

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**CULTURA TRIBUTARIA POST COVID-19 Y LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO “ATAHUALPA” DEL DISTRITO DE LOS
BAÑOS DEL INCA, 2022**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR BACHILLER:

LIZETH ARACELI SALDAÑA GOICOCHEA

ASESOR:

MCs. WILSON ASCENCIO YUMBATO ROJAS

CAJAMARCA- PERÚ

2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**CULTURA TRIBUTARIA POST COVID-19 Y LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO “ATAHUALPA” DEL DISTRITO DE LOS
BAÑOS DEL INCA, 2022**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR BACHILLER:

LIZETH ARACELI SALDAÑA GOICOCHEA

ASESOR:

MCs. WILSON ASCENCIO YUMBATO ROJAS

CAJAMARCA- PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios

*Por brindarme salud y fuerza, por guiarme a lo largo
de toda mi carrera profesional,*

A mis padres, y a los seres queridos

*Que siempre me apoyan e impulsan a seguir adelante
día a día para la culminación de mi carrera profesional.*

A ellos les debo la persona que he logrado ser.

La autora

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por darme la vida, por colocar en mi camino situaciones que me permiten cada día ser más fuerte y probarme a mi misma que con esfuerzo, tiempo y dedicación todo puede ser posible. A mi familia

Por darme el valor, amor, apoyo y seguridad en cada paso que doy.

De igual manera agradecer a mi asesor MCs. CPC. Wilson Yumbato Rojas, por su tiempo, aporte y asesoramiento continuo, en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

La Autora

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
CAPÍTULO I.....	19
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.1 Descripción de la realidad problemática	19
1.2 Selección y delimitación del problema	23
1.2.1. Selección espacial:.....	23
1.2.2. Selección Temporal:.....	23
1.3 Formulación del problema.	24
1.3.1. Pregunta principal.....	24
1.3.2. Preguntas específicas.....	24
1.4 Objetivos.	24
1.4.1 Objetivo general.....	24
1.4.2 Objetivos específicos.	25
1.5 Justificación.....	25
1.5.1 Justificación teórica	25
1.5.2 Justificación académica	26
1.6 Limitaciones de la investigación.....	26
CAPÍTULO II.....	27

MARCO TEÓRICO.....	27
2.1. Antecedentes Internacionales:.....	27
2.2. Antecedentes Nacional:.....	31
2.3. Antecedentes Regional:.....	38
2.4. Bases teóricas.	44
2.4.1. Base legal.....	44
2.4.2. Base Teóricas.....	45
2.5. Definición de términos básicos.	78
2.5.1. Cultura tributaria.....	78
2.5.2. Educación Tributaria.....	78
2.5.3. Constitución de Empresas.....	78
2.5.4. RUC.....	78
2.5.5. Régimen Tributario.....	78
2.5.6. Conciencia Tributaria.....	79
2.5.7. Tributo.....	79
2.5.8. Comprobantes de pago.....	79
2.5.9. Declaración Tributaria.....	79
2.5.10. Pandemia.....	79
2.5.11. Obligaciones Tributarias.....	80
2.5.12. Recaudación.....	80
2.5.13. Ingreso Tributario.....	80

2.5.14.	Evasión y Elusión	80
2.5.15.	Infracciones.....	80
2.5.16.	Sanciones	81
2.5.17.	Impacto Económico	81
2.5.18.	Actividad Económica.....	81
2.5.19.	Empresa en Marcha.....	81
CAPÍTULO III.....		82
HIPÓTESIS VARIABLES		82
3.1.	Hipótesis.....	82
3.1.1.	Hipótesis específicas.....	82
3.2.	Identificación de variables.	82
CAPÍTULO IV.....		83
METODOLOGÍA.....		83
4.1.	Tipo y nivel de investigación.	83
4.1.1.	Tipo de investigación.....	83
4.1.2.	Nivel de investigación.....	83
4.2.	Diseño de la investigación.....	84
4.3.	Población de estudio.....	85
4.4.	Tamaño de la muestra.	88
4.5.	Unidad de análisis	88
4.6.	Operacionalización de variables.....	88

4.7. Métodos, técnicas e Instrumentos de investigación.	90
4.7.1. Método de investigación.....	90
4.7.2. Técnicas de recolección de datos.....	92
4.7.3. Instrumento de recolección de datos.....	93
4.7.4. Técnicas de procesamiento de datos.....	93
CAPITULO V.....	94
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	94
5.1. Presentación de Análisis e interpretación de resultados	94
5.2. Análisis e Interpretación de Ítems.....	94
5.2.1. Variable 1 CULTURA TRIBUTARIA	94
5.2.2. Variable 2 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	112
5.3. Prueba de Hipótesis Rho de Spearman	129
5.3.1. Prueba de Hipótesis General	129
5.3.2. Prueba de hipótesis Específicas.....	130
5.4. Discusión de Resultados	133
CONCLUSIONES	136
RECOMENDACIONES.....	138
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	140
ANEXOS	147
A. Anexo 1. Matriz de consistencia metodológica	147
B. Anexo 2. Instrumento de recolección de datos.....	149

C.	Anexo 3. Fiabilidad de instrumento con Alfa de Cronbach.....	161
D.	Anexo 4. Solicitud de Aplicación de la Encuesta a los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de Baños del Inca.....	164

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Categorías del Régimen Único Simplificado	60
Tabla 2. Régimen Especial	60
Tabla 3 Régimen MYPE Tributario.....	61
Tabla 4. Régimen General.	61
Tabla 5. Población de Estudio. Tiendas del Mercado “Atahualpa”- Exteriores.....	85
Tabla 6. Población de Estudio. Tiendas del Mercado “Atahualpa”- I.....	86
Tabla 7. Operacionalización de Variables	89
Tabla 8. Prueba de Hipótesis de Variables	129
Tabla 9. Correlación de Educación Tributaria y Obligaciones Tributaria.....	130
Tabla 10. Correlación de Conciencia Tributaria y Obligaciones Tributaria.....	131
Tabla 11. Correlación de Pandemia y Obligaciones Tributaria.....	132
Tabla 12. Matriz de Consistencia	148
Tabla 13. Confiabilidad de las variables.....	161
Tabla 14. Estadísticas de total de elemento	161

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ingresos tributarios de gobierno central:2018-2022.....	66
Figura 2. Persona Natural con Negocio.....	94
Figura 3. Persona Jurídica.....	95
Figura 4. Constitución de negocio (empresa).....	96
Figura 5. Registro Único Contribuyente “RUC”.....	97
Figura 6. La relación de la actividad económica.....	98
Figura 7. Regímenes tributarios de la Renta empresarial.....	99
Figura 8. Inscripción de un negocio a un Régimen Tributario.....	100
Figura 9. Todo negocio formal está obligado a tributar.....	101
Figura 10. Emisión de comprobantes de pago y su afectación al Impuesto General a las Ventas “IGV”.....	102
Figura 11. Generación de una obligación tributaria al emitir comprobante de pago.....	103
Figura 12. Reglamento de Comprobantes de Pago R.S. 007-99.....	104
Figura 13. Obligación de emisión de Comprobantes de Pago por compras.....	105
Figura 14. Emisión de Comprobantes de Pago por ventas.....	106
Figura 15. Obligación de pagos, declaraciones mensuales y/o anuales según su clasificación del régimen tributario.....	107
Figura 16. Pago de tributo calculado según su régimen tributario al que pertenece.....	108
Figura 17. La pandemia se ha extendido por todo los países y afecto a muchas personas.....	109
Figura 18. COVID-19, diciembre del 2019 Perú.....	110
Figura 19. Preparación del gobierno para enfrentar la pandemia.....	111
Figura 20. El Estado encargado de administrar los recursos económicos.....	112
Figura 21. Implicancias tributarias, financieras, económicas y legales.....	113

Figura 22. Importancia de recaudar Impuestos para el gobierno.....	114
Figura 23. Infracción tributaria por no emitir comprobantes de pago.	115
Figura 24. Obligación de emisión de comprobantes de pago por proveedor.	116
Figura 25. Infracción tributaria por no emitir comprobantes de pago.	117
Figura 26. Infracción tributaria del Nuevo Régimen Único Simplificado.	118
Figura 27. Infracción tributaria por incumplimiento de declaración mensual.....	119
Figura 28. Sanción de Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) por infracción tributaria.	120
Figura 29. Sanción de Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) por no emitir comprobantes de pago al vender.....	121
Figura 30. Infracción tributaria por no presentar y pagar la declaración mensual de obligaciones tributarias o de la cuota del Nuevo Régimen Único Simplificado.	122
Figura 31. La pandemia como oportunidad de mejora para un negocio.....	123
Figura 32. La pandemia permite mejorar la calidad de servicio aplicando tecnología.....	124
Figura 33. Los comerciantes del mercado “Atahualpa” siguen trabajando después de la pandemia.	125
Figura 34. Medidas de reactivación económica por parte del gobierno.	126
Figura 35. Medidas de salubridad para que los negocios inicien sus actividades.	127
Figura 36. Dificultades en los comerciantes para seguir laborando en el Mercado “Atahualpa”.	128

RESUMEN

La presente investigación titulada: “Cultura Tributaria post COVID-19 y Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de Los Baños del Inca, 2022” se desarrolló con el objetivo de optar el Título profesional de Contador Público y establecer si existe relación de la Cultura Tributaria post Covid-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022. Se utilizó la investigación aplicada, nivel descriptivo – relacional, no experimental – transversal, con una población de estudio de 93 comerciantes, siendo la muestra por conveniencia el total de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca que reiniciaron su actividad después de la pandemia, se utilizó el método no probabilístico por conveniencia, se utilizó la técnica de la encuesta; siendo el cuestionario la herramienta de recolección de datos. Los resultados determinan que: existe una relación buena y significativa de la Cultura Tributaria post Covid-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022; con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.832 y con un nivel de significancia de 0.000 ($0,000 < 0,05$).

Palabras Claves: Cultura Tributaria Post COVID 19, Obligaciones Tributarias, Comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de Baños del Inca.

ABSTRACT

The present investigation entitled: "Post COVID-19 Tax Culture and Tax Obligations in the Merchants of the "Atahualpa" Market of the District of Los Baños del Inca, 2022" was developed with the objective of opting for the Professional Title of Public Accountant and establishing if it exists relationship of the post-Covid-2019 Tax Culture with the Tax Obligations in the Merchants of the "Atahualpa" Market of the District of Baños del Inca, 2022.

Applied research was used, descriptive - relational, non-experimental - cross-sectional level, with a population study of 93 merchants, the convenience sample being the total of 74 merchants from the "Atahualpa" market in the Baños del Inca district who restarted their activity after the pandemic, the non-probabilistic method was used for convenience, was used the survey technique; being the questionnaire the data collection tool.

The results determine that: there is a good and significant relationship of the post-Covid-2019 Tax Culture with the Tax Obligations in the Merchants of the "Atahualpa" Market of the District of Baños del Inca, 2022; with a Spearman's Rho coefficient of 0.832 and a significance level of 0.000 ($0.000 < 0.05$).

Keywords: Post COVID 19 Tax Culture, Tax Obligations, Merchants of the "Atahualpa" market of the Baños del Inca district.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: “Cultura Tributaria post COVID-19 y Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de Los Baños del Inca, 2022”; se plantea, debido a la falta de educación tributaria, conciencia tributaria y adicionalmente el problema de la pandemia; tiene como objetivo establecer la relación de la Cultura Tributaria post Covid-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022. Se planteó la siguiente metodología de investigación: tipo aplicada, nivel descriptivo – relacional, de diseño no experimental – transversal, con una población de estudio de 93 comerciantes, siendo la muestra por conveniencia el total de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca que reiniciaron su actividad después de la pandemia, la mencionada investigación tiene la siguiente estructura:

Capítulo I: Desarrolla el Problema de Investigación, en el cual se muestra la realidad problemática a nivel internacional, nacional y local indicando las causas, consecuencias, selección, delimitación y formulación del problema de investigación (general y específicos), objetivos (general y específicos), así como la justificación de la presente investigación.

Capítulo II: Puntualiza en el Marco Teórico, los antecedentes de la investigación, bases legales, teóricas y conceptuales, incluyendo la definición de términos básicos.

Capítulo III: Éste está conformado por la hipótesis y la identificación de variables.

Capítulo IV: Contiene el marco metodológico, el cual se describe y desarrolla, el tipo, nivel y diseño de investigación; así como, la población, muestra, unidad de análisis, los métodos, técnicas, instrumentos de recolección de datos y las técnicas de procesamiento de la información.

Capítulo V: Comprende los Resultados y la Discusión, donde se presenta el análisis y discusión de resultados del cuestionario realizado.

Conclusiones: Se presenta las conclusiones obtenidas en la investigación.

Recomendaciones: Se describe las recomendaciones de la investigación realizada.

Referencias Bibliográficas: Añade Citas y Referencias bibliográficas según las Normas APA Sexta Edición en forma automatizada en Microsoft Word.

Anexos: Se presenta la Matriz de Consistencia, el instrumento de recolección de datos (cuestionario). Tablas estadísticas del SPSS y otros anexos que respalden la investigación.

CAPÍTULO I.

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la realidad problemática

Hay una nueva convivencia social y económica después de la pandemia denominada COVID-19, su impacto se ha percibido en todos los aspectos de la vida cotidiana de los individuos y la sociedad, el que se percibió en el desarrollo y crecimiento económico de los países; que nos dice al respecto la (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 07 de abril de 2020).

Los efectos de la crisis del COVID-19 se dejaron sentir a escala mundial en las vidas de muchas personas. Esta crisis traerá consigo retos singulares y desafíos excepcionales para las administraciones tributarias de cara a poder gestionar los numerosos y variados aspectos en juego, así como los distintos factores que permiten garantizar no sólo la continuidad de toda actividad esencial, sino también la salud, la seguridad y el bienestar general tanto de los empleados como de los destinatarios de bienes y servicios durante la duración de la pandemia... La mayoría de las administraciones tributarias ya habrá desarrollado planes de continuidad de actividades y servicios concretos, incluyendo planes de continuidad operativa basados en la norma ISO 22301. Las categorías que figuran a continuación tienen por objeto ilustrar algunas de las principales consideraciones acerca de la continuidad de las actividades y servicios correspondientes que cabe plantearse en caso de pandemia (como se señala en la introducción). ... Las consideraciones que se exponen más adelante no constituyen

recomendaciones ni pretenden ser exhaustivas. Su propósito es, más bien, permitir reflexionar y extraer una serie de conclusiones a partir de las actuaciones comunicadas por un gran número de administraciones tributarias mediante sus respuestas a un cuestionario reciente... las medidas que se adopten en cada caso dependerán de las diferentes posiciones iniciales de las administraciones tributarias concernidas (tales como, por ejemplo, el grado de digitalización de los servicios, las posibilidades de implantación del teletrabajo, las competencias de la administración tributaria en cuestión o los acuerdos contractuales). Dichas medidas dependerán, asimismo, en gran medida de los efectos y la evolución de la pandemia en los distintos países.

Si la falta de conocimiento tributario era un problema muy grande a nivel mundial antes del COVID-19; habiéndose usado factores implícitos y explícitos para sensibilizar y dar información a los contribuyentes, para mejorar la cultura tributaria y lograr el respeto a la ley, bajo el paraguas de la responsabilidad ciudadana y solidaridad social en los contribuyentes. Aun así, el impacto no fue el esperado en los contribuyentes debido a diferentes factores relacionado con: la Ética, la falta de compromiso, evasión fiscal, la corrupción en algunos niveles del estado, la ineficiencia de algunos programas tributarios, la percepción de los pobladores en que sus tributos no son empleados de manera adecuada, entre otros, así lo señala (Vigo, 2022, pág. 1).

En Latinoamérica, el impacto social y económico Post COVID-19 de los Estados no será diferente del resto del mundo, posiblemente en mayor o menor grado, pretendemos conocerlo desde el aspecto tributario y la capacidad de respuesta que

tienen los contribuyentes con estas obligaciones; que permita a los Estados contener la desaceleración económica, desempleo, informalidad y reducción en las obligaciones tributaria de los contribuyentes; el blog del Departamento de Investigación del Banco Interamericano de Desarrollo, señala la situación fiscal que afrontaran los países latinoamericanos y algunos ya están viviendo los efectos Post COVID-19, (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 07 de abril 2021);.

La sostenibilidad fiscal está claramente en juego y se necesita con urgencia una reforma fiscal que incluya cambios significativos en las políticas tributarias y de gasto público. Estas son esenciales para revertir el deterioro fiscal, promover el crecimiento, mejorar la equidad y prevenir la próxima crisis fiscal. ¿Cómo emprenderá la región estas reformas? ¿Cuál es la probabilidad de que este grave deterioro se revierta? ¿Y cuáles son las herramientas adecuadas para lograr dicho objetivo?

A medida que se recupera la actividad, es probable que se recupere también la recaudación fiscal. Sin embargo, los gobiernos no necesariamente volverán a los niveles de gasto anteriores.

La (OCDE) , 2021), realizó una investigación en América Latina sobre transparencia fiscal en el año 2021 después de haber pasado la etapa más dura de la pandemia, la investigación se desarrolló en 13 países latinoamericanos dentro de ellos se encontraba el Perú, llegaron a la conclusión que más del 60% de la población no cumple sus obligaciones tributariamente, llegaron a determinar las razones siguientes: falta de responsabilidad, falta de moral, ética y falta de cultura.

Los datos post COVID-2019, señalan que se incrementó el desempleo, la inflación, la informalidad, asociado a lo que señala (Ventocilla, 2018). Que el País en comparación con los países vecinos, tiene la tasa más alta de incumplimiento tributario o llamado también evasión tributaria, convirtiéndose en un problema para el Estado ya que se incrementa la evasión tributaria, logrando recaudar menos tributos, impactando en el crecimiento económico y el desarrollo del País.

Cajamarca no es la excepción, podríamos indicar que el problema es mayor, como lo podemos interpretar de los datos publicados en la revista del (INSTITUTO PERUANO DE ECONOMIA, 2022), Índice de Competitividad Regional 2022, donde Cajamarca después de 8 años ha subido al 19 lugar, resultado vinculado al proceso de vacunación por pandemia, no así en el aspecto económico que estamos en el 22 lugar y Educación en el 21 lugar; asociando a lo que concluye (Pérez, 2020, pág. 2) en Cajamarca mientras más conocimientos tengan los comerciantes en temas tributarios, mejor será el cumplimiento con sus Obligaciones Tributarias y de esta manera se podrá mejorar la Cultura Tributaria, como concluye, hay un déficit en información tributaria en los comerciantes en los mercados, generándose un grave problema en la recaudación de impuestos. La importancia de conocer como tributar es significativa, toda vez que tributar es exigible legalmente ante el Estado.

De la observación en campo, el problema que hemos detectado en los comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, es la falta de educación y conciencia tributaria, hay poco compromiso con las obligaciones tributarias.

Las causas identificadas que motivan este problema, se dan por: (a) Falta de Educación Tributaria, b) Falta de conciencia Tributaria, adicionándose el problema de (c) La pandemia.

Siendo el efecto: (a) Una menor recaudación tributaria por el Estado Peruano, (b) Evasión y Elusión tributaria, generando un (c) Impacto Económico en las empresas.

Con la presente investigación se pretende conocer las consecuencias del problema e identificar posibilidades de superarlas.

1.2 Selección y delimitación del problema

1.2.1. Selección espacial:

El ámbito de la investigación es:

- ✓ **Sector:** Comercio
- ✓ **Distrito:** Baños del Inca
- ✓ **Provincia:** Cajamarca
- ✓ **Región:** Cajamarca

1.2.2. Selección Temporal:

Año 2022.

1.3 Formulación del problema.

1.3.1. Pregunta principal

¿Cuál es la relación de la Cultura Tributaria post COVID-19 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022?

1.3.2. Preguntas específicas

¿Cuál es la relación de la educación tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, 2022?

¿Cuál es la relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los baños del inca, 2022?

¿Cuál la relación de la pandemia con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, 2022?

1.4 Objetivos.

1.4.1 Objetivo general

Establecer la relación entre la Cultura Tributaria post Covid-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Determinar la relación de la educación tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, 2022.
- Determinar la relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los baños del inca, 2022.
- Determinar la relación de la pandemia con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, 2022.

1.5 Justificación

1.5.1 Justificación teórica

La necesidad de ampliar el enfoque teórico, frente a situación de nuevos hechos sociales, económico, políticos después de la pandemia ; que nos dice (Moisés, Ango, Palomino, & Feria, 2019, pág. 63) “... la necesidad de profundizar los enfoques teóricos para cubrir algún vacío en el conocimiento, a partir del cual se espera generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente”.

Así mismo, con la presente investigación se propone alcanzar un marco teórico básico, para lograr buenas prácticas tributarias después de cuestiones excepcionales como la pandemia por parte de los comerciantes.

1.5.2 Justificación académica

Con la investigación, también se busca aportar nuevos conocimientos después de hechos excepcionales como la pandemia, para mejorar la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias, conocimientos que deben ser incorporados en las nuevas mallas curriculares universitarias y de la educación básica y contribuya para futuras investigaciones.

Asimismo, obtener el Título Profesional de Contador Público.

1.6 Limitaciones de la investigación.

La presente investigación no tiene limitaciones en su desarrollo, existe bibliografía relacionada al tema, de la misma manera el marco normativo está a disposición de todos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Internacionales:

(Basurto, 2015) en su Tesis para optar el grado de Magíster en Administración de Empresas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil titulada “Cultura Tributaria de las Asociaciones de Comerciantes Minoristas de la Bahía- FEDACOMIB y su incidencia en la continuidad de sus Negocios” desarrolló, el siguiente resumen:

El presente trabajo, tiene como propósito conocer la cultura tributaria de los comerciantes minoristas pertenecientes a la Federación Cantonal de Asociaciones de Comerciantes Minoristas de la Bahía de Guayaquil, a partir de la elaboración de estrategias y como esto influye en la continuidad de sus negocios. Para lo cual, ha sido necesario identificar el universo de comerciantes y considerar una cantidad adecuada para la muestra, tomando como base, la ecuación del muestreo aleatorio simple. Además, fue necesario identificar las relaciones y actividades que realizan con ciertas instituciones gubernamentales. También se pudo desarrollar la matriz FODA, del cual se desarrollaron las estrategias necesarias para la institución, dando como resultado la creación de unidad de apoyo de asesoramiento tributario, lo cual haría viable la implementación; de esta forma, se crearía una ventaja competitiva al fomentar una cultura tributaria, ayudar a legalizar los negocios y que puedan continuar en el transcurso del tiempo. Después de realizar los estudios financieros y ver la factibilidad del mismo, a través de la tasa interna de retorno, el valor actual

neto y el periodo de recuperación, se puede decir que la propuesta es viable factible; por lo cual, dicha propuesta es aceptada por los comerciantes. Es una investigación tipo aplicada y de nivel descriptiva. Se concluye que: (1) El estudio realizado, da como resultado, que existe una enorme oportunidad de asesoría tributaria, de esta forma se puede llegar a la conclusión de crear la unidad de negocio, en el sector Bahía de la ciudad de Guayaquil, se puede llegar a esta conclusión gracias a los resultados que se obtuvo a través del estudio de mercado y la demanda latente que existe, además al análisis financiero que muestra la factibilidad y viabilidad del negocio. (2) El comercio informal constituye una gran fuente de trabajo, el mismo que se encuentra en un crecimiento constante y sin mira a disminuir, esto se ve reflejado en el gran crecimiento que ha tenido durante las últimas décadas, motivo por el cual, es necesario fomentar una cultura tributaria que se encuentre enmarcada de acuerdo a lo que estipula la ley y (3) Los comerciantes constan con una gran experiencia en la actividad que realizan durante varias décadas, pero se sienten inseguros en el área tributaria por la falta de conocimiento que poseen, por lo cual, existe un mercado potencial tributario para el sector bahía, el cual no ha sido aún captado por ninguna organización.

Así mismo (Tirape & Velástegui, 2016) en su Tesis para optar el grado de Economista en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil titulada “Incidencia de la Cultura Tributaria en el Sector Informal de la Provincia de Santa Elena, Año 2016” señaló:

En los últimos años la informalidad del trabajo en América Latina y del Caribe ha crecido en un 54.62% con respecto a la Población Económicamente

Activa (PEA). Además, la evasión del pago de impuestos está enraizada en la carencia de una cultura tributaria. Por tal motivo el propósito de esta investigación fue cuantificar los efectos de la cultura tributaria sobre la actividad económica del sector informal de la provincia de Santa Elena cantón La Libertad mediante la elaboración de un modelo econométrico a partir de la información de corte transversal. El diseño de investigación utilizó un enfoque mixto debido a que partió de una investigación exploratoria y finalizó con una investigación concluyente. Los principales resultados están que los trabajadores informales el 69,51% no cancela impuestos y el 74.43% no recibió una educación con respecto al pago de los tributos desde su hogar. Por lo tanto, se necesita de un asesoramiento acerca de los impuestos para mejorar la recaudación tributaria. Se concluye que (1) En la actualidad el sector informal de la provincia de Santa Elena carece de capacitación con el cumplimiento de las obligaciones tributaria debido a que no han recibido una educación acerca de los tributos su función y sus beneficios para la sociedad. Además, no conocen como funciona la economía nacional y no perciben que reciben parte del pago de los impuestos. Sin embargo, si no recibe una atención de calidad no asumirá su responsabilidad de aportar el tributo que le corresponde al Estado. (2) El cuestionario aplicado a 305 personas que trabajan en el sector informal de la economía de la provincia de Santa Elena muestra que el 69.51% no cancela algún tipo de impuestos mientras que el 30.49% mencionó que no. Además, si tienen RUC o pertenecen al RISE el 67.87% mientras respondió que No mientras que el 32.13% dijo que Sí. Con respecto a la pregunta si recibió educación tributaria acerca del pago de los tributos el 74.43%

contestaron que No. Además, se validó la escala de Likert del 1 al 5 obteniendo un alfa de Cronbach de 0.83 y mediante el test KMO se obtuvo 0.86. (3) Más de la mitad de la varianza fue explicada con la consideración de dos componentes de la incidencia de la cultura tributaria en el sector informal de la provincia de Santa Elena. De las 7 preguntas cuatro fueron considerados relevantes por los participantes de esta muestra. El primer componente explicó el 40.87% de la varianza y englobó exclusivamente a las preguntas acerca de evasión: la evasión del impuesto y si evasión es sancionada, Mientras que el componente dos explica el 65.02% de la varianza acumulada incluye las preguntas acerca de la moral tributaria si evaden poco es normal y si las sanciones para los que no pagan impuestos no son suficientes en el país y (4) Finalmente se realizó un modelo probabilístico lineal en el programa Eview. La categoría de comparación o categoría omitida está formada por aquellas personas que no cancelan tributos, no reciben educación con respecto al pago de impuestos y posee un nivel de educación primaria completa. Así, en promedio, existe un 94.1% de probabilidad de que personas con estas características no posean RUC o RISE. Una respuesta positiva ante la variable “cancela tributos” contribuirá con una disminución del 68.15% en la probabilidad de que una persona posea RUC o RISE respecto a la categoría de comparación. En tanto a la variable “Educación”, una respuesta positiva a esta sugiere una disminución del 21.65% en la probabilidad de que una persona posea RUC o RISE respecto a la categoría de comparación.

2.2. Antecedentes Nacional:

(Paredes, 2018), presentó en su Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote titulada "Cultura Tributaria y su relación con el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de las Empresas Comerciales de la Ciudad de Huaraz, 2018", desarrollo el siguiente resumen:

El problema de investigación fue: ¿Cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas comerciales de la ciudad de Huaraz, 2018?, el objetivo logrado fue: Determinar la cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas comerciales de la ciudad de Huaraz, 2018; el tipo de investigación fue cuantitativo, correlacional. La población estuvo conformada por 24 empresas comerciales, con una muestra de 24 empresas comerciales. Se definieron y operacionalizaron las variables e indicadores, la técnica utilizada fue la encuesta; como instrumento el cuestionario, para el plan de análisis se utilizó el Programa Excel, estudio de Pearson, Chi cuadrado se presenta la matriz de consistencia y se consignan los principios ético Resultados: El 100% cumple con el pago puntual de tributos, el 86% realiza periódicamente sus declaraciones de pagos a la SUNAT, de manera voluntaria, el 100% es consciente con el pago de impuestos, el 100% promueve eficacia confianza cuando cumple con sus obligaciones tributarias. Conclusión: Se ha determinado que la cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas comerciales de la ciudad de Huaraz, porque la significancia asintótica del coeficiente del Chi cuadrado de Pearson p es de 0,002 la cual es

inferior a la significancia α de 0.05. También se debe tener en cuenta desde cuando se genera o se logra mediante el cumplimiento responsable de sus obligaciones tributarias por parte de las empresas comerciales. Se concluye que:

(1) Respecto al objetivo general, se ha determinado que la cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas comerciales de la ciudad de Huaraz en el año 2018. Esto de acuerdo al coeficiente del Chi cuadrado de Pearson p es de 0,002 la cual es inferior a la significancia α de 0.05, por lo tanto, la hipótesis nula es rechazada mientras que la hipótesis general de investigación es aceptada, por lo que las variables se relacionan; lo cual se logra mediante el cumplimiento responsable de sus obligaciones tributarias por parte de las empresas comerciales, así también tener en cuenta desde cuando se genera la obligación tributaria de tal manera que se pueda cumplir oportunamente, promueven eficacia y confianza al momento de cumplir sus obligaciones tributarias, como también han recibido orientación o charlas informativas por parte de la SUNAT o cualquier otra institución en temas tributarios

(2) Respecto al objetivo específico 1, se ha determinado que la práctica de valores influye significativamente en las obligaciones tributarias de las empresas comerciales de la ciudad de Huaraz en el año 2018. Porque la significancia asintótica del coeficiente del Chi cuadrado de Pearson p es de 0,027 la cual es inferior a la significancia α de 0.05, por lo tanto, la hipótesis nula es rechazada mientras que la hipótesis específica 1 es aceptada; lo cual se logra mediante el cumplimiento de las obligaciones tributarias de manera voluntaria y oportuna por parte de la empresas comerciales, es decir, cuando se tiene en cuenta la importancia que tiene pagar los tributos, tanto para los contribuyentes

como para el Estado.. (3) Respecto al objetivo específico 2, se ha determinado que la normatividad influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas comerciales de Huaraz. Porque la significancia asintótica del coeficiente del Chi cuadrado de Pearson p es de 0,040 la cual es inferior a la significancia α de 0.05, por lo tanto, la hipótesis nula es rechazada mientras que la hipótesis específica 2 es aceptada; lo cual se logra mediante el conocimiento adecuado de las normas tributarias por parte de las empresas comerciales; este conocimiento va a permitir saber cuáles son los requisitos para poder contar con el RUC, saber cómo inscribirse y la importancia de contar con este registro (4) Respecto al objetivo específico 3, se ha determinado que la educación influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas comerciales de Huaraz. Porque la significancia asintótica del coeficiente del Chi cuadrado de Pearson p es de 0,012 la cual es inferior a la significancia α de 0.05, por lo tanto, la hipótesis nula es rechazada mientras que la hipótesis específica 3 es aceptada; esto se logra mediante la educación formal tributaria por parte de las empresas comerciales aprendida en las instituciones educativas o superiores; este conocimiento va a permitir a las empresas comerciales que cumplan oportunamente con la presentación de declaraciones tributarias y pago de impuestos a los entes recaudadores.

Así mismo (Ventocilla, 2018) en su Tesis para optar el Grado Académico Contador Público en la Universidad César Vallejo titulada “Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las mypes

comerciales de venta de celulares del distrito de comas, 2017.” señaló lo siguiente:

La presente investigación titulada: “Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias las MYPES comerciales de venta de celulares del distrito de comas, 2017”, tiene como objetivo determinar la relación entre la Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPES comerciales de venta de celulares del distrito de comas, 2017. Según el desarrollo de la investigación, se considera que es un diseño no experimental transversal, esto se debe a que ningunas de las dos variables se han manipulado y la relación que se da entre estas será analizada en un momento dado. La población de la presente investigación está compuesta por una población de 151 personas que son serán los representantes legales de las MYPES (micro y pequeña empresa) de venta de celulares en el distrito de Comas, para la delimitación de la muestra se utilizó la formula estadística, con un margen de error de 0.05, un nivel de confiabilidad del 95%, por lo que la muestra quedó limitada por 109 personas que tuvieran conocimiento, manejen o manipulen directamente el pago de los impuestos. Para la recolección de datos se utilizó la encuesta, el cual fue validado por jueces expertos de la Universidad Cesar Vallejo y por el coeficiente de Alfa de Cron Bach. Para la validación de la hipótesis se procedió a utilizar la prueba de Rho Spearman, cuya hipótesis planteada fue aceptada, es decir, existe una relación positiva considerable entre la cultura tributaria y la obligación tributaria, en las MYPES comerciales de venta de celulares del distrito de comas, año 2017. Como última parte de la investigación se concluyó que la Cultura tributaria se relaciona con el

cumplimiento de las obligaciones tributarias. Además, se confirma que a mayor cultura tributaria tengan los contribuyentes de comas, mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias, teniendo una correlación positiva considerable. Se concluyó que: (1) Se concluye a través de los resultados que se han tenido que la cultura tributaria si está relacionada con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPES comerciales de venta de celulares de Comas, año 2017; se confirma mediante las tablas y gráficos ya mencionados que a más cultura tributaria haya en los trabajadores de comas, mayor se tendrá el cumplimiento de las obligaciones tributarias, teniendo una correlación positiva considerable. (2) La segunda conclusión y por medio de los resultados obtenidos en las tablas N°13 y grafico N°10, se puede observar que hay un gran porcentaje de contribuyentes que no conocen los beneficios que le brinda su régimen, esto ocasiona un gran problema porque al no tener información, se da entender que los encargados públicos no dan una buena y entendible difusión de los regímenes tributarios. Por ende, al no tener un conocimiento claro de los beneficios que estos traen a su negocio o empresa, verán el acto de tributar como un acto la cual no conocen y se privaran de no tributar, lo cual hace que no haya una recaudación fiscal por parte de la SUNAT. (3) Como tercera conclusión y a través de los resultados obtenidos en los gráficos N°7, 13,14 y 25, se observa que en gran parte los contribuyentes ven la manera de tributar como un acto sin importancia, y que no les genera rentabilidad para su negocio o más bien le disminuye. Además, la mayoría de los contribuyentes no tiene conocimiento acerca de las normas tributarias y las leyes tributarias, la cual dificulta aún más su comprensión para saber su importancia y lo beneficioso que le puede llegar a

ser en el desarrollo de su empresa. (4) Como cuarta y última conclusión, se observa a través de los resultados obtenidos en los gráficos N°18 y 19, que los microempresarios de venta de celulares de comas desean que la SUNAT, les ayude en el proceso de tributar, revisando como se está llevando la contabilidad, también explicando los alcances de las normas y leyes, esto con un objetivo, que ellos entiendan las normas y sepan más para conocer sus beneficios que le puede traer a su empresa o negocio.

En ese mismo orden (Serrano, 2016) presentó en su Tesis para optar el Grado Académico de Contadora Pública en la Universidad San Pedro titulada “Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta Barranca.” lo siguiente:

La investigación titulada “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta Barranca”, tuvo como objetivo general determinar la influencia de la Cultura Tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Modelo primera planta de Barranca. Fue una investigación de tipo Descriptiva no experimental. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la Encuesta y como instrumento al Cuestionario, que fue aplicado a una muestra de 85 comerciantes del Mercado Modelo primera planta Barranca. La muestra fue calculada aleatoriamente mediante una formula estadística aplicada a la muestra poblacional finita de 300 comerciantes formales de la primera planta de dicho mercado. Finalmente, el 44% (37) de los comerciantes encuestados indicaron que al menos una vez asistieron a las charlas que la SUNAT realizaba (Tabla 9), la que creo una débil cultura tributaria en ellos, el 49% (42) de los

comerciantes encuestados solo pagaban sus impuestos cuando se acordaban (Tabla 8) y también el 68% (58) de los comerciantes consideraban al pago de los impuestos muy excesivos (Tabla 17). Por lo tanto, estos valores confirman la hipótesis planteada que existe influencia de la Cultura tributaria en el cumplimiento de las Obligaciones tributarias en los comerciantes del referido mercado. Teniendo como conclusiones: (1) Al valorar la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo primera planta Barranca podemos concluir que no tienen cultura tributaria, pues no conciben las obligaciones tributarias como un deber sustantivo sino como una imposición, a esto se añade el poco conocimiento que tienen acerca de los tributos ya que lo consideran como un gasto que perjudica sus ingresos y tratan de evitarlo, reflejándose ello en el tiempo de pago de sus impuestos. (2) Al conocer los factores que influyen en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo primera planta barranca encontramos que uno de los factores es que no tienen una información clara, precisa y amplia de sus obligaciones tributarias, por lo que actúan de forma obligada y no consiente al pagar sus impuestos solo para evitar multas y cierre de sus negocios. Esto se ve evidenciado cuando no emiten su comprobante de pago a todos sus clientes, justificándose que no entregan porque no le piden. Al no tener información oportuna de parte de la SUNAT ellos solo se informan a través de las redes sociales, la cual no es la adecuada, desarrollando una débil cultura tributaria. (3) Al calificar el no cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo primera planta Barranca vemos que todos tienen su negocio formalizado y en su mayoría están ubicados en el Régimen Único Simplificado (RUS), pero al momento de vender sus

productos no emiten sus comprobantes de pago, y si lo hacen no lo hacen de forma voluntaria, evidenciándose una vez más que no tienen una cultura tributaria que les ayude al cumplimiento consiente de sus obligaciones tributarias sino forzado. (4) Cuando identificamos las causas del no cumplimiento de las obligaciones tributarias, encontramos que no cumplen con sus obligaciones pues consideran que los impuestos son excesivos, que reduciría sus ingresos, pues consideran que su negocio es poco rentable y la tasa de los impuestos muy altos.

2.3.Antecedentes Regional:

Para (Pérez, 2020) en su Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Nacional de Cajamarca titulada “Cultura Tributaria y su incidencia en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Bambamarca, año 2020.” **presentó**, el siguiente resumen:

La presente investigación “Cultura Tributaria y su incidencia en las Obligaciones Tributarias de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Bambamarca, año 2020”. Tiene como objetivo general, determinar la incidencia de la Cultura tributaria en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Central el Distrito de Bambamarca, año 2020. Para el desarrollo de la presente investigación se ha utilizado el tipo de investigación aplicada, porque los conocimientos adquiridos y los resultados serán utilizados para dar solución al problema, el nivel de investigación es Descriptivo – Correlacional, lo cual las variables se analizan en un periodo de tiempo. El trabajo de investigación tiene como población 184 comerciantes del mercado

central del distrito de Bambamarca, para el estudio se tomaron una muestra de 52 comerciantes, a los cuales se aplicaron la técnica de la encuesta y el instrumento de cuestionario, para la recopilación de información. Al finalizar la investigación se concluye que: La Cultura Tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Bambamarca incide directamente en sus Obligaciones Tributarias; el Conocimiento Tributario de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Bambamarca incide de manera directa en sus Obligaciones Tributarias; la Conciencia Tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de incide de manera directa en sus Obligaciones Tributarias, se ha determinado que en su gran mayoría los comerciantes no siempre tienen conciencia al momento de declarar y pagar sus impuestos, en consecuencia se establece que no cumplen con sus obligaciones de manera fiable, como lo rigen las leyes tributarias. Al finalizar la investigación se concluye que: (1) De los resultados de la investigación se concluye que, de acuerdo a la prueba de hipótesis de la variable Cultura Tributaria, según la Tabla 4, el nivel de significancia es menor a 0.05 ($0.000 < 0.05$) por lo cual, la Cultura Tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Bambamarca incide directamente en sus Obligaciones Tributarias. Tal como se observa en la Figura 1, del total de los comerciantes encuestados, el 44.23% no conoce, el 28.85% conoce poco, el 7.69% neutral y 19.23% conoce de aspectos de Cultura Tributaria. Así mismo tal como se muestra en la Figura 10, del total de los comerciantes encuestados, el 23.08% no conoce, el 50% conoce poco, el 11.54% neutral y 15.38% conoce de cuáles son sus obligaciones tributarias. Por lo tanto, se establece que, mayormente no conocen de Cultura Tributaria, por lo que los

comerciantes no cumplen con sus Obligaciones Tributarias. (2) Del análisis de los resultados del trabajo de investigación se llegó a la conclusión que, de acuerdo a la prueba de hipótesis de la Dimensión de Conocimiento Tributario, según la Tabla 6, el nivel de significancia es menor a 0.05 ($0.000 < 0.05$) por ende, el conocimiento tributario de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Bambamarca incide de manera directa en sus Obligaciones Tributarias. Tal como se observa en la Figura 2, del total de los comerciantes encuestados, el 17.31% tiene conocimiento muy bajo, el 63.46% bajo, el 15.38% medio y 3.85% alto en aspectos de Conocimiento Tributario, esto quiere decir que su conocimiento tributario es bajo; por ende, se establece deficiencia en el cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias. (3) De los resultados del trabajo de investigación se llegó a la conclusión que, de acuerdo a la prueba de hipótesis de la Dimensión de Conciencia Tributaria, el nivel de significancia es menor a 0.05 ($0.012 < 0.05$) por lo cual, la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado central del distrito de Bambamarca incide de manera directa en sus Obligaciones Tributarias. Tal como se observa en la Figura 7, del total de los comerciantes encuestados, el 3.85% nunca tienen conciencia al declarar y pagar tributos, el 19.23% casi nunca, el 36.54% a veces, 26.92% casi siempre y el 13.45% siempre tienen Conciencia Tributaria, se dice que no tienen conciencia porque no valoran los tributos, por lo tanto, no tienen responsabilidad ni cumplimiento, en consecuencia, se establece que no cumplen con sus obligaciones Tributarias.

Así mismo (Vigo, 2022) en su Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Nacional de Cajamarca titulada “Cultura Tributaria y

su incidencia en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Bambamarca, año 2020.” señaló:

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en las empresas que prestan servicios de alquiler de maquinaria a la Minera SHAHUINDO S.A., en la provincia de Cajabamba 2021. La metodología precisa un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo - correlacional, con un diseño no experimental de corte transversal. La población está constituida por 46 gerentes de las empresas que prestan servicios de alquiler de maquinaria a la empresa SHAHUINDO S.A en la provincia de Cajabamba, con una muestra de 22 gerentes a los cuales se aplicó la técnica de la encuesta; y para la recolección de la información el cuestionario. Los resultados evidenciaron un coeficiente de Pearson de (0.436), ya que $p - \text{valor} (0.000) < \alpha (0,05)$ demostrando que existe una relación directa moderada significativa entre las variables Cultura Tributaria y cumplimiento de las Obligaciones Tributarias. De la misma manera, se evidencia un coeficiente de Pearson de (0,454), ya que $p - \text{valor} (0.000) < \alpha (0,05)$, demostrando que existe una relación directa moderada y significativa entre la dimensión Conocimiento Tributario y la variable cumplimiento de las Obligaciones Tributarias. Finalmente, se evidenció un coeficiente de Pearson de (0,154), ya que $p - \text{valor} (0.000) < \alpha (0,05)$, demostrando que existe una relación muy baja entre la dimensión Educación Tributaria y la variable cumplimiento de las Obligaciones Tributarias. Se concluye que: (1) Se demuestra en la tabla 6 que la Cultura Tributaria y el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los gerentes de las empresas que prestan servicios de alquiler de maquinaria a la

minera SHAHUINDO S.A tienen una relación directa moderada con un coeficiente de (0,436) según la Correlación de Pearson, Por lo tanto, se afirma que, un mayor nivel de Cultura Tributaria conduce a un mayor Cumplimiento de Obligaciones Tributarias. (2) Se demuestra en la tabla 7 que, el Conocimiento Tributario con sus indicadores (valores personales, apreciación del rol del estado, apreciación de la equidad del sistema tributario) y el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los gerentes de las empresas que prestan servicios de alquiler de maquinaria a la minera SHAHUINDO S.A se relacionan de manera directa moderada, con un coeficiente de (0,454), según la Correlación de Pearson. Por lo tanto, se afirma que, mayores niveles de Conocimiento sobre el Sistema Tributario Peruano por parte de los contribuyentes, conducen a un mayor Cumplimiento de Obligaciones Tributarias. (3) Se demuestra en la tabla 8 que, la educación tributaria con sus indicadores (difusión en medios de comunicación, orientación al contribuyente y acceso a la información) y el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los gerentes de las empresas que prestan servicios de alquiler de maquinaria a la minera SHAHUINDO se relacionan de manera directa moderada baja con un coeficiente de (0,154), según la Correlación de Pearson. Por lo tanto, se afirma que, aun cuando haya mayor difusión y acceso a la información sobre temas tributarios, si el contribuyente no cuenta con la motivación personal de contribuir al desarrollo del País mediante el Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias, no se podrá percibir un aumento en el nivel de Cultura Tributaria.

Así mismo (Ramos, 2018) en su Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Nacional de Cajamarca titulada La Cultura

Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes Acogidos al nuevo RUS en el Distrito de Cajamarca- 2017.”

Señaló lo siguiente:

La presente tesis titulada “La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes acogidos al Nuevo RUS en el Distrito de Cajamarca - 2017”, es un tema importante en estos tiempos, considerando que la cultura tributaria es uno de los principales fenómenos que afecta la recaudación fiscal, el presente estudio tiene como objetivo determinar de qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. En el siguiente estudio se buscó identificar y analizar los motivos y situaciones que hacen que el contribuyente no tenga una cultura tributaria y cuáles son los motivos para que éste incumpla con sus obligaciones tributarias. Para la realización de este trabajo, se efectuó encuestas personales a un grupo de contribuyentes del Distrito de Cajamarca que están acogidos al Nuevo RUS; luego de la recolección de los datos, la tabulación, el análisis de las variables y contrastación de hipótesis se determinó que la mayoría de los contribuyentes encuestados carecen de cultura tributaria, ya que no tienen conocimiento de sus derechos y obligaciones tributarias como contribuyentes. La población está conformada por 95 contribuyentes acogidos al Nuevo RUS del Distrito de Cajamarca – 2017. Además, cabe indicar que este trabajo servirá como antecedente para futuras investigaciones ya que se ha proporcionado una solución que servirá para los investigadores o trabajadores del mundo empresarial. Teniendo como conclusiones: (1) La cultura tributaria de los contribuyentes acogidos al Nuevo RUS en el Distrito de Cajamarca influye en el

cumplimiento de las obligaciones tributarias implantadas por la administración tributaria, según la información procesada y analizada en la tabla N° 15 y en el gráfico N° 11. (2) Queda determinado que con una adecuada educación tributaria a los contribuyentes si cumplen con sus obligaciones tributarias formales de acuerdo a la normativa impuesta por la SUNAT, ya que un contribuyente que tiene una adecuada educación tributaria conoce la normativa tributaria vigente, sabe cuándo cumplir con sus obligaciones tributarias, está en constante capacitación, lo cual lo facilita para cumplir con sus obligaciones tributarias de forma oportuna. (3) Queda determinado que, la conciencia tributaria si influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que los contribuyentes aceptan el sistema tributario, cumple con la programación de las obligaciones tributarias sustanciales dentro de los plazos establecidos, los contribuyentes conocen la importancia del porqué pagar impuestos o tributar con el Estado, saben el destino de los recursos recaudados por la administración tributaria, lo cual hace que cumplan de forma voluntaria con sus obligaciones tributarias (4) Queda determinado que, la difusión tributaria contribuye a evitar infracciones y sanciones, ya que los contribuyentes están informados sobre el cronograma de pagos para cumplir con sus obligaciones tributarias, conocen las infracciones en que pueden incurrir y las sanciones a que pueden estar afectos.

2.4. Bases teóricas.

2.4.1. Base legal

2.4.1.1. Texto Único Ordenado del Código Tributario.

Mediante Decreto Supremo N°133-2013-EF: emitido en el año 2013, teniendo como objetivo establecer los principios generales,

instituciones, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico-tributario.

2.4.1.2. Reglamento de Comprobantes de Pago

Mediante Resolución de Superintendencia N°007-99/SUNAT: emitido el 21 de enero de 1999, cuyo objetivo es simplificar el procedimiento de autorización de impresión y/o importación de estos documentos, así como optimizar el control tributario respecto de los sujetos que inician dicho procedimiento.

2.4.2. Base Teóricas

2.4.2.1. Cultura tributaria

a) Historia de la Tributación en el Perú

La historia de la Tributación en el Perú se divide en dos, en la época del Tahuantinsuyo o prehispánica y en la época hispana. En tiempos del Tahuantinsuyo todo giraba alrededor del concepto “entregar antes que recibir”, ese es el fundamento de reciprocidad en el que se basaron (SUNAT, 2020). Dándose así el “Trueque” y los demás trabajos comunes como son la minka y la mita, los incas, tuvieron la falta de conocimiento de la moneda y por ende la falta de comercio, es por esta razón que no hubo tributación en aquella época.

Seguidamente, en la época hispana es cuando se da por primera vez se conoce el tributo en el Perú, al llegar los españoles impusieron muchos de ellos en las actividades matutinas de los

pobladores de los que algunos fueron temporales y otros fijos, entre ellos tenemos por ejemplo al quinto real, el diezmo, la alcabala, importación de esclavos, entre otros. Esto provocó un desfase económico entre peruanos y españoles, pues las tasas de impuestos eran muy altas, teniendo así una variación inversamente proporcional y dando como resultado el auge económico español y un difícil económico peruano.

Una vez terminada la estadía de los españoles y llegada así la Independencia del Perú, se optó por mejorar la imposición de tributos, erradicándose algunos de ellos y creando nuevos también estudiando la situación actual del país.

b) Cultura Tributaria

Para (Rodríguez, 2011, pág. 7) en su libro “La Cultura Tributaria” menciona que para la Cultura Tributaria se trata de : “Ver el sentido cotidiano de la evasión y la fiscalidad, ya que no constituye simplemente un conjunto de ingresos y gastos estatales, sino la manera como se materializa la escala de valores de una sociedad como menciona”, es decir es la manera como los contribuyentes de manera moral y ética emiten la información de gastos e ingresos de dinero diariamente.

La cultura tributaria es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se

debe hacer con relación al pago de tributos en un país, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

c) Importancia

Según (González, 2018, pág. 21) la Cultura Tributaria en los ciudadanos es muy importante porque: “Permitirá un mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias de manera voluntaria y no coercitiva, asimismo potenciará la recaudación del impuesto a la renta”

La cultura tributaria es importante porque es la base de toda la recaudación de los impuestos, esto no solo basándose en el conocimiento e información que se debe adquirir, sino también en los valores que se deben fomentar no solo en los comerciantes, si no en cada una de las personas que perciban dinero.

d) Finalidad

La finalidad de la cultura tributaria es que todas las personas sean legales, transparentes y responsables con su contribución. Pretende que tomen conciencia en cuanto a que, es un deber aportar al Estado, ya que así podemos brindar a la nación los medios necesarios para garantizar a la ciudadanía los servicios públicos de manera eficaz y eficiente (Amasifuen, 2015).

2.4.2.1.1. Educación Tributaria

La educación tributaria es la transmisión de valores dirigidos al cumplimiento cívico de los deberes de todo ciudadano a contribuir con los gastos públicos, lo cual se logra al aceptar las responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos participes de una sociedad democrática. BURGOS, (2003).

La educación tributaria tiene como objetivo primordial transmitir valores y aptitudes favorables a la responsabilidad fiscal y contraria a la conducta defraudadora. Por ello, su finalidad no es tanto transmitir contenidos académicos como así contenidos cívicos. (Brenes, 2000).

Para el autor, el tema debe tratarse de responsabilidad ciudadana, que se traduce en asumir las obligaciones tributarias, primero porque lo manda la ley y segundo porque es un deber cívico, poniendo de relieve qué efectos tiene el incumplimiento de la obligación para el individuo y para la sociedad.

Señala que la educación tributaria debe convertirse en un tema para identificar los distintos bienes y servicios públicos, conocer el valor económico y la repercusión social de los bienes y servicios públicos, reconocer las

diversas fuentes de financiación de los bienes y servicios públicos especialmente las tributarias.

Importancia de la Educación tributaria

La educación tributaria es importante porque la educación es la práctica fundamental para desarrollar en la conciencia, en la conducta social; aquellos valores; conocimientos que nos permitan entender a la tributación como el pilar fundamental para el sostenimiento económico del Estado.

Porque la educación tributaria está íntimamente relacionada con el valor de lo público que ejerce entre los ciudadanos.

Porque contribuye en gran medida al deber que tiene el ciudadano con el estado.

Porque la educación formal ocupa un rol fundamental en el perfeccionamiento de la democracia y el desarrollo social.

Finalidad de la educación tributaria

Su finalidad no es tanto facilitar contenidos académicos con contenidos morales, sino deba tratarse en el aula como un tema de responsabilidad ciudadana. Ello se traduce en asumir las obligaciones tributarias, primero

porque lo manda la ley, y después porque se trata de un deber cívico, poniendo de relieve qué efectos tiene el incumplimiento de estas obligaciones sobre el individuo y sobre la sociedad (SOLÓRZANO TAPIA, 2007).

La educación tributaria, por tanto, pretende proporcionar a los ciudadanos más jóvenes unos esquemas conceptuales sobre la responsabilidad fiscal que les ayuden a incorporarse a su rol de contribuyentes con una conciencia clara de lo que es un comportamiento lógico y racional en una sociedad democrática. Según (Montiel, Peña, & Martínez, 2020, pág. 118) para la formación de una cultura tributaria, resulta esencial el conocimiento que posee el individuo acerca del sistema de impuesto y sus funciones, concretado en actitudes y comportamientos.

La educación tributaria es la información que tiene cada persona en base a la recolección, organización, administración y gasto del mismo en todo el estado peruano.

Claro está que, para poder desarrollar efectivamente una cultura tributaria en la población, ésta debe tener educación tributaria, tener conocimiento sobre de la constitución de una empresa o negocio personal, saber la importancia de un Registro Único de

Contribuyentes (RUC), y la emisión de comprobantes de pago, que son conocimientos básicos que ayuda a los comerciantes a ser un poco más conscientes de sus obligaciones tributarias.

2.4.2.1.1.1. Constitución de Empresas

En el Perú la mayoría de personas han desarrollado algún tipo de negocio que les permita generar ingresos para poder subsistir. Pero este tema debe ser un tema básico en nuestra educación tributaria, pues no se debe emprender un negocio sin primero tener en cuenta los pasos que se debe seguir para constituir una empresa. El gobierno, a través de su Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) nos menciona los pasos para constituir una empresa, los cuales son los siguientes:

- a) **Búsqueda y reserva de nombre.** La reserva de nombre es el paso previo a la constitución de una empresa o sociedad. No es un trámite obligatorio, pero sí recomendable para facilitar la inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el registrador público tiene que verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre,

denominación, completa o abreviada, o razón social de una empresa o sociedad preexistente o que esté gozando de la preferencia registral.

- b) **Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad.** A través de este documento el titular de la empresa o los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la persona jurídica. El acto constitutivo consta del pacto social y los estatutos. Asimismo, se nombra a los primeros administradores, de acuerdo a las características de la persona jurídica.
- c) **Aporte de capital.** Podrá aportarse dinero, el cual se acreditará con el documento expedido por una entidad del sistema financiero nacional; o bienes (inmuebles o muebles, en estos últimos se entienden los derechos de crédito) los que se acreditarán con la inscripción de la transferencia a favor de la empresa o sociedad, con la indicación de la transferencia en la escritura pública o con el informe de valorización detallado y el criterio empleado para su valuación, según sea el caso.

d) **Elaboración de Escritura Pública ante el notario.** Una vez redactado el acto constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y lo eleve a Escritura Pública. De esta manera se generará la Escritura Pública de constitución. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y tener la firma del titular o los socios, incluidos los cónyuges de ser el caso. El costo y el tiempo del trámite dependerán de la notaría que elijas.

e) **Inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp.** Ya sea en el Registro de Sociedades, para las sociedades anónimas cerradas, abiertas, sociedad comercial de responsabilidad limitada; o en el Registro de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. En la Sunarp obtendrá un asiento registral de inscripción de la empresa o sociedad como persona jurídica. Este procedimiento normalmente es realizado por el notario. El plazo de calificación es de 24 horas desde la presentación del título. Recuerda que la Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

f) **Inscripción al RUC para Persona Jurídica.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica como contribuyente a una Persona Jurídica o Persona Natural. El RUC contiene los datos de identificación de las actividades económicas y es emitido por la Sunat.

2.4.2.1.1.2. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El RUC es la representación numérica de cada entidad, consta de 11 dígitos en el que estado tiene información clave de la misma para su seguimiento, validación y verificación de sus actividades. Es el número que identifica como contribuyente a una persona jurídica o persona natural, el RUC contiene datos de identificación y es de uso obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante SUNAT (Diario Gestión, 2018).

Según (Diario Gestión, 2018) pueden sacar RUC todas las personas domiciliadas o no en el Perú, que realicen actividades económicas por las que deban pagar tributos, incluyendo la importación y exportación. Para el desarrollo de sus actividades comerciales debe inscribirse al RUC como persona

individual con negocio o como una persona jurídica (empresa) de manera presencial o virtual.

El RUC es un conocimiento básico que debe estar presente en nuestra educación Tributaria.

2.4.2.1.1.3. Régimen Tributario.

SUNAT (2022), si eres una persona natural o persona jurídica, que posee o va a iniciar un negocio, debes estar registrado en una de las categorías de los regímenes tributarios de la Sunat.

El régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. Puedes optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio.

SUNAT (2022), hay cuatro regímenes tributarios: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG); que tienen sus propias características en función a sus actividades, niveles de ingresos o de compras, tipo de comprobante de pago que pueden emitir y que debes conocer:

- ***Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS***

Solo pueden estar las personas naturales, por lo que, si inicias un pequeño negocio como una bodega, puesto de mercado, zapatería, bazar, pequeño restaurante, juguería, peluquería, entre otros y debes emitir Boletas de Venta, este régimen es para ti.

- ***Régimen Especial de Renta - RER***

Se encuentran las personas con negocio y personas jurídicas que obtengan rentas provenientes de: actividades de comercio y/o industria, y actividades de servicios.

- ***Régimen MYPE Tributario - RMT***

Creado para las micro y pequeñas empresas con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias.

- ***Régimen General - RG***

Dirigido a las medianas y grandes empresas (personas con negocio o personas jurídicas), que generan rentas de tercera categoría, asimismo, a las asociaciones de cualquier profesión, arte, ciencia u

oficio y cualquier otra ganancia o ingreso obtenido por las personas jurídicas.

2.4.2.1.2. Conciencia Tributaria

Alva (2010), “la conciencia tributaria es el comportamiento frente a un deber tributario, regulado por Ley, para realizar voluntariamente, entendiendo que su método implica un beneficio para la colectividad”.

También Colmenero, (2015) formula lo siguiente: “la interiorización en los ciudadanos de sus obligaciones (...) de participar en el soporte de los gastos públicos, mediante su contribución tributaria” (p. 4).

Para Molina (1993), “es el cumplimiento de un deber social que tienen las personas, y que no pueden evadir porque está relacionado con otros individuos de su sociedad”.

La SUNAT (2012) mencionó que toda creencia y actitud de los contribuyentes influyen en la conciencia tributaria, ya que estas estimulan los ánimos de cooperación por parte de estos mismos.

Según, Sucle (2017) lo define como “el entendimiento o juicio que los individuos aplican frente al tributo”.

3.2.2.1.2.1. Tributo

La SUNAT (2019) define el tributo como un pago que se le hace al Estado de acuerdo a lo exigido por ley, a fin de ayudar al gobierno con los gastos públicos en beneficio de la ciudadanía.

3.2.2.1.2.2. Comprobantes de pago

Según (Reglamento de Comprobantes de Pago, 1999) en su artículo 1° define: “El comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso, o la prestación de servicios”, en la misma ley en su artículo 2° nos dice que se consideran: “Siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos en el presente reglamento, los siguientes: Facturas, Recibos por honorarios, Boletas de venta, Tickets o cintas emitidos por máquinas registradoras, Los documentos autorizados en el numeral 6 del Artículo 4, Los documentos autorizados en el numeral 6 del Artículo 4” los que serán emitidos de acuerdo al régimen tributario al que pertenece el contribuyente.

El documento más reconocido he importante, que da fe de transacción de bienes y servicios, es el comprobante de pago, es por eso que al solicitarlo demostramos que tenemos conciencia tributaria.

3.2.2.1.2.3. Declaración Tributaria

Según (Texto Único Ordenado del Código Tributario, 2013) en su artículo 88° define que: “

La Declaración Tributaria es la manifestación de hechos comunicados a la Administración Tributaria en la forma y lugar establecidos por Ley, Reglamento, Resolución de Superintendencia o norma de rango similar, la cual podrá constituir la base para la determinación de la Obligación Tributaria. La Administración Tributaria a solicitud del deudor tributario, podrá autorizar. La Administración Tributaria, a solicitud del deudor tributario podrá autorizar la presentación de la declaración tributaria por medios magnéticos, fax, transferencia electrónica, o por cualquier otro medio que señale, previo cumplimiento de las condiciones que se establezca mediante

Resolución de Superintendencia o norma de rango similar. Adicionalmente, podrá establecer para determinados deudores la obligación de presentar la declaración en las formas antes mencionadas y en las condiciones que se señale para ello. Los deudores tributarios deberán consignar en su declaración, en forma correcta y sustentada, los datos solicitados por la Administración Tributaria.

Tabla 1 *Categorías del Régimen Único Simplificado*

Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS			
¿Cuánto pagar?	Categoría	Ingresos o compras mensuales en soles hasta:	Cuota mensual en soles:
	1	5,000	S/. 20.00
	2	8,000	S/. 50.00

Nota. Tomada de: SUNAT

Tabla 2. *Régimen Especial*

Régimen Especial – RER	
¿Cuánto pagar?	Impuesto a la Renta mensual: cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales
	Impuesto General a las ventas (IGV) mensual: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).

Nota. Tomada de: SUNAT

Tabla 3 Régimen MYPE Tributario

Régimen MYPE Tributario							
¿Cuánto pagar?	Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).						
Pago a cuenta mensual del Impuesto a la Renta:							
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%; text-align: center;">Monto Ingresos Netos</th> <th style="width: 40%; text-align: center;">Tasa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Menor a 300 UIT</td> <td style="text-align: center;">1% de los Ingresos Netos</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">A partir del mes que supere las 300 UIT</td> <td style="text-align: center;">1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)</td> </tr> </tbody> </table>	Monto Ingresos Netos	Tasa	Menor a 300 UIT	1% de los Ingresos Netos	A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)
Monto Ingresos Netos	Tasa						
Menor a 300 UIT	1% de los Ingresos Netos						
A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)						
(*) El que resulte mayor, de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 85 de la Ley del Impuesto a la Renta.							
¿Se presenta DECLARACIÓN ANUAL?	Sí, con la cual se regulariza el pago del impuesto a la renta, dependiendo de la ganancia obtenida:						
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%; text-align: center;">Tramo de ganancia</th> <th style="width: 40%; text-align: center;">Tasa sobre la utilidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Hasta 15 UIT</td> <td style="text-align: center;">10%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Más de 15 UIT</td> <td style="text-align: center;">29.50%</td> </tr> </tbody> </table>	Tramo de ganancia	Tasa sobre la utilidad	Hasta 15 UIT	10%	Más de 15 UIT	29.50%
Tramo de ganancia	Tasa sobre la utilidad						
Hasta 15 UIT	10%						
Más de 15 UIT	29.50%						
Si los activos superan el S/. 1 000,000 se debe declarar el Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN). Tasa: 0.4%							

Nota. Tomada de: SUNAT

Tabla 4. Régimen General.

Régimen General - RG	
¿Cuánto pagar?	Impuesto a la Renta: Pago a cuenta mensual (el que resulte mayor de aplicar un coeficiente o el 1.5%, según la Ley del Impuesto a la Renta).
	Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).
¿Se presenta una DECLARACIÓN ANUAL?	Sí, con la cual se paga una regularización del impuesto equivalente al 29.5% sobre la ganancia.

Nota. Tomada de: SUNAT

2.4.2.1.3. Pandemia

La Organización Mundial de la Salud (2019), dio a conocer los primeros brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19) que fue notificado por primera vez en Wuhan (China) el 31 de diciembre de 2019.

El hecho de ser algo inesperado, no se sabia exactamente que impacto iba a tener en nuestra sociedad, muchos paises incluido el nuestro que no tiene una estabilidad economica estable sufrió mucho por esta enfermedad, que no solo causó la muerte de personas sino que cerró con muchos negocios, que eran el sustento de las familias.

2.4.2.2. Obligaciones Tributarias

a) Concepto

Como lo define (Gómez, 2020, pág. 117) “El vínculo jurídico en virtud del cual el Estado, denominado sujeto activo, exige de un deudor, denominado sujeto pasivo, el cumplimiento de una prestación pecuniaria excepcionalmente en especie”.

Según (Texto Único Ordenado del Código Tributario, 2013) menciona que:

b) Nacimiento de la Obligación Tributaria

La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación

c) Involucrados en la Obligación Tributaria

- *Acreeedor Tributario*

El acreedor Tributario es aquel en favor del cual debe realizarse la prestación tributaria.

- *Deudor Tributario*

El deudor Tributario es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable.

d) Exigibilidad de la Obligación Tributaria

- Cuando deba ser determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por Ley o reglamento.
- Cuando deba ser determinada por la Administración Tributaria, desde el día siguiente del vencimiento del plazo para el pago que figure en la resolución que contenga la determinación de la deuda tributaria.

2.4.2.2.1. Recaudación

Entendemos por recaudación tributaria aquella parte de los ingresos públicos que obtienen las distintas Administraciones públicas a través de la exigencia de los

tributos, establecidos de forma unilateral por el Estado a consecuencia del poder fiscal que el ordenamiento jurídico le ha conferido. Este tipo de recursos suponen la fuente más importante de allegar recursos por parte de los entes públicos, constituyendo una fuente previsible y ordinaria de financiar el gasto público.

La recaudación tributaria consiste en el ejercicio de las funciones administrativas conducentes al cobro de las deudas y sanciones tributarias y demás recursos de naturaleza pública que deben satisfacer los obligados al pago. Dicha recaudación puede realizarse tanto en período voluntario como en período ejecutivo. Además, la Ley General de Tributaria incluye dentro de las actuaciones y procedimientos de recaudación el procedimiento frente a los responsables y sucesores.

2.4.2.2.1.1. Ingresos Tributarios

SUNAT (2022), en setiembre 2022 los ingresos tributarios del Gobierno Central ascendieron a S/. 12 940 millones representando un aumento de 5,0% reflejando los importantes pagos a cuenta de impuesto a la renta que se siguen recibiendo especialmente de empresas del sector minería e hidrocarburos; el desempeño favorable de la actividad económica, destacando las importaciones; así como

las oportunas acciones de facilitación, control y cobranza implementadas por la SUNAT.

A nivel de componentes, los tributos internos aumentaron 3,8%; al igual que los tributos aduaneros se incrementaron 4,2% no así las devoluciones de impuestos que disminuyeron 3,6%.

El Impuesto a la Renta recaudado en setiembre creció 2,3%, explicado principalmente por la mayor recaudación de los pagos por Regularización que crecieron (34,2%), los pagos del Régimen MYPE Tributario (10,3%), los pagos a cuenta del Impuesto a la Renta de tercera categoría (9,9%), y los pagos del Régimen Especial de Renta (2,4%). De igual forma en setiembre se registró el incremento en la recaudación de las Rentas de No Domiciliados (45,0%), y de las Rentas de Quinta Categoría (3,1%); mientras que disminuyeron las Rentas de Segunda Categoría (-60,4%), las Rentas de Cuarta Categoría (-8,9%), las Otras Rentas (-6,0%), y las Rentas de la Primera Categoría (-2,6%).

El Impuesto General a las Ventas de setiembre aumentó 5,8%, tanto por efecto de los mayores pagos del IGV Interno (8,6%) como del IGV Importaciones (2,9%) en un contexto de crecimiento de la Demanda Interna y de los pagos del sector hidrocarburos. De igual forma, los pagos por

Impuesto Selectivo al Consumo registraron un incremento de 4,7%, debido principalmente al crecimiento del ISC Importaciones (15,1%) atenuado por la disminución del ISC interno (-2,5%). Estos resultados reflejaron la consolidación de la recuperación que registra desde agosto este tributo, luego de finalizar la vigencia del Decreto Supremo N°068-2022-EF que excluyó de la aplicación del ISC a un grupo importante de partidas de combustibles y cuyo impacto operó hasta el pasado mes de julio.

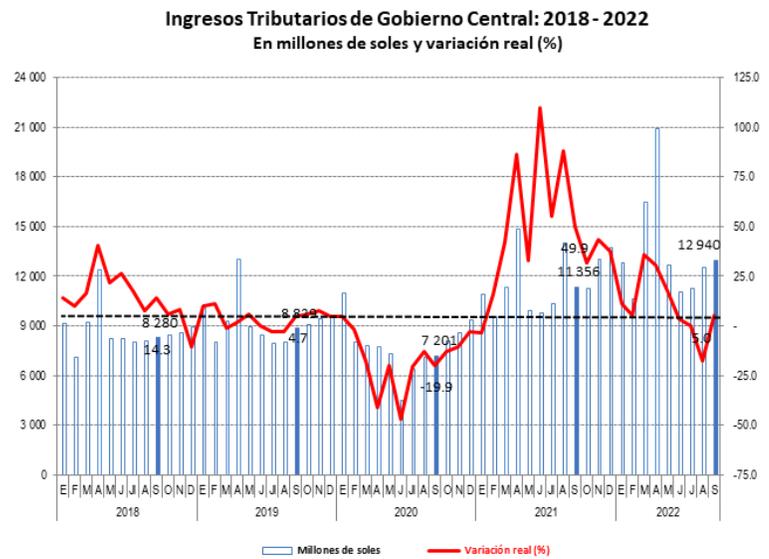


Figura 1. Ingresos tributarios de gobierno central: 2018-2022

2.4.2.2.2. Evasión y Elusión

La evasión y elusión tributaria son mecanismos utilizados para no pagar o reducir el pago de impuestos. La primera, se realiza violando el marco legal mientras

que la segunda utiliza los vacíos o ambigüedades existentes en las normas. (Grupo de Justicia Fiscal del Perú, 2019)

SUNAT (2022), si eres una persona natural con o sin negocio, o representas a una persona jurídica debes cumplir con las obligaciones tributarias al realizar tus actividades, ya que es posible que, debido a una acción u omisión, te encuentres ante una infracción o sanción tributaria sancionable por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat).

2.4.2.2.1. Infracciones

Se originan por el incumplimiento:

- De inscribirse, actualizar, acreditar la inscripción, según el artículo 172 del Código Tributario.
- De solicitar que se acredite la inscripción o de publicitar el número de registro asignado, según el artículo 173 del Código Tributario.
- De emitir, otorgar y exigir comprobantes de pago u otros documentos, según el artículo 174 del Código Tributario.
- De llevar libros, registros o contar con informes u otros documentos, según el artículo 175 del Código Tributario.

- De presentar declaraciones y comunicaciones, según el artículo 176 del Código Tributario.
- De permitir el control de la Administración Tributaria, informar y comparecer ante la misma, según el artículo 177 del Código Tributario.
- Otras obligaciones tributarias, según el artículo 178 del Código Tributario.

2.4.2.2.2. Sanciones

Algunas son:

- ✓ Multas: son sanciones económicas fijadas principalmente en función a la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) o en función a sus ingresos. Además, están sujetas a reglas de gradualidad (rebaja).
- ✓ Comiso de bienes: donde tus bienes pueden ser retirados de tu poder y pasar a ser custodiados por la Sunat hasta que acredites la posesión o propiedad sobre los mismos.
- ✓ Cierre temporal de establecimientos: que impide el desarrollo de actividades comerciales en el establecimiento sancionado hasta por un máximo de 10 días calendario.

- ✓ Internamiento temporal de vehículos: afecta tu propiedad o posesión sobre un vehículo, el mismo que queda consignado en los almacenes que la Sunat designe, hasta que acredites su propiedad o posesión. Además, se aplicará por un máximo de 30 días calendario.
- ✓ Pegado de carteles, sellos o letreros: son sanciones complementarias a las anteriores, a través de ellas la Sunat informa el incumplimiento de obligaciones tributarias.

2.4.2.2.3. Impacto Económico

La idea de impacto económico, alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo.

Es por ello que la pandemia generó un impacto en nuestra economía, tuvo consecuencias en las actividades económicas de las empresas e incluso llego a afectar al principio de Empresa en Marcha.

2.4.2.2.3.1. Actividad Económica

Dependiendo del tipo de actividad que realice la empresa tendrá que apuntarse a unos u otros, pero

lo principal es que la empresa gane dinero por lo que ofrezca, sea productos, servicios o bienes.

La actividad económica está ligada a la creación de algo con el cual ofrecemos valor a la sociedad y obtenemos beneficios por ello.

Producto de la pandemia muchas empresas que ya tenían una actividad económica establecida, tuvieron que cambiar o mejorar su actividad económica, pues de ello dependía la existencia o sobrevivencia de su negocio.

Si bien para algunos fue una nueva oportunidad de negocio, de abrir un negocio propio, en otros casos tuvieron que innovar y acudir a la tecnología para mejorar su servicio.

2.4.2.2.3.2. Empresa en Marcha

Este principio de Contabilidad en su enunciado textual, según el PCGR:

Salvo indicación expresa en contrario, se entiende que los estados financieros pertenecen a una "empresa en marcha", considerándose que el concepto que informa la mencionada expresión, se

refiere a todo organismo económico cuya existencia temporal tiene plena vigencia y proyección.

Este principio se basa en la presunción de que la empresa continuará sus operaciones por un tiempo indefinido y no será liquidado en un futuro previsible, salvo que existan situaciones como: significativas y continuas pérdidas, insolvencia, etc.

Una empresa en marcha agrega valor a los recursos que usa, estableciendo su ganancia por diferencia entre el valor de venta y el costo de los recursos utilizados para generar los ingresos, mostrando en el Balance General los recursos no consumidos a su costo de adquisición, y no a su valor actual de mercado.

Este principio se vio afectado por el impacto económico que ocasionó el Covid-19, pues durante el tiempo que se dictaron medidas de salubridad, como fue la inmovilización social, todas las empresas que no pertenecían a las actividades permitidas tuvieron que cerrar, y después de algún tiempo el gobierno dictó nuevas medidas que ayuden a las empresas a seguir con su actividad comercial.

El Banco de Desarrollo del Perú informa que para la reactivación de la economía estos fueron algunos programas:

a) REACTIVA PERÚ

El programa Reactiva Perú, creado por el Estado mediante DL N°1455, está dirigido a las empresas afectadas por la emergencia sanitaria del COVID-19, y tiene como objetivo promover financiamiento de reposición de capital de trabajo de empresas que enfrentan pagos y obligaciones de corto plazo y así asegurar continuidad en la cadena de pagos.

Se trata de un fondo de hasta S/60 mil millones destinados a garantizar nuevos créditos, otorgados por las Entidades del Sistema Financiero (ESF) y cuyas garantías son administradas por COFIDE. Gracias a este programa, las empresas elegibles podrán solicitar créditos, a las entidades del sistema financiero que hayan firmado el acuerdo con COFIDE, a un plazo de hasta 36 meses con un periodo de gracia de 12 meses.

Este programa no financia la adquisición de activos fijos, o la compra de acciones o bonos y

activos monetarios, ni aportes de capital. Tampoco para pagar obligaciones vencidas de la empresa deudora con la entidad financiera ni pre-pagar deuda no vencida.

Mediante el Decreto Supremo 335-2020-EF se amplió hasta el 30 de noviembre de 2020, el plazo para otorgamiento de la garantía del gobierno nacional a los créditos del Programa "Reactiva Perú".

b) FAE-MYPE

El Fondo de Apoyo Empresarial a las MYPE (FAE-MYPE), creado según Decreto de Urgencia N°029-2020, son recursos que destina el Estado para garantizar el financiamiento para capital de trabajo que obtengan las MYPE que les permita superar los problemas económicos generados por el estado de emergencia adoptado ante la pandemia de COVID-19, permitiéndoles continuar con sus actividades y recuperarse sin afectar el cumplimiento del pago de sus deudas.

Las empresas no calificarán si no cumplen con los siguientes requisitos:

- Toda MYPE es elegible (según definición de MYPE en reglamento operativo) sin excepción a sectores.
- Deben estar clasificadas como “Normal” o “CPP” al 29.02.20 o mínimo “Normal” en los 12 últimos meses.
- No estar vinculada a la Empresa del Sistema Financiero (ESF) o COOPAC otorgante ni Ley N°30737.
- No ser beneficiarios de Reactiva Perú.
- No realizar actividades de “Lista exclusión”

El total de crédito que se puede otorgar en el programa FAE-MYPE no puede superar los S/30 mil por cada MYPE. Cada entidad financiera evaluará individualmente y asignará la línea de crédito que corresponda, según sus procedimientos internos.

Estos créditos serán otorgados en condiciones preferenciales y a plazos de hasta 36 meses, con periodos de gracia de hasta 12 meses. El plazo mínimo es de 9 meses y puede incluir hasta 3 meses de gracia.

c) FAE-Turismo

El FAE Turismo fue creado por Decreto de Urgencia N°076-2020 con el objetivo de promover el financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del Sector Turismo, a través de créditos para capital de trabajo que realizan actividades de establecimientos de hospedaje, transporte interprovincial terrestre de pasajeros, transporte turístico, agencias de viajes y turismo, restaurantes, actividades de esparcimiento, organización de congresos, convenciones y eventos, guiado turístico, y producción y comercialización de artesanías.

Cubre como máximo el monto equivalente a cuatro (4) meses el nivel de venta promedio del año 2019, según los registros de la SUNAT. Alternativamente, también se puede considerar tres (3) veces el promedio mensual de deuda de capital de trabajo registrado por la MYPE, en el año 2019, en la ESF o COOPAC que le otorga el crédito. No se consideran los créditos de consumo, ni hipotecarios para vivienda.

Los plazos son hasta 60 meses, incluidos hasta 18 meses de gracia.

d) FAE-Agro

El programa FAE Agro, fue creado por Decreto de Urgencia N°082-2020 y tiene como objetivo garantizar los créditos para capital de trabajo en moneda nacional de los pequeños productores agropecuarios, a fin de garantizar la campaña agrícola 2020-2021, tanto de Cultivos Transitorios como Permanentes y la Promoción de la Actividad Pecuaria.

Se considera productores agropecuarios aquellos que realicen agricultura familiar conforme define la Ley N° 30355, Ley de Promoción y Desarrollo de la Agricultura Familiar, a fin de asegurar la Campaña Agrícola de Cultivos Transitorios y Permanentes y la Promoción de la Actividad Pecuaria.

Los plazos son hasta 12 meses, incluidos uno o más periodos de gracia que sumados no excedan el plazo total.

e) PAE-MYPE

Mediante Decreto de Urgencia N° 019-2021 se crea el Programa de Apoyo Empresarial a las micro

y pequeñas empresas (PAE – MYPE) a fin de otorgar la Garantía del Gobierno Nacional a las carteras de créditos destinados para capital de trabajo que cumplan con las condiciones y requisitos para acceder al PAE-MYPE, hasta por la suma de S/ 2 000 000 000,00 (dos mil millones y 00/100 soles).

Las MYPES que podrán acceder al PAE-MYPE son aquellas que obtengan créditos para capital de trabajo de manera posterior a la entrada en vigencia del Reglamento Operativo del PAE-MYPE (12/03/2021) y que hayan sido más afectadas por los recientes cierres de actividades o hayan tenido un reinicio posterior o tardío de actividades. Las actividades incluidas dentro de este criterio se encuentran en el Anexo N°1 actualizado del Reglamento Operativo.

Los créditos de capital dentro de este programa tendrán plazos de hasta 36 meses, con periodos de gracia de hasta 12 meses.

La vigencia del programa ha sido ampliada hasta el 31 de marzo de 2022.

2.5. Definición de términos básicos.

2.5.1. Cultura tributaria

Es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios, sustentada en la razón, la confianza y la afirmación de los valores, estructurada socialmente en la ética, con respeto a la ley y solidaridad social.

2.5.2. Educación Tributaria

Es la transferencia de conocimientos con valores, dirigidos al cumplimiento cívico de las obligaciones de todo ciudadano a contribuir al erario nacional para los gastos públicos, se logra al acceder a las responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos contribuyentes de una sociedad democrática. BURGOS, (2003).

2.5.3. Constitución de Empresas

Es una forma como una persona o grupo de personas inscriben un ente económico ante el Estado, para que este les brinde todos los beneficios y mantener la condición de ser formal.

2.5.4. RUC

Registro Único de Contribuyentes.

2.5.5. Régimen Tributario

Es una estructura jurídica, ordenado por categorías donde cualquier persona natural o jurídica puede afiliarse al iniciar una actividad económica. El sistema tributario fija las características y las tasas para el pago de impuestos.

2.5.6. Conciencia Tributaria

Es el proceder implícito a su formación de una persona frente a una obligación tributaria, de manera voluntaria; en el entendido que su método implica orden y puntualidad en beneficio de la colectividad.

2.5.7. Tributo

Monto que todos los ciudadanos deben determinar y pagar al Estado, resultado de una actividad económica. Este los redistribuya de manera equitativa, en beneficio de la sociedad.

2.5.8. Comprobantes de pago

Es el aval físico o virtual de la realización de una actividad económica, el cual se debe entregar obligatoriamente a los agentes económicos, al momento de la transacción económica.

2.5.9. Declaración Tributaria

Determinación de los tributos mensuales o anuales y presentado de manera física o virtual ante la Administración Tributaria, donde se reconozca y manifieste que hay una obligación que cumplir onerosamente.

2.5.10. Pandemia

Enfermedad o epidemia que por su naturaleza se ha extendido por varios países, continentes o todo el mundo, afecta a toda la humanidad o la mayoría.

2.5.11. Obligaciones Tributarias

Es la manifestación de hechos comunicados a la Administración Tributaria.

2.5.12. Recaudación

Conjunto de actividades que realiza la administración tributaria impositiva, destinadas a captar de manera efectiva el pago de todas las obligaciones tributarias de los contribuyentes, con el fin de producir la extinción de ellas.

2.5.13. Ingreso Tributario

Monto de impuestos pagados por los contribuyentes al Estado, registrados a partir de la fecha de acreditación en las cuentas bancaria del Tesoro Público del sistema financiero.

2.5.14. Evasión y Elusión

Son mecanismos utilizados por los contribuyentes para no pagar o reducir el pago de impuestos. La evasión, se realiza violando el marco normativo, mientras que la elusión utiliza todos los vacíos o ambigüedades existentes en las normas.

2.5.15. Infracciones

Toda acción u omisión que viola las normas tributarias, siempre que se encuentre tipificada expresamente como tal, en el Código tributario o en otras leyes o decretos legislativos.

2.5.16. Sanciones

Es una imputación a un administrado de obligatorio cumplimiento, que ejerce la administración tributaria en ejercicio de la correspondiente potestad administrativa por un hecho o una conducta constitutiva de infracción tributaria.

2.5.17. Impacto Económico

Implica al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. No son controlables en un primer momento, pueden ser de pequeña o gran magnitud que provoca consecuencias negativas en la economía de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo.

2.5.18. Actividad Económica

La creación de algo con el cual ofrecemos valor a la sociedad y obtenemos beneficios por ello.

2.5.19. Empresa en Marcha

Principio, que se basa en la presunción de que la empresa continuará sus operaciones por un tiempo indefinido y no será liquidado en un futuro previsible.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS VARIABLES

3.1. Hipótesis

Existe relación de la Cultura Tributaria post COVID-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022.

3.1.1. Hipótesis específicas

- Existe relación de la educación tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, 2022.
- Existe relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los baños del inca, 2022.
- Existe relación de la pandemia con las obligaciones en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, 2022.

3.2. Identificación de variables.

- **Variable 1:** Cultura Tributaria
- **Variable 2:** Obligaciones Tributaria

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de investigación.

4.1.1. Tipo de investigación.

4.1.1.1. Tipo aplicada.

La Investigación es aplicada, porque se aplicó a una realidad concreta, que nos dice al respecto (Moisés, et al., 2019, p. 113) “Se caracteriza por la utilización de los conocimientos que se adquieren con la investigación básica, en busca de posibles aplicaciones prácticas”. para plantear posibles soluciones a hechos derivadas del problema.

4.1.2. Nivel de investigación.

4.1.2.1. Nivel Descriptivo.

Al ser una investigación de relación causa-efecto se tiene dos variables, necesitamos conocerlas y describir en tiempo determinado o en espacios y tiempos diferidos, que nos dice al respecto (Moisés, et al., 2019, p. 115) “Se caracteriza por medir el comportamiento de los valores de una variable en un grupo, espacio y tiempo definido (descriptivo simple) o en grupos, espacios y tiempos diferentes (descriptivo comparativo), para especificar las características del objetivo investigado”.

4.1.2.2. Nivel Relacional.

Es una investigación correlacional, porque se plantean dos variables de causa-efecto, desde su tipificación una depende de la otra, al respecto que nos dice (Moisés, et al, 2019, p. 115) “el nivel de investigación relacional, mide la existencia de relación simétrica entre variables. Adicionalmente, puede medir el grado y el tipo de correlación, siempre y cuando las variables estén relacionadas”. Este es el sustento para que algunos autores la denominen de nivel correlacional. Nuestra investigación busca conocer si existe relación entre la variable Cultura Tributaria Post COVID-19 y Obligaciones Tributarias.

4.2. Diseño de la investigación.

4.2.1. No Experimental

Es una investigación No Experimental porque no manipulamos ninguna variable, toda vez que estas ya están dadas, sobre el punto que nos dice (Hernández & Mendoza, 2018, pág. 174) “... en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien las realiza. En un estudio no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos”.

4.2.2. Es Transversal.

Así mismo establecemos un diseño transversal o transaccional, porque recogemos los datos en un solo periodo, en un tiempo determinado, con el propósito es conocer las variables, y analizar su influencia y correlación en un tiempo determinado; así lo señala (Moisés, et al, 2019, p. 124), citando a (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado y Baptisra Lucio, pag 208).

4.3. Población de estudio.

La población de estudio estará representada por 93 comerciantes.

Tabla 5. *Población de Estudio. Tiendas del Mercado “Atahualpa”- Exteriores*

	APellidos y Nombres	DNI	Nº DE PUESTO	RUBRO	OBS.
	DE LA CRUZ RUITON MARGARITA	26601919	1	VENTA DE ROPA	ACTIVO
	FERNANDEZ LEON SONIA MARIA	41301453	3	VENTA DE ROPA	ACTIVO
	DE LA PUENTE NUÑEZ CARMEN ELENA	41963871	4	BAZAR	ACTIVO
	RUDAS OCAS MARTINA	26679973	6	ABARROTOS	ACTIVO
	CHAVEZ LUCANO LILIANA	42728240	7	VENTA DE ROPA	ACTIVO
	HUARIPATA CHUSHO CARMELA	41786086	8	ABARROTOS	ACTIVO
	SILVA LUNQUI YNES AMPARO	26660876	9	ABARROTOS	ACTIVO
	VELASQUEZ HUATAY CARMEN ROSA	26659806	10	ZAPATERIA	ACTIVO
EXTERIORES	CHUNQUE RAMIREZ MARIA ANGELINA	70210137	11	BAZAR	ACTIVO
	HUAMAN FLORES INES	42204783	13	VENTA DE ROPA	ACTIVO
	CERQUIN ALCÁNTARA DE COLORADO MARIA LEONOR	41445119	14	SERV. TECNICO	ACTIVO
	CASTRO GONZALES LUIS ALBERTO	41947350	15	RENOBADORA	ACTIVO
	OCAS CHUNQUE JOSE ANGEL	41879807	16	PIÑATERIA	ACTIVO
	CASAS GAMBOA MARIANITA DALI	41504282	17	FRUTA SECA	ACTIVO
	ESTACIO QUISPE MARIA TERESA	41786087	18	VENTA DE ROPA	ACTIVO
	BUENO GONZALES ERMINIA	40941579	19	VENTA DE ROPA	ACTIVO
	RUDAS OCAS MARIA ESTHER	26708786	21	ABARROTOS	ACTIVO
	CERQUIN MANTILLA FRANCISCO	26612643	22	ABARROTOS	ACTIVO
ZAMORA GUTIERREZ LUIS ALBERTO	26610515	23	ABARROTOS	ACTIVO	

Fuente: Según información brindada.

Tabla 6. Población de Estudio. Tiendas del Mercado “Atahualpa”- I

APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	N°DE PUESTO	RUBRO	OBS.
VERA ORTIZ WILBERTO	26630252	3	CARNES	ACTIVO
HUARIPATA ESTACIO PAULA	26659710	4	CARNES	ACTIVO
GALLARDO HUATAY DE VERA MARIA JUANA	26637023	5	CARNES	ACTIVO
PIMINTEL IZQUIERDO DE COLORADO ELENA	26659090	6	CARNES	ACTIVO
LUICHO DIAZ FLORENTINO	26659831	7	CARNES	ACTIVO
SALDAÑA ZEGARRA FANNY MILAGROS	40131131	8	CARNES	ACTIVO
ZEGARRA IZQUIERDO SANTOS	26681156	9	CARNES	ACTIVO
CABRERA HUALTIBAMBA MANUEL	26714067	10	CARNES	ACTIVO
HUAMAN CHUNQUE MARÍA JESUS	26680633	11	HARINAS	ACTIVO
DE LA CRUZ VARGAS YOVANA	45041896	12	CUY	ACTIVO
OCAS HUINGO MARIA EDITA	47631296	14	CUY	ACTIVO
BURGA DE ZAMORA NORA ELIZABETH	26610514	15	PESCADO	ACTIVO
BUENO GALLARDO SONIA EDITA	47167953	16	PESCADO	ACTIVO
RUIZ DIAZ ESTHER	9909200	17	PESCADO	ACTIVO
VASQUEZ GARCIA DE PAJARES AUREA MERCEDES	26603604	18	PESCADO	ACTIVO
MORO HERRERA TOMASA	26690065	21	PESCADO	ACTIVO
SOTO OCAS DE MARTINES MARIA CASIMIRA	26657332	22	POLLO	ACTIVO
QUIROZ MORO YNES GLADYS	80626664	23	POLLO	ACTIVO
CHAVES MANTILLA DE CELIS ROSA KARINA	44283853	24	POLLO	ACTIVO
ASENCIO DELGADO DERIS VIOLETA	40671835	25	POLLO	ACTIVO
GONZALES QUILICHE ROSA VIRGINIA	26708587	26	ABARROTOS	ACTIVO
CERQUÍN MANTILLA JOSÉ VICITACION	26678637	27	TUBERCULOS	ACTIVO
SANCHEZ DE CERQUIN MAGNA	26650101	28	TUBERCULOS	ACTIVO
CERQUIN ZELADA EVA	44177692	30	TUBERCULOS	ACTIVO
CHAVES MANTILLA IRMA YANETH	41400074	31	ESPECERIA	ACTIVO
DIAZ CRUZADO SILVIA	45386644	32	ESPECERIA	ACTIVO
BUENO GALLARDO ELI MARGARITA	44113940	33	ESPECERIA	ACTIVO
RAMIREZ CHUNQUE CARMEN ROSA	42369352	34	ESPECERIA	ACTIVO
OCAS DURAN NATIVIDAD	26726340	35	ESPECERIA	ACTIVO
CUZCO RUDAS MARIA ALCIRA	26679987	36	VERDURAS	ACTIVO
ROJAS HUAMAN ROSA ELIZABETH	43153020	37	VERDURAS	ACTIVO
ROJAS HUAMAN LUZ ELENA	41420723	38	VERDURAS	ACTIVO
MANTILLA RAMIREZ MARIA ESPERANZA	26629413	39	VERDURAS	ACTIVO
OCAS TELLO MARIA LUCILA	26658964	40	VERDURAS	ACTIVO
HUAMAN PALACIOS MARIA MAGDALENA	26709371	41	VERDURAS	ACTIVO
QUIROZ DE OCAS MARIA CORPUS	26656381	42	VERDURAS	ACTIVO
RUDAS OCAS MARIA MERCEDES	26659578	43	VERDURAS	ACTIVO

	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	N°DE PUESTO	RUBRO	OBS.
INTERIORES	HUAMAN CHINGAY MARIA CATALINA	26659339	44	VERDURAS	ACTIVO
	QUILICHE OCAS JUSTINA	26662462	45	VERDURAS	ACTIVO
	CELIS LUCANO MARIA ESTHER	41448644	46	VERDURAS	ACTIVO
	CARRASCO HERRERA MARIA SECUNDINA	26663992	47	VERDURAS	ACTIVO
	MANTILLA CULQUI DOMITILA	41546319	47-A	VERDURAS	ACTIVO
	JULCAMORO CHICOMA VICTORIA	26708406	49	VERDURAS	ACTIVO
	TERAN BACON MARIA FLORENTINA	26679275	50-A	VERDURAS	ACTIVO
	POMPA RAMOS ROSA MARIA	26705767	51	VERDURAS	ACTIVO
	HUAMAN CORONADO MARGARITA	26737424	51-A	VERDURAS	ACTIVO
	CHUNQUE ESTACIO ASUNCIONA	26679462	52-A	VERDURAS	ACTIVO
	REQUELME DIAZ DE MANTILLA MARIA DORILA	26659655	53	VERDURAS	ACTIVO
	CRUZ CASAS SANTOS MARCELA	47328445	54-A	VERDURAS	ACTIVO
	LUCANO QUILICHE EVITA	26721672	56-A	VERDURAS	ACTIVO
	RAMOS HUACCHA LUCIA MARGARITA	26680628	59	VERDURAS	ACTIVO
	OCAS MANTILLA DE CASTOPE MARIA FELICITAS	26679202	60	PANAD. PASTEL	ACTIVO
	MEJÍA QUISPE LUIS	27569797	61	LACTEOS	ACTIVO
	SALAZAR QUIROZ MARIA EDITA	41221024	65	FRUTAS	ACTIVO
	HUARIPATA MATINEZ JUANA	8136098	66	FRUTAS	ACTIVO
	MELENDEZ GONZALES MARIA ESPERANZA	27900184	67	FRUTAS	ACTIVO
	HUARIPATA CHUNQUE LUCAS	26659003	68	FRUTAS	ACTIVO
	REQUELME OCAS ROSA LUCIA	26680597	69	COMIDAS	ACTIVO
	CHINGAY SALDAÑA ROSA ELIZABETH	40659210	70	COMIDAS	ACTIVO
	CALLA GUTIERREZ VIRGINIA	2043722	75	COMIDAS	ACTIVO
	OCAS HUATAY MERCEDES	44017358	76	COMIDAS	ACTIVO
	LUCANO AGUILAR MARIA INOCENTA	26720927	77	COMIDAS	ACTIVO
	VALDEZ DE RAMIREZ MARUJA	26609439	78	COMIDAS	ACTIVO
	ALIAGA RODRIGUEZ AMPARITO MARILIN	46177650	81	COMIDAS	ACTIVO
	RODRIGUEZ CHAVEZ ELVIA MABEL	27075080	82	COMIDAS. JUG.	ACTIVO
	RUIZ DIAZ DE CASTOPE MARIA	26658175	85	COMIDAS	ACTIVO
	LUCANO REQUELME ELVIA	97235543	86	COMIDAS	ACTIVO
	GALAN BIONES ROSA ANA	10447871	88	GALERIA	ACTIVO
	BANDA GOICOCHEA ROSA ELISA	26660469	102	GALERIA	ACTIVO
	CULQUI CHAMAY JOSE MARIA	26683882	126	GALERIA	ACTIVO
VALDEZ SANCHES ROSARIO	26626263	134	GALERIA	ACTIVO	
CABANILLAS QUISPE NANCI	26715414	135	GALERIA	ACTIVO	
VEGA HUACCHA SUSANA	42123720	137	GALERIA	ACTIVO	
CHALAN CASTILLO LUISA	42599129	SS.HH 1	SS.HH	ACTIVO	

Fuente: Según información brindada por la administración del Mercado Atahualpa, de la Municipalidad distrital de Baños del Inca.

4.4. Tamaño de la muestra.

Para la presente investigación la muestra se extrae de la población, se empleará el muestreo no probabilístico intencional, el cual se caracteriza por la selección de elementos de la muestra de manera arbitraria, según la conveniencia del investigador, tal como lo expresa (Moisés, et al., 2019, p. 167). La muestra de nuestra investigación son 74 comerciantes, se ha considerado este número en relación a la información obtenida directamente del Administrador del Mercado Atahualpa, quien manifiesta que al 31 de octubre solo están abriendo 74 negocios, los otros comerciantes después de la Pandemia no han abierto sus negocios.

4.5. Unidad de análisis

Los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, provincia y región de Cajamarca.

4.6. Operacionalización de variables.

Tabla 7. Operacionalización de Variables

Título: Cultura Tributaria post COVID-19 y las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado "Atahualpa" del Distrito de los Baños del Inca, 2022.				
Nombre de la Variable	Definición conceptual	Definición operacional		
		Dimensiones	Indicadores	Ítem
Cultura Tributaria	“La cultura tributaria es un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen”. (Chávez, 2017)	Educación Tributaria	Constitución de empresa	2,3,4
			RUC	5,6
			Régimen Tributario	7,8
		Conciencia Tributaria	Tributo	9,10,11
			Comprobantes de Pago	12,13,14
			Declaraciones Tributarias	15,16
Pandemia	COVID-19	17,18,19		
Obligaciones Tributarias	“La Obligación Tributario es el vínculo entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente” (Texto Único Ordenado del Código Tributario, 2013)	Recaudación	Ingresos Tributarios	20,21,22
		Evasión y Elusión	Infracciones	23,24,25,26
			Sanciones	27,28,29,30
		Impacto Económico	Actividad económica	31,32,33
			Empresa en marcha	34,35,36

4.7. Métodos, técnicas e Instrumentos de investigación.

4.7.1. Método de investigación

4.7.1.1. Método Inductivo.

Al conocer hechos de manera directa e independientes, que permita proponer acciones generales, que señala al respecto (Martínez, 2012, pág. 83) “el método inductivo, parte de la observación directa para luego hacer una serie de generalizaciones respecto a los fenómenos observados, lo que permite llegar a la formulación de las leyes generales”.

4.7.1.2. Método Analítico.

Es analítico, porque se parte de la observación y análisis de hechos o fenómenos particulares, con el propósito de hallar la relación y naturaleza de estos hechos, como lo señala (Martínez, 2012, pág. 89).

El método analítico consiste en separar las partes de un fenómeno que se pretende estudiar, observando de manera secuencial sus causas y sus efectos, esto con la idea de comprender su naturaleza. La importancia del análisis reside en que, para comprender la esencia del objeto de estudio, hay que conocer la naturaleza de sus partes; esto nos permite conocerlo de forma más detallada, así como se describirlo y explicarlo.

4.7.1.3. Método analítico- sintético.

Al considera este método, creímos en el enfoque de la (Escuela de Administración de Negocios, 2017, págs. 8-9).

Este método se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad: el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. Permite estudiar el comportamiento de cada parte. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.

4.7.1.4. Método Histórico- Lógico.

De la misma modo tomamos a la (Escuela de Administración de Negocios, 2017, pág. 13), para señalar que nuestra investigación es Historico-Logico, cuando plantean. “Lo histórico se refiere al estudio del objeto en su trayectoria real a través de su historia, con sus condicionamientos sociales, económicos y políticos en los diferentes periodos. Lo lógico interpreta lo histórico e infiere conclusiones”.

4.7.1.5. Método Histórico.

Que dice al respecto (Martínez, 2012, pág. 90), “este es usado para estudiar los hechos del pasado con el fin de encontrar explicaciones

causales a las manifestaciones propias de las sociedades actuales”

4.7.1.6. Método Inductivo- Deductivo.

Sobre este caso, que nos dice la (Escuela de Administración de Negocios, 2017, pág. 10).

Está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan.

4.7.1.7. Método Hipotético- Deductivo.

Que señala (Martínez, 2012, pág. 83) “son generalizaciones de la experiencia que pueden confirmarse mediante su contrastación en la naturaleza”.

4.7.2. Técnicas de recolección de datos

4.7.2.1. Encuesta.

La encuesta se constituye en una técnica muy importante para este tipo de investigación, su aplicación el propósito de conseguir información sobre las variables planteadas.

4.7.3. Instrumento de recolección de datos

4.7.3.1. El cuestionario.

Que nos dice al respecto (Martínez, 2012, pág. 147), el cuestionario “es un documento que contiene una lista de preguntas sobre un tema específico y se aplica a un determinado grupo de individuos con objeto de reunir datos acerca del asunto o problema a estudiar”, para nuestro caso se aplicará preguntas cerradas y politómicas según la escala de Likert a muestra determinada.

4.7.4. Técnicas de procesamiento de datos

Se procesó la información con el sistema SPSS Versión 26, se ordenó y clasificó, para luego consolidar en tablas y gráficos, que permitió analizar e interpretar los resultados, luego se elaboró la discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Presentación de Análisis e interpretación de resultados

Se presenta los resultados de la encuesta realizada a los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, los cuales constituyen la muestra de la investigación.

5.2. Análisis e Interpretación de Ítems

5.2.1. Variable 1 CULTURA TRIBUTARIA

Dimensión 1. Educación Tributaria

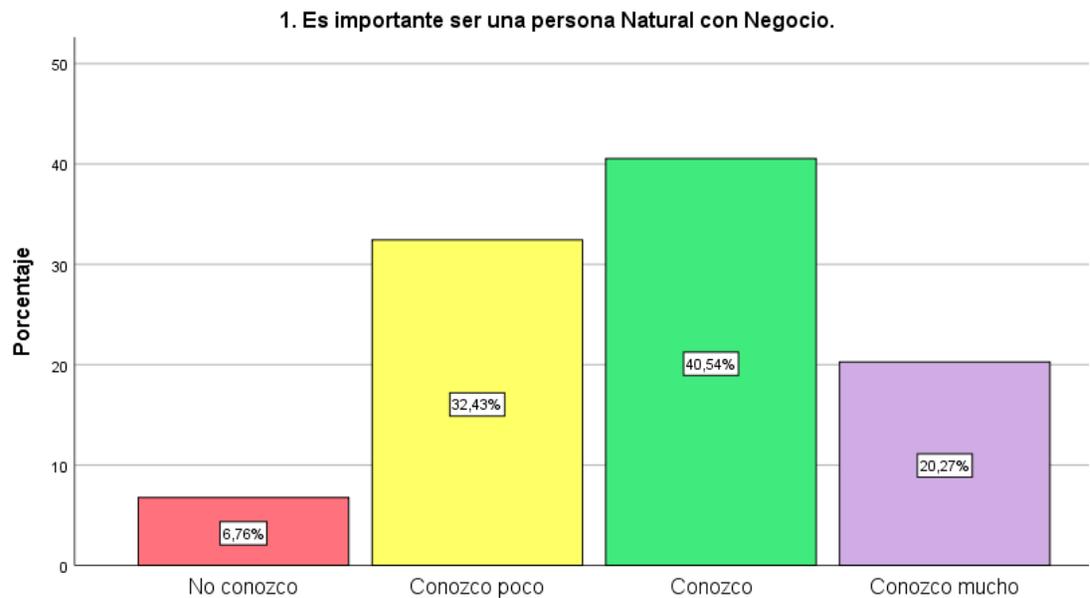


Figura 2. Persona Natural con Negocio.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 2, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 40.54 % conoce, el 20 % conoce

mucho, el 32,43% conoce poco y el 6.76% no conoce respecto a la importancia de ser una persona natural con negocio.

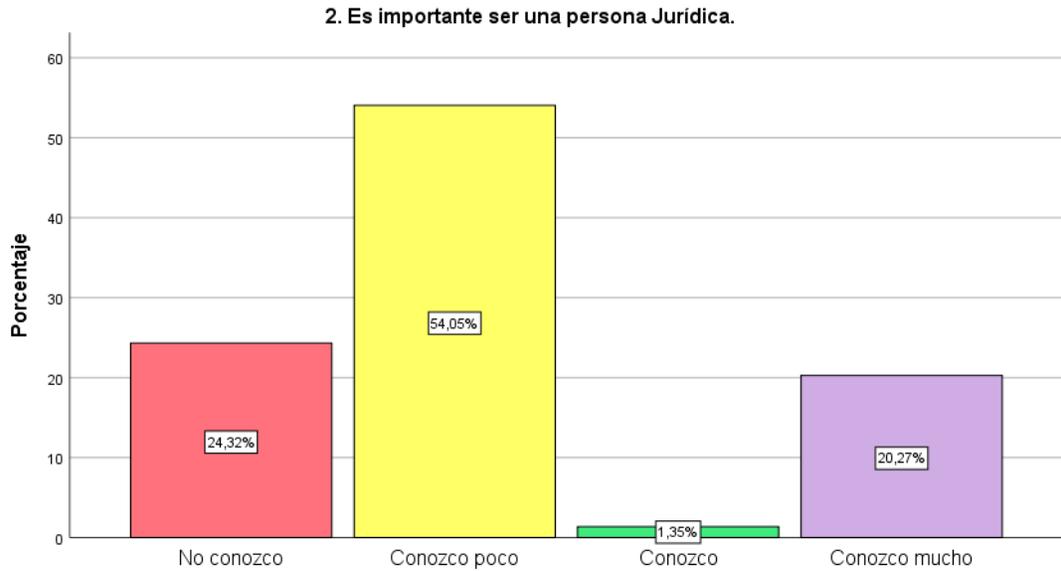


Figura 3. Persona Jurídica.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 3, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1.35 % conoce, el 20.27 % conoce mucho, el 54,05% conoce poco y el 24.32% no conoce respecto a la importancia de ser una persona jurídica.

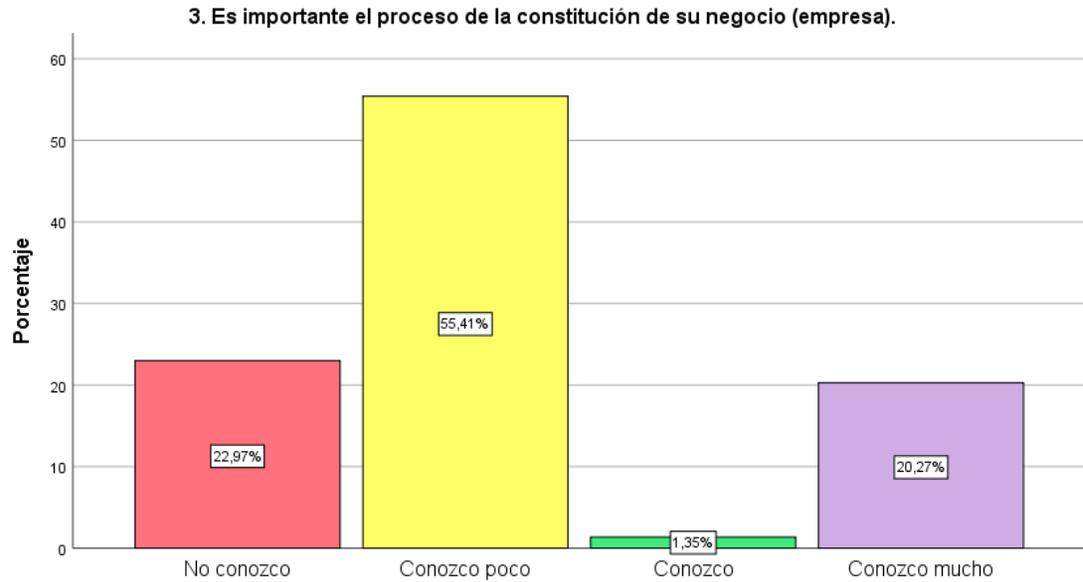


Figura 4. Constitución de negocio (empresa).

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 4, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 55,41% conoce poco y el 22,97% no conoce respecto a la importancia del proceso de constitución de un negocio (empresa).

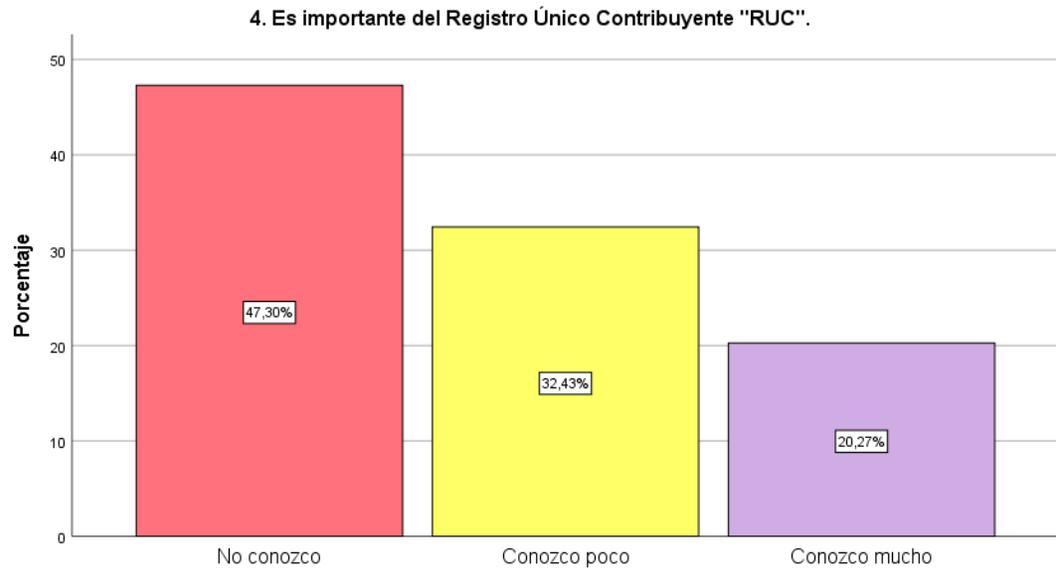


Figura 5. Registro Único Contribuyente "RUC"

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 5, de los 74 comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, el 20,27 % conoce mucho, el 32.43% conoce poco y el 47,30% no conoce respecto a la importancia del Registro Único Contribuyente "RUC".

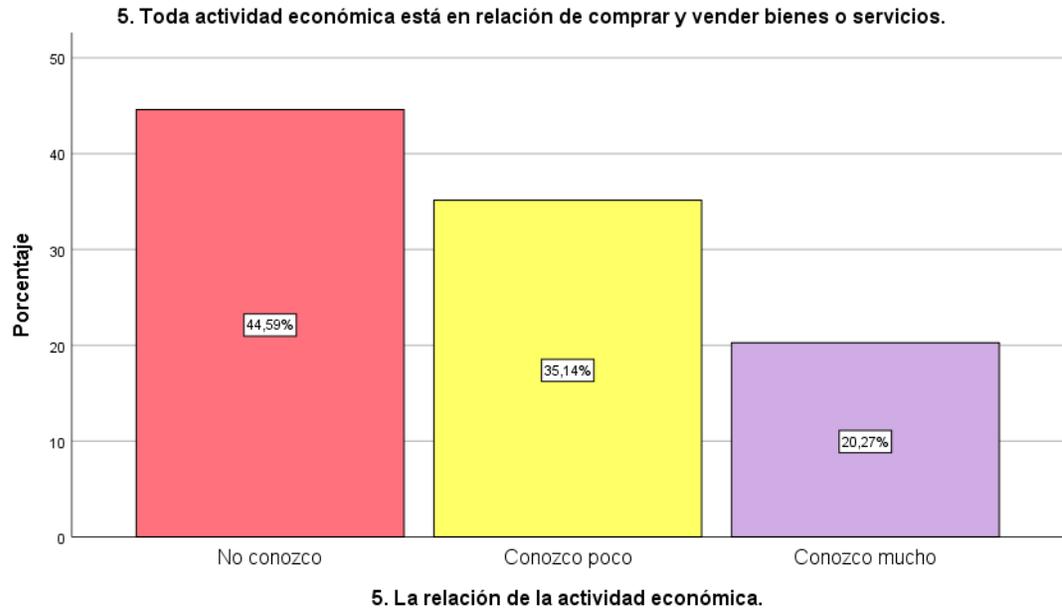


Figura 6. La relación de la actividad económica.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 6, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 55,41% conoce poco y el 22,97% no conoce respecto a la importancia del proceso de constitución de un negocio (empresa).

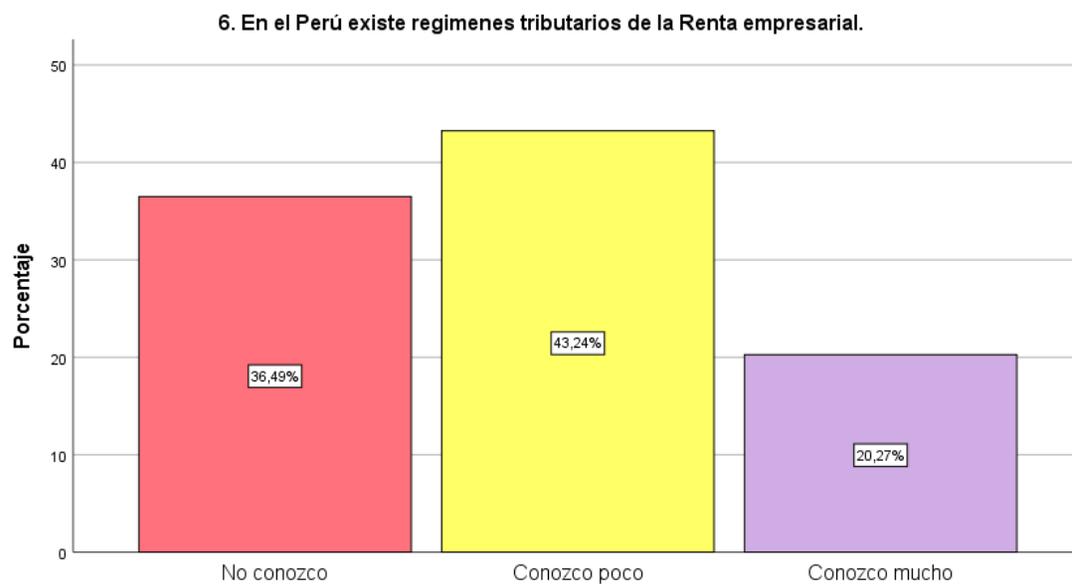


Figura 7. Regímenes tributarios de la Renta empresarial.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 7, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 20,27 % conoce mucho, el 43,24% conoce poco y el 36,49% no conoce respecto a Regímenes tributarios de la Renta empresarial.

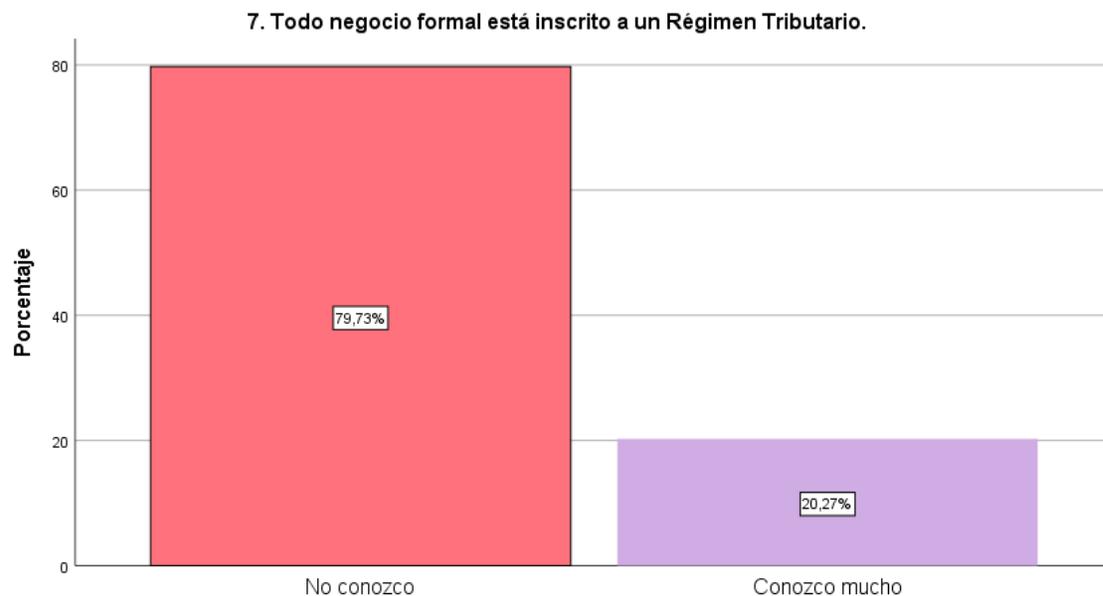


Figura 8. Inscripción de un negocio a un Régimen Tributario.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 8, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 20,27 % conoce mucho y el 79,73% no conoce respecto a la Inscripción de un negocio a un Régimen Tributario.

Dimensión 2. Conciencia Tributaria

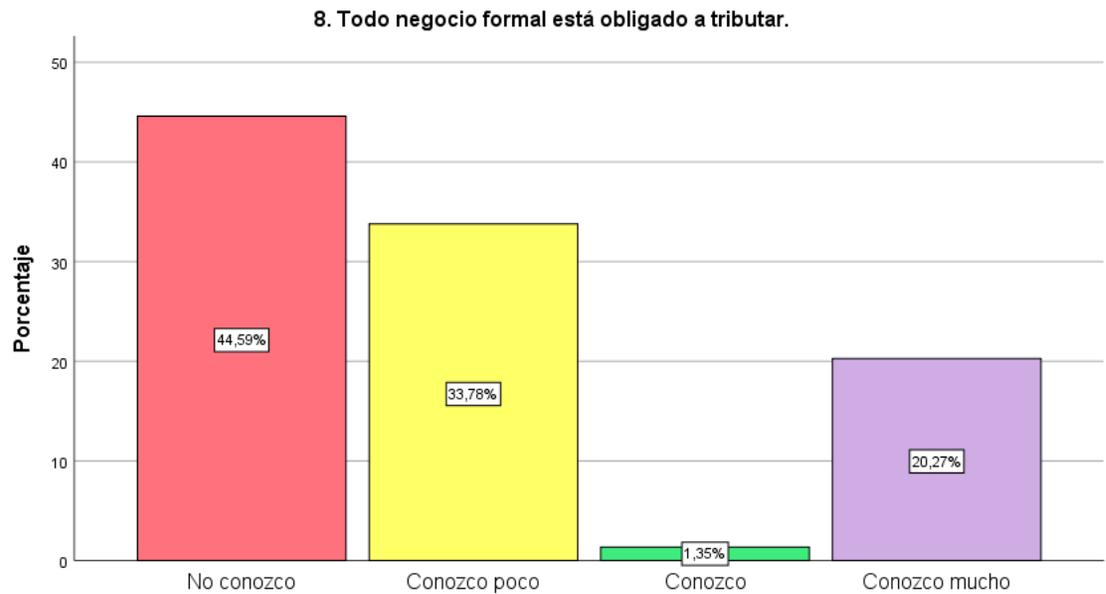


Figura 9. Todo negocio formal está obligado a tributar.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 9, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 33,78% conoce poco y el 44,59% no conoce respecto que todo negocio formal está obligado a tributar.

9. Los negocios del Regimen General, Remype Tributario y Regimen Especial a la Renta, al emitir un comprobante de pago, está implícitamente afecto al Impuesto General a las Ventas "IGV".

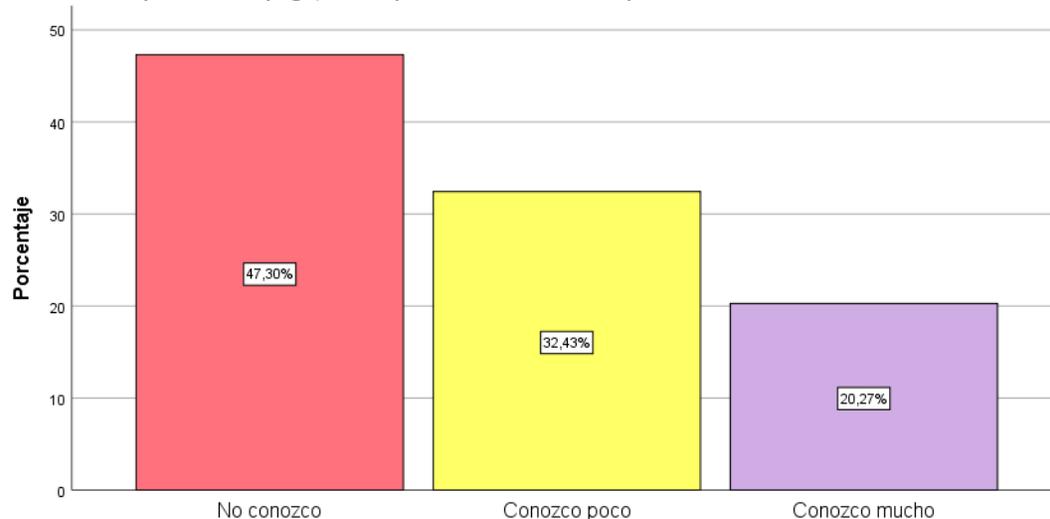


Figura 10. Emisión de comprobantes de pago y su afectación al Impuesto General a las Ventas "IGV".

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 10, de los 74 comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, el 20,27 % conoce mucho, el 33,43% conoce poco y el 47.30% no conoce respecto a la Emisión de comprobantes de pago y su afectación al Impuesto General a las Ventas "IGV".

10. Los negocios al momento de emitir el comprobante de pago, genera una obligación tributaria de Impuesto a la Renta (IR).

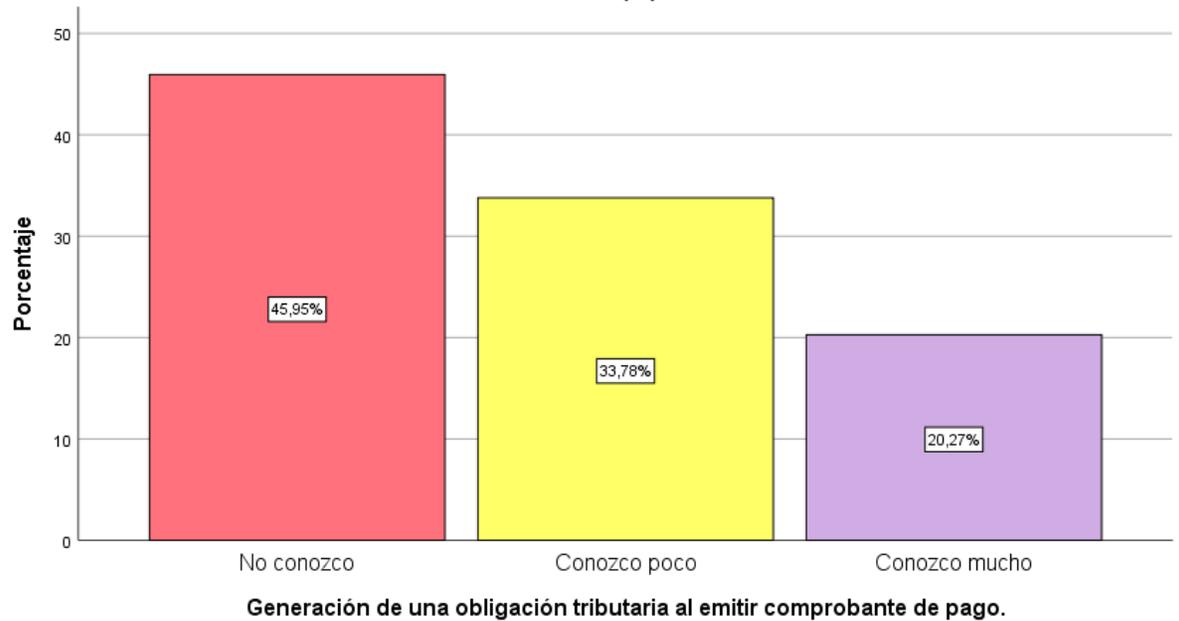


Figura 11. Generación de una obligación tributaria al emitir comprobante de pago.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 11, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 20,27 % conoce mucho, el 33,78% conoce poco y el 45,95% no conoce respecto a la Generación de una obligación tributaria al emitir comprobante de pago.

11. En el Perú todo comprobante de pago se regula por el Reglamento de Comprobantes de Pago R.S. 007-99.

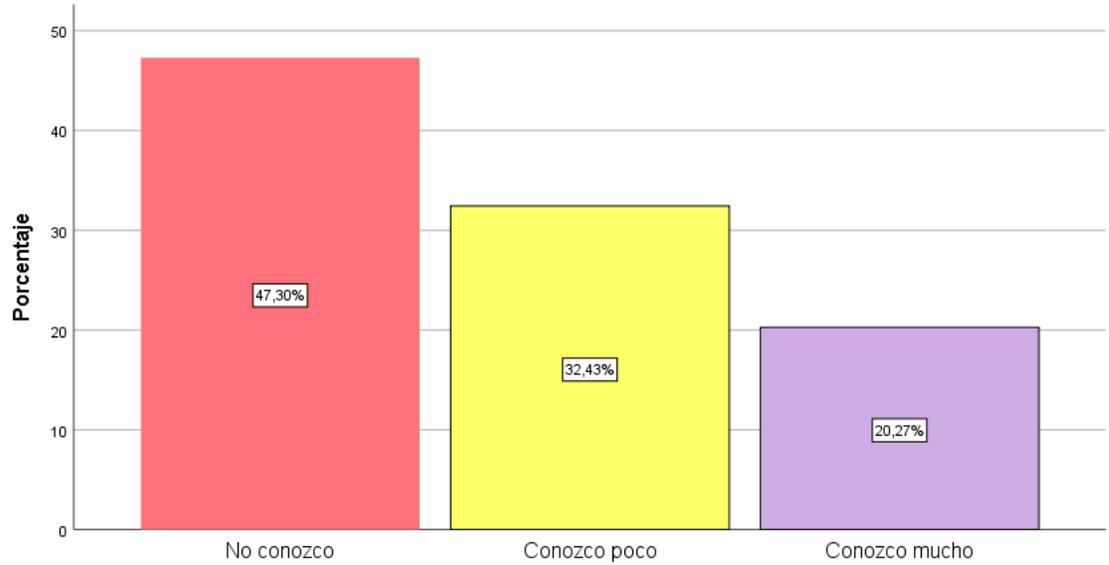


Figura 12. Reglamento de Comprobantes de Pago R.S. 007-99.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 12, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 20,27% conoce mucho, el 32,43% conoce poco y el 47,30% no conoce respecto al Reglamento de Comprobantes de Pago R.S. 007-99.

12. Cuando realiza una compra, su proveedor está obligado a emitirle Comprobante de Pago.

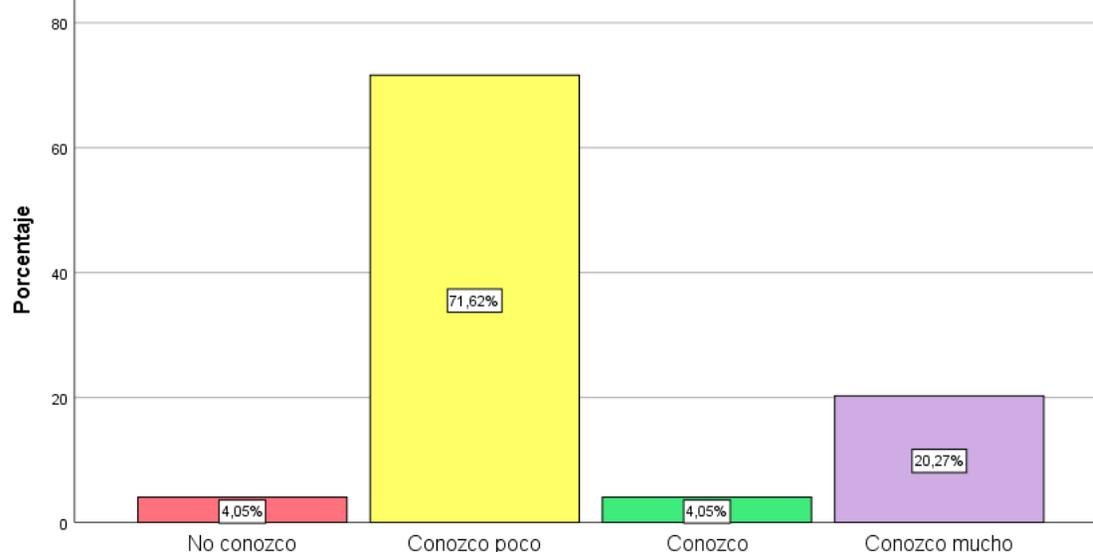


Figura 13. Obligación de emisión de Comprobantes de Pago por compras.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 13, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 4,05 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 71,62% conoce poco y el 4,05% no conoce respecto a la Obligación de emisión de Comprobantes de Pago por compras.

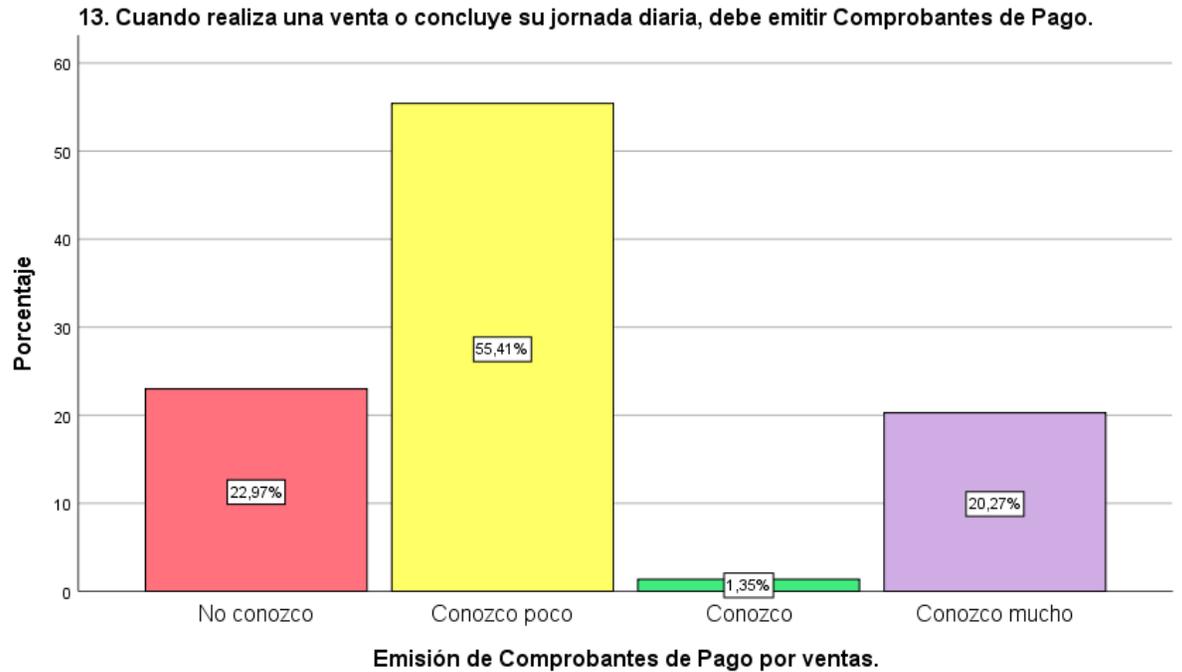


Figura 14. Emisión de Comprobantes de Pago por ventas.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 14, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 55,41% conoce poco y el 22,97% no conoce respecto a la Emisión de Comprobantes de Pago por ventas.

14. Todos los negocios están obligados a hacer pagos mensuales, declaraciones mensuales y/o anuales según su clasificación del régimen tributario.

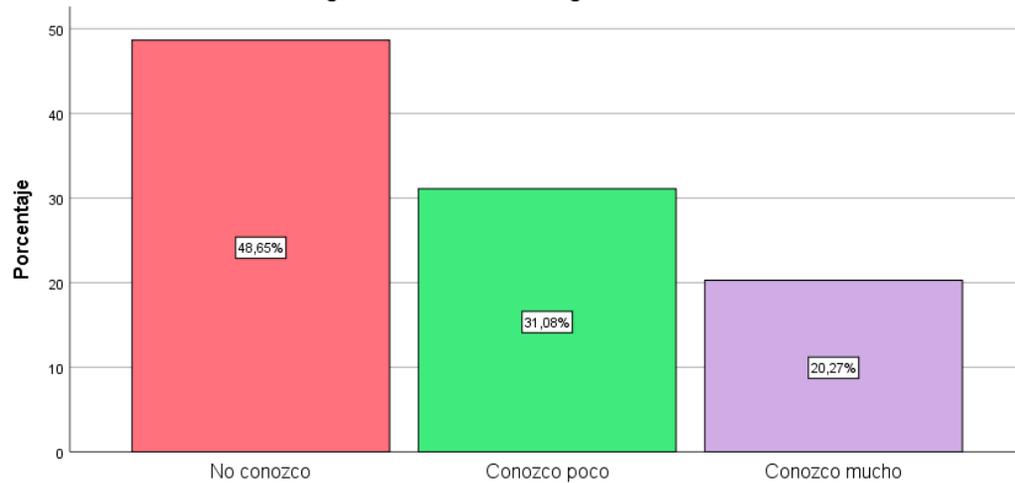


Figura 15. Obligación de pagos, declaraciones mensuales y/o anuales según su clasificación del régimen tributario.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 15, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 20,27 % conoce mucho, el 31,08% conoce poco y el 48,65% no conoce respecto a la Obligación de pagos, declaraciones mensuales y/o anuales según su clasificación del régimen tributario.

15. Para saber cuánto se debe pagar por algún tributo, se calcula según su régimen tributario al que pertenece.

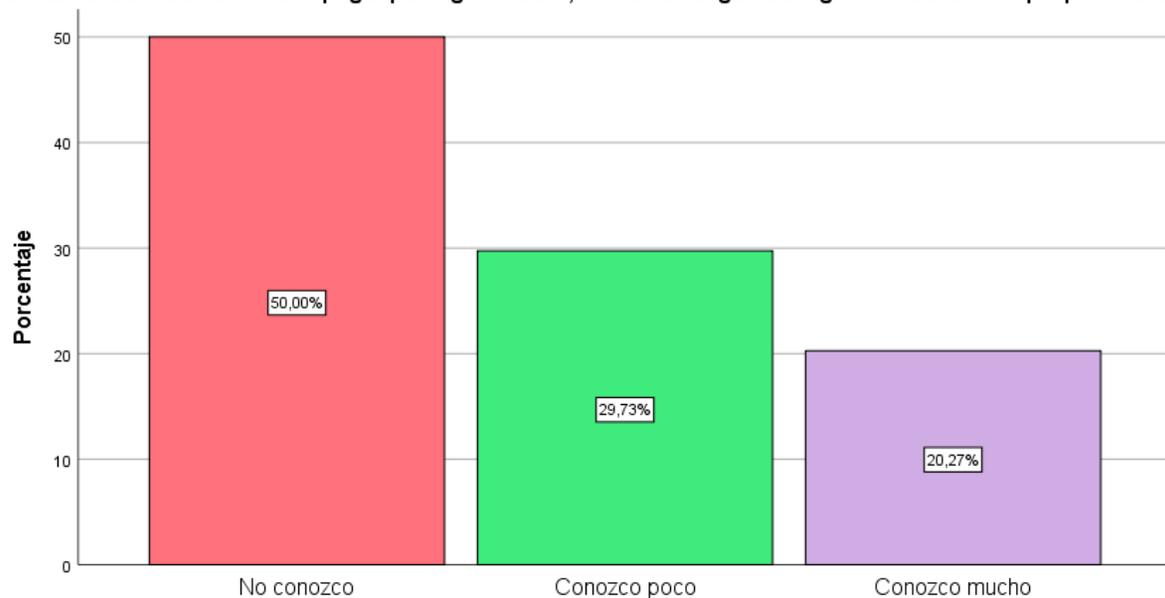


Figura 16. Pago de tributo calculado según su régimen tributario al que pertenece.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 16, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 20,27 % conoce mucho, el 29.73% conoce poco y el 50% no conoce respecto al Pago de tributo calculado según su régimen tributario al que pertenece.

Dimensión 3. Pandemia

16. La pandemia se refiere a que una epidemia se ha extendido por todos los países del mundo y que afecta a muchas personas.

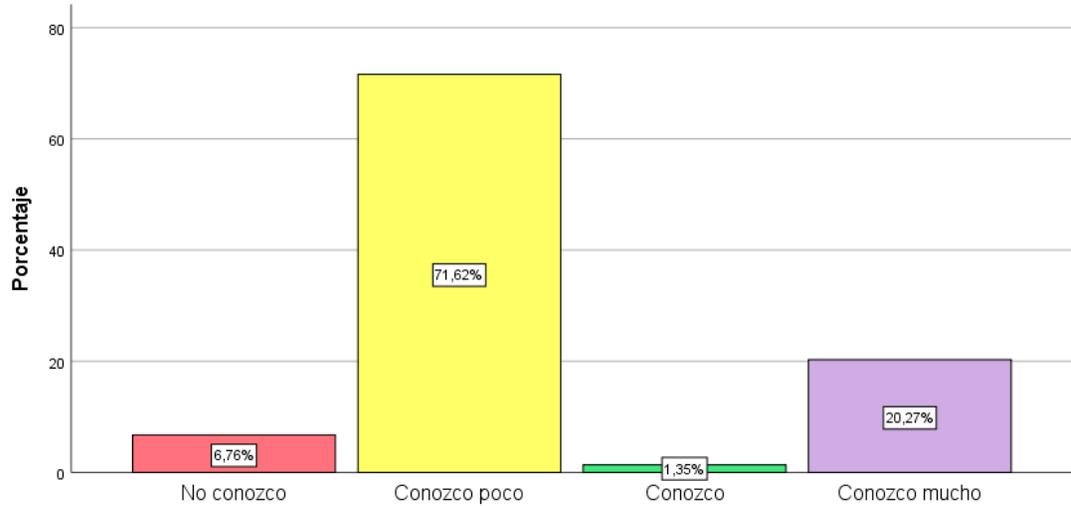


Figura 17. La pandemia se ha extendido por todo los países y afecto a muchas personas.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 17, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 71.62% conoce poco y el 6.76% no conoce respecto a la pandemia se ha extendido por todo los países y afecto a muchas personas.

17. En diciembre del 2019, en el Perú se dio a conocer la pandemia COVID-19.

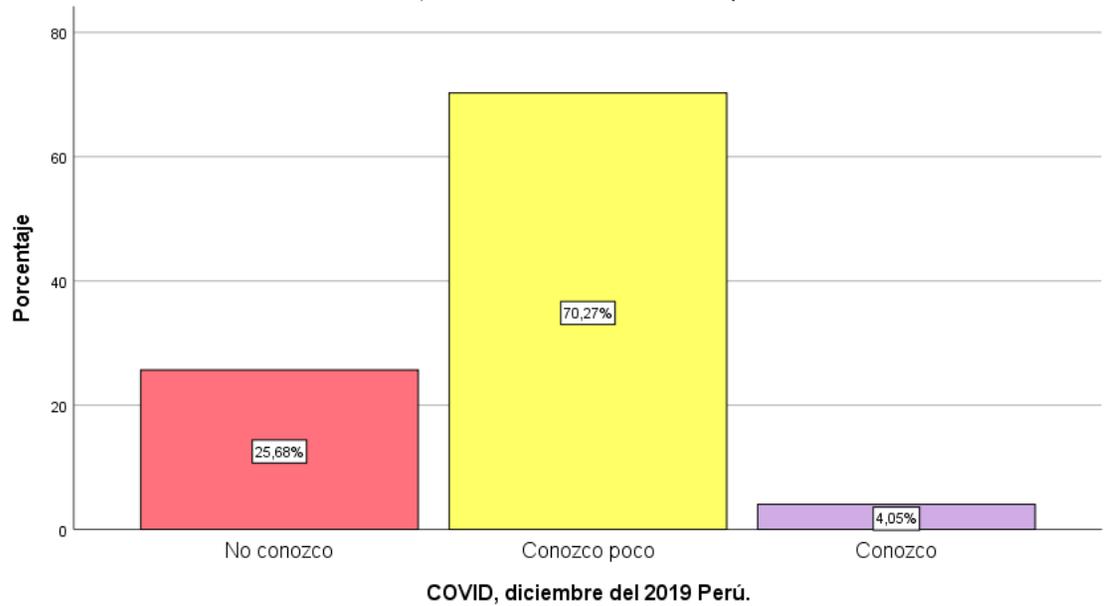


Figura 18. COVID-19, diciembre del 2019 Perú.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 18, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 4,05 % conoce, el 70,27% conoce poco y el 25,68% no conoce respecto a COVID-19, diciembre del 2019 Perú.

18. La pandemia impactó rápidamente en el mundo, el gobierno se preparó eficientemente para enfrentar la pandemia.

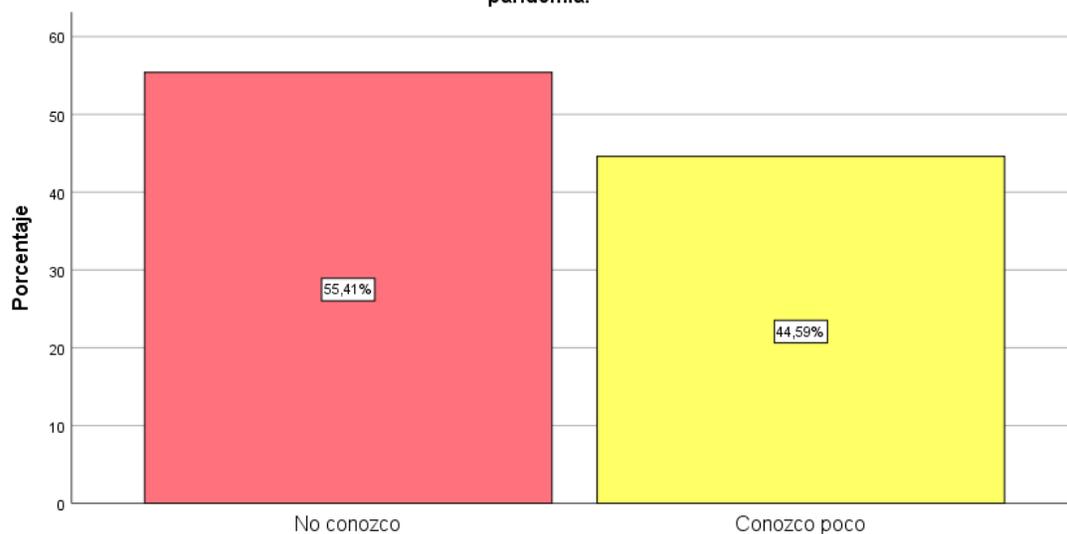


Figura 19. Preparación del gobierno para enfrentar la pandemia.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 19, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 44,59% conoce poco y el 55,41% no conoce respecto a Preparación del gobierno para enfrentar la pandemia.

5.2.2. Variable 2 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Dimensión 1. Recaudación

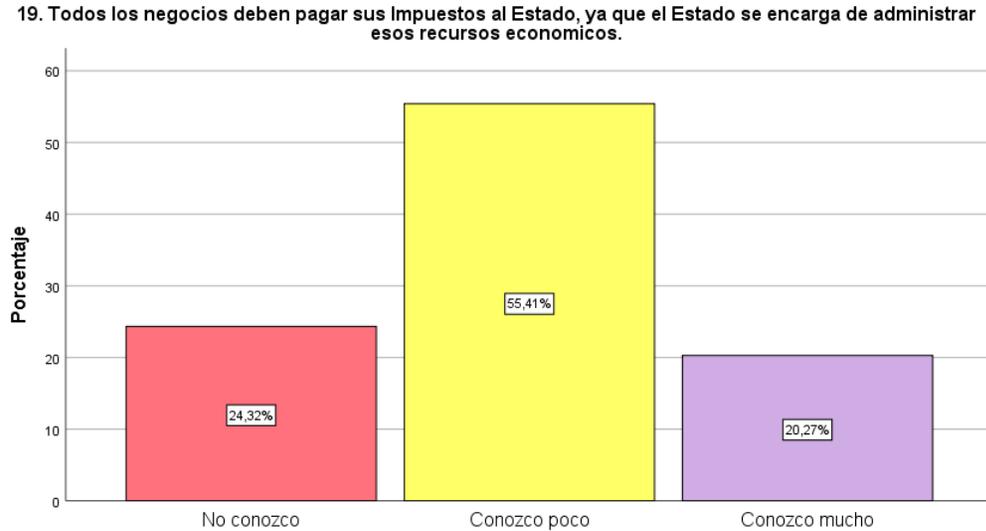


Figura 20. El Estado encargado de administrar los recursos económicos.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 20, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 20,27 % conoce mucho, el 55,41% conoce poco y el 24.32% no conoce respecto a que el Estado está encargado de administrar los recursos económicos.

20. Como comerciante está obligado a declarar y pagar Impuestos, el no hacerlo tiene muchas Implicancias tributarias, financieras, económicas y legales.

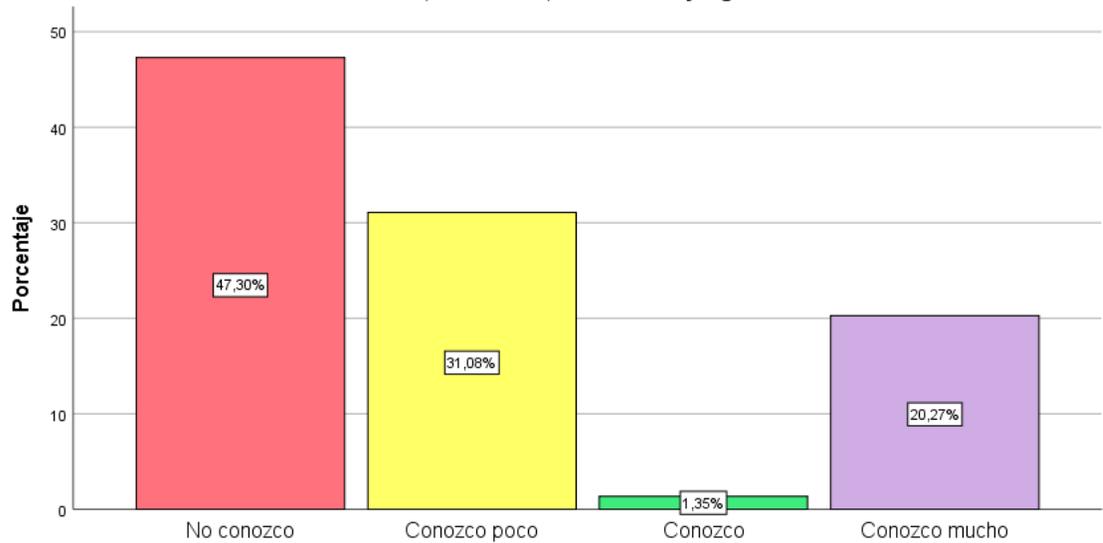


Figura 21. Implicancias tributarias, financieras, económicas y legales.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 21, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 31,08% conoce poco y el 47,30% no conoce respecto a las Implicancias tributarias, financieras, económicas y legales.

21. La importancia de recaudar Impuestos para el gobierno, está en que estos ingresos son necesarios para que pueda brindar servicios básicos de calidad como la educación, salud, vivienda, vías de comunicación, etc.

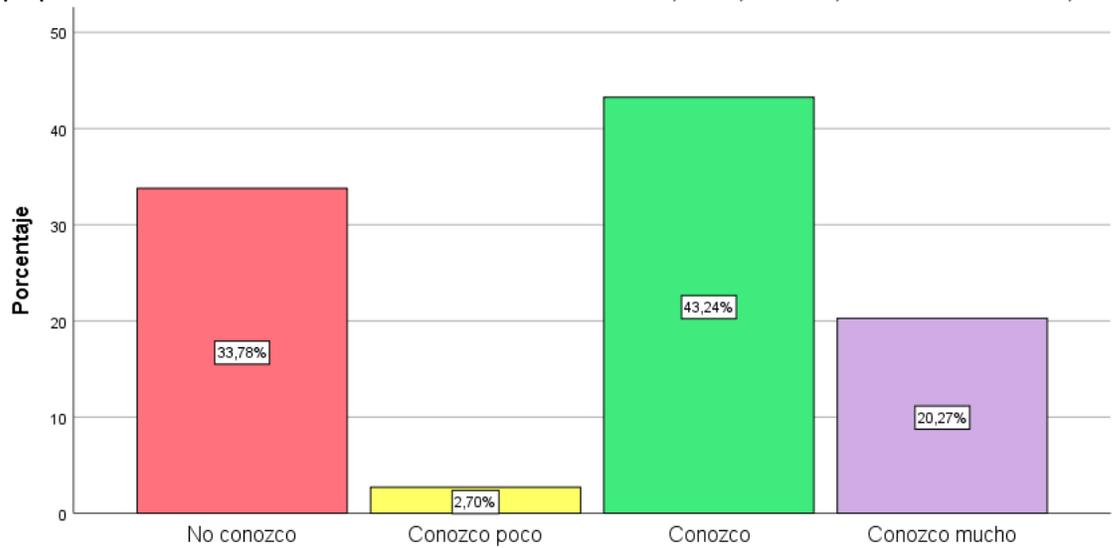


Figura 22. Importancia de recaudar Impuestos para el gobierno.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 22, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 43,24 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 2,7% conoce poco y el 33,78% no conoce respecto a la importancia de recaudar Impuestos para el gobierno.

Dimensión 2. Evasión y Elusión

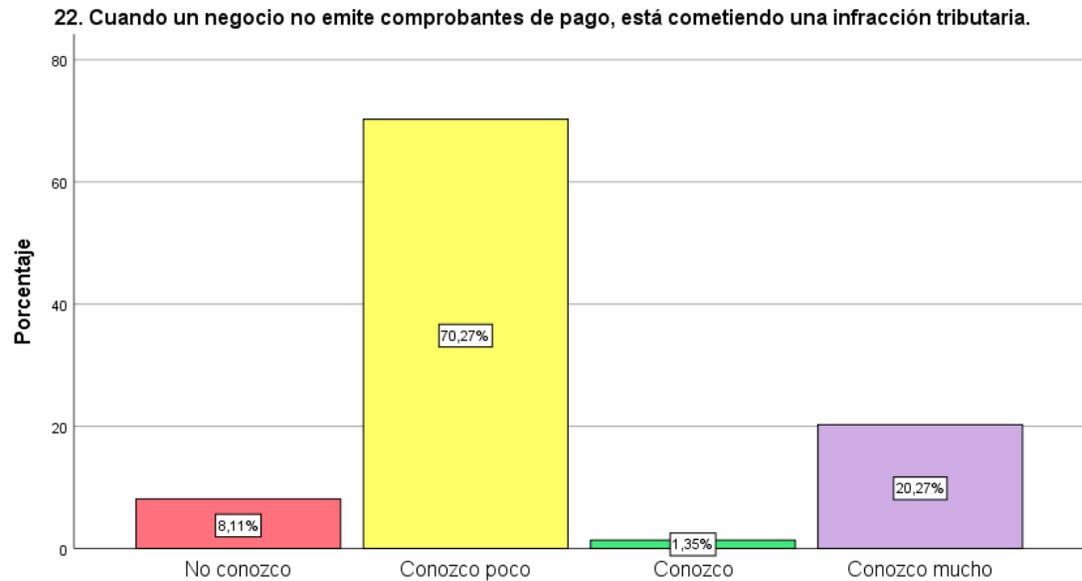


Figura 23. Infracción tributaria por no emitir comprobantes de pago.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 23, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 70,27% conoce poco y el 8,11% no conoce respecto a la Infracción tributaria por no emitir comprobantes de pago.

23. Cuando compra a su proveedor, éste está obligado a emitir comprobante de pago; caso contrario está cometiendo una infracción tributaria.

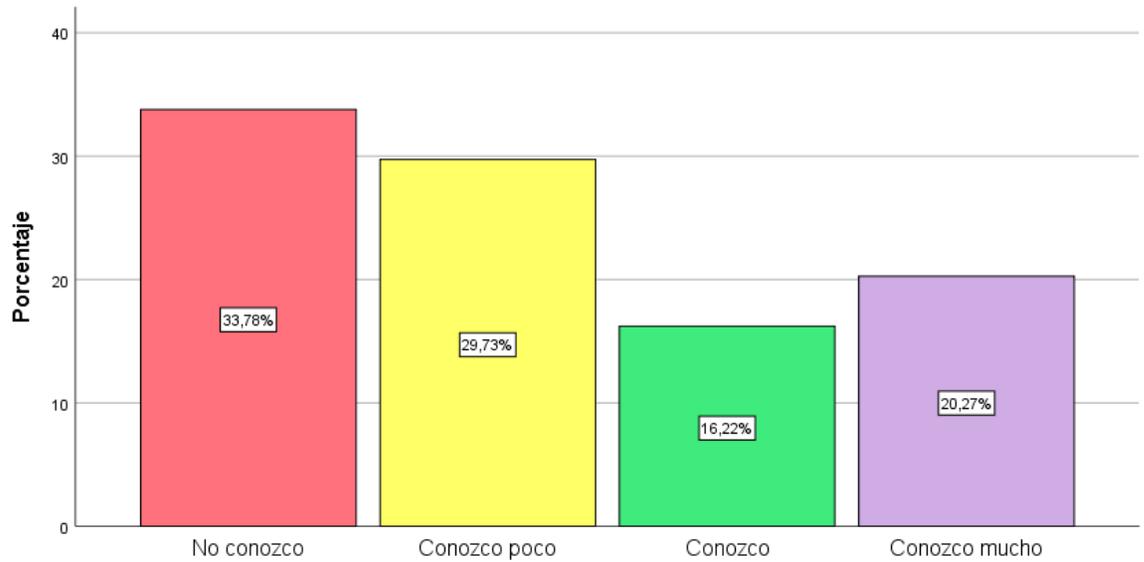


Figura 24. Obligación de emisión de comprobantes de pago por proveedor.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 24, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 16,22 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 29,73% conoce poco y el 33,78% no conoce respecto a la Obligación de emisión de comprobantes de pago por proveedor.

24. Si al momento de vender no emite comprobantes de pago, está cometiendo una infracción tributaria.

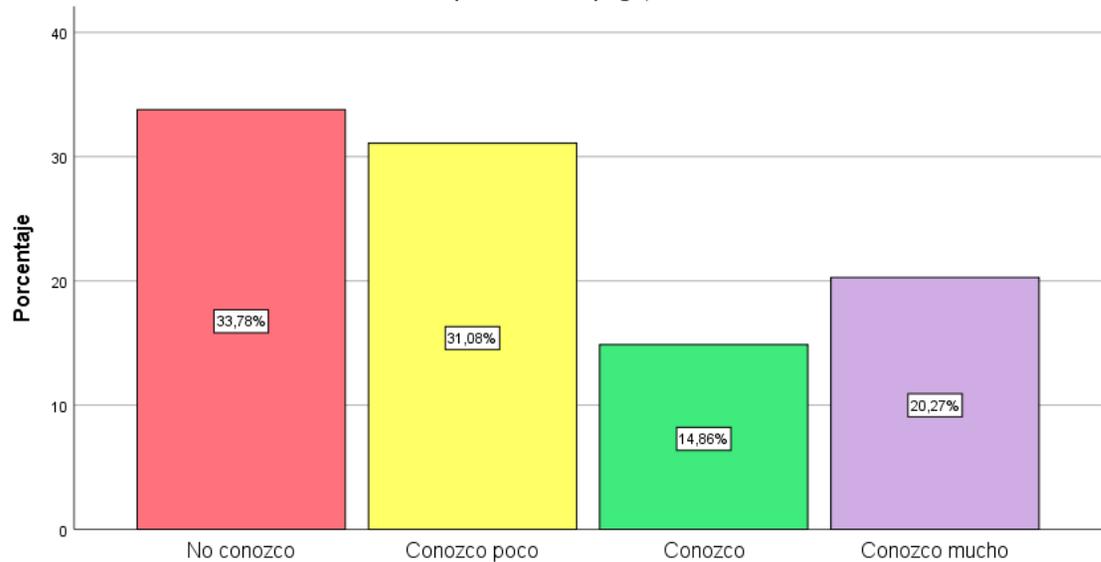


Figura 25. Infracción tributaria por no emitir comprobantes de pago.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 25, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 14,86 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 31,08% conoce poco y el 33,78% no conoce respecto a la Infracción tributaria por no emitir comprobantes de pago.

25. Si no se hace efectivo el pago de los impuestos mensuales determinados o de la cuota del Nuevo Régimen Único Simplificado, está cometiendo infracción tributaria.

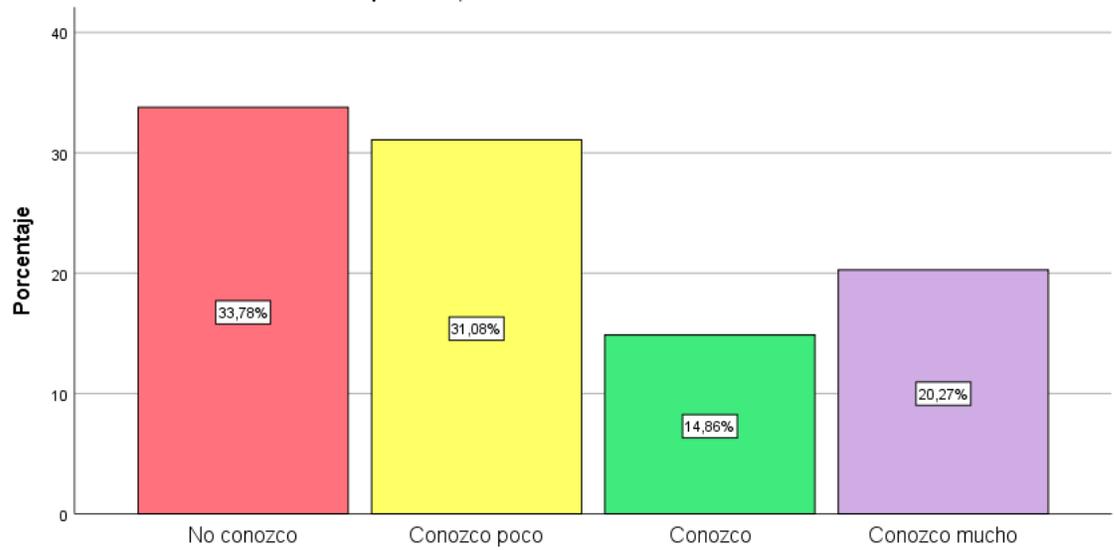


Figura 26. Infracción tributaria del Nuevo Régimen Único Simplificado.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 26, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 14,86 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 31,08% conoce poco y el 33,76% no conoce respecto a Infracción tributaria del Nuevo Régimen Único Simplificado.

26. Cuando no se presenta la declaración mensual, se esta cometiendo infracción tributaria.

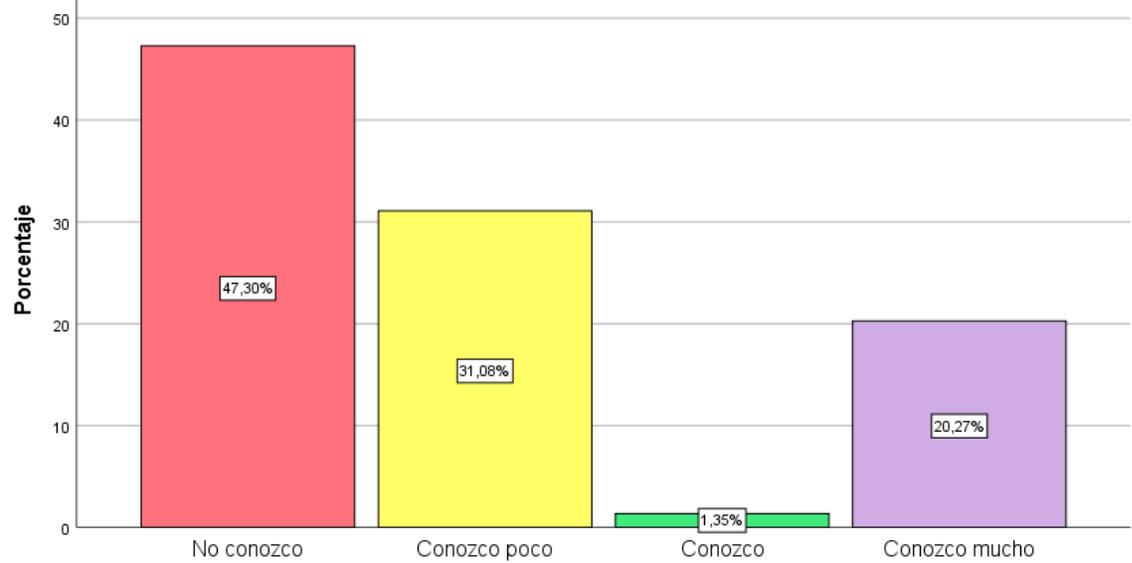


Figura 27. Infracción tributaria por incumplimiento de declaración mensual.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 27, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 31.08% conoce poco y el 47.30% no conoce respecto a Infracción tributaria por incumplimiento de declaración mensual.

27. Si el proveedor ha cometido una infracción tributaria por no emitir comprobante de pago; será sancionado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).

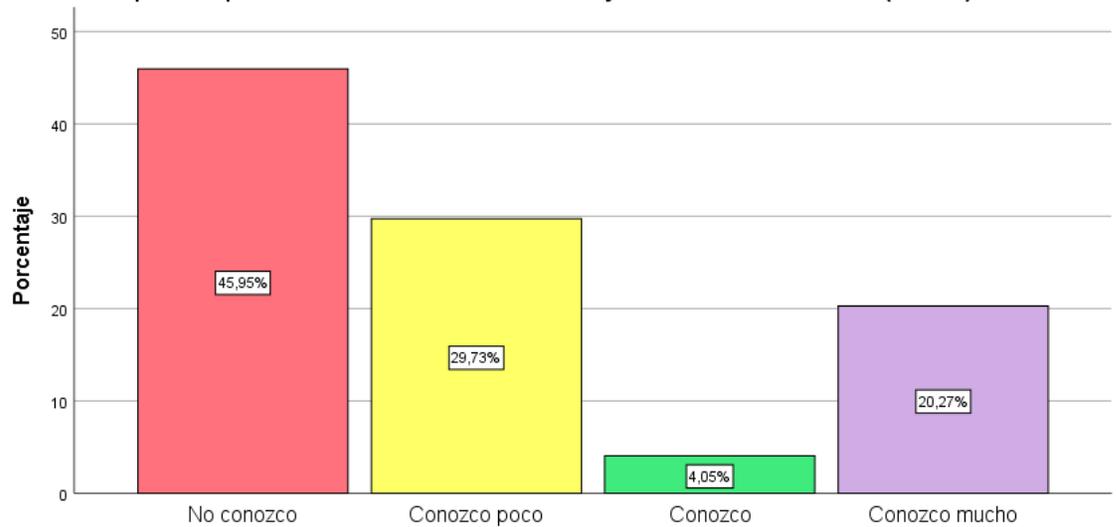


Figura 28. Sanción de Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) por infracción tributaria.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 28, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 4,05 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 29,73% conoce poco y el 45,95% no conoce respecto a la Sanción de Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) por infracción tributaria.

28. Si usted ha cometido una infracción tributaria por no emitir comprobantes de pago al momento de vender; será sancionado con multa por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).

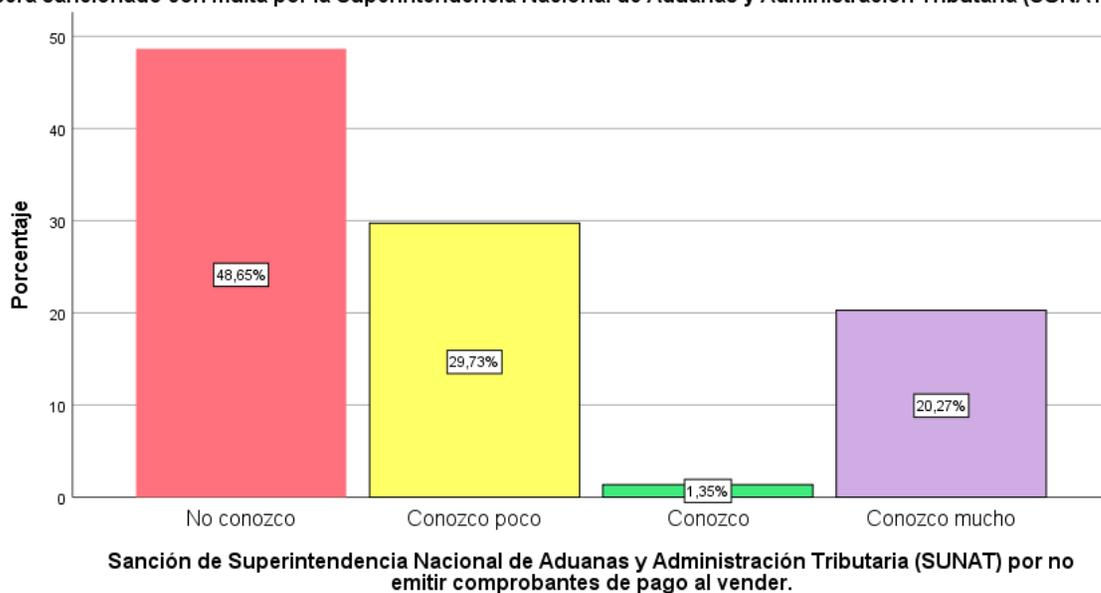


Figura 29. Sanción de Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) por no emitir comprobantes de pago al vender.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 29, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 29.73% conoce poco y el 48,65% no conoce respecto a la Sanción de Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) por no emitir comprobantes de pago al vender.

29. Se ha cometido una infracción tributaria por no presentar y pagar la declaración mensual de obligaciones tributarias o de la cuota Nuevo Régimen Único Simplificado, será sancionado con multa por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración

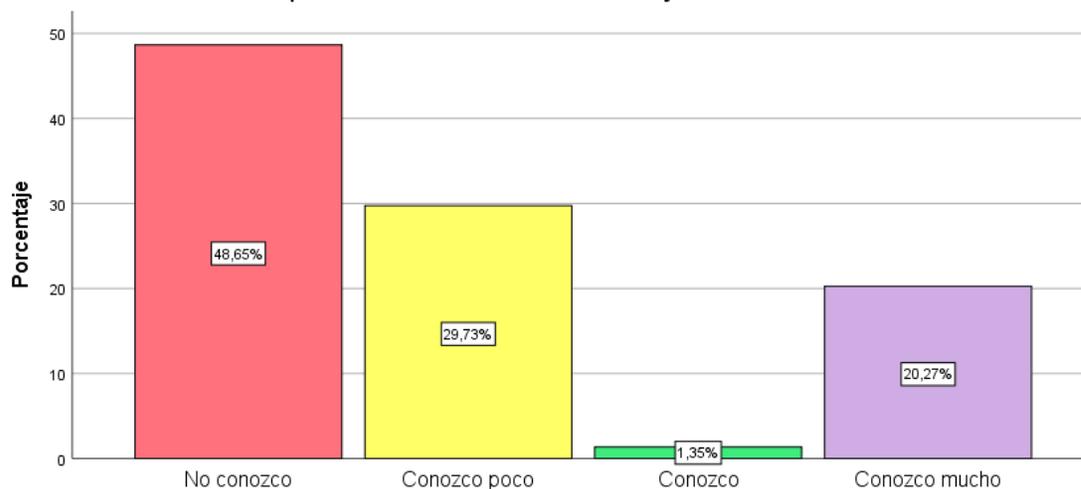


Figura 30. Infracción tributaria por no presentar y pagar la declaración mensual de obligaciones tributarias o de la cuota del Nuevo Régimen Único Simplificado.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 30, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, el 29,73% conoce poco y el 48,65% no conoce respecto a la Infracción tributaria por no presentar y pagar la declaración mensual de obligaciones tributarias o de la cuota del Nuevo Régimen Único Simplificado.

Dimensión 3. Impacto Económico

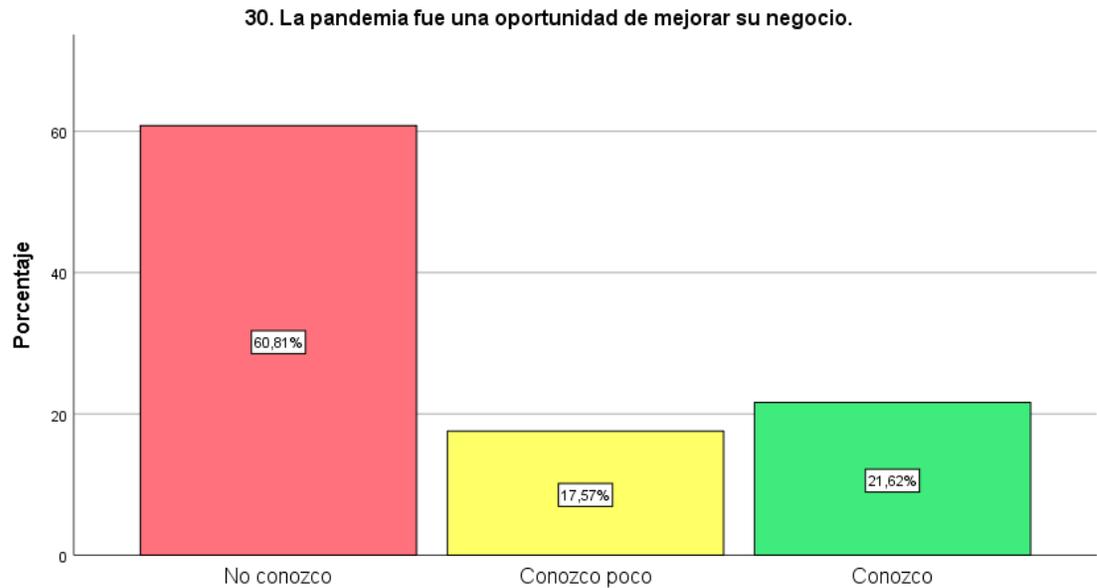


Figura 31. La pandemia como oportunidad de mejora para un negocio.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 31, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 21,62% conoce, el 17,57% conoce poco y el 60,81% no conoce respecto a La pandemia como oportunidad de mejora para un negocio.

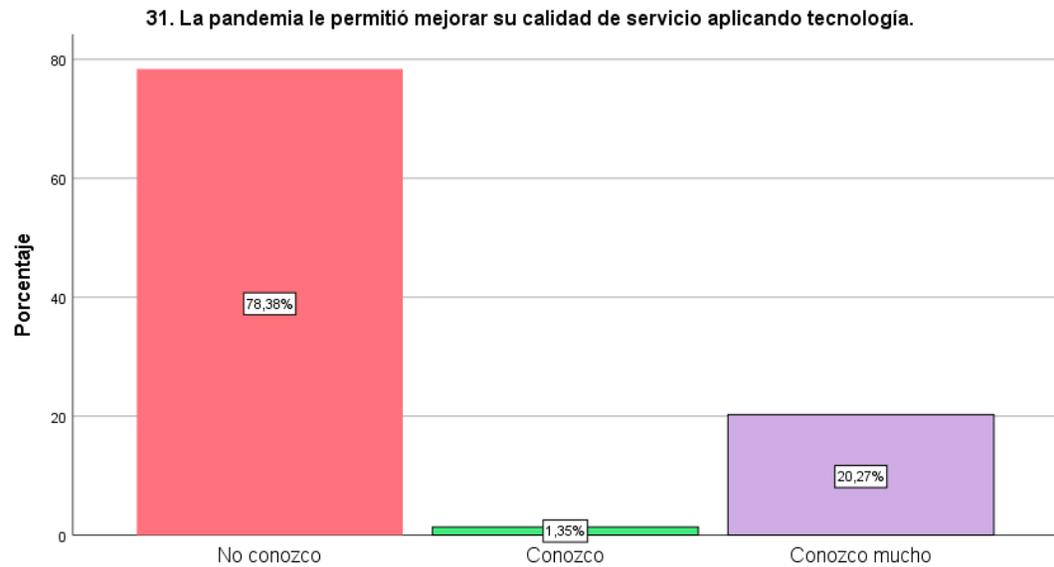


Figura 32. La pandemia permite mejorar la calidad de servicio aplicando tecnología.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 32, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 1,35 % conoce, el 20,27 % conoce mucho, y el 78,38% no conoce respecto a la pandemia permite mejorar la calidad de servicio aplicando tecnología.

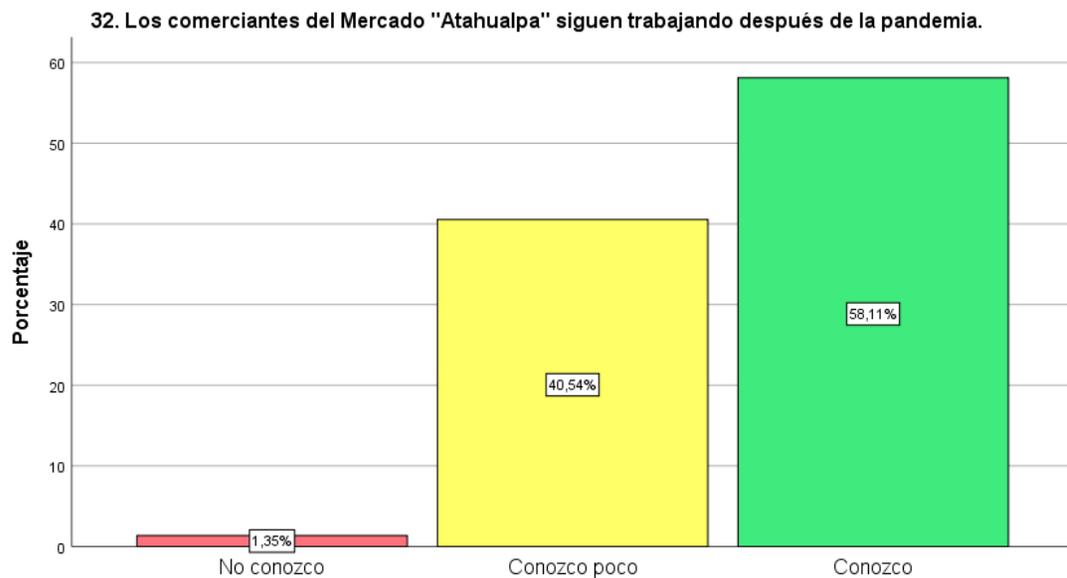


Figura 33. Los comerciantes del mercado "Atahualpa" siguen trabajando después de la pandemia.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 33, de los 74 comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, el 58,11 % conoce, el 40,54 % conoce mucho y el 1,35% no conoce respecto que los comerciantes del mercado "Atahualpa" siguen trabajando después de la pandemia.

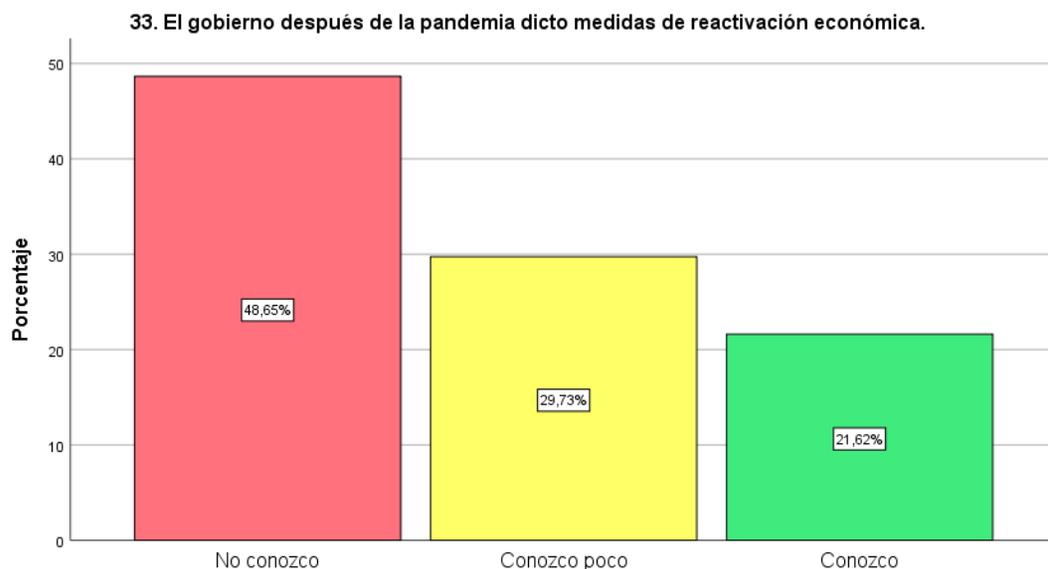


Figura 34. Medidas de reactivación económica por parte del gobierno.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 34, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 21,62 % conoce, el 29,73% conoce poco y el 48,65% no conoce respecto a las Medidas de reactivación económica por parte del gobierno.

34. El gobierno después de la pandemia dicto medidas de salubridad para que los negocios inicien sus actividades.

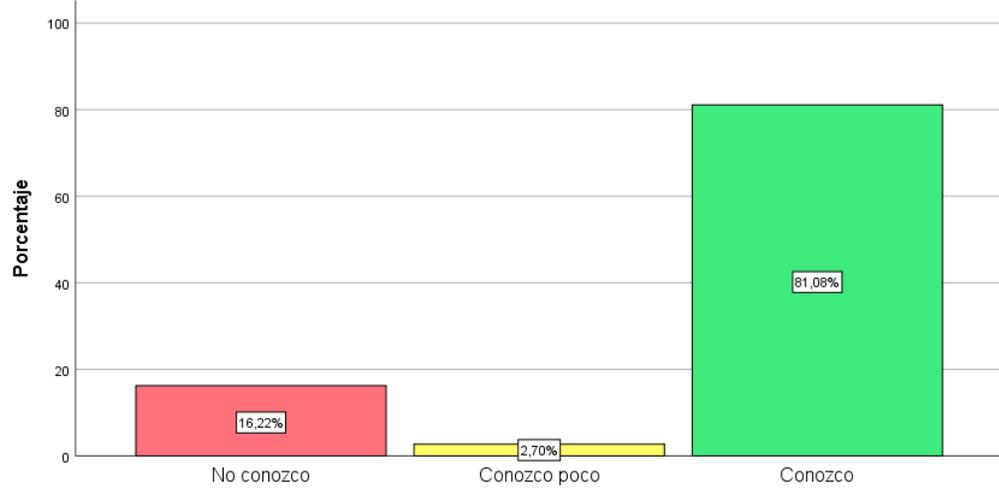


Figura 35. Medidas de salubridad para que los negocios inicien sus actividades.

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 35, de los 74 comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, el 81,08% conoce, el 2,7% conoce poco y el 16,22% no conoce respecto a las Medidas de salubridad para que los negocios inicien sus actividades.

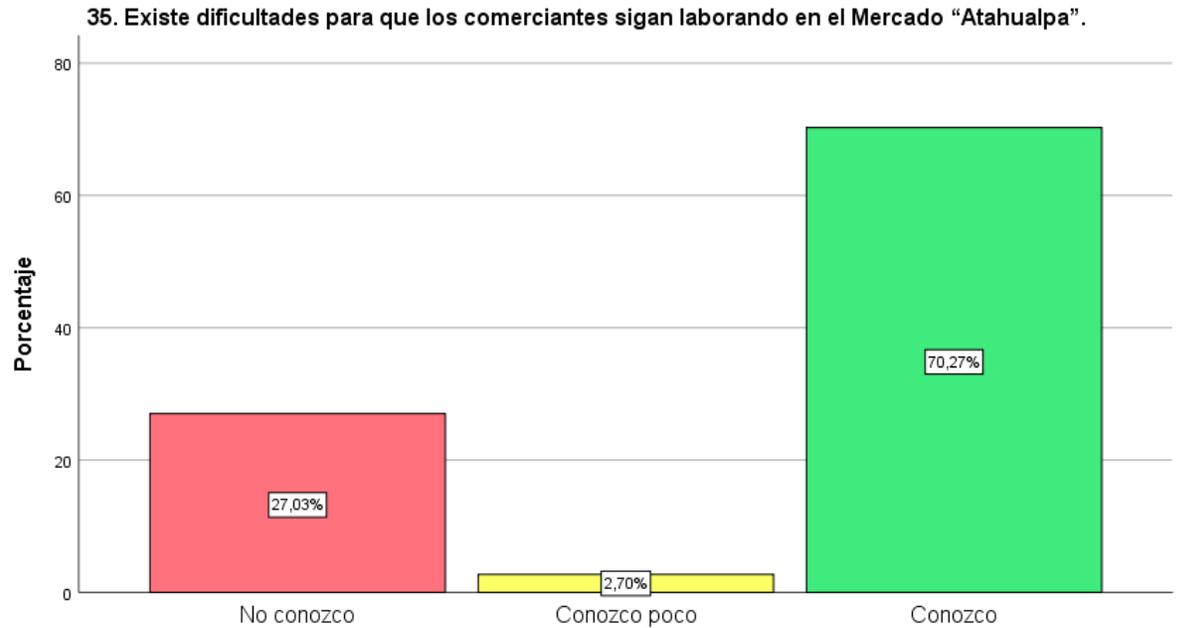


Figura 36. Dificultades en los comerciantes para seguir laborando en el Mercado "Atahualpa".

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en la figura 36, de los 74 comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, el 70,27 % conoce, el 2,7% conoce poco y el 27,03% no conoce respecto a las Dificultades en los comerciantes para seguir laborando en el Mercado "Atahualpa".

5.3. Prueba de Hipótesis Rho de Spearman

5.3.1. Prueba de Hipótesis General

H1: Existe relación de la Cultura Tributaria post COVID-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022.

H0: Existe relación de la Cultura Tributaria post COVID-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022.

Tabla 8. Prueba de Hipótesis de Variables

		OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	
Rho de	CULTURA	Coefficiente de correlación	,832**
Spearman	TRIBUTARIA	Sig. (bilateral)	,000
		N	74

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla 8, el valor de significancia es 0,000 menor que 0,05; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; por consiguiente, la variable Cultura Tributaria tiene una relación buena con un coeficiente de Rho de Spearman 0.832 en relación a la variable Obligación Tributaria, con un nivel de significancia de 0.000.

Tabla 10. *Correlación de Conciencia Tributaria y Obligaciones Tributaria*

		OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
Rho de Spearman	CONCIENCIA TRIBUTARIA	Coefficiente de correlación ,832**
		Sig. (bilateral) ,000
		N 74

H1: Existe relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los baños del inca, 2022.

H0: No existe relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los baños del inca, 2022.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla 10, el valor de significancia es menor que 0,005; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa; por lo tanto, la dimensión Conciencia Tributaria tiene una relación buena con un coeficiente de $Rho=0.832$ con la variable Obligación Tributaria, con un nivel de significancia de 0.00.

Tabla 11. *Correlación de Pandemia y Obligaciones Tributaria*

		OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
Rho de Spearman	PANDEMIA	Coefficiente de correlación
		,889**
		Sig. (bilateral)
		,000
		N
		74

H1: Existe relación de la pandemia con las obligaciones en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, 2022.

H0: No existe relación de la pandemia con las obligaciones en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, 2022.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla 11, el valor de significancia es menor que 0,005; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa; por lo tanto, la dimensión Pandemia tiene una relación buena con un coeficiente de $Rho=0.889$ con la variable Obligación Tributaria, con un nivel de significancia de 0.00.

5.4. Discusión de Resultados

El objetivo de la presente investigación titulada “Cultura Tributaria post COVID-19 y las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado "Atahualpa" del Distrito de los Baños del Inca, 2022”, es establecer la relación de la Cultura Tributaria post Covid-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022. Se obtuvo como resultado según la prueba de hipótesis Rho de Spearman, que el valor de significancia es de 0,000 menor al 0,05; es decir, existe una relación buena y significativa con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.832 con la variable Obligación Tributaria; en otras palabras, si existe relación entre la Cultura Tributaria post Covid-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022.

De los resultados obtenidos, podemos señalar que coinciden con (Paredes, 2018) donde plantea en su Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote titulada” Cultura Tributaria y su relación con el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de las Empresas Comerciales de la Ciudad de Huaraz, 2018” donde determinó que la cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas comerciales de la ciudad de Huaraz en el año 2018. Donde determinó de acuerdo al coeficiente del Chi cuadrado de Pearson, que p es de 0,002 la cual es inferior a la significancia α de 0.05, rechazando la hipótesis nula aceptando la hipótesis alteran planteada en su investigación, por lo que señala que

las variables se relacionan; concluyendo la importancia del cumplimiento responsable de sus obligaciones tributarias por parte de las empresas comerciales, asimismo considerar desde cuando se genera la obligación tributaria de tal forma que puedan cumplir oportunamente, como también necesitan recibir orientación o charlas informativas por parte de la SUNAT o cualquier otra institución en temas tributarios.

Comparando nuestros resultados con (Ventocilla, 2018) en su Tesis para optar el Grado Académico Contador Público en la Universidad César Vallejo titulada “Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las Mypes comerciales de venta de celulares del distrito de comas, 2017.” Señalamos, que si hay una relación entre su investigación y la nuestra; esto se ratifica mediante las tablas y gráficos ya mencionados, que a más cultura tributaria que tengan los comerciantes de comas, mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias, identificándose una correlación positiva muy alta.

También en su Tesis de (Pérez, 2020) para que opte el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Nacional de Cajamarca titulada “Cultura Tributaria y su incidencia en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Bambamarca, año 2020.” Podemos concluir que si hay una relación muy alta, lo podemos confirmar con sus resultados obtenidos de la prueba de hipótesis, de la Dimensión de Conciencia Tributaria, donde obtuvo un nivel de significancia menor a 0.05 ($0.012 < 0.05$) lo que le permite indicar, que la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado central del distrito de Bambamarca incide de manera directa en sus Obligaciones Tributarias, donde

concluye que los comerciantes no valoran los tributos, por lo tanto, no tienen compromiso en el cumplimiento de la norma, resultado que lo podemos medir con nuestro resultado en la tabla N° 9 donde se obtuvo el 45 % no Conozco y el 34% conozco poco respecto a que todo negocio formal está obligado a tributar, en consecuencia, podemos señalar que los comerciantes en la región de Cajamarca que no se sienten comprometidos para con las obligaciones Tributarias.

Finalmente al discutir nuestros resultados con la investigación de (Ramos, 2018) en su Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Nacional de Cajamarca titulada La Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes Acogidos al nuevo RUS en el Distrito de Cajamarca- 2017.”, donde determinó que la generalidad de los contribuyentes encuestados necesitan de cultura tributaria, ya que carecen de conocimiento de sus derechos y obligaciones tributarias como tributantes, el cual coincide con nuestros resultados señalado en la figura N° 37 donde a nivel bajo se obtuvo 46% y nivel medio 32% que responden a Likert No conozco y Conozco poco, de donde podemos indicar que no hay cultura tributaria de los contribuyentes en la provincia de Cajamarca, de manera especial en los acogidos al Nuevo RUS, esto se puede corroborar en la figura N°8 de nuestra investigación donde el 80% no conoce el régimen tributario al que pertenecen, resultados que demuestran que la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias señaladas por la administración tributaria.

CONCLUSIONES

Se concluye que existe una relación buena y significativa de la Cultura Tributaria post Covid-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022, habiendo obtenido una significancia bilateral de 0,000 ($0,000 < 0.05$) con un coeficiente de correlación de 0,834; del resultado del análisis de la variable independiente con la variable dependiente, se establece que falta Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado “Atahualpa”.

Se establece que existe una relación buena y significativa de la educación tributaria con obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los Baños del Inca, 2022; habiendo obtenido una significancia bilateral de 0,000 ($0,000 < 0.05$) con un coeficiente de correlación de 0,781; del análisis del resultado de la dimensión con la variable obligaciones tributarias, se conoce la falta de educación tributaria en los comerciantes del Mercado “Atahualpa”.

Se determina que existe una relación buena y significativa de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de los baños del inca, 2022; habiendo obtenido una significancia bilateral de 0,000 ($0,000 < 0.05$) con un coeficiente de correlación de 0,832; del análisis del resultado de la dimensión con la variable obligaciones tributarias, se conoce la falta de conciencia tributaria en los comerciantes del Mercado “Atahualpa”.

Se llega a la conclusión que existe una relación buena y significativa de la pandemia con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito

de los Baños del Inca, 2022; habiendo obtenido una significancia bilateral de 0,000 ($0,000 < 0.05$) con un coeficiente de correlación de 0,889; del análisis del resultado de la dimensión con la variable dependiente, se conoce la falta de políticas públicas para prevenir y superar hechos como la Pandemia del COVID -19 en los comerciantes del Mercado “Atahualpa”.

RECOMENDACIONES

A continuación, se presenta las siguientes recomendaciones a las autoridades competentes de Educación básica, universidades, a la Municipalidad Distrital de Baños de Inca, a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, entre otras instituciones con el objetivo de educar y orientar a los comerciantes del mercado “Atahualpa”, generando así una mayor Cultura Tributaria post Covid-19, a través de seminarios, cursos, congresos, convenciones, talleres, charlas y difusión en medios de comunicación a los comerciantes.

- ✓ Se recomienda a los comerciantes del mercado “Atahualpa” de Los Baños del Inca, se organicen para solicitar a la SUNAT y/o a otras instituciones, como la Universidad Nacional de Cajamarca y el Colegio de Contadores de Cajamarca, dictar charlas y capacitaciones sobre temas de obligaciones tributarias; asimismo fortalecer la política de extensión y proyección en la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas de la universidad Nacional de Cajamarca y demás universidades, en alianza estratégica con la SUNAT, también la participación activa de la municipalidad y otras instituciones que faciliten la implementación de Cultura Tributaria.
- ✓ Para incrementar el nivel de educación tributaria en los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de Los Baños del Inca, se debe establecer políticas públicas dentro de la currícula de educación básica (primaria y secundaria), cursos de educación en tributación; las universidades y la SUNAT deben desarrollar de manera estratégica, seminarios, cursos, congresos, convenciones, talleres y charlas de cultura tributaria.

- ✓ Sensibilizar a los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de Los Baños del Inca para elevar la conciencia tributaria a través de medios de comunicación, con charlas y campañas informativas que les permita valorar la importancia de cumplir sus obligaciones tributarias y su impacto que tiene esta en el desarrollo de la sociedad.
- ✓ Después de la lección que deja El COVID-19 recomendamos a los comerciantes del mercado “Atahualpa” del distrito de Los Baños del Inca solicitar a las entidades del Gobierno Central, Regional y Locales establecer políticas y planes de prevención ante epidemias, pandemias, hechos o sucesos naturales, para prevenir impactos sociales y económicos que perjudiquen la actividad empresarial y consecuentemente el incumplimiento de obligaciones tributarias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alva, M. (05 de 03 de 2010). Artículos vinculados con el derecho tributario. .

Amasifuen, M. (05 de Noviembre de 2015). Importancia de la Cultura Trubutaria en el Perú.

Universidad Peruana Unión- Tarapoto, 90. Obtenido de

https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898/866#:~:text=El%20objetivo%20de%20esta%20revisi%C3%B3n,leyes%20que%20rigen%20seg%C3%BA%20portal.

Banco Interamericano de Desarrollo BID. (7 de Abril de 2021). *Mejorando Vidas*.

doi:<https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/una-estrategia-fiscal-post-covid-19-para-america-latina-y-el-caribe/#:~:text=Tras%20una%20disminuci%C3%B3n%20del%2025,PIB%20en%202020%2C%20muy%20por>

Basurto, M. (2015). Cultura Tributaria de las Asociaciones de Comerciantes Minoristas de la

Bahía- FEDACOMIB y su incidencia en la continuidad de sus Negocios. *Tesis de*

Postgrado. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4087/1/T-UCSG-POS-MAE-73.pdf>

Brenes, J. (2000). Seminario Propuesta Tributarias para un Nuevo Siglo: Políticas y

Estructura. Costa Rica: Academia de Centro America.

BURGOS, J. (2003). Lecturas Complementarias de Apoyo ala Unidad Curricular Basica.

Venezuela:.

Chávez, C. (2017). Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de las

Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado Señor de la Soledad de

Huaraz, 2015. (*Tesis de Pregrado*). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,

Huaráz. Obtenido de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/1606/CULTURA_TRIBUTARIA_OBLIGACIONES_TRIBUTARIAS_COMERCIANES_CHAVEZ_RODRIGUEZ_CLAUDIA_GIOVANNA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Colmenero, R. B. (2015). Conciencia cívico-tributaria en el S. XXI, just culture. Anuario Jurídico y Económico Escurialense N.º 48. 501-522.

Comité Permanente de Ética del CIAT. (2019). *Marco de Referencia para el Aseguramiento de la Integridad y los Valores en las Adinistraciones Tributarias*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. Obtenido de https://www.ciat.org/Biblioteca/Papeles_Trabajo/Etica/2019/PT_02_2019.pdf

Diario Gestión. (08 de Noviembre de 2018). *¿Cómo sacar RUC y por qué es obligatorio hacerlo?* Obtenido de Diario Gestión: [https://gestion.pe/economia/management-empleo/ruc-sacar-sunat-obligatorio-persona-natural-juridica-nnda-nnlt-249402-noticia/#:~:text=Solo%20pueden%20inscribirse%20por%20este,nacional%20de%20identidad%20\(DNI\).](https://gestion.pe/economia/management-empleo/ruc-sacar-sunat-obligatorio-persona-natural-juridica-nnda-nnlt-249402-noticia/#:~:text=Solo%20pueden%20inscribirse%20por%20este,nacional%20de%20identidad%20(DNI).)

El Banco de Desarrollo del Perú. (s.f.). Obtenido de

<https://www.cofide.com.pe/detalles1.php?id=1>

Escuela de Administración de Negocios. (01 de Julio de 2017). Métodos Científicos de Indagación y de Construcción del Conocimiento. *Revista EAN*, 82. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>

Gerencie.com. (19 de Octubre de 2017). *Diferencia entre Obligación Sustancial y Formal*. Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencie.com/diferencia-entre-obligacion-sustancial-y-formal.html>

Gómez, M. (2020). *Manual de Derecho Fiscal*. México: Instituto de Investigaciones

Jurídicas. Obtenido de

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/13/6278/11a.pdf>

González, S. (20 de Septiembre de 2018). Cultura Tributaria y Recaudación del Impuesto a la

Renta desde la Percepción de los Contribuyentes del Mercado Minorista de Pucallpa.

Balance´s Tingo María. Obtenido de file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/158-443-

1-PB%20(1).pdf

Grupo de Justicia Fiscal del Perú. (07 de Noviembre de 2019). Obtenido de

[https://justiciafiscal.pe/2019/11/07/que-es-la-evasion-y-la-elusion-tributaria-](https://justiciafiscal.pe/2019/11/07/que-es-la-evasion-y-la-elusion-tributaria-2/#:~:text=La%20evasi%C3%B3n%20y%20elusi%C3%B3n%20tributaria,ambig%C3%BCedades%20existentes%20en%20las%20normas.)

2/#:~:text=La%20evasi%C3%B3n%20y%20elusi%C3%B3n%20tributaria,ambig%C

3%BCedades%20existentes%20en%20las%20normas.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: La rutas*

cuantitativa, Cualitativa y Mixta (Sexta ed.). Mexico: D.F:McGraw-

Hill/Interamericana Editores, S.A de C.V.

INSTITUTO PERUANO DE ECONOMIA. (Julio de 2022). *INDICE DE*

COMPETITIVIDAD REGIONAL 2022. Obtenido de

https://incoreperu.pe/portal/images/financepress/ediciones/INCORE_2022.pdf

Martínez, H. (2012). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). México: Cengage

Learning Editores, S.A. de C.V. Obtenido de

file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/LIBROOO%20investigacion%20cientifica.pdf

Moisés, B., Ango, J., Palomino, V., & Feria, E. (2019). *Diseño del Proyecto de Investigación*

Científica. Lima: San Marcos de Aníbal Jesús Paredes Galván.

Molina, C. (marzo de 1993). *Revistas de administracion tributaria*.

Montiel, S., Peña, J., & Martínez, C. (2020). *Cultura Tributaria: Formas de Mejorarla*.

Cartagena: Universidad Libre. Obtenido de

<https://www.unilibre.edu.co/cartagena/images/investigacion/libros/Cultura-Tributaria.pdf>

OCDE. (2021). *Transparencia Fiscal en América Latina 2021*. Obtenido de Informe de

Progreso de la Declaración de Punta del Este:

<https://www.oecd.org/tax/transparency/documents/Transparencia-Fiscal-en-America-Latina-2021.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2019). Obtenido de

<https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>

Paredes, G. (2018). *Cultura Tributaria y su relación con el Cumplimiento de Obligaciones*

Tributarias de las Empresas Comerciales de la Ciudad de Huaraz, 2018. Tesis de Pregrado. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huaraz. Obtenido de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19274/CULTURA_OBLIGACIONES_PAREDES_CASTRO_GIANINA_JAEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pérez, R. (2020). *Cultura Tributaria y su incidencia en las Obligaciones Tributarias de los*

Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Bambamarca, año 2020. Tesis de Pregrado. Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca. Obtenido de

<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4264/TESIS%20-%20P%c3%89REZ%20ACU%c3%91A%20REIER%20ELIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Ramos, U. (2018). La Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes Acogidos al nuevo RUS en el Distrito de Cajamarca- 2017. *Tesis de Pregrado*. Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca. Obtenido de https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/2745/T016_46466222_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Reglamento de Comprobantes de Pago. (21 de Enero de 1999). Diario El Peruano. Perú, Perú: SUNAT. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3_per_007.pdf
- Rodríguez, J. (2011). *Cultura Tributaria*. Paraguay: Proyecto Alianza Ciudadana para la Transparencia y el Desarrollo Paraguay. Obtenido de <https://www.cde.org.py/wp-content/uploads/2014/11/Cultura-tributaria.pdf>
- Serrano, A. (2016). Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta Barranca. *Tesis de pregrado*. Universidad San Pedro, Barranca. Obtenido de http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/9542/Tesis_58396.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Silva, L. (2011). La Cultura Tributaria y su Incidencia en la Liquidación de Impuesto a la Renta de los Servidores Universitarios de la Universidad Técnica de Ambato en el Periodo Fiscal 2011. *Tesis de Pregrado*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1914/1/TA0185.pdf>
- SOLÓRZANO TAPIA, D. L. (2007). La Cultura Tributaria, un instrumento para combatir la Evasion.
- Sucle, R. (2017). Conciencia tributaria y evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes.
- SUNAT. (2012). Cultura tributaria. Lima, Perú.

- SUNAT. (2020). *Cultura Tributaria y Aduanera*. Lima: Instituto Aduanero y Tributario.
Obtenido de https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Libro-Cultura_Tributaria_y_Aduanera_final.pdf
- SUNAT. (03 de Mayo de 2022). Obtenido de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
- SUNAT. (08 de Mayo de 2022). Obtenido de <https://www.gob.pe/1209>
- SUNAT. (2022). Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/index.html>
- SUNAT. (2022). Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/tributando/interactuando-con-sunat/infracciones-tributarias>
- Telesup. (17 de Octubre de 2020). *Las Obligaciones Tributarias Formales*. Obtenido de Blog de Educación : <https://telesup.edu.pe/las-obligaciones-tributarias-formales/#:~:text=Las%20obligaciones%20tributarias%20son%20aquellas,de%20los%20gastos%20del%20estado.>
- Texto Único Ordenado del Código Tributario. (22 de Junio de 2013). Diario Oficial El Peruano. Perú, Perú: Empresa Peruana de Servicios Editoriales S.A.
- Tirape, M., & Velástegui, M. (2016). Incidencia de la Cultura Tributaria en el Sector Informal de la Provincia de Santa Elena, Año 2016. *Tesis de Pregrado*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7011/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-182.pdf>
- Ventocilla, A. (2018). *Cultura Tributaria y su Relación con el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias las Mypes Comerciales de Venta de Celulares del Distrito de Comas, 2017*. *Tesis de Pregrado*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35949/Ventocilla_MAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vigo, K. (2022). La Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en las empresas que prestan servicios de alquiler de Maquinaria a la Minera Shahuindo S.A periodo 2021. *Tesis de Pregrado*. Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca. Obtenido de <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4644/TESIS%20KATHERIN%20LILIANA%20VIGO%20CASTA%20c3%91EDA.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

ANEXOS

A. Anexo 1. Matriz de consistencia metodológica

Tabla 12. Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS	PROBLEMA ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS	HIPÓTESIS ESPEÍFICAS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM	METODOLOGÍA
Título: Cultura Tributaria post COVID-19 y las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado "Atahualpa" del Distrito de los Baños del Inca, 2022	¿Cuál es la relación de la Cultura Tributaria post COVID-19 con las obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado "Atahualpa" del Distrito de los Baños del Inca, 2022?	Establecer la relación entre la Cultura Tributaria post Covid-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado "Atahualpa" del Distrito de los Baños del Inca, 2022.	¿Cuál es la relación de la educación tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, 2022?	Determinar la relación de la educación tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, 2022.	Existe relación de la Cultura Tributaria post COVID-2019 con las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado "Atahualpa" del Distrito de los Baños del Inca, 2022.	Existe relación de la educación tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, 2022.	Cultura Tributaria	Educación Tributaria	Constitución de empresa	2,3,4	Tipo de Investigación: Aplicada Nivel de Investigación: Relacional Diseño de Investigación: No Experimental /Transversal Instrumento: Cuestionario Técnica: Encuesta Población: 93 comerciantes Muestra: 74 comerciantes Unidad de Análisis: Los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca
			RUC	5,6							
			Régimen Tributario	7,8							
			Conciencia Tributaria	Tributo		9,10,11					
				Comprobantes de Pago		12,13,14					
						Declaraciones Tributaria		15,16			
			Pandemia	COVID-19		17,18,19					
			Obligaciones Tributarias	Recaudación		Ingresos Tributarios	20,21,22				
							Evasión y Elusión	Infracciones	23,24,25,26		
				Sanciones		27,28,29,30					
				Impacto Económico		Actividad económica	31,32,33				
							Empresa en marcha	34,35,36			
¿Cuál es la relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los baños del inca, 2022.	Determinar la relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los baños del inca, 2022.	Existe relación de la conciencia tributaria con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los baños del inca, 2022.									
¿Cuál es la relación de la pandemia con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, 2022?	Determinar la relación de la pandemia con las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, 2022.	Existe relación de la pandemia con las obligaciones en los comerciantes del mercado "Atahualpa" del distrito de los Baños del Inca, 2022.									

B. Anexo 2. Instrumento de recolección de datos.

Universidad Nacional de Cajamarca

Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas Escuela Académico

Profesional de Contabilidad

La presente encuesta tiene por finalidad recabar información respecto a Cultura Tributaria post Covid-2019 y Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de Baños del Inca, 2022.

Agradeciendo de antemano su apoyo con la presente encuesta, la cual suplicamos respondan con la mayor transparencia y honestidad, toda vez que la información que se recabe servirá para culminar mi trabajo de investigación. Comprometiéndome a que la información que se recaude será totalmente reservada y servirá solo para el presente trabajo de investigación.

Instrucciones:

Se le presenta una serie de preguntas, las cuales deben ser respondidas con un check (✓) o aspa (X) en una de las alternativas que usted crea conveniente.

1. Datos Personales

a) Sexo: () Hombre () Mujer

b) Años que tiene su negocio: _____

Cultura Tributaria

Educación Tributaria

Constitución de Empresas

2. Es importante ser una persona Natural con Negocio.
- No conozco
 - Conozco Poco
 - No conozco ni desconozco
 - Conozco
 - Conozco Mucho
3. Es importante ser una persona Jurídica.
- No conozco
 - Conozco Poco
 - No conozco ni desconozco
 - Conozco
 - Conozco Mucho
4. Es importante el proceso de la constitución de su negocio (empresa).
- No conozco
 - Conozco Poco
 - No conozco ni desconozco
 - Conozco
 - Conozco Mucho

Registro Único de Contribuyentes

5. Es importante del Registro Único Contribuyente "RUC".
- No conozco
 - Conozco Poco
 - No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

6. Toda actividad económica está en relación de comprar y vender bienes o servicios.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

Régimen Tributario

7. En el Perú existe Regímenes Tributarios de la Renta Empresarial.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

8. Todo negocio formal está inscrito a un Régimen Tributario.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

Conciencia Tributaria

Tributo

9. Todo negocio formal está obligado a tributar.

No conozco

- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

10. Los negocios del Régimen General, Régimen Mype Tributario y Régimen Especial a la Renta, al emitir un comprobante de pago, está implícitamente afecto al Impuesto General a las Ventas "IGV".

- No conozco
- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

11. Los negocios al momento de emitir el comprobante de pago, se genera una obligación tributaria de Impuesto a la Renta (IR).

- No conozco
- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

Comprobantes de Pago

12. En el Perú todo comprobante de pago se regula por el Reglamento de Comprobantes de Pago R.S. 007-99.

- No conozco
- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

13. Cuando realiza una compra, su proveedor está obligado a emitirle Comprobante de Pago.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

14. Cuando realiza una venta o concluye su jornada diaria, debe emitir Comprobantes de Pago.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

Declaraciones Tributarias

15. Todos los negocios están obligados a hacer pagos mensuales, declaraciones mensuales y/o anuales según su clasificación.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

16. Para saber cuánto se debe pagar por algún tributo, se calcula según su Régimen al que pertenece.

- No conozco
- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

Pandemia

17. La pandemia se refiere a que una epidemia se ha extendido por todos los países del mundo y que afecta a muchísimas personas.

- No conozco
- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

18. En diciembre del 2019 se dio a conocer la pandemia COVID-19.

- No conozco
- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

19. La pandemia impactó rápidamente en el mundo, el gobierno se preparó para enfrentar la pandemia.

- No conozco
- Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

Variable 2: Obligaciones Tributarias

Recaudación

Ingresos Tributarios

20. Todos los negocios deben pagar sus Impuestos al Estado, ya que el Estado se encarga de administrar esos recursos económicos.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

21. Como comerciante está obligado a declarar y pagar Impuestos, al no hacerlo tendría muchas Implicancias Tributarias, financieras, económicas y legales.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

22. La importancia de recaudar Impuestos para el gobierno se basa en que estos ingresos son necesarios para que pueda brindar servicios básicos de calidad como la educación, salud, vías de comunicación, etc.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

Evasión y Elusión

Infracciones

23. Cuando un negocio no emite comprobantes de pago, está cometiendo una infracción tributaria.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

24. Cuando compra a su proveedor, éste está obligado a emitir comprobante de pago; caso contrario está cometiendo una infracción tributaria.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

25. Si al momento de vender no emitió comprobantes de pago, está cometiendo una infracción tributaria.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

26. Si no se hace efectivo el pago de los impuestos mensuales determinados o de la cuota del Nuevo Régimen Único Simplificado, está cometiendo infracción tributaria.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

Sanciones

27. Cuando no se presenta la declaración mensual, se está cometiendo infracción tributaria.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

28. Si el proveedor ha cometido una infracción tributaria por no emitir comprobante de pago; será sancionado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

29. La infracción tributaria por no emitir comprobantes de pago al momento de vender; será sancionado con multa por la Superintendencia Nacional de Aduanas y

Administración Tributaria (SUNAT).

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

30. Se ha cometido una infracción tributaria por no presenta y pagar la declaración mensual de obligaciones tributarias o de la cuota Nuevo Régimen Único Simplificado, será sancionado con multa por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

Impacto Económico

Actividad Económica

31. La pandemia fue una oportunidad de mejorar su negocio.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

32. La pandemia le permitió mejorar su calidad de servicio aplicando tecnología.

No conozco

- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

33. Los comerciantes del Mercado "Atahualpa" siguen trabajando después de la pandemia.

- No conozco
- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

Empresa en marcha

34. El gobierno después de la pandemia dicto medidas de reactivación económica.

- No conozco
- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

35. El gobierno después de la pandemia dicto medidas de salubridad para que los negocios inicien sus actividades.

- No conozco
- Conozco Poco
- No conozco ni desconozco
- Conozco
- Conozco Mucho

36. Existe dificultades para que los comerciantes sigan laborando en el Mercado “Atahualpa”.

No conozco

Conozco Poco

No conozco ni desconozco

Conozco

Conozco Mucho

Gracias por su colaboración.

C. Anexo 3. Fiabilidad de instrumento con Alfa de Cronbach

Tabla 13. Confiabilidad de las variables

Alfa de Cronbach	N de elementos
,985	35

Tabla 14. Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Es importante ser una persona Natural con Negocio.	78,88	1570,547	,500	,985
2. Es importante ser una persona Jurídica.	79,84	1521,097	,917	,984
3. Es importante el proceso de la constitución de su negocio (empresa).	79,82	1522,613	,909	,984
4. Es importante del Registro Único Contribuyente "RUC".	80,09	1504,964	,991	,984
5. Toda actividad económica está en relación de comprar y vender bienes o servicios.	80,07	1507,899	,973	,984
6. En el Perú existe regímenes tributarios de la Renta empresarial.	79,99	1510,260	,978	,984
7. Todo negocio formal está inscrito a un Régimen Tributario.	80,42	1500,548	,964	,984
8. Todo negocio formal está obligado a tributar.	80,04	1508,341	,959	,984
9. Los negocios del Régimen General, REMYPE Tributario y Régimen Especial a la Renta, al emitir un comprobante de pago, está implícitamente afecto al Impuesto General a las Ventas "IGV".	80,09	1504,964	,991	,984
10. Los negocios al momento de emitir el comprobante de pago, genera una obligación tributaria de Impuesto a la Renta (IR).	80,08	1505,747	,988	,984
11. En el Perú todo comprobante de pago se regula por el Reglamento de Comprobantes de Pago R.S. 007-99.	80,09	1504,964	,991	,984
12. Cuando realiza una compra, su proveedor está obligado a emitirle Comprobante de Pago.	79,58	1530,986	,916	,984
13. Cuando realiza una venta o concluye su jornada diaria, debe emitir Comprobantes de Pago.	79,82	1518,393	,948	,984

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
14. Todos los negocios están obligados a hacer pagos mensuales, declaraciones mensuales y/o anuales según su clasificación del régimen tributario.	80,11	1504,290	,993	,984
15. Para saber cuánto se debe pagar por algún tributo, se calcula según su régimen tributario al que pertenece.	80,12	1504,629	,986	,984
16. La pandemia se refiere a que una epidemia se ha extendido por todos los países del mundo y que afecta a muchas personas.	79,66	1525,734	,965	,984
17. En diciembre del 2019, en el Perú se dio a conocer la pandemia COVID-19.	80,41	1654,957	-,612	,987
18. La pandemia impactó rápidamente en el mundo, el gobierno se preparó eficientemente para enfrentar la pandemia.	80,78	1635,432	-,286	,986
19. Todos los negocios deben pagar sus Impuestos al Estado, ya que el Estado se encarga de administrar esos recursos económicos.	79,86	1519,351	,942	,984
20. Como comerciante está obligado a declarar y pagar Impuestos, el no hacerlo tiene muchas Implicancias tributarias, financieras, económicas y legales.	80,07	1504,365	,986	,984
21. La importancia de recaudar Impuestos para el gobierno, está en que estos ingresos son necesarios para que pueda brindar servicios básicos de calidad como la educación, salud, vivienda, vías de comunicación, etc.	79,09	1532,662	,698	,985
22. Cuando un negocio no emite comprobantes de pago, está cometiendo una infracción tributaria.	79,68	1525,071	,963	,984
23. Cuando compra a su proveedor, éste está obligado a emitir comprobante de pago; caso contrario está cometiendo una infracción tributaria.	79,64	1523,906	,793	,985
24. Si al momento de vender no emite comprobantes de pago, está cometiendo una infracción tributaria.	79,66	1522,117	,812	,985
25. Si no se hace efectivo el pago de los impuestos mensuales determinados o de la cuota del Nuevo Régimen Único Simplificado, está cometiendo infracción tributaria.	79,66	1522,117	,812	,985
26. Cuando no se presenta la declaración mensual, se está cometiendo infracción tributaria.	80,07	1504,639	,983	,984

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
27. Si el proveedor ha cometido una infracción tributaria por no emitir comprobante de pago; será sancionado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).	80,00	1508,795	,933	,984
28. La infracción tributaria por no emitir comprobantes de pago al momento de vender; será sancionado con multa por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).	80,08	1503,692	,988	,984
29. Se ha cometido una infracción tributaria por no presentar y pagar la declaración mensual de obligaciones tributarias o de la cuota Nuevo Régimen Único Simplificado, será sancionado con multa por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración	80,08	1503,692	,988	,984
30. La pandemia fue una oportunidad de mejorar su negocio.	80,41	1538,272	,890	,984
31. La pandemia le permitió mejorar su calidad de servicio aplicando tecnología.	80,38	1503,499	,930	,984
32. Los comerciantes del Mercado "Atahualpa" siguen trabajando después de la pandemia.	79,08	1578,158	,557	,985
33. El gobierno después de la pandemia dicto medidas de reactivación económica.	80,28	1534,233	,967	,984
34. El gobierno después de la pandemia dicto medidas de salubridad para que los negocios inicien sus actividades.	78,77	1601,631	,233	,986
35. Existe dificultades para que los comerciantes sigan laborando en el Mercado "Atahualpa".	79,09	1703,621	-,731	,989

D. Anexo 4. Solicitud de Aplicación de la Encuesta a los comerciantes del mercado
“Atahualpa” del distrito de Baños del Inca.

SOLICITO AUTORIZACION PARA APLICAR ENCUESTA

Sr. Edilberto Aguilar Flores

Alcade del Distrito de los Baños del Inca

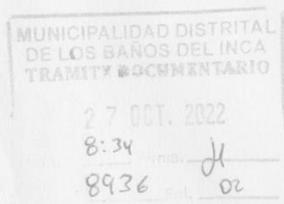
Lizeth Araceli Saldaña Goicochea, natural de Cajamarca identificada con DNI N° 70611933, egresada de la Uniersidad Nacional de Cajamarca, con domicilio legal en el Caserio Bella Union S/N, ante usted me presento y expongo:

Señor Alcalde mediante la presente reciba mis más sinceros saludos, a la vez indicarle que soy graduada de Bachiller en contabilidad, y, siendo requisito indispensable para obtener el Titulo profesional de Contador Publico, sustentar un trabajo investigación. El cual he denominado **Cultura Tributaria post COVID-2019 y las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado “Atahualpa” del Distrito de los Baños del Inca, 2022**; para ello es necesario realizar trabajo estadístico, informacion que será reservado y solo de uso para la presente investigación; motivo por el cual **solicito** a usted me permita desarrollar el trabajo de campo, por lo tanto necesito conocer el numero de comerciantes antes y despues de la pandemia, como estan distribuidos y aplicar una encuesta a los Comerciantes del Centro de abastos “Atahualpa”, y de esta manera poder concluir con la Invistigación. Pido a usted disponer a quien correspondala atención a la presente.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente.

Cajamarca 27 de octubre de 2022



Lizeth Araceli Saldaña Goicochea
DNI 70611933



Con copia al Gerente del Centro de Abastos “Atahualpa” del distrito de Baños del Inca