10,1	10,1	10,1
	Casi nunca	54	49,5	49,5	59,6
	A veces	39	35,8	35,8	95,4
	Casi siempre	5	4,6	4,6	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa 54 personas que hacen un 49.5% refieren que casi nunca En alguna oportunidad ha recibido cursos de educación cívica tributaria; seguido de a veces 35.8%; nunca 10.1% y en menor porcentaje casi siempre 4.6%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 8

En alguna oportunidad ha recibido cursos de educación cívica tributaria



Interpretación: se observa que 49.5% refieren que casi nunca alguna vez En alguna oportunidad ha recibido cursos de educación cívica tributaria; seguido de a veces 35.8%; nunca 10.1% y en menor porcentaje casi siempre 4.6%.

Tabla 10

La no honradez de los contribuyentes origina incumplimiento en los pagos

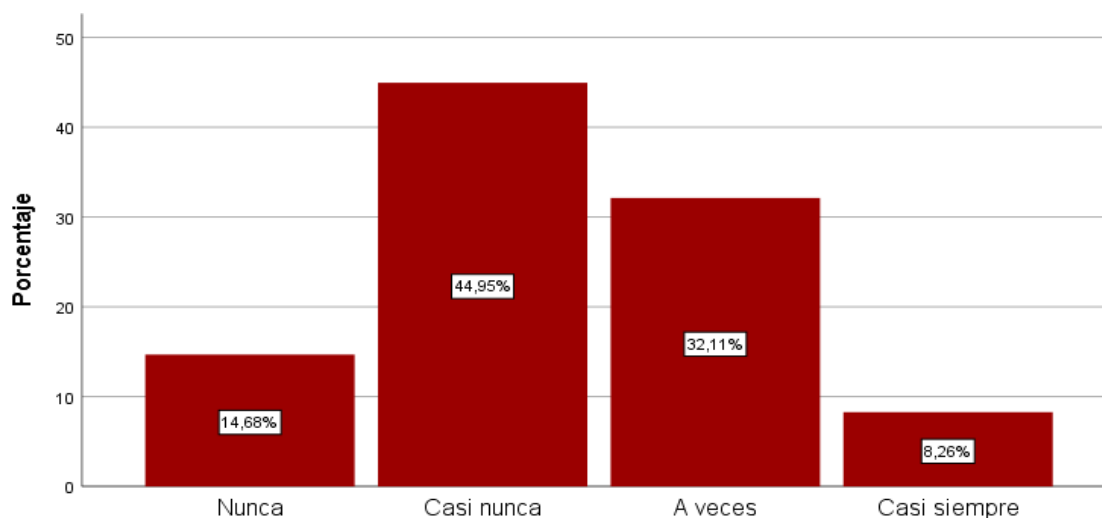
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	14,7	14,7	14,7
	Casi nunca	49	45,0	45,0	59,6
	A veces	35	32,1	32,1	91,7
	Casi siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 49 personas que hacen un 44.9% refieren que casi nunca la no honradez de los contribuyentes origina incumplimiento en los pagos; seguido de a veces 33.1%; nunca 14.7% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 9

La no honradez de los contribuyentes origina incumplimiento en los pagos



Interpretación: se observa que 44.9% refieren que casi nunca La no honradez de los contribuyentes origina incumplimiento en los pagos; seguido de a veces 33.1%; nunca 14.7% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Tabla 11

La didáctica como los juegos origina conocimiento en educación tributaria

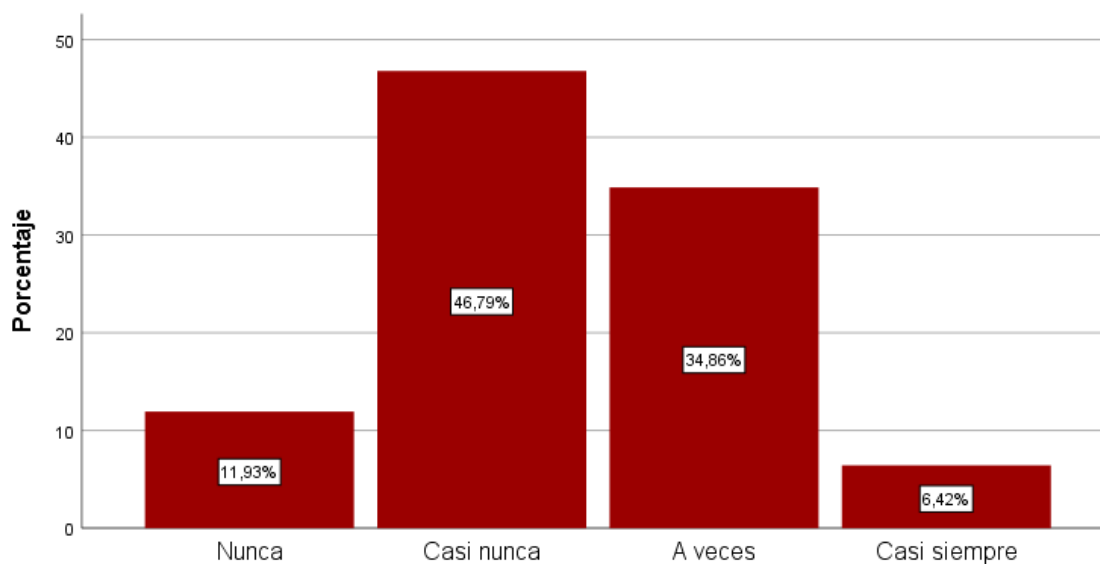
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11,9	11,9	11,9
	Casi nunca	51	46,8	46,8	58,7
	A veces	38	34,9	34,9	93,6
	Casi siempre	7	6,4	6,4	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 51 personas que hacen un 46.8% refieren que casi nunca la didáctica como los juegos origina conocimiento en educación tributaria; seguido de a veces 34.9%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 6.4%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial.

Figura 10

La didáctica como los juegos origina conocimiento en educación tributaria



Interpretación: en la figura el 46.8% refieren que casi nunca la didáctica como los juegos origina conocimiento en educación tributaria; seguido de a veces 34.9%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 6.4%.

Tabla 12

Considera que la educación cívica promueve conciencia para pago de tributos

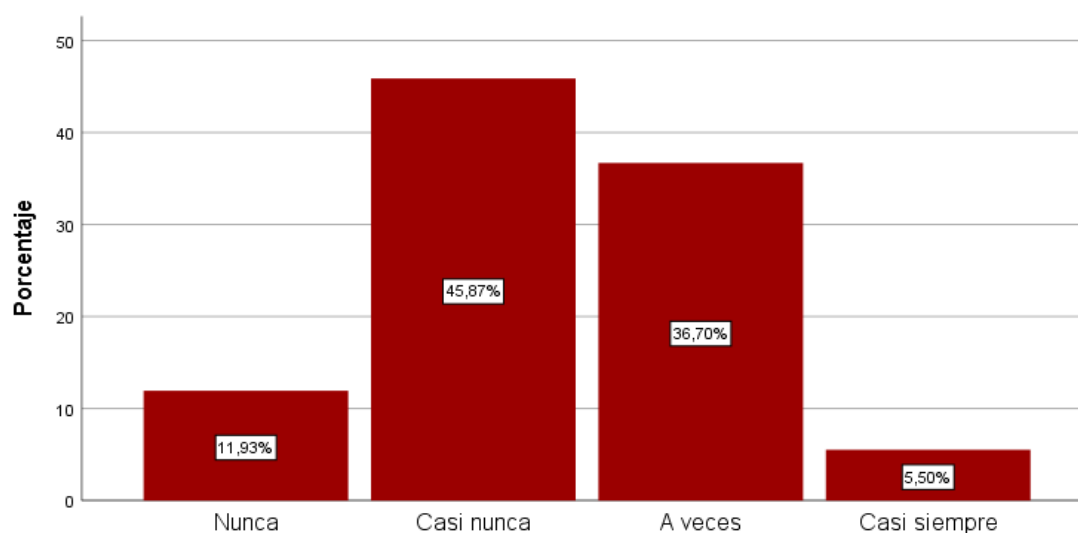
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11,9	11,9	11,9
	Casi nunca	50	45,9	45,9	57,8
	A veces	40	36,7	36,7	94,5
	Casi siempre	6	5,5	5,5	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 50 personas que hacen un 45.9% refieren que casi nunca Considera que la educación cívica promueve conciencia para pago de tributos; seguido de a veces 36.7%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 11

Considera que la educación cívica promueve conciencia para pago de tributos



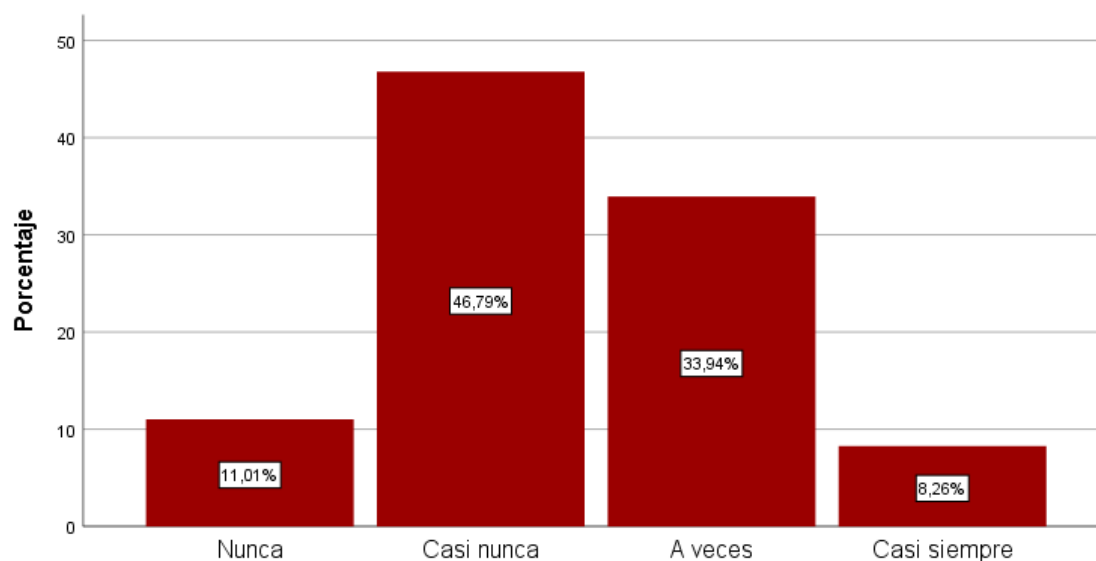
Interpretación: en la figura se observa que 45.9% refieren que casi nunca considera que la educación cívica promueve conciencia para pago de tributos; seguido de a veces 36.7%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Tabla 13*La SUNAT otorga información veraz y oportuna*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	11,0	11,0	11,0
	Casi nunca	51	46,8	46,8	57,8
	A veces	37	33,9	33,9	91,7
	Casi siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 51 personas que hacen un 46.8% refieren que casi nunca la SUNAT otorga información veraz y oportuna; seguido de a veces 33.9%; nunca 11.1% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 12*La SUNAT otorga información veraz y oportuna*

Interpretación: en la figura se observa que 46.8% refieren que casi nunca la SUNAT otorga información veraz y oportuna; seguido de a veces 33.9%; nunca 11.1% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Tabla 14

El Estado utiliza lo recaudado para prestar servicios públicos

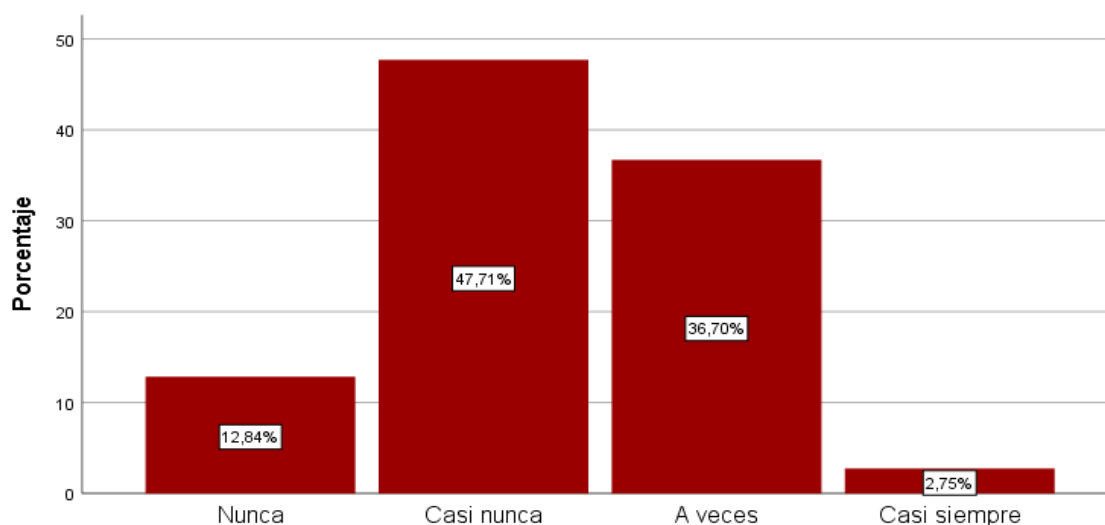
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	12,8	12,8	12,8
	Casi nunca	52	47,7	47,7	60,6
	A veces	40	36,7	36,7	97,2
	Casi siempre	3	2,8	2,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que el mayor porcentaje de los encuestados 52 personas que hacen un 47.7% refieren que casi nunca el Estado utiliza lo recaudado para prestar servicios públicos; seguido de a veces 36.7%; nunca 12.8% y en menor porcentaje casi siempre 2.8%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 13

El Estado utiliza lo recaudado para prestar servicios públicos



Interpretación: en la figura el 47.7% refieren que casi nunca El Estado utiliza lo recaudado para prestar servicios públicos; seguido de a veces 36.7%; nunca 12.8% y en menor porcentaje casi siempre 2.8%.

Tabla 15

El Estado utiliza lo recaudado para ejecutar obras públicas

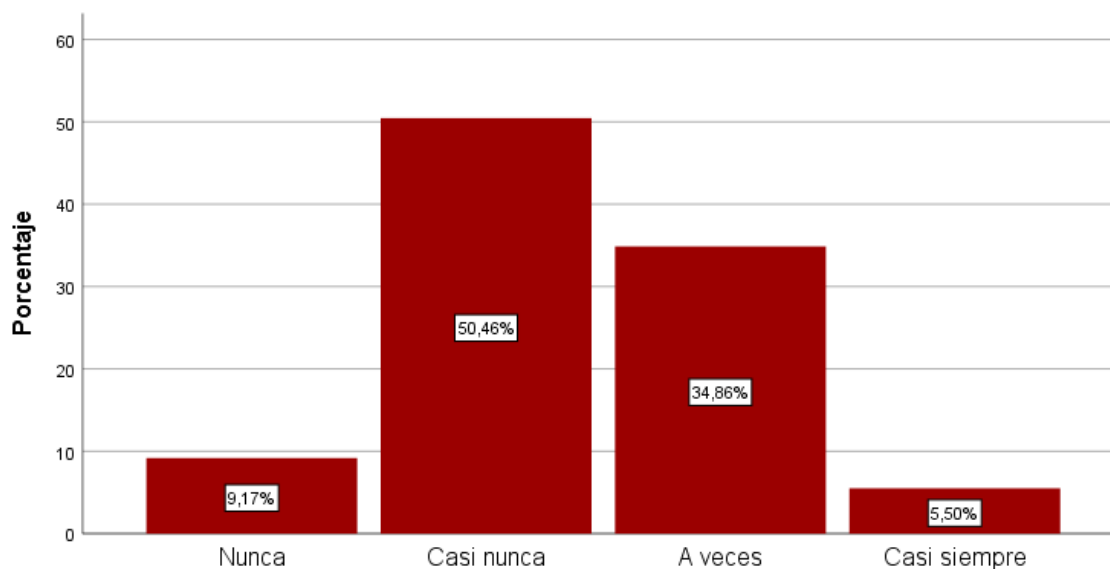
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	9,2	9,2	9,2
	Casi nunca	55	50,5	50,5	59,6
	A veces	38	34,9	34,9	94,5
	Casi siempre	6	5,5	5,5	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: en la tabla el 50.5% refieren que casi nunca el Estado utiliza lo recaudado para ejecutar obras públicas; seguido de a veces 34.8%; nunca 9.2% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 14

El Estado utiliza lo recaudado para ejecutar obras públicas



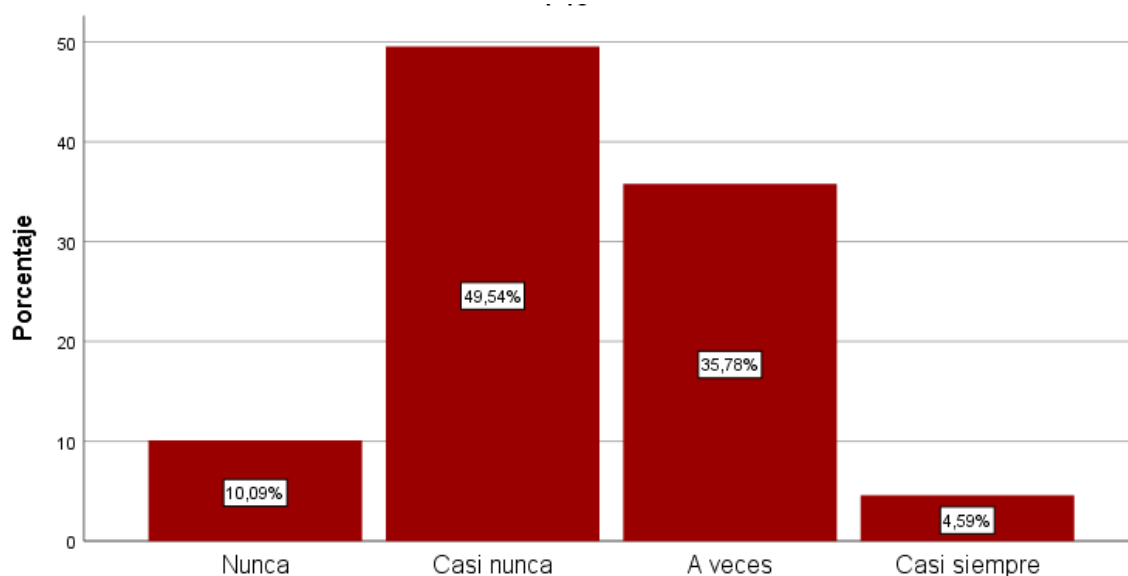
Interpretación: en la figura el 50.5% refieren que casi nunca el Estado utiliza lo recaudado para ejecutar obras públicas; seguido de a veces 34.8%; nunca 9.2% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Tabla 16*Informa el Gobierno lo recaudado en forma sencilla*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	10,1	10,1	10,1
	Casi nunca	54	49,5	49,5	59,6
	A veces	39	35,8	35,8	95,4
	Casi siempre	5	4,6	4,6	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 54 personas que hacen un 49.5% refieren que casi nunca Informa el Gobierno lo recaudado en forma sencilla; seguido de a veces 35.8%; nunca 10.1% y en menor porcentaje casi siempre 4.6%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 15*Informa el Gobierno lo recaudado en forma sencilla*

Interpretación: en la figura el 49.5% refieren que casi nunca Informa el Gobierno lo recaudado en forma sencilla; seguido de a veces 35.8%; nunca 10.1% y en menor porcentaje casi siempre 4.6%.

Tabla 17

Informa el Gobierno el destino de lo recaudado de manera sencilla

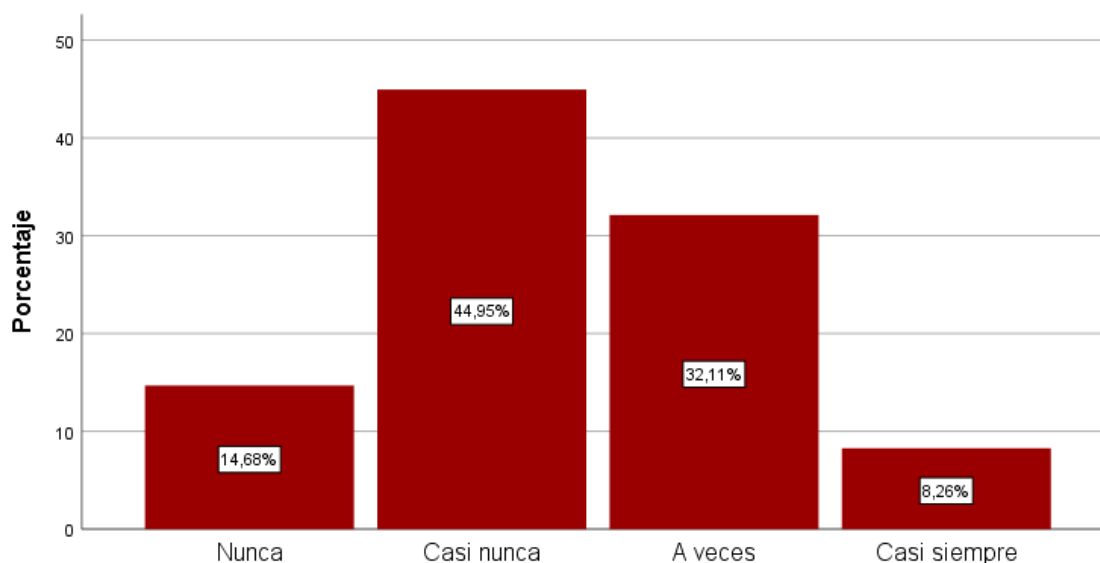
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	14,7	14,7	14,7
	Casi nunca	49	45,0	45,0	59,6
	A veces	35	32,1	32,1	91,7
	Casi siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 49 personas que hacen un 45% refieren que casi nunca informa el Gobierno el destino de lo recaudado de manera sencilla; seguido de a veces 32.1%; nunca 14.7% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 16

Informa el Gobierno el destino de lo recaudado de manera sencilla



Interpretación: en la figura el 44.9% refieren que casi nunca informa el Gobierno el destino de lo recaudado de manera sencilla; seguido de a veces 32.1%; nunca 14.7% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Tabla 18

La SUNAT con lenguaje sencillo informa lo relacionado a tributación

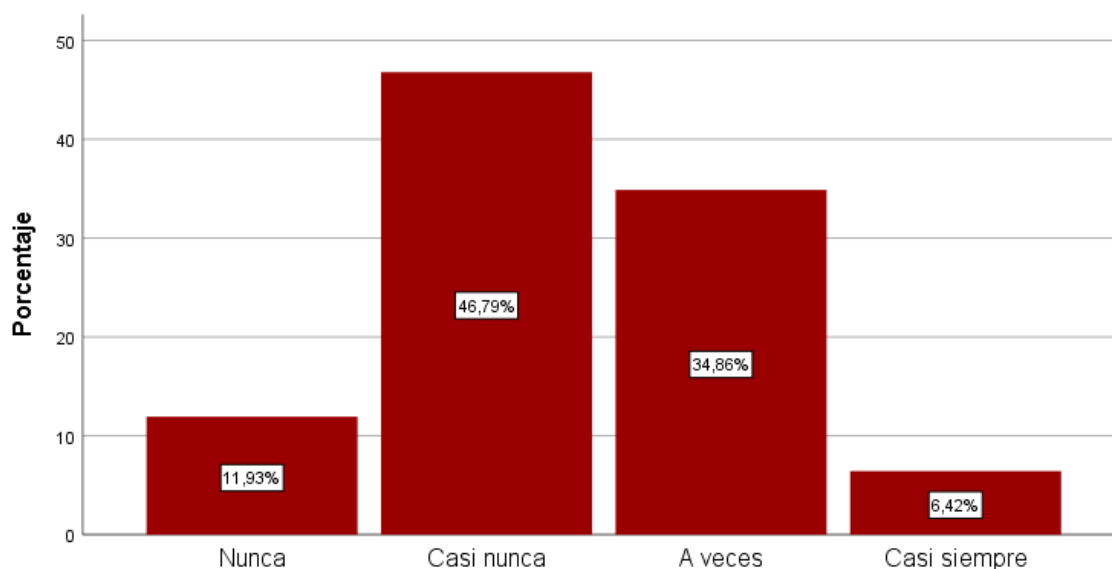
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11,9	11,9	11,9
	Casi nunca	51	46,8	46,8	58,7
	A veces	38	34,9	34,9	93,6
	Casi siempre	7	6,4	6,4	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 51 personas que hacen un 46.8% refieren que casi nunca la SUNAT con lenguaje sencillo informa lo relacionado a tributación; seguido de a veces 34.9%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 6.4%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 17

La SUNAT con lenguaje sencillo informa lo relacionado a tributación



Interpretación: en la figura el 46.8% refieren que casi nunca la SUNAT con lenguaje sencillo informa lo relacionado a tributación; seguido de a veces 34.9%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 6.4%.

Tabla 19

Tiene conocimiento sobre el Régimen Único Simplificado RUS

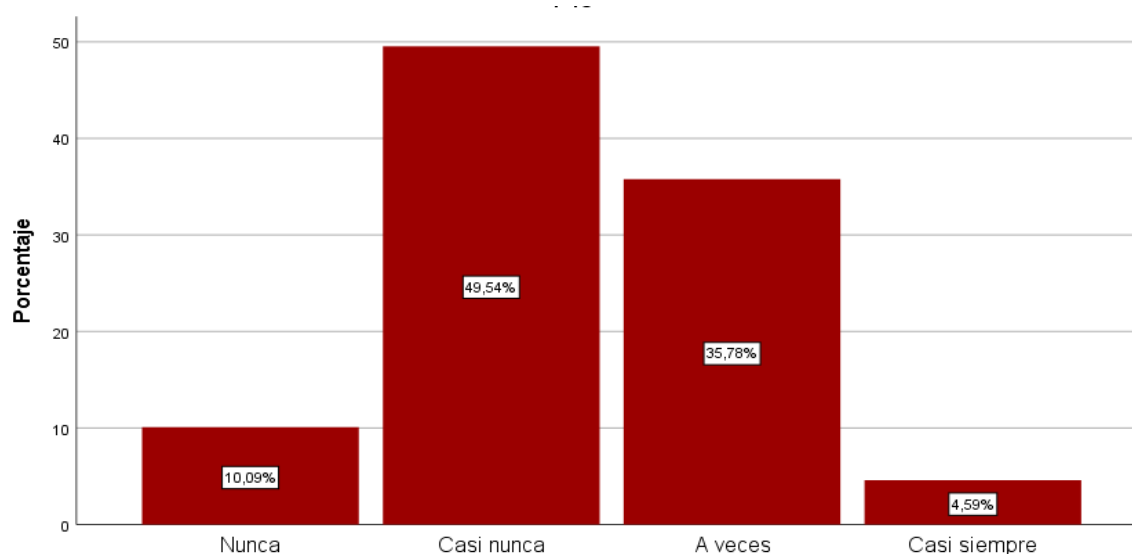
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	10,1	10,1	10,1
	Casi nunca	54	49,5	49,5	59,6
	A veces	39	35,8	35,8	95,4
	Casi siempre	5	4,6	4,6	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 54 personas que hacen un 49.5% refieren que casi nunca la tienen conocimiento sobre el Régimen Único Simplificado RUS; seguido de a veces 35.8%; nunca 10.1% y en menor porcentaje casi siempre 4.6%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 18

Tiene conocimiento sobre el Régimen Único Simplificado RUS



Interpretación: se observa que el 49.54% refieren que casi nunca la tienen conocimiento sobre el Régimen Único Simplificado RUS; seguido de a veces 35.78%; nunca 10.09% y en menor porcentaje casi siempre 4.59%.

Resultados en tablas y figuras de las dimensiones de la Cultura tributaria

Tabla 20

Dimensión conciencia tributaria

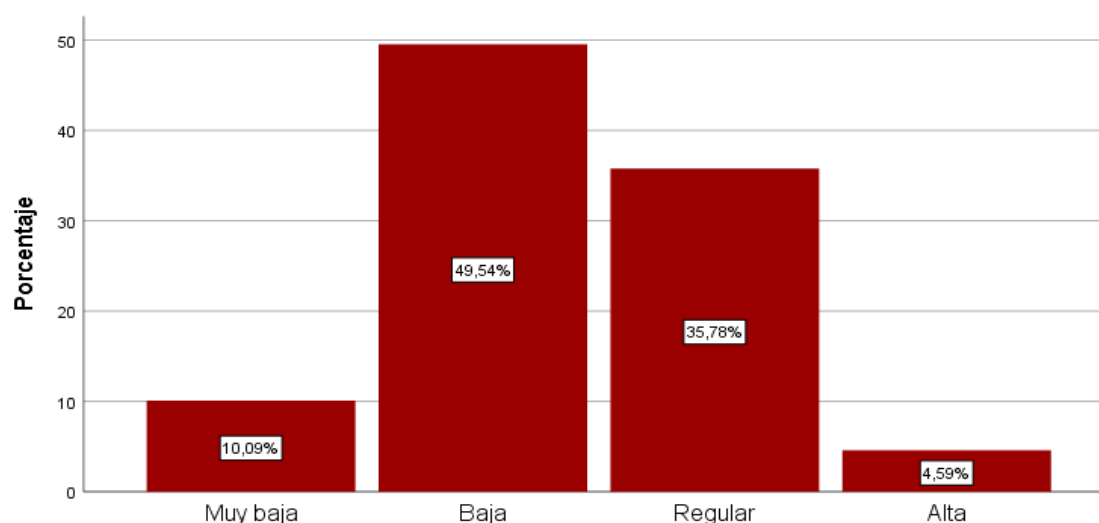
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy baja	11	10,1	10,1	10,1
	Baja	54	49,5	49,5	59,6
	Regular	39	35,8	35,8	95,4
	Alta	5	4,6	4,6	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 54 personas que hacen un 49.5% señalan que es baja su conciencia tributaria; seguida de regular 35.78%; muy baja 10.9% y en menor porcentaje alta con 4.59%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 19

Dimensión conciencia tributaria



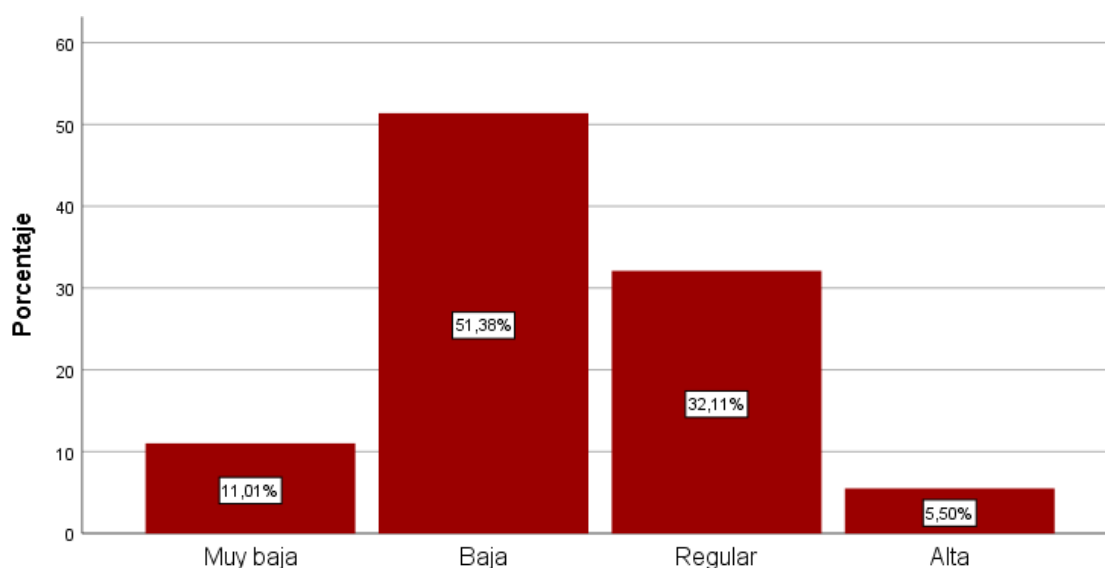
Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 49.54% señalan que es baja su conciencia tributaria; seguida de regular 35.78%; muy baja 10.9% y en menor porcentaje alta con 4.59%.

Tabla 21*Dimensión educación tributaria*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy baja	12	11,0	11,0	11,0
	Baja	56	51,4	51,4	62,4
	Regular	35	32,1	32,1	94,5
	Alta	6	5,5	5,5	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 56 personas que hacen un 51.4% refieren que es baja la educación tributaria que ostentan; seguida de regular 32.1%; muy baja 11.0% y en menor porcentaje alta con 5.5%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 20*Dimensión educación tributaria*

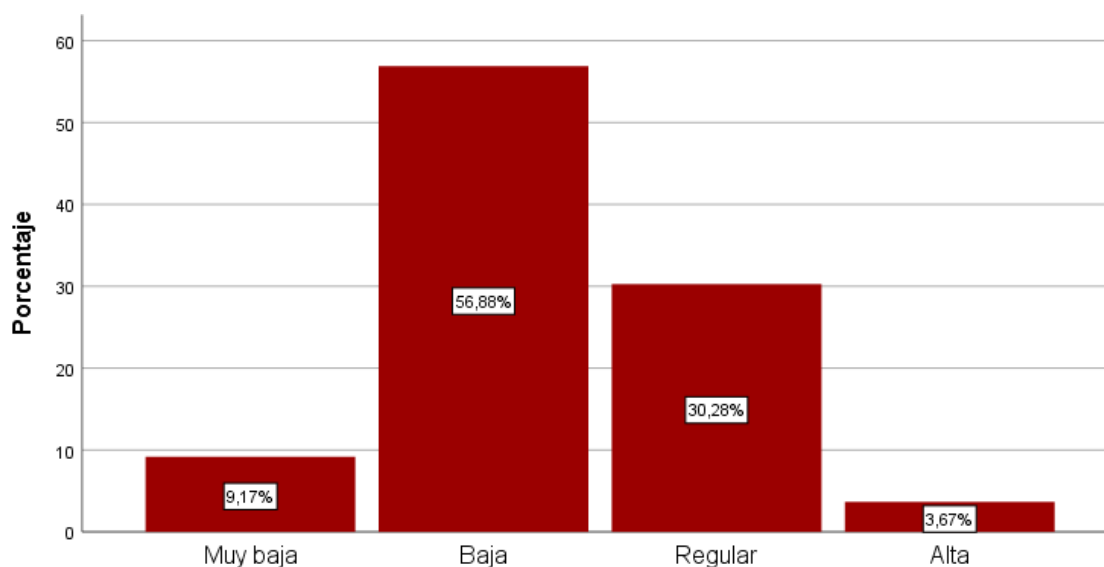
Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 51.38% refieren que es baja la educación tributaria que ostentan; seguida de regular 32.11%; muy baja 11.01% y en menor porcentaje alta con 5.50%.

Tabla 22*Dimensión difusión y orientación tributaria*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy baja	10	9,2	9,2	9,2
	Baja	62	56,9	56,9	66,1
	Regular	33	30,3	30,3	96,3
	Alta	4	3,7	3,7	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 62 personas que hacen un 56.9% manifiestan que es baja la difusión y orientación tributaria que reciben; seguida de regular 30.3%; muy baja 9.2% y en menor porcentaje alta con 3.7%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 21*Dimensión difusión y orientación tributaria*

Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 56.88% manifiestan que es baja la difusión y orientación tributaria que reciben; seguida de regular 30.28%; muy baja 9.17% y en menor porcentaje alta con 3.67%.

Resultados en tablas y figuras de las interrogantes de la variable Obligaciones Tributarias

Tabla 23

Cumplió con inscribirse en el RUC previo a comercializar sus productos

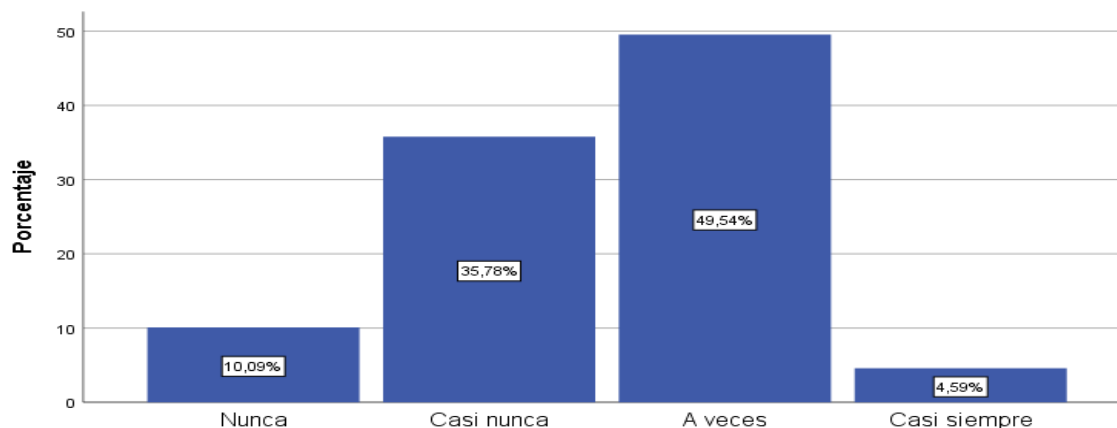
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	10,1	10,1	10,1
	Casi nunca	39	35,8	35,8	45,9
	A veces	54	49,5	49,5	95,4
	Casi siempre	5	4,6	4,6	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 54 personas que hacen un 49.5% refieren que a veces cumplió con inscribirse en el RUC previo a comercializar sus productos; seguido de casi nunca 35.8%; nunca 10.1% y en menor porcentaje casi siempre 4.6%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 22

Cumplió con inscribirse en el RUC previo a comercializar sus productos



Interpretación: en la figura el 49.5% refieren que a veces cumplió con inscribirse en el RUC previo a comercializar sus productos; seguido de casi nunca 35.8%; nunca 10.1% y en menor porcentaje casi siempre 4.6%.

Tabla 24

Se informó que régimen tributario le corresponde

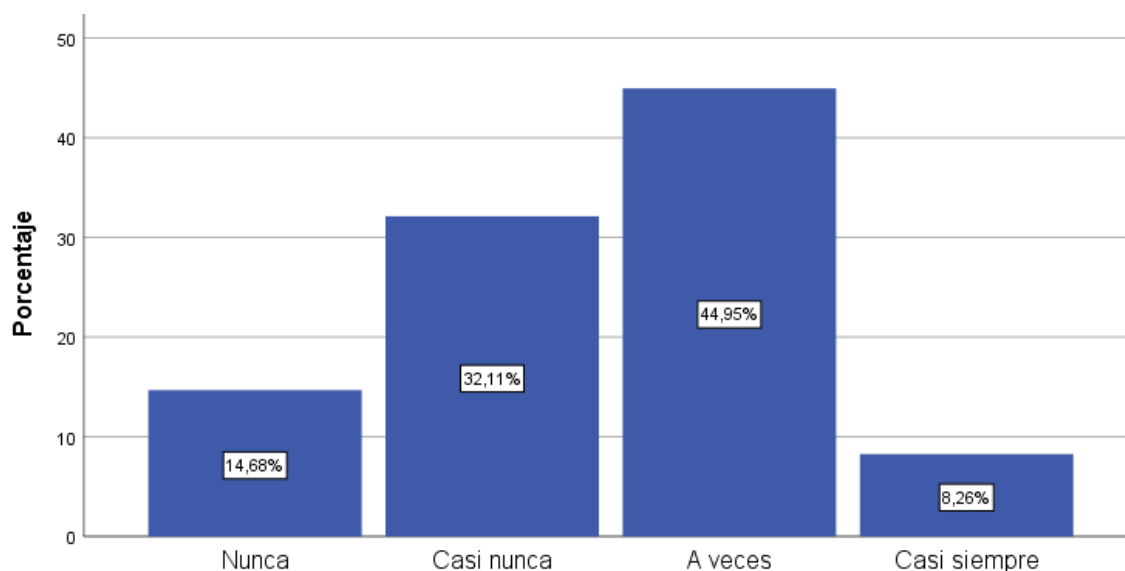
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	14,7	14,7	14,7
	Casi nunca	35	32,1	32,1	46,8
	A veces	49	45,0	45,0	91,7
	Casi siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 49 personas que hacen un 4% refieren que a veces Se informó que régimen tributario le corresponde; seguido de casi nunca 32.1%; nunca 14.7% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 23

Se informó que régimen tributario le corresponde



Interpretación: en la figura el 44.6% refieren que a veces se informó que régimen tributario le corresponde; seguido de casi nunca 32.1%; nunca 14.7% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Tabla 25

Tiene conocimiento del régimen tributario de los negocios

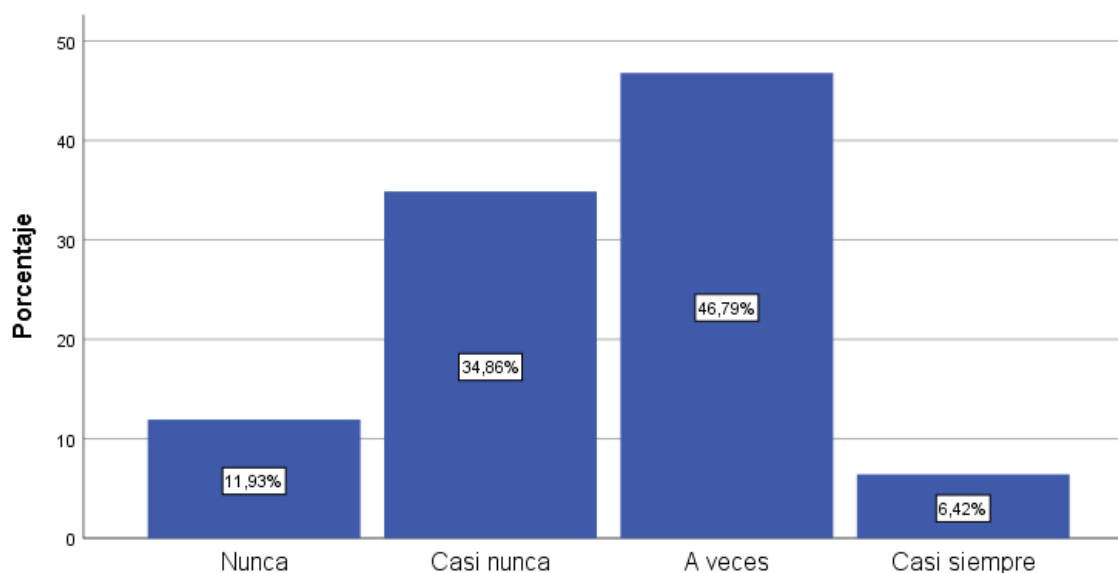
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11,9	11,9	11,9
	Casi nunca	38	34,9	34,9	46,8
	A veces	51	46,8	46,8	93,6
	Casi siempre	7	6,4	6,4	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que el 46.8% refieren que a veces tiene conocimiento del régimen tributario de los negocios; seguido de casi nunca 34.9%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 6.4%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 24

Tiene conocimiento del régimen tributario de los negocios



Interpretación: en la figura el 46.8% refieren que a veces Tiene conocimiento del régimen tributario de los negocios; seguido de casi nunca 34.9%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 6.4%.

Tabla 26

Conoce el cronograma de pagos mensuales

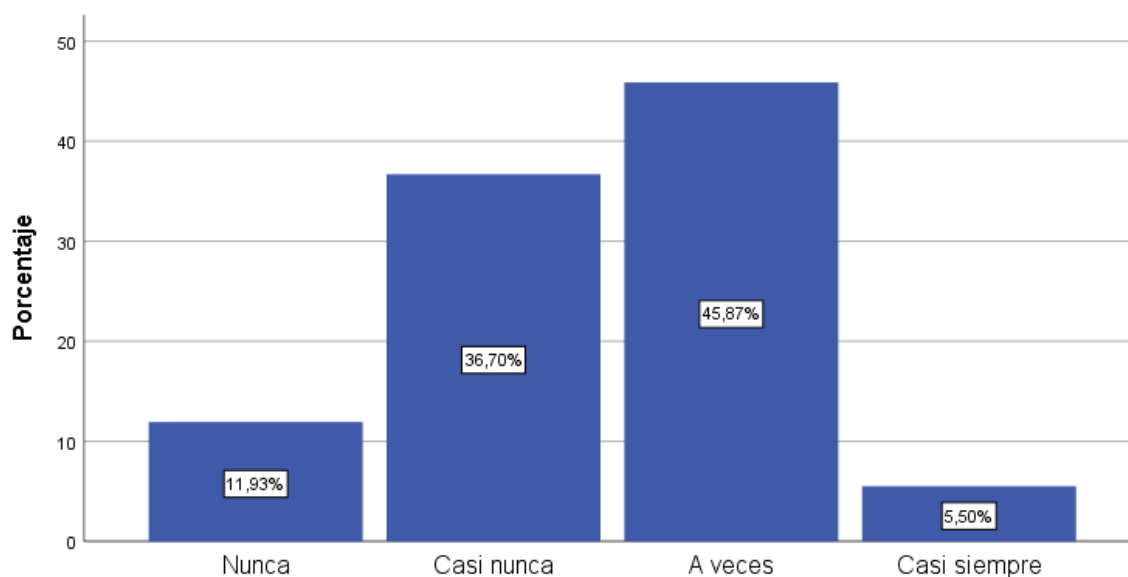
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	11,9	11,9	11,9
	Casi nunca	40	36,7	36,7	48,6
	A veces	50	45,9	45,9	94,5
	Casi siempre	6	5,5	5,5	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 50 personas que hacen un 45.9% refieren que a veces Conoce el cronograma de pagos mensuales; seguido de casi nunca 36.7%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 25

Conoce el cronograma de pagos mensuales



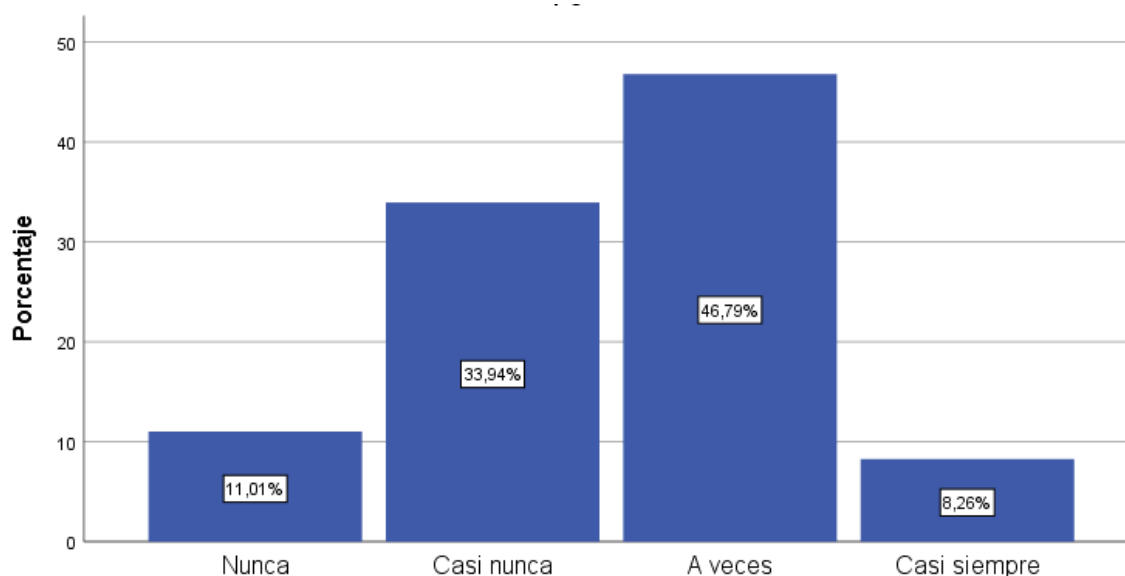
Interpretación: en la figura el 45.9% refieren que a veces Conoce el cronograma de pagos mensuales; seguido de casi nunca 36.7%; nunca 11.9% y en menor porcentaje casi siempre 5.5%.

Tabla 27*Ha presentado multas al realizar el pago fuera de plazo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	11,0	11,0	11,0
	Casi nunca	37	33,9	33,9	45,0
	A veces	51	46,8	46,8	91,7
	Casi siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 51 personas que hacen un 46.8% refieren que a veces ha presentado multas al realizar el pago fuera de plazo; seguido de casi nunca 33.9%; nunca 11% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 26*Ha presentado multas al realizar el pago fuera de plazo*

Interpretación: en la figura el 46.8% refieren que a veces ha presentado multas al realizar el pago fuera de plazo; seguido de casi nunca 33.9%; nunca 11% y en menor porcentaje casi siempre 8.3%.

Tabla 28

La SUNAT le solicitó información relacionado a su negocio

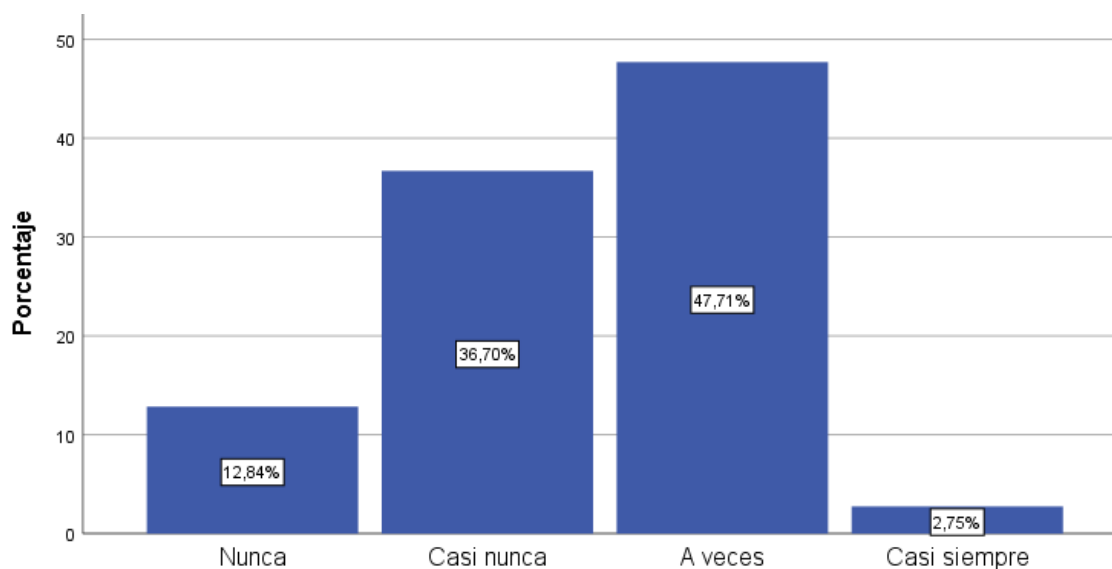
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	12,8	12,8	12,8
	Casi nunca	40	36,7	36,7	49,5
	A veces	52	47,7	47,7	97,2
	Casi siempre	3	2,8	2,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 52 personas que hacen un 47.7% refieren que a veces La SUNAT le solicitó información relacionado a su negocio; seguido de casi nunca 36.7%; nunca 12.8% y en menor porcentaje casi siempre 2.8%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 27

La SUNAT le solicitó información relacionado a su negocio



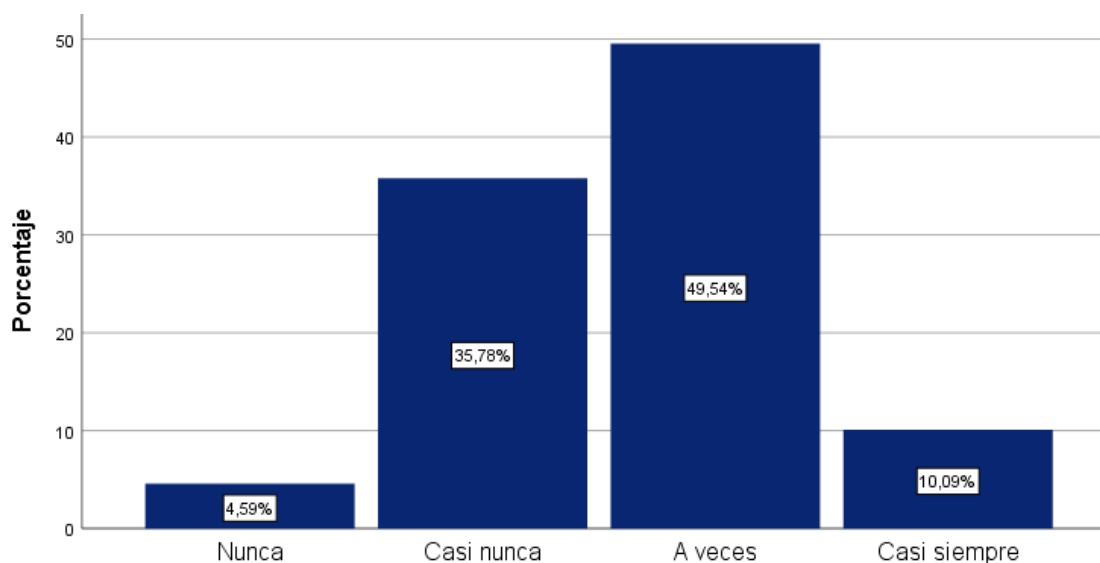
Interpretación: en la figura el 47.7% refieren que a veces La SUNAT le solicitó información relacionado a su negocio; seguido de casi nunca 36.7%; nunca 12.8% y en menor porcentaje casi siempre 2.8%.

Tabla 29*De acuerdo al régimen que pertenece paga sus impuestos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	4,6	4,6	4,6
	Casi nunca	39	35,8	35,8	40,4
	A veces	54	49,5	49,5	89,9
	Casi siempre	11	10,1	10,1	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 54 personas que hacen un 49.5% refieren que a veces De acuerdo al régimen que pertenece paga sus impuestos; seguido de casi nunca 35.8%; casi siempre 10.1% y en menor porcentaje nunca 4.6%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 28*De acuerdo al régimen que pertenece paga sus impuestos*

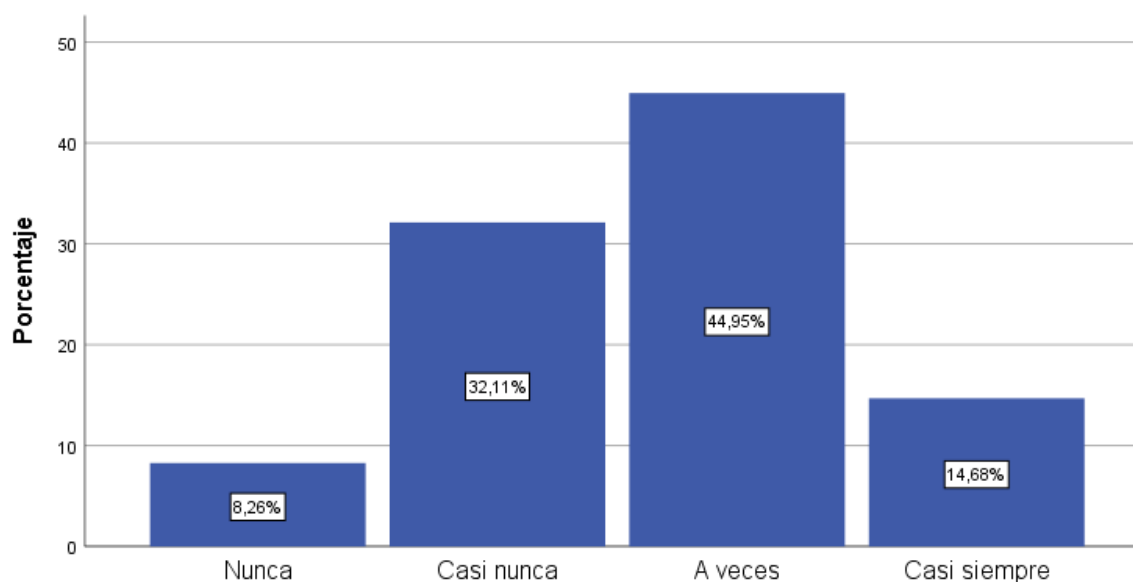
Interpretación: en la figura el 49.5% refieren que a veces de acuerdo al régimen que pertenece paga sus impuestos; seguido de casi nunca 35.8%; casi siempre 10.1% y en menor porcentaje nunca 4.6%.

Tabla 30*Paga sus tributos en el plazo establecido*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	35	32,1	32,1	40,4
	A veces	49	45,0	45,0	85,3
	Casi siempre	16	14,7	14,7	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que el 45% refieren que a veces paga sus tributos en el plazo establecido; seguido de casi nunca 32.1%; casi siempre 14.7% y en menor porcentaje nunca 8.3%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 29*Paga sus tributos en el plazo establecido*

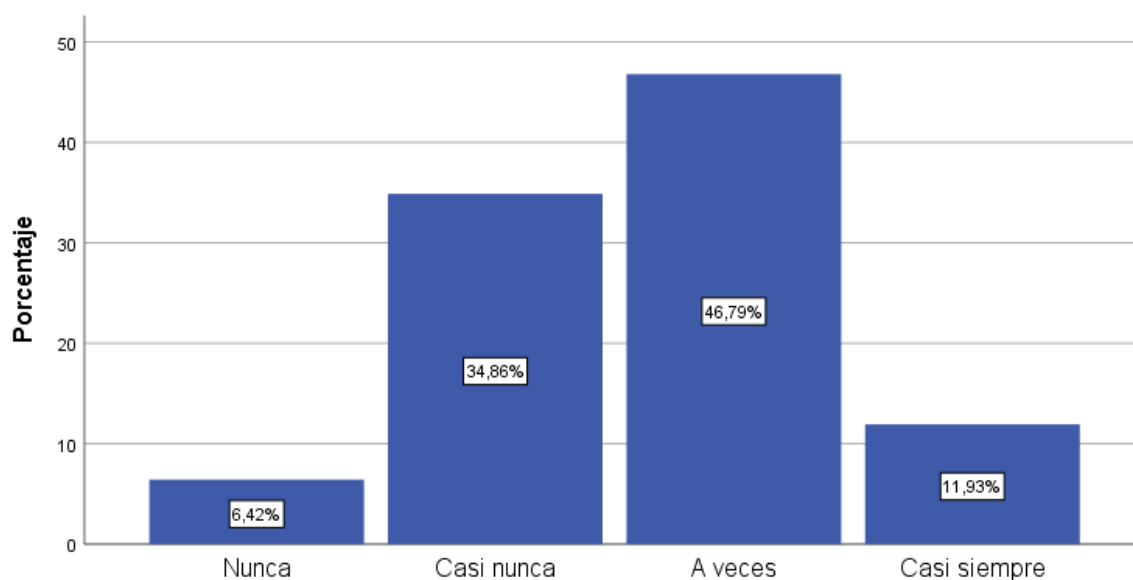
Interpretación: se observa que el 44.9% refieren que a veces paga sus tributos en el plazo establecido; seguido de casi nunca 32.1%; casi siempre 14.7% y en menor porcentaje nunca 8.3%.

Tabla 31*Se conoce y difunde el fin de los tributos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	6,4	6,4	6,4
	Casi nunca	38	34,9	34,9	41,3
	A veces	51	46,8	46,8	88,1
	Casi siempre	13	11,9	11,9	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 51 personas que hacen un 46.8% refieren que a veces se conoce y difunde el fin de los tributos; seguido de casi nunca 34.9%; casi siempre 11.9% y en menor porcentaje nunca 6.4%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 30*Se conoce y difunde el fin de los tributos*

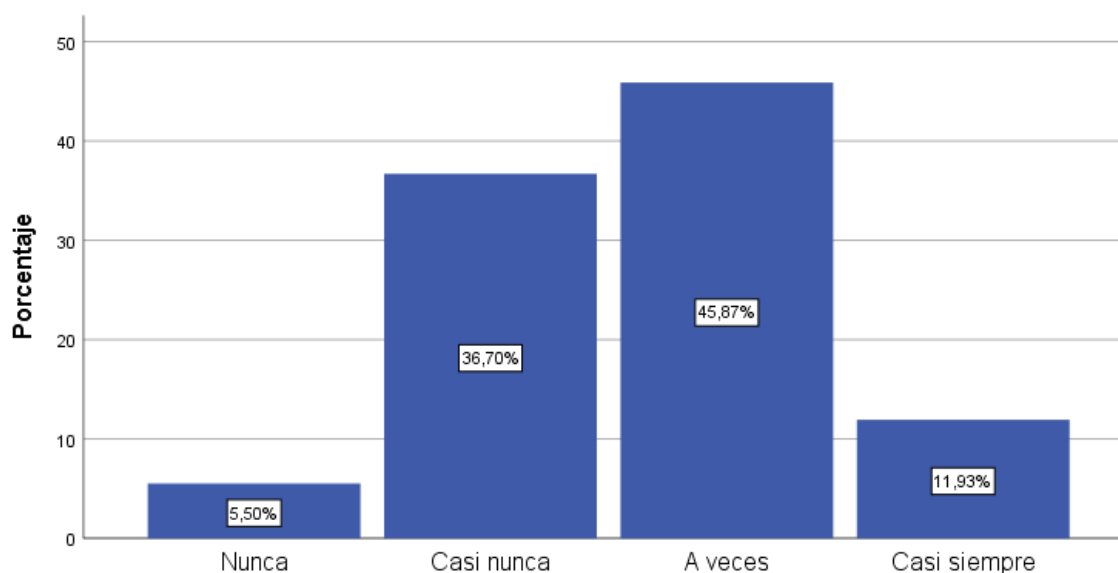
Interpretación: en la figura el 46.8% refieren que a veces se conoce y difunde el fin de los tributos; seguido de casi nunca 34.9%; casi siempre 11.9% y en menor porcentaje nunca 6.4%.

Tabla 32*Se conoce y difunde lo importante del pago de tributos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	5,5	5,5	5,5
	Casi nunca	40	36,7	36,7	42,2
	A veces	50	45,9	45,9	88,1
	Casi siempre	13	11,9	11,9	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 50 personas que hacen un 45.9% refieren que a veces se conoce y difunde lo importante del pago de tributos; seguido de casi nunca 36.7%; casi siempre 11.9% y en menor porcentaje nunca 5.5%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 31*Se conoce y difunde lo importante del pago de tributos*

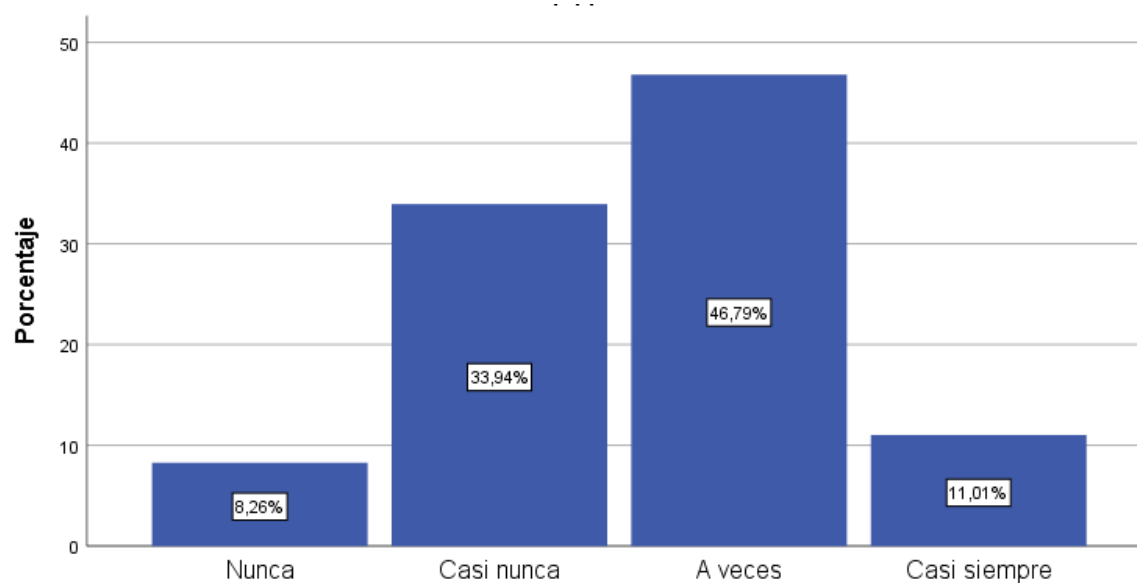
Interpretación: en la figura se observa que el 45.9% refieren que a veces se conoce y difunde lo importante del pago de tributos; seguido de casi nunca 36.7%; casi siempre 11.9% y en menor porcentaje nunca 5.5%.

Tabla 33*Se conoce y difunde las sanciones por no pagar tributos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	37	33,9	33,9	42,2
	A veces	51	46,8	46,8	89,0
	Casi siempre	12	11,0	11,0	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que el 46.8% refieren que a veces se conoce y difunde las sanciones por no pagar tributos; seguido de casi nunca 33.9%; casi siempre 11% y en menor porcentaje nunca 8.3%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 32*Se conoce y difunde las sanciones por no pagar tributos*

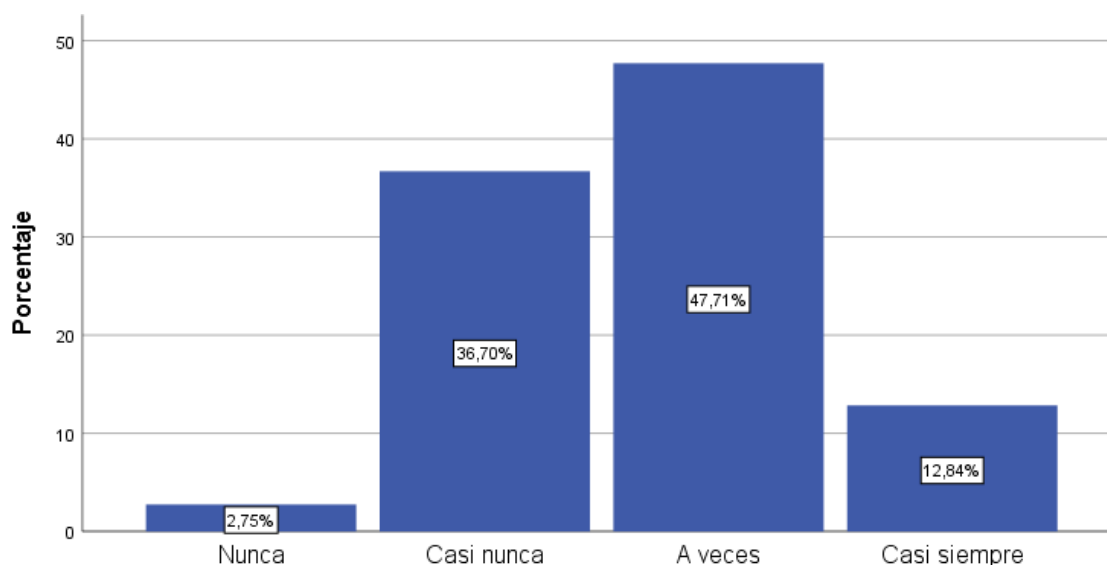
Interpretación: en la figura el 46.8% refieren que a veces se conoce y difunde las sanciones por no pagar tributos; seguido de casi nunca 33.9%; casi siempre 11% y en menor porcentaje nunca 8.3%.

Tabla 34*Se fomenta y voluntariamente paga sus tributos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	2,8	2,8	2,8
	Casi nunca	40	36,7	36,7	39,4
	A veces	52	47,7	47,7	87,2
	Casi siempre	14	12,8	12,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 52 personas que hacen un 47.7% refieren que a veces se fomenta y voluntariamente paga sus tributos; seguido de casi nunca 36.7%; casi siempre 12.8% y en menor porcentaje nunca 2.8%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 33*Se fomenta y voluntariamente paga sus tributos*

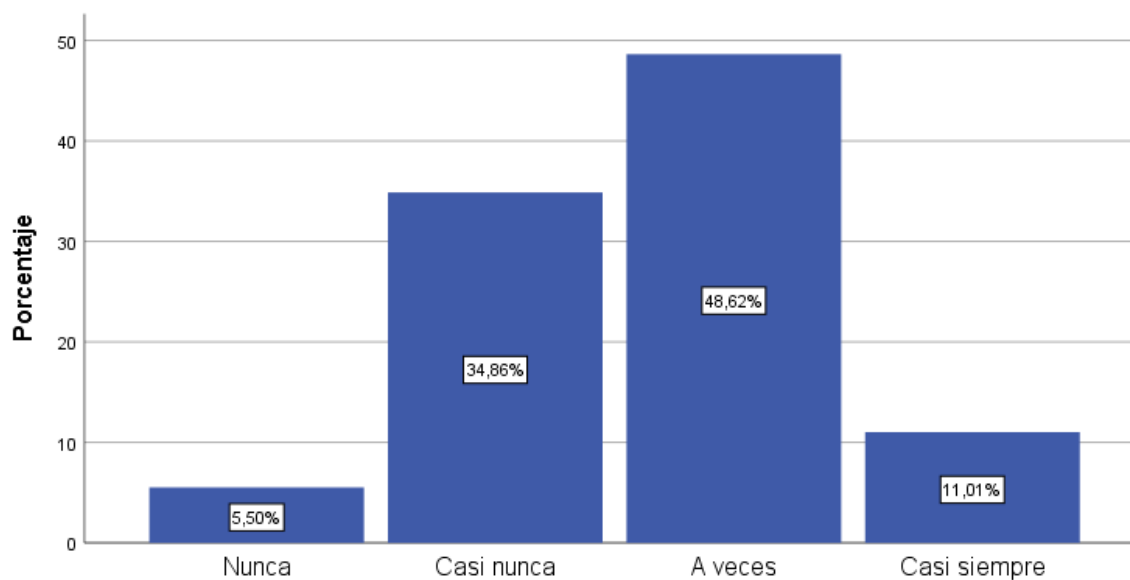
Interpretación: en la figura el 47.7% refieren que a veces se fomenta y voluntariamente paga sus tributos; seguido de casi nunca 36.7%; casi siempre 12.8% y en menor porcentaje nunca 2.8%.

Tabla 35*Se le han ejecutado percepciones o retenciones*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	5,5	5,5	5,5
	Casi nunca	38	34,9	34,9	40,4
	A veces	53	48,6	48,6	89,0
	Casi siempre	12	11,0	11,0	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se observa que 53 personas que hacen un 48.6% refieren que a veces se le han ejecutado percepciones o retenciones; seguido de casi nunca 34.9%; casi siempre 11% y en menor porcentaje nunca 5.5%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 34*Se le han ejecutado percepciones o retenciones*

Interpretación: en la figura el 48.6% refieren que a veces se le han ejecutado percepciones o retenciones; seguido de casi nunca 34.9%; casi siempre 11% y en menor porcentaje nunca 5.5%.

Resultados en tablas y figuras de las dimensiones de las Obligaciones tributarias

Tabla 36

Dimensión obligaciones tributarias formales

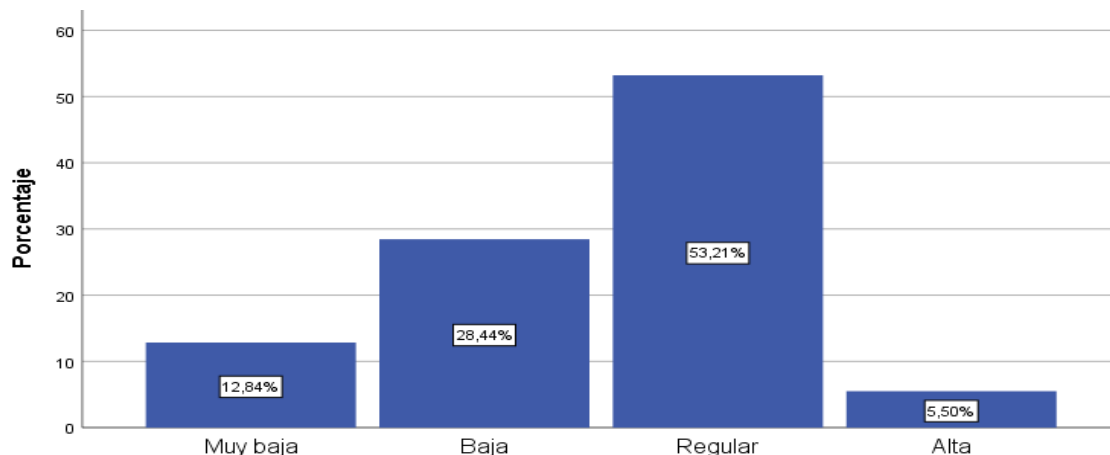
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy baja	14	12,8	12,8	12,8
	Baja	31	28,4	28,4	41,3
	Regular	58	53,2	53,2	94,5
	Alta	6	5,5	5,5	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 58 personas que hacen un 53.2% afirman que es regular el nivel de sus obligaciones formales; seguida de baja 28.4%; muy baja 12.8% y en menor porcentaje alta con 5.5%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 35

Dimensión obligaciones tributarias formales



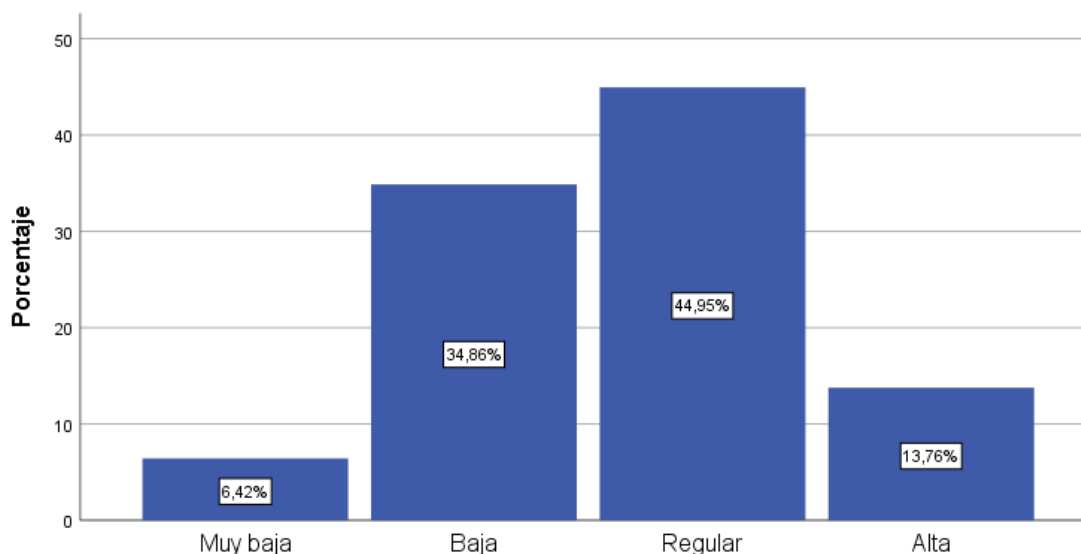
Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 53.21% afirman que es regular el nivel de sus obligaciones formales; seguida de baja 28.44%; muy baja 12.84% y en menor porcentaje alta con 5.50%.

Tabla 37*Dimensión obligación tributaria sustancial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy baja	7	6,4	6,4	6,4
	Baja	38	34,9	34,9	41,3
	Regular	49	45,0	45,0	86,2
	Alta	15	13,8	13,8	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 49 personas que hacen un 45% mencionan que es regular el nivel de su obligación tributaria sustancial; seguida de baja 34.9%; muy baja 6.4% y en menor porcentaje alta con 13.8%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 36*Dimensión obligación tributaria sustancial*

Interpretación: al realizar el análisis en conjunto de interrogantes correspondientes a la dimensión; se observa que el mayor número de comerciantes 44.95% mencionan que es regular el nivel de su obligación tributaria sustancial; seguida de baja 34.86%; muy baja 6.42% y en menor porcentaje alta con 13.76%.

Objetivos de la investigación

Objetivo específico 1: identificar el nivel de cultura tributaria de los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022

Tabla 38

Nivel de cultura tributaria

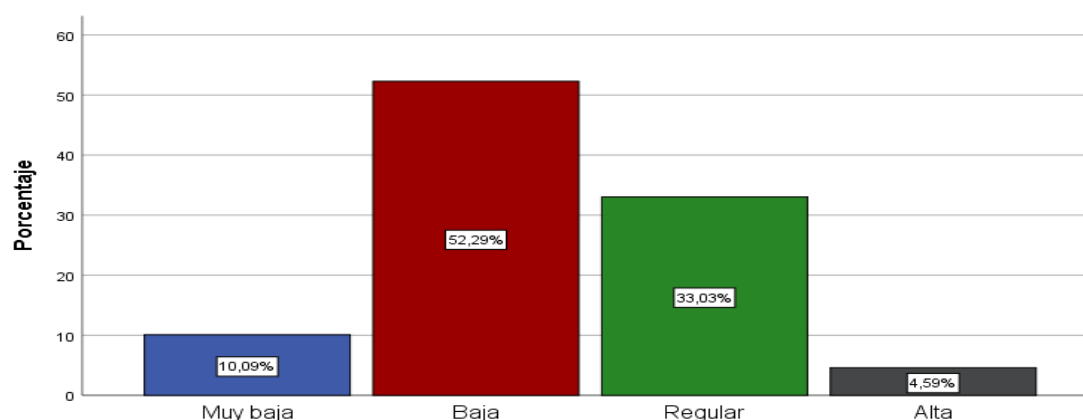
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy baja	11	10,1	10,1	10,1
	Baja	57	52,3	52,3	62,4
	Regular	36	33,0	33,0	95,4
	Alta	5	4,6	4,6	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se desarrolló el análisis en conjunto de las interrogantes y dimensiones; observándose que el mayor número de propietarios de un rubro comercial 57 personas que hacen un 52.3% muestran un nivel bajo de cultura tributaria; seguida de regular 33%; muy baja 10.1% y en menor porcentaje alta con 4.6%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 37

Nivel de cultura tributaria



Interpretación: se desarrolló el análisis en conjunto de las interrogantes y dimensiones de la variable; observándose que el mayor número de propietarios de un rubro comercial 52.29% muestran un nivel bajo de cultura tributaria; seguida de regular 33.03%; muy baja 10.09% y en menor porcentaje alta con 4.59%.

Objetivo específico 2: identificar el nivel de cumplimiento de la obligación tributaria de los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022;

Tabla 39

Nivel de obligaciones tributarias

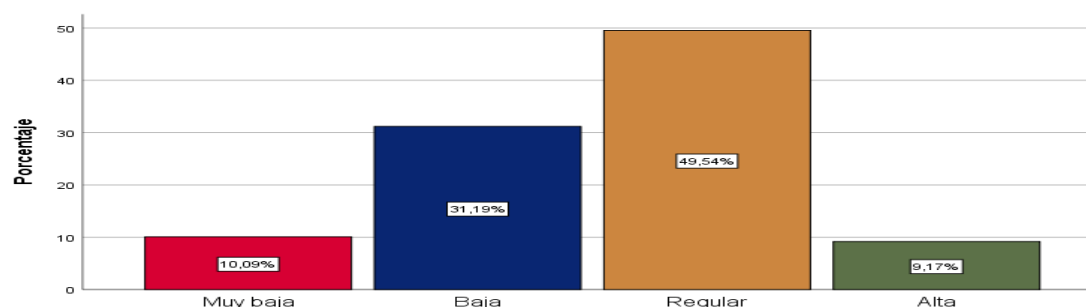
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy baja	11	10,1	10,1	10,1
	Baja	34	31,2	31,2	41,3
	Regular	54	49,5	49,5	90,8
	Alta	10	9,2	9,2	100,0
	Total	109	100,0	100,0	

Interpretación: se desarrolló el análisis en conjunto de las interrogantes y dimensiones de la variable; observándose que el mayor número de propietarios de un rubro comercial 54 personas que hacen un 49.5% presentan un nivel regular en sus obligaciones tributarias; seguida de baja 31.2%; muy baja 10.1% y en menor porcentaje alta con 9.2%.

Fuente: propietarios de un rubro comercial

Figura 38

Nivel de obligaciones tributarias



Interpretación: se desarrolló el análisis en conjunto de las interrogantes y dimensiones de la variable; observándose que el mayor número de propietarios de un rubro comercial 49.54% presentan un nivel regular en sus obligaciones tributarias; seguida de baja 31.19%; muy baja 10.09% y en menor porcentaje alta con 9.17%.

Objetivo específico 3: identificar la correlación entre las dimensiones de la cultura tributaria con la obligación tributaria de los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022.

Tabla 40

Correlación conciencia tributaria y obligaciones tributarias

			Conciencia tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Conciencia tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,814**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	109	109
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	,814**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	109	109

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

Nota. Al asociar a la dimensión conciencia tributaria con las obligaciones tributarias, se obtuvo entre estas una correlación positiva considerable de 0,814; así también, se visualizó un nivel de significancia bilateral de 0.000, siendo este menor al margen de error que fue 0.05; resultado que conlleva a postular que la dimensión conciencia tributaria se relaciona con la variable obligaciones tributarias en los propietarios de un rubro comercial.

Tabla 41*Correlación educación tributaria y obligaciones tributarias*

			Educación tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Educación tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,802**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	109	109
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	,802**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	109	109

**.

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

Nota. Mediante el coeficiente de correlación de Spearman al asociar a la dimensión educación tributaria con las obligaciones tributarias, se obtuvo entre estas una correlación positiva considerable de 0,802; así también, se visualizó un nivel de significancia bilateral de 0.000, siendo este menor al margen de error que fue 0.05; resultado que conlleva a declarar que la dimensión educación tributaria se relaciona con la variable obligaciones tributarias en los propietarios de un rubro comercial.

Tabla 42*Correlación difusión y orientación tributaria y obligaciones tributarias*

			Difusión y orientación tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Difusión orientación tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,763**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	109	109
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	,763**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	109	109

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

Nota. Mediante el coeficiente de correlación de Spearman al asociar a la dimensión con la variable, se obtuvo entre estas una correlación positiva considerable de 0,763; así también, se visualizó un nivel de significancia bilateral de 0.000, siendo este menor al margen de error que fue 0.05; resultado que conlleva a afirmar que la dimensión difusión y orientación tributaria se relaciona con la variable obligaciones tributarias en los propietarios de un rubro comercial.

Objetivo general: determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de Jaén en el 2022.

Tabla 43

Relación entre cultura tributaria y obligaciones tributarias

			Cultura tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Cultura tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,797**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	109	109
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	,797**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	109	109

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

Contrastación de hipótesis:

Hipótesis alterna: existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022.

Hipótesis nula: no existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022.

Se observó en la tabla 14 una fuerza de correlación positiva considerable (0,797) entre las dimensiones; asimismo, se visualizó un nivel de Significancia Bilateral 0.000, el cual presenta menor cifra que el margen de error 0.05; datos que permitió argumentar y aceptar la hipótesis alterna, determinando que existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022.

Discusión

El presente acápite se realizó se realizó triangulando los resultados obtenidos con antecedentes previos y la teoría existente de las variables. Respecto al primer objetivo específico, para profundizar se desarrolló en base a las dimensiones que contempla la variable, lo cual permite brindar un mayor aporte al ser escasas las investigaciones bajo esta descripción. La primera dimensión es relacionada a la conciencia tributaria, siendo está considerada con un nivel bajo (49.5%) de acuerdo a la información proporcionada por los encuestados; esta situación se ocasionó al no cumplirse con las normas tributarias como se evidencia en Ruiz y Ubillus (2021), al incumplir los individuos con tributar y baja conciencia como lo encontrado por Ponce et al. (2018); igualmente, tienen desconocimiento de los incentivos, plazos para su cancelación y las capacitaciones son escasas como lo hallado por Arcila y Chacón (2020). El resultado de la dimensión difiere en el nivel por ser regular en la investigación de León y Ortiz (2021) y alto en los trabajos de Nicasio y Neira (2021) así como de Velásquez (2020). Lo descrito permite afirmar lo aportado por Castillo y Castillo (2016), al señalar que todos los individuos que generen ingresos deben tomar consciencia que es una obligación aportar para satisfacer las necesidades de la población.

En cuanto a la dimensión educación cívica tributaria su nivel fue bajo (51.4%), situación generada al no recibir en los lugares en el que se educaron temas y cursos relacionados a tributación; siendo así, tienen la creencia que la dimensión descrita si se promocionara adecuadamente motivaría a que los individuos paguen sus tributos, ya que se consideran honrados, además que si se visualizaran de forma tangible los beneficios no incumplirían con el pago. El resultado comparte lo descrito por Arcila y Chacón (2020), al proponer que los cursos promueven a futuro actitudes favorables en los individuos; de igual manera con Ponce et al. (2018) y Martínez (2020) al mostrar que el desconocer el tributar es en parte a la nula política del Estado en cuanto a la educación; asimismo, comparte el trabajo de Velásquez (2020), al referir los comerciantes que no han sido adiestrados para cumplir con el pago de sus tributos. Lo descrito corrobora lo aportado por Bravo (2011), quien señala que la educación sobre

tributación tiene como propósito la transmisión de valores, ideas y actitudes para promover ciudadanos responsables.

En relación con la dimensión difusión y orientación tributaria, esta al igual que los anteriores niveles bajo (56.88%), responsabilizando los comerciantes a la SUNAT por su pasivo actuar en su promoción y cobertura, no brindando adecuada y oportuna información a través de un lenguaje claro que les permita entender de manera sencilla todo lo concerniente al aspecto tributario y el beneficio que les traería a ellos y a la comunidad. Agregando a lo anterior, tienen desconocimiento si las entidades de los diferentes niveles del gobierno están utilizando lo recaudado a los administrados en la puesta en marcha de diversos bienes y servicios que la reclama la población para su beneficio mutuo, desconociendo a su vez el monto que se recauda en un periodo determinado. El resultado de la dimensión contempla y se empareja con las investigaciones de Martínez (2020) así como de Ruiz y Ubillus (2021), al encontrar estos investigadores lo sustancial e importante que las entidades del estado tengan adecuado uso de los recursos e informe en virtud de la transparencia lo recaudado, estas acciones permitirán incentivar a las personas al pago de tributos. Lo descrito corrobora lo plasmado por Montano (2021) y Solórzano (2017), al manifestar se debe brindar información por parte del estado, teniendo estos datos la facilidad de acceder y ser visualizados por las personas para su conocimiento.

Se logró el primer objetivo específico a través del análisis general realizado a la variable, logrando identificar un nivel bajo de cultura tributaria de acuerdo a las respuestas de los comerciantes encuestados del Mercado 28 de Julio (52.3%); el nivel obtenido presentó similitud con los resultados de las investigaciones desarrolladas por Ordoñez y Chapoñán (2020), Ponce et al. (2018), Arcila y Chacón (2020), Martínez (2020) así como Ruiz y Ubillus (2021); sin embargo, se muestran diferencias con los trabajos de León y Ortiz (2021) por ser regular; y con los investigadores Nicasio y Neira (2021) por mostrar un nivel alto. Lo descrito permitió corroborar lo planteado por el autor Montano (2021), quien sostiene lo sustancial de promover una cultura tributaria enérgica, teniendo como propósito que los individuos entiendan su importancia y lo

que se realiza mediante la recaudación de impuestos; por lo tanto, el estado a través de sus funcionarios cumple un rol significativo. Así también, comparte lo descrito por autores como Fernández et al. (2020), Mendoza et al. (2016), Newman, et al. (2018), Wang (2019), Horodnit (2018) además de Eugster y Parchet (2019), al mostrar que los individuos en una buena parte incumplen con el pago de tributos al desconocer lo relacionado a tributación.

En cuanto al segundo objetivo específico de la investigación, identificar el nivel de cumplimiento de la obligación tributaria de los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022; igualmente, esta variable se discutió en base a sus 2 dimensiones; la primera fue obligaciones tributarias formales, la cual según las respuestas de los comerciantes presentó un nivel regular (53.2%), esta apreciación deriva de que de forma regular presentan conocimiento sobre los cronogramas de pago a cumplir; así también de los regímenes tributarios; hechos que propician en ocasiones las multas; sin embargo, han cumplido antes de iniciar sus negocios con su inscripción en el RUC; asimismo, un hecho adecuado es que cuando la SUNAT requiere de alguna información de los comerciantes, estos la conceden. El arribo de los resultados es similar a Velásquez (2020), Ponce et al. (2018), y Martínez (2020), al señalar que los contribuyentes no reciben adiestramiento y capacitación por el estado, vicisitudes que incrementan el incumplimiento de las personas. En cuanto al nivel se asemeja a los trabajos de León y Ortiz (2021), así también con Nicasio y Neira (2021) al mostrarse regular nivel de la dimensión. Lo descrito afirma lo expuesto por los autores Cruz y Damián (2018), al poner de manifiesto que la entidad responsable de la tributación tiene el compromiso de instruir y comunicar los deberes del contribuyente, orientándolos con el fin de cumplir con sus tributos.

La segunda dimensión obligaciones tributarias sustanciales presentó también un nivel regular (45%), correspondiente a que los contribuyentes desconocen la importancia y en que se utilizan los tributos; asimismo, sostienen que no se promociona o difunde el pago de tributos y las sanciones por su incumplimiento, situación que promovería la escasa recaudación; en esa línea, pagan sus impuestos ocasionalmente dentro del

tiempo y de acuerdo al régimen tributario. Las investigaciones que presentan similares resultados son la de Arcila y Chacón (2020) así también de Martínez (2020), al mostrarse que la comunicación es escasa, lo cual promueve situaciones desfavorables como el no pagar los tributos por los contribuyentes; igualmente con Ponce et al. (2018), quienes entre sus hallazgos evidencian que el estado no promueve políticas educativas ni orientación en el tema. En cuanto al nivel que fue regular, la dimensión coincide con los trabajos de León y Ortiz (2021), así como con Nicasio y Neira (2021), situación que crea inestabilidad en la económica del gobierno.

Al analizar las dimensiones para lograr el segundo objetivo específico, se logró identificar de acuerdo a las respuestas que el nivel de las obligaciones tributarias que presentan fue regular (49.5%); cifra discrepante con las investigaciones de Ordoñez y Chapoñan (2020), al presentar un nivel bajo; así como con Nicasio y Neira (2021), por ser alto; por lo contrario, si presentan similar nivel con los trabajos de los investigadores Velásquez (2020), y León y Ortiz (2021); situación que promovería alta expectativa de cambio hacia un mayor cumplimiento de pago. Los hechos descritos de la variable logró afirmar lo expuesto por asiduos investigadores del tema como Ebrahimiyan et al. (2018), Yamen, et al. (2018), y Oats & Tuck (2019); quienes señalan que si un gobierno tras sus regulaciones y responsabilidad del uso de los recursos, promoverán disminución en la evasión de impuestos; en esa línea, se comparte lo aportado por Cárdenas (2020), al poner de manifiesto que a pesar que se han realizado grandes esfuerzos para que la evasión tributaria disminuya, estos no han hecho efecto positivo, siendo el principal responsable de esta situación las percepciones que tienen los contribuyentes de la corrupción enquistada en todos los niveles del gobierno, lo cual influye e incentiva a que se incumpla irresponsablemente el pago de los impuestos.

Con respecto a la resolución del tercer objetivo específico, se correlacionó las dimensiones de la primera variable cultura tributaria con las obligaciones tributarias de los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio. Los resultados mediante el coeficiente de correlación de Spearman por no presentar normalidad los datos, evidencian que entre la dimensión conciencia tributaria y obligaciones tributarias existe una fuerza positiva considerable de 0.814; asimismo, con la dimensión

educación tributaria y obligaciones tributarias la asociación fue positiva y considerable con 0.802; por último, entre la dimensión difusión y orientación tributaria con las obligaciones tributarias se relacionan también de forma positiva y considerable 0.763; igualmente se observó que el nivel de significancia bilateral en las correlaciones descritas muestran un nivel de 0.000, lo cual afirma que entre las dimensiones y las obligaciones tributarias existe relación; siendo lo descrito un aporte sustancial al tema al no encontrarse estas asociaciones.

Adicionalmente se desarrolló la contrastación de hipótesis, mostrando un nivel de correlación positiva considerable de 0.797, además la significancia bilateral obtenida presentó una cifra de 0.000, lo cual determina que existe relación positiva y muy significativa entre las variables cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial. Lo descrito presenta similares resultados con las investigaciones desarrolladas por investigadores como Martínez (2020); Ruiz y Ubillus (2021); León y Ortiz (2021); Nicasio y Neira (2021); Velásquez (2020); y Ordoñez y Chapoñán (2020); al mostrar que las variables presentan relación entre sí. Lo acontecido ratifica lo descrito por exponentes del tema como Cabrera, et al. (2020), Mendoza et al. (2016), Aliaga (2020) y Quispe et al. (2020), quienes aportan que evadir tributos e impuestos tiene considerable dependencia de la cultura tributaria que muestren los comerciantes; lo que demostraría claramente que al ser carente sería una sustancial causa del alto incumplimiento del pago de tributos.

V. CONCLUSIONES

1. En el objetivo general se asociaron las variables; para su logro se desarrolló la prueba de hipótesis, encontrándose mediante el Coeficiente de Correlación de Spearman un nivel de correlación positiva considerable de 0.797, además la significancia bilateral obtenida presentó una cifra de 0.000, lo cual determinó que existe relación positiva y muy significativa entre las variables cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022; esta asociación es derivada por los distintos elementos que muestran la clara influencia que presentan para que de forma voluntaria y espontánea los comerciantes cumplan con sus obligaciones, favoreciendo de esta manera a la sociedad por medio de sus aportes.

2. En cuanto al primer objetivo específico, se logró identificar que la cultura tributaria mostrada por los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio es baja; este nivel es producto de la legislatura compleja para el sector, la cual según ellos no es entendible, generándoles temor de realizar mayores pagos; también la pérdida de fe en el gobierno tras la coyuntura que se vive; la falta de claridad en el sistema de impuestos, el gasto asociado al cumplimiento de deberes fiscales, ya que por desconocimiento buscan profesionales para esta actividad lo cual les genera un costo adicional; la escasa enseñanza desde temprana edad en los colegios, la capacitación de las instituciones y el desconocimiento de los comerciantes sobre el régimen en el cual se encuentran inmersos como es el RUS.

3. En el segundo objetivo específico, se logró identificar que las obligaciones tributarias que presentan los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio fue regular; el nivel es consecuencia de que muchos de los comerciantes prefieren pagar los alquileres de los locales antes que sus impuestos, otro motivo son los informales que se encuentran en los alrededores, que al no pagar alquileres e impuestos tienen precios rebajados; aspecto que también señalan es el incremento de los precios de la

canasta familiar; el uso inadecuado de los recursos por parte de los gobernantes; la corrupción; y como otros comerciantes no pagan, ellos siguen ese mal ejemplo. Esta situación es preocupante, pues se ha observado que los comerciantes que se encuentran en el RUS están inmersos en la Categoría 1 y 2 que pagan mensualmente 20 y 50 soles, montos que es factible de ser cancelado, pero que sin embargo por lo descrito no lo realizan. Así también, se pudo conceptualizar a la variable que los individuos tras un intercambio comercial y las utilidades generadas tienen la obligación y deber de aportar al estado por medio de los tributos que les corresponde, caso contrario debería recibir sanciones por la SUNAT.

4. Con respecto al tercer objetivo específico, se evidenció el impacto o la influencia que tienen las dimensiones de la cultura tributaria sobre la variable obligaciones tributarias; los resultados muestran que entre la dimensión conciencia tributaria y obligaciones tributarias existe una fuerza positiva considerable de 0.814; por lo tanto, las normas tributarias, el conocimiento sobre tributación, las sanciones, los plazos e incentivos influyen para el pago de tributos. Asimismo, entre la dimensión educación tributaria y las obligaciones tributarias la asociación fue positiva y considerable con 0.802, siendo influyentes la educación desde una temprana edad y los valores de los comerciantes para cumplir con los tributos. Por último, entre la dimensión difusión y orientación tributaria con las obligaciones tributarias se relacionan también de forma positiva y considerable 0.763; encontrándose que la información oportuna de la SUNAT sobre el RUS, la percepción de la gente sobre el buen uso de los recursos, el monto de lo que se recauda y la comunicación del destino de este, promueve en los comerciantes la obligación de pago de sus tributos. Al observar que el nivel de significancia bilateral fue 0.000, se afirma que entre las dimensiones y las obligaciones tributarias existe relación.

VI. RECOMENDACIONES

1. A través de la contrastación de hipótesis, se logró determinar asociación entre las variables; por lo tanto, se debe desarrollar una cultura tributaria sólida entre los comerciantes con un enfoque integral que combine la educación, la comunicación efectiva y la creación de incentivos para el cumplimiento voluntario; motivando con ejemplos prácticos y casos reales para ilustrar cómo los impuestos financian servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad; asimismo, como el cumplimiento tributario puede beneficiar a los propios negocios al construir una reputación positiva y fortalecer la confianza de los clientes. Lo referido es sustancial para que lo descrito en los resultados sea revisado y tomado en consideración por los funcionarios de la SUNAT, ya que al identificar los factores negativos que impide el correcto actuar de los contribuyentes anegados al RUS, deberán tomar acciones correctivas y de mejora para educar en tributación a los comerciantes e incrementar la recaudación.

2. Referente a la cultura tributaria, se recomienda brindar información a los comerciantes referente al RUS en lo concerniente a su definición, los criterios para poder acogerse, los beneficios que proporciona, como se realiza su registro, las declaraciones y pagos, así como cuando cambiar de régimen y las posibles sanciones de su incumplimiento; actividades que deben estar concatenadas entre las entidades estatales, la SUNAT y las escuelas de educación básica y superior, esto conllevará a promover información sustancial para que los futuros contribuyentes muestren actitudes y valores que les promueva a contar con una cultura abocada al pago responsable de sus tributos; adicionalmente, se sugiere que el Estado informe las acciones que se vienen realizando con lo recaudado para beneficio de la sociedad; acción que motivará de manera voluntaria a la cancelación de sus diferente tributos.

3. En cuanto a las obligaciones tributarias, se recomienda la educación y concientización mediante talleres, seminarios y charlas informativas para los comerciantes; simplificación de los procedimientos y formularios para el cumplimiento

tributario; asesoramiento para el cálculo y pago del RUS; incentivos fiscales para aquellos comerciantes que cumplan de forma consistente y puntual; mantener una comunicación constante y transparente sobre los plazos de pago, las fechas límite y cualquier cambio en las regulaciones tributarias; uso de tecnología implementando plataformas en línea que permitan a los comerciantes realizar pagos y presentar declaraciones de manera electrónica. Asimismo, a los funcionarios de la SUNAT realizar diversas actividades con los diferentes comerciantes de distintos rubros de la ciudad, teniendo como propósito capacitar en todo lo referente al negocio; como el conocer las utilidades que se obtienen por las ventas, cómo minimizar sus costos, el arqueo de caja, atención al cliente, monto de pago por tributos y otras que propicien el mejoramiento de su negocio; de esta manera como retribución las obligaciones tributarias serán cumplidas por los comerciantes.

4. Se evidenció asociaciones considerables entre las dimensiones de la variable cultura tributaria y las obligaciones tributarias; por lo tanto, se recomienda a los funcionarios de la SUNAT tomar conocimiento de cada uno de los elementos que promueven falencias en los individuos, teniendo como propósito se incrementen y cumplan con las obligaciones tributarias los comerciantes de los diferentes rubros de este importante mercado de la ciudad de Jaén; pues los indicadores como las normas tributarias, el conocimiento sobre tributación, las sanciones, los plazos e incentivos, la educación desde una temprana edad, los valores de los comerciantes, la percepción de la gente sobre el buen uso de los recursos, el monto de lo que se recauda y la comunicación del destino de este, promueve en los comerciantes el pago de tributos.

REFERENCIAS

- Aliaga, M. (2020). *Cultura Tributaria y Cobranza Coactiva en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Lobatón, Lince 2019*. [Tesis doctoral, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40466/ALIAGA_L_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alvear, P., Elizalde, L., y Salazar, M. (2018). Evolución del sistema tributario ecuatoriano y su influencia en el presupuesto general del estado. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <http://www.eumed.net/2/rev/oel/2018/02/sistema-tributario-ecuador.html>
- Amasifuen, M. (2015). Importancia de la Cultura Tributaria en el Perú. *Revista Accounting power for Business*, 1(1), 73-90. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898#:~:text=La%20cultura%20tributaria%20es%20la,o%20anule%20la%20evasi%C3%B3n%20tributaria.
- Anesa, M., Gillespieb, N., Speeb, P., & Sadiq, K. (2019). The legitimization of corporate tax minimization. *Accounting, Organizations and Society*; 75; 17-39. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2018.10.004>
- Área de servicios de investigación y seguimiento presupuestal (2020). *Ejecución del gasto de las municipalidades en el Perú*. <https://www.congreso.gob.pe/Docs/DGP/DIDP/files/reporte-tematico/31-a-ejec-gasto-de-las-municip-en-el-peru-ago-2020.pdf>
- Arcila, E., y Chacón, K. (2020). La cultura tributaria como estrategia para minimizar la evasión fiscal en las empresas comerciales. *Reba*, 2(3), 13-22. <https://revistareba.org/index.php/reba/article/view/412/1144>
- Bravo, F. (2011). Los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria: Experiencia en el Perú. *Revista de Administración Tributaria*, (31), 1-

13.

https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_31/Espanol/revista_ebook_31_2011.pdf

Cabrera, Y., y Reyes, R. (2018). El incumplimiento tributario condicionado por la carencia de una cultura tributaria en Guantánamo. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-10. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/cultura-tributaria-cuba.html>

Cabrera, P., Narváez, C., y Erazo, J. (2020). Análisis de la cultura tributaria de los consumidores y comerciantes de productos cárnicos en el cantón Santa Isabel, provincia del Azuay. *Dominio de las ciencias*, 6(1), 340-368, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7351793>

Cárdenas, G. (2020). La educación tributaria en el Perú: una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. *In Crescendo*, 11(2), 241-258. <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2307>

Castillo, S., y Castillo. P. (2016). Un acercamiento al estudio de la cultura tributaria desde la perspectiva socioeducativa. *Dominio de las ciencias*, 2(3), 149-162. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802926>

Condori, S., Mamani, O., y Bernedo, D. (2020). Preferencias eficacia del programa ¡Qué importante es tributar! en el desarrollo de cultura tributaria en adolescentes. *Apuntes Universitarios*, 10(1), 66-75. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4676/467663403005/467663403005.pdf>

Cruz, E., y Damián, L. (2018). *Educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado de Abastos de Huancavelica – 2015*. [Tesis pre grado, Universidad Nacional de Huancavelica]. <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/2260>

Ebrahimiyan, S., Ahmadi, J., & Khan, N. (2018). Effects of tax justice and tax culture on taxpayers' compliance by considering the role of taxpayers' attitude. *Iranian*

journal of management sciences; 13(49); 59-79.
http://journal.iams.ir/article_281.html?lang=en

Eugster, B., y Parchet, R. (2019). Culture and Taxes. *Journal of Political Economy*, 127(1), 1-13. <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/700760>

Fernández, M., Torres, J., Santillán, M., y Jaramillo, V. (2020). La cultura tributaria en el sector artesanal: caso centro de negocios y servicios artesanales Sarumaky Yachay, Ibarra – Ecuador. *Sathiri: sembrador*, 15(2), 22-32.
<https://doi.org/10.32645/13906925.977>

Gómez, G., Madrid, D., y Quinayás, D. (2017). *Factores que generan la evasión de los impuestos de renta e IVA en las personas naturales dedicadas a la comercialización de vestuario en el Centro del Municipio de Medellín*. [Tesis de maestría, Universidad de Antioquia].
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/8025/1/GomezGustavo_2017_FactoresGeneranEvasion.pdf

Güzel, S., Özer, G., & Özcan, M. (2018). The effect of the variables of tax justice perception and trust in government on tax compliance: The case of Turkey. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*; 78; 80-86.
<https://doi.org/10.1016/j.socec.2018.12.006>

Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, T. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. (1a ed.). Mc. Graw Hill.

Horodnit, L. (2018). Tax morale and institutional theory: a systematic review. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 38(9), 868-886. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-03-2018-0039>

Inasius, F. (2019). Factors influencing SME tax compliance: Evidence from Indonesia. *International Journal of Public Administration*; 42(5); 367-379.
<https://doi.org/10.1080/01900692.2018.1464578>

- Laura, M., Limache, M., Lindo, G., y Santos, M. (2011). Cultura tributaria y conciencia tributaria en el distrito de Pilcomayo. *Innovación Contable*, 1(1), 91-94. http://intranet.uncp.edu.pe/sites/uncp.edu/files/institucional/oficina/investigacion/publicaciones/innovacion_contable.pdf
- León, C., y Ortiz, L. (2021). *La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las Mypes industriales de calzado en Villa El Salvador – 2019*. [Tesis pre grado, Universidad Autónoma del Perú]. <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/1189/1/Leon%20Elguera%2c%20Carolina%20Dayana%3b%20Ortiz%20Mendoza%2c%20Luis%20Alejandro.pdf>
- López, V., y Pérez, J. (2011). Técnicas de recopilación de datos en la investigación científica. *Revista de actualización clínica*, 10, 485-489. http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/raci/v10/v10_a08.pdf
- Martínez, C. (2020). La cultura tributaria como medida para elevar los niveles de recaudación de impuestos en Panamá. *Faeco Sapiens* 3(2), 1-12. https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/1361/1118
- Mendoza, F., Palomino, R., Robles, J., y Ramírez, S. (2016). Correlación entre cultura tributaria y educación tributaria universitaria: Caso Universidad Estatal de Sonora. *Revista Global de Negocios*. 4(1), 61-76. <file:///C:/Users/user/Documents/Downloads/RGN-V4N1-2016-5.pdf>.
- Montano, J. (2021). *Cultura tributaria*. <https://www.lifeder.com/cultura-tributaria/>.
- Montaño, J., y Vásquez, F. (2016). Causas de la evasión tributaria y su efecto en la economía del Perú 2014 - Rubro servicios. *Revista In Crescendo. Institucional*, 7(1), 39-49. <file:///C:/Users/mm/Downloads/Dialnet-CausasDeLaEvasionTributariaYSuEfectoEnLaEconomiaDe5607244.pdf>.
- Mora, M., y Villarreal, J. (2020). Percepciones fiscales de los contribuyentes a la luz de las Teorías de las Relaciones Tributarias. *Revista Academia & Derecho*, 11(20),

287-318.

<http://biblos.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/derecho/article/view/446>

Newman, W., Mwandambira, N., Charity, M., & Ongayi, W. (2018). Literature review on the impact of tax knowledge on tax compliance among small medium enterprises in a developing country. *International Journal of Entrepreneurship*; 22(4); 1-15.
<https://www.proquest.com/openview/69d3d386b799dca4ae699b0d702ffcd6/1?pq-origsite=gscholar&cbl=29727>

Nicasio, M., y Neira, M. (2021). *Cultura tributaria y su incidencia en el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias en la Asociación de Artesanos Productores de Machupicchu, 2019*. [Tesis pre grado, Universidad Peruana Unión].
http://200.121.226.32:8080/bitstream/handle/20.500.12840/4556/Maria_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Oats, L., & Tuck, P. (2019). Corporate tax avoidance: is tax transparency the solution?. *Accounting and Business Research*; 49(5); 565-583.
<https://doi.org/10.1080/00014788.2019.1611726>

Ordoñez, M., y Chapoñan, E. (2020). Cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias. *UCV Hacer*, 9(4), 77-84.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7946114>

Pastrana, J. (2020). *Cultura tributaria y la formalización de las MYPES textiles del distrito de Huancavelica periodo 2020*. [Tesis pre grado, Universidad Señor de Sipán].
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7740/Pastrana%20Jimenez%2C%20Jesica%20Cynthia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez, M., y Salvador, A. (2019). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias del impuesto predial en el distrito de San Jerónimo de Tunan 2018*. [Tesis pre grado, Universidad Peruana Los Andes].

https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1643/T037_N%c2%b044675768_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ponce, C., Pinargote, A., Chiquito, G., Baque, E., Quiñonez, M., Campozano, G y Salazar, M. (2018). Desconocimiento de obligaciones tributarias y su incidencia en el Impuesto a la Renta. *Dominio de las ciencias* 4(3), 294-312. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6560186>

Quintana, L. (2019). La cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa SAK BUSINESS SOLUTIONS S.A.C en el distrito de Breña en el año 2018. [Tesis pre grado, Universidad Autónoma del Perú]. <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/912/1/QUINTANA%20ROJAS%2c%20LUISA%20MARYURI%20JAQUELIN.pdf>

Quispe, G., Tapia, M., Ayaviri, D., Villa, M., Borja, M., y Lema, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias. *Revista Espacios*, 39(41), 4. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n41/18394104.html>.

Quispe, G., Arellano, O., Negrete, O, Rodríguez, E., y Vélez, K. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador. *Espacios*, 41(29), 153-171. <http://asesoresvirtualesalala.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>

Ramírez, E., Huaranga, H., Jamanca, R., Fernández, W., y Uribe, L. (2022). Cultura tributaria e intención de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los microempresarios. *Llalliq*, 2(1), Pág. 167–179. <https://doi.org/10.32911/llalliq.2022.v2.n1.924>

Regan, P., & Ball, E. (2018). Government response to the 2016 public consultation on the NHS bursary: Borrowing against the future. *Megazine British Journal of Nursing*. 27(13), 746-749.

<http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/47855/1/NHSbursaryFinaldraft.pdf:public>.

Romero, R., Chambilla, M., Santivañez, Y., Santos, A., y Ugarte, W. (2022). La cultura y las obligaciones tributarias en una empresa peruana. *Ciencia Latina*, 6(4), 3279-3292. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2833

Rueda, J. (2019). *Código Tributario*. EDIGRABER.

Ruiz, M., y Ubillus. J. (2021). La cultura tributaria de los contribuyentes del cantón Portoviejo y su incidencia en la gestión de la recaudación de los tributos del Servicio de Rentas Internas. *Polo del conocimiento*, 6(4), 173-182. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926983>

Solórzano, D. (2017). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)

SUNAT, (2021). *Ingresos Tributarios del Gobierno Central: Setiembre 2021*. <https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/>

Velásquez, G. (2020). *Cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del centro comercial Túpac Amaru II Tacna – 2020*. [Tesis pre grado, Universidad Privada de Tacna]. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1504/Velasquez-Arce-Gino.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Wang, F., Xu, S., Sun, J., & Cullinan, Ch. (2019). Corporate tax avoidance: a literature review and research agenda. *Journal of economic surveys*; 34(4); 793.811. <https://doi.org/10.1111/joes.12347>

Yamen, A., Allam, A., Bani-Mustafa, A., & Uyar, A. (2018). Impact of institutional environment quality on tax evasion: a comparative investigation of old versus

new EU members. *Journal of International*; 32; 17-29.
<https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2018.07.001>

Anexo 1: Cuestionarios

Cultura tributaria

Instrucciones: marque la respuesta que considere con una X

N°	PREGUNTAS	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
	Consciencia tributaria					
1	Se dictan capacitaciones sobre normas tributarias.					
2	Cumple con las normas tributarias					
3	Los servicios públicos que el Estado brinda (educación, seguridad, salud, etc.) satisfacen plenamente sus necesidades.					
4	Cuán a menudo la falta de conocimientos tributarios causa el incumplimiento tributario.					
5	La imposición de sanciones (multas) motiva para que usted pague sus tributos.					
6	Los plazos para pagar tributos son flexibles.					
7	Se promueven algunos incentivos para facilitar el pago de tributos.					
	Educación cívica tributaria					
8	Alguna vez recibió cursos de educación cívica tributaria en el colegio, universidad, instituto y/o en su trabajo.					
9	La falta de honradez de algunos contribuyentes propicia el incumplimiento de pago de tributos.					
10	Los juegos didácticos propician el conocimiento de la educación tributaria.					
11	Cree que la educación cívica tributaria genera conciencia tributaria.					

	Difusión y orientación tributaria					
12	La SUNAT le brinda información oportuna y veraz.					
13	El Gobierno utiliza el dinero de los tributos en la prestación de servicios públicos (salud, educación, seguridad, etc.).					
14	El Gobierno utiliza el dinero de los tributos en la ejecución de obras públicas.					
15	El Gobierno informa cuánto recauda mensualmente en forma sencilla.					
16	El Gobierno informa sobre el destino de tributos recaudados en forma sencilla.					
17	La SUNAT informa mediante charlas y lenguaje sencillo lo referente a tributación.					
18	Tiene conocimiento sobre el Régimen Único Simplificado RUS					

Obligaciones tributarias

N°	PREGUNTAS	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
	Obligaciones formales					
1	Cumple con la inscripción en el RUC antes de realizar actividad comercial.					
2	Informó del régimen tributario que le corresponde por su negocio.					
3	Conocía el régimen tributario que corresponde a cada tipo de negocio.					
4	Tiene conocimiento del cronograma de obligaciones mensuales.					
5	Le han impuesto multas por declarar fuera de plazo.					
6	La SUNAT requirió información sobre su negocio y/o de algún otro contribuyente.					
	Obligaciones sustanciales					
7	Paga sus impuestos según su régimen tributario.					
8	Cumple los plazos establecidos para el pago de tributos.					
9	Se difunde y conoce el destino de los tributos.					
10	Se difunde y conoce la importancia de pagar los tributos.					
11	Se difunde y conoce las sanciones ante la omisión del pago de tributos.					
12	Se fomenta una cultura tributaria y paga voluntariamente sus tributos.					
13	Se le ejecutan retenciones o percepciones de algún tributo.					

Anexo 2: Validación de expertos

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TÉCNICA/OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Experto: CPC DEYSI SOLANO COIRINA
- 1.2 Cargo: JEFA (F) UNIDAD DE TESORERIA
- 1.3 Institución o Centro Laboral: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RABRIQUEZ DE MENDOZA
- 1.4 Nombre del Instrumento: CULTURA TRIBUTARIA
- 1.5 Título de la Investigación: CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS ANTE SUNAT EN EL MERCADO 28 DE JULIO ES SBS - COV-2, JUEVES 2022.
- 1.6 Autor(a): Cinthya Haydee Albuja Gavidia

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					X
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua					X
ORGANIZACION	Se denota organización lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos					X
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos					X
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					X
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X
PROMEDIO						90

UNIVERSIDAD NACIONAL
 TORIBIO RABRIQUEZ DE MENDOZA
 CPC DEYSI SOLANO COIRINA
 JEFA (F) UNIDAD TESORERIA

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

90 %

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (☒) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- (☐) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CPC. DEYSI SOLANO COTHINA
JEFE DE LA UNIDAD TESORERÍA

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TÉCNICA/OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Experto: CPC. DEYSI SOLANO GOTRINA
- 1.2 Cargo: JEFA (E) UNIDAD DE TESORERIA
- 1.3 Institución o Centro Laboral: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA
- 1.4 Nombre del Instrumento: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
- 1.5 Título de la Investigación: CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS ANTE SUNAT
- 1.6 Autor(a): Cinthya Haydee Albuja Gavidia EN EL VICELADO 28 DE JULIO ES SARS-COV-2, JAHN 2022.

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					X
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua					X
ORGANIZACION	Se denota organización lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos					X
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos					X
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					X
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X
PROMEDIO						90

UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA
CPC. DEYSI SOLANO GOTRINA
JEFA (E) UNIDAD TESORERIA

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

90 %

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (☒) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- (☐) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

UNIVERSIDAD NACIONAL
TORO RICO (CICLO DE INGENIERÍA) AMAZONAS

CPC DEYSI SOLANO COTRINA
JEFE DE UNIDAD TECNOLÓGICA

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TÉCNICA/OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Experto: DR. MANUEL SALAZAR JAFUR
- 1.2 Cargo: JEFE DE LA UNIDAD DE CONTABILIDAD
- 1.3 Institución o Centro Laboral: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MORA
- 1.4 Nombre del Instrumento: CULTURA TRIBUTARIA
- 1.5 Título de la Investigación: CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS ANTE SUNAT EN EL MERCADO DE JULIO 62 2021- 2022, 30 EN 2022
- 1.6 Autor(a): Cinthya Haydee Albuja Gavidia

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					X
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua					X
ORGANIZACION	Se denota organización lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos					X
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos					X
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					X
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X
PROMEDIO						90

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
 FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
 UNIDAD DE CONTABILIDAD
 DR. MANUEL SALAZAR JAFUR
 JEFE DE LA UNIDAD DE CONTABILIDAD

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

90 %

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- ☒ El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- ☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

UNIVERSIDAD NACIONAL
ORIGIO ROSARIO DE JACU Y AMAZONAS
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
C/da. MONTAÑA ROSARIO ROSARIO
2020-2021, 1.º semestre de 2020-2021

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TÉCNICA/OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Experto: CPC. MANUELA SALAZAR TAFUR
- 1.2 Cargo: JEFE DE LA UNIDAD DE CALIDAD
- 1.3 Institución o Centro Laboral: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA
- 1.4 Nombre del Instrumento: CONTRALLONES TRIBUTARIOS
- 1.5 Título de la Investigación: CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS ANTO SUNDT EN EL MERCADO 28 DE JULIO ES SORS - CON 2, JUNIO 2022
- 1.6 Autor(a): Cinthya Haydee Albuja Gavidia

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					X
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua					X
ORGANIZACION	Se denota organización lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos					X
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos					X
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					X
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X
PROMEDIO						90

UNIVERSIDAD PARTICULAR
UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
CPC. MANUELA SALAZAR TAFUR
JEFE DE LA UNIDAD DE CALIDAD

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

_____90_____ %

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (☒) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- (☐) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

UNIVERSIDAD NACIONAL
GRUPO ESCUELAS DE INGENIERÍA Y CIENCIAS EXACTAS
FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS EXACTAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE COMPUTACIÓN
CATEDRATARIO
CATEDRÁTICO: DR. JUAN CARLOS ALAZAR TAFUR
JEFES DE CATEDRA: DR. GONZALO RIVERA

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TÉCNICA/OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Experto: C.R.C. MARY MARGARITA DIAZ LUCERO
- 1.2 Cargo: ASISTENTE DEL PROYECTO C.V.T. Nº 2314835
- 1.3 Institución o Centro Laboral: UNIVERSIDAD PARTICULAR TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA
- 1.4 Nombre del Instrumento: CULTURA TRIBUTARIA
- 1.5 Título de la Investigación: CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS ANTE SUNAT
EN EL PERIODO 22 DE JUNIO EN 2023 - CONT. JUAN 2022
- 1.6 Autor(a): Cinthya Haydee Albuja Gavidia

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					X
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua					X
ORGANIZACION	Se denota organización lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos					X
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos					X
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					X
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X
PROMEDIO						92

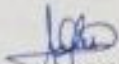
C.R.C. MARY MARGARITA DIAZ LUCERO
 COLEGIO DE CONTADORES PUBLICOS DE LA LIBERTAD
 MATRICULA Nº 011250

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

90 %

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- ☒ El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- ☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



C.P.C. Missy Milagros Díaz Lucero
COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE LA LIBERTAD
MATRÍCULA Nº 011250

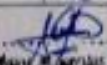
UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TÉCNICA/OPINIÓN DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Experto: CINTHIA HAYDEE ALBUJAR GAVIDIA
- 1.2 Cargo: CONSEJERA DEL FOMENTO DE INVESTIGACIÓN
- 1.3 Institución o Centro Laboral: UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO, FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
- 1.4 Nombre del Instrumento: CONSEJERÍA DE FOMENTO DE INVESTIGACIÓN
- 1.5 Título de la Investigación: CULTURA DE INNOVACIÓN Y MEJORA CONTINUA EN LA EMPRESA
- 1.6 Autor(a): Cynthia Haydee Albuja Gavidia

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					X
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua					X
ORGANIZACIÓN	Se denota organización lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos					X
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos					X
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					X
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					X
PROMEDIO						90


 C.P.L. Haydee Albuja Gavidia
 COLEGIO DE INGENIEROS PROFESIONALES DE LA UNIÓN
 MATRÍCULA N° 811258

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

90 %

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (☒) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- (☐) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.


C.P.C. Miguel Ángel Díaz Lucero
COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE LA UNIDAD
MATRÍCULA N° 011250

Anexo 3: Determinación de la muestra

Fórmula para poblaciones finitas menores a 100,000 habitantes

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

N: Total de Población:	320
p: Proporción Esperada:	50%
q (1-p):	50%
e: Nivel de error aceptado:	5%
za: Nivel de confianza 1-a	95% = 1.96

$$n = \frac{307.33}{1.76} = 175$$

Anexo 4: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo general	Hipótesis	Variables e indicadores	Tipo de investigación	Diseño de investigación	Población
¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022?	Determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022. Objetivos específicos Identificar el nivel de cultura tributaria de los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022. Identificar el nivel de cumplimiento de la obligación tributaria de los	Existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria ante SUNAT durante la pandemia SARS-CoV-2 en los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022.	Cultura tributaria Respeto de normas tributarias Servicios públicos Incentivo para pago de tributos Cursos Valores Fomento de la tributación Relación entre educación y conciencia tributaria Transparencia Presupuesto Seguimiento y control Cursos de tributación Obligaciones tributarias Obligación de inscribirse Obligación de declarar	Enfoque cuantitativo; de acuerdo a Hernández et al, (2014), este tipo requiere de instrumentos para ser utilizados estadísticamente siendo con posterioridad analizados, de esta manera se llega a resultados para obtener conclusiones; al recolectar los datos se podrá probar hipótesis basándose en la medición y estadística, estableciendo patrones de comportamiento, así como la comprobación de teorías.	El diseño es el no experimental y alcance correlacional; con este diseño no se interviene para manipular las variables, observándose los acontecimientos en su realidad para ser analizada; según Hernández y Mendoza (2018) no se manipulan deliberadamente las variables de estudio y se observan los hechos en su natural ambiente para su análisis. En lo que respecta al corte será transversal, pues se recopilará la información de las encuestas en	

	propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022. Identificar la correlación entre las dimensiones de la cultura tributaria con la obligación tributaria de los propietarios de un rubro comercial del Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén en el 2022.		Obligación de informar Obligación del pago Obligación de retener.		una sola oportunidad.	
Instrumentos			Método de análisis de datos			
Son 2 los cuestionarios los cuales son válidos y confiables para recabar la información			Mediante la estadística descriptiva y el sistema estadístico SPSS 26, se obtuvo por dimensiones tablas y figuras las cuales fueron analizadas e interpretadas, permitiendo lograr cada uno de los objetivos específicos y del objetivo general, permitiendo llegar a conclusiones y aportar recomendaciones dirigidas a los involucrados.			

Anexo 5: Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Instrumento
Cultura tributaria	Conjunto de conocimientos, valores y actitudes los cuales se comparten entre los integrantes de una comunidad basado en las leyes de tributación que la rigen, traducido en el cumplimiento de deberes tributarios comprendiendo la confianza, razón y formación de valores, acatamiento la ley, ética personal, responsabilidad ante la ciudadanía y solidaridad con los demás, comprendiendo los funcionarios y contribuyentes de las distintas administraciones tributarias (Mendoza et al., 2016)	Conciencia tributaria	Respeto de normas tributarias	Ordinal	Cuestionario
			Servicios públicos		
			Incentivo para pago de tributos		
		Educación cívica tributaria	Cursos		
			Valores		
			Fomento de la tributación		
		Difusión y orientación tributaria	Relación entre educación y conciencia tributaria		
			Transparencia		
			Presupuesto		
			Seguimiento y control		
			Cursos de tributación		

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Instrumento
Obligaciones tributarias	Es la unión establecida por ley entre las personas jurídicas o físicas y el Estado, teniendo como finalidad cumplir con la prestación tributaria; encontrándose el contribuyente obligado con el pago de sus impuestos (Pérez y Salvador, 2019).	Obligaciones tributarias formales	Obligación de inscribirse	Ordinal	Cuestionario
			Obligación de declarar		
			Obligación de informar		
		Obligaciones tributarias sustanciales	Obligación del pago		
			Obligación de retener		

Anexo 6: DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL AUTOR

Yo, Cinthya Haydee Albuja Gavidia, adscrita a la escuela profesional de **CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN**, de la Universidad Particular de Chiclayo, identificado con DNI N° 43895481 con la tesis: Cultura tributaria y obligaciones tributarias ante SUNAT en el mercado 28 de Julio en SARS-CoV-2, Jaén 2022

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) 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.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han 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 las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Particular de Chiclayo.

Chiclayo, diciembre del 2022.



Cinthya Haydee Albuja Gavidia

DNI N° 43895481

Anexo 7: Indicadores de correlación

Valor	Significado
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0	no existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Anexo 8: Prueba de normalidad

Kolmogorov-Smirnov ^a			
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura tributaria	,296	109	,000
Obligaciones tributarias	,289	109	,000

Nota. La significancia fue de 0.00, menor a 0.05; por lo tanto, el coeficiente de correlación en este caso es el Rho de Spearman