

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



TESIS

**“CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE PEDRO
GÁLVEZ, 2022”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR LA BACHILLER:

EVELIN GIANELLA GALLARDO CARRERA

ASESOR:

Dr. JULIO NORBERTO SANCHEZ DE LA PUENTE

CAJAMARCA- PERÚ

2022

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



TESIS

**“CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE PEDRO
GÁLVEZ, 2022”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR LA BACHILLER :

EVELIN GIANELLA GALLARDO CARRERA

ASESOR:

Dr. JULIO NORBERTO SANCHEZ DE LA PUENTE

CAJAMARCA- PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, a Guillermina Vílchez Abanto que sé que es la que me guía y cuida en todo momento desde el cielo; a mi mamá por confiar desde el primer momento en que podía ser contadora, a mi papá por comprender en que soy feliz realizando lo que más me gusta, a Rosalía por cuidarme y quererme; a Keyla, Fátima y Jorge por alegrarme todos los días de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por guiarme y nunca dejarme sola, a mis papas por llenarme de amor desde siempre, a Rosalía por ser mi segunda mamá, a Keyla por ser mi compañera de vida, a Fátima y Jorge por ser los hermanitos más lindos y tiernos.

A mi asesor, Julio Norberto Sánchez de la Puente por motivarme, por darme sus enseñanzas, sus consejos y pautas durante todo el desarrollo de este proyecto.

ÍNDICE

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	xx

CAPÍTULO 1

PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	1
1.2. Formulación del Problema	2
1.2.1. Problema General.....	2
1.2.2. Problemas Específicos	3
1.3. Objetivos	3
1.3.1. Objetivo General	3
1.3.2. Objetivos Específicos.....	3
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación	3
1.4.1. Justificación Teórica	3

1.4.2.	Justificación Práctica	4
1.4.3.	Justificación Académica	4
1.5.	Limitaciones de la Investigación.....	4

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes	5
2.1.1.	Antecedentes Internacionales.....	5
2.1.2.	Antecedentes Nacionales	12
2.1.3.	Antecedentes Regionales	19
2.2.	Bases Teóricas.....	27
2.2.1.	Bases Legales.....	27
2.2.2.	Bases Teóricas	27
2.3.	Definición de Términos Básicos	44
2.3.1.	Conocimiento Tributario.....	44
2.3.2.	Deberes Tributarios.....	44
2.3.3.	Declaraciones Tributarias	44
2.3.4.	Derechos Tributarios.....	44
2.3.5.	Emisión y Entrega de Comprobantes de Pago.....	45
2.3.6.	Inscripción al RUC	45
2.3.7.	Obligaciones Formales.....	45
2.3.8.	Obligaciones Tributarias	45

2.3.9.	Obligaciones Sustanciales.....	45
2.3.10.	Pago de Multas.....	45
2.3.11.	Pago de Tributos	45
2.3.12.	Puntualidad	46
2.3.13.	Responsabilidad	46
2.3.14.	Transparencia.....	46
2.3.15.	Valores Tributarios	46

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1.	Hipótesis General	47
3.1.1.	Hipótesis específicas.....	47
3.2.	Identificación de Variables.....	47
3.2.1.	Variable 1. Cultura Tributaria.....	47
3.2.2.	Variable 2. Obligaciones Tributarias	47

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1.	Tipo y Nivel de Investigación	49
4.1.1.	Tipo de Investigación.....	49
4.1.2.	Nivel de Investigación	49
4.2.	Diseño de Investigación	50
4.3.	Población y Muestra.....	50

4.3.1.	Población.....	50
4.3.2.	Tamaño de Muestra.....	50
4.4.	Unidad de Análisis	51
4.5.	Operacionalización de Variables.....	51
4.6.	Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	53
4.6.1.	Método de Recolección de Datos	53
4.6.3.	Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información	55

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1.	Presentación de Análisis e Interpretación de Resultados	56
5.1.1.	Análisis e Interpretación de Ítems.....	56
5.1.2.	Análisis e Interpretación de las Variables.....	77
5.2.	Prueba de Hipótesis.....	79
5.3.	Discusión de Resultados.....	82
CONCLUSIONES		84
RECOMENDACIONES.....		85
REFERENCIAS.....		87
ANEXOS		92
Anexo 1: Matriz de Consistencia		92
Anexo 2: Cuestionario.....		94
Anexo 3. Estadística de Fiabilidad - IBM Statistics.....		104

a) Confiabilidad variable 1. Cultura tributaria	104
b) Confiabilidad variable 2. Obligaciones Tributarias	104
Anexo 4. Población de Estudio	105
Anexo 5. Tamaño de Muestra	114
Anexo 6. Carta de la Sub Gerencia de Administración de Mercado y Sanidad.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Operacionalización de Variables</i>	51
Tabla 2. <i>Nivel de Conocimiento de la Variable Cultura Tributaria</i>	77
Tabla 3. <i>Nivel de Conocimiento Variable Obligación Tributaria</i>	78
Tabla 4. <i>Tabla Cruzada de Variables</i>	80
Tabla 5. <i>Pruebas Chi Cuadrado</i>	81
Tabla 6. <i>Medidas Simétricas</i>	81
Tabla 7. <i>Matriz de Consistencia Metodológica</i>	92
Tabla 8. <i>Confiabilidad Variable Cultura Tributaria</i>	104
Tabla 9. <i>Confiabilidad Variable Obligaciones Tributarias</i>	104
Tabla 10. <i>Población de Estudio. Tiendas Exteriores Jr. Luna</i>	105
Tabla 11. <i>Población de Estudio. Tiendas Exteriores Jr. Inclán</i>	105
Tabla 12. <i>Población de Estudio. Tiendas Exteriores Jr. Bolognesi</i>	106
Tabla 13. <i>Población de Estudio. Sección Mercería</i>	106
Tabla 14. <i>Población de Estudio. Sección Plásticos</i>	107
Tabla 15. <i>Población de Estudio. Sección Pollo y Pescados</i>	107
Tabla 16. <i>Población de Estudio. Sección Carnes</i>	108
Tabla 17. <i>Población de Estudio. Sección Frutas y Verduras</i>	108
Tabla 18. <i>Población de Estudio. Sección Abarrotes Jr. Luna</i>	109
Tabla 19. <i>Población de Estudio. Sección Abarrotes Jr. Bolognesi</i>	110

Tabla 20. <i>Población de Estudio. Sección Restaurants</i>	111
Tabla 21. <i>Población de Estudio. Sección Juguería</i>	111
Tabla 22. <i>Población de Estudio. Sección Cocina</i>	111
Tabla 23. <i>Población de Estudio. Sección Zapatos</i>	112
Tabla 24. <i>Población de Estudio. Sección Ropa</i>	113
Tabla 25. <i>Tamaño de Muestra. Tiendas Exteriores del Jr. Luna</i>	114
Tabla 26. <i>Tamaño de Muestra. Tiendas Exteriores del Jr. Inclán</i>	115
Tabla 27. <i>Tamaño de Muestra. Tiendas Exteriores del Jr. Bolognesi</i>	115
Tabla 28. <i>Tamaño de Muestra. Sección Mercería</i>	115
Tabla 29. <i>Tamaño de Muestra. Sección Plásticos</i>	116

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Concepto de Deber Tributario	56
<i>Figura 2.</i> Inscripción al RUC	57
<i>Figura 3.</i> Emisión de Comprobantes de Pago	58
<i>Figura 4.</i> Concepto de Derechos Tributarios	59
<i>Figura 5.</i> Servicio de Administración Tributaria	60
<i>Figura 6.</i> La Devolución de lo Pagado Indebidamente o en Exceso.....	61
<i>Figura 7.</i> Concepto de Responsabilidad.....	62
<i>Figura 8.</i> Emitir Información Inequívoca	63
<i>Figura 9.</i> Concepto de Puntualidad	64
<i>Figura 10.</i> Emisión de las Declaraciones Juradas	65
<i>Figura 11.</i> Concepto de Transparencia.....	66
<i>Figura 12.</i> Publicación de Información Relativa.....	67
<i>Figura 13.</i> Concepto de Obligaciones Formales	68
<i>Figura 14.</i> Concepto de Inscripción al RUC	69
<i>Figura 15.</i> Concepto de RUC	70
<i>Figura 16.</i> Concepto de Comprobantes de Pago	71
<i>Figura 17.</i> Tipos de Comprobantes de Pago.....	72
<i>Figura 18.</i> Concepto de Declaraciones Juradas.....	73
<i>Figura 19.</i> Pago de Obligaciones Sustanciales	74

<i>Figura 20.</i>	Concepto de Obligaciones Tributarias.....	75
<i>Figura 21.</i>	Concepto de Pago de Tributos	76
<i>Figura 22.</i>	Concepto de Pago de Multas.....	77
<i>Figura 23.</i>	Nivel de Conocimiento de la Variable Cultura Tributaria.....	77
<i>Figura 24.</i>	Nivel de Conocimiento Variable Obligación Tributaria.....	78

RESUMEN

La presente investigación titulada “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022”, se realizó con el objetivo de determinar la relación de la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022. Se utilizó el tipo de investigación aplicada, nivel de investigación descriptiva-relacional, de diseño no experimental con una muestra de 55 comerciantes aplicando el método no probabilístico intencional y usando como instrumento de recolección de datos el cuestionario.

De tal manera, para este trabajo de investigación se obtuvo como resultado, que existe relación entre las variables según la Prueba de Hipótesis mediante prueba de Chi Cuadrado, con valor de Significación Asintótica $0,000 < 0.05$ rechazando la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir, existe relación significativa entre ambas variables y dando como conclusiones: (1) Según el valor de la Significación Asintótica $0.000 (0.000 < 0.05)$ se acepta la hipótesis, determinando que la Cultura Tributaria tiene una relación directa con las Obligaciones Tributarias, es decir, que a mayor cultura tributaria, mayor es el pago de las Obligaciones Tributarias; concluyendo que no se cumplen las Obligaciones Tributarias ya que hay una falta de conocimiento de Normas tributarias.(2) De los 55 comerciantes encuestados del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, el 40% tiene un Nivel de Conocimiento Medio respecto a la variable Cultura Tributaria y un 42% respecto a la variable Obligaciones Tributarias. Esto quiere decir, que hay un desconocimiento y falta de valores tributarios, provocando así, una falta de pago de las Obligaciones Tributarias. (3) El conocimiento tributario y los valores tributarios se relacionan significativamente con las Obligaciones Tributarias, es decir, que para que los comerciantes cumplan con las obligaciones, deben tener información tributaria y ser declarada debidamente mediante los valores tributarios.

Palabras Clave: Cultura Tributaria, Obligaciones Tributarias, Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, Cajamarca.

ABSTRACT

The present investigation entitled "Tax Culture and Tax Obligations in the Merchants of the Central Market of the District of Pedro Gálvez, 2022", was carried out with the objective of determining the relationship between the Tax Culture and the Tax Obligations in the merchants of the Central Market of the District. de Pedro Gálvez, 2022. The type of applied research was used, descriptive-relational research level, non-experimental design with a sample of 55 merchants applying the intentional non-probabilistic method and using the questionnaire as a data collection instrument.

In this way, for this research work, the result was obtained that there is a relationship between the variables according to the Hypothesis Test by means of the Chi Square test, with an Asymptotic Significance value of $0.000 < 0.05$, rejecting the null hypothesis and accepting the alternative hypothesis, that is that is, there is a significant relationship between both variables and giving as conclusions (1) According to the value of the Asymptotic Significance 0.000 ($0.000 < 0.05$), the hypothesis is accepted, determining that the Tax Culture has a direct relationship with the Tax Obligations, that is, that the greater the tax culture, the greater the payment of taxes. Tax obligations; concluding that the Tax Obligations are not fulfilled since there is a lack of knowledge of Tax Regulations.(2) Of the 55 merchants surveyed from the Central Market of the District of Pedro Gálvez, 40% have a Medium Level of Knowledge regarding the variable Culture Tax and 42% with respect to the Tax Obligations variable. This means that there is a lack of knowledge and lack of tax values, thus causing a lack of payment of Tax Obligations. (3) The tax knowledge and the tax values are significantly related to the Tax Obligations, that is, for merchants to comply with the obligations, they must have tax information and be duly declared through the tax values.

Keywords: Tax Culture, Tax Obligations, Merchants of the Central Market of the District of Pedro Gálvez, Cajamarca.

INTRODUCCIÓN

Actualmente el problema de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez el que genera un incumplimiento tributario, lo que provoca una escasa recolección de dinero con el estado y también tener multas e infracciones, esto es causado por: (1) Falta de conocimientos sobre comprobantes de pago, (2) Falta de conocimiento de monto anual de compras y ventas, finalmente (3) La falta y el poco interés sobre sus responsabilidades como comerciantes. De continuar con el problema, los comerciantes generaran infracciones, sanciones y multas, cierre de los puestos, una menor recaudación tributaria por el Estado Peruano. El presente proyecto se desarrollará sobre “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022”

Por este motivo, la presente investigación tiene como objetivo determinar la relación de la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.

Esta Tesis está bajo la metodología de Investigación: Tipo de Investigación Aplicada, Nivel de Investigación Descriptiva-Relacional, Diseño No Experimental con una muestra de 55 comerciantes del Mercado Central del Distrito de San Marcos 2022 y consta de 5 capítulos:

Capítulo I: Incluye el Planeamiento de la Investigación, en el cual se presenta; la descripción de la realidad problemática a nivel internacional, nacional y local indicando las causas, consecuencias, selección, delimitación; la formulación del problema de investigación (general y específicos); los objetivos (general y específicos); la justificaciones e importancia (teórica, práctica y académica) y finalmente las limitaciones de la investigación.

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

Capítulo III: Contiene la Hipótesis y Variables de Estudio, en este capítulo se muestra su identificación.

Capítulo IV: Engloba la Metodología, el cual se desarrolla el tipo, nivel y diseño de investigación; así como, la población, muestra, unidad de análisis, los métodos, técnicas, instrumentos de recolección de datos, las técnicas para el procesamiento de la información y la operacionalización de variables.

Capítulo V: Comprende los Resultados y la Discusión, pues se presenta el análisis e interpretación de los resultados, así como también la prueba de hipótesis y la discusión de resultados del cuestionario realizado.

Conclusiones: Se da a conocer las conclusiones obtenidas en la presente investigación.

Recomendaciones: Se da algunas sugerencias en base a los resultados obtenidos.

Referencias Bibliográficas: Incorpora 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), la estadística de fiabilidad por cada variable y la Carta de la Sub Gerencia de Administración de Mercado y Sanidad de la Municipalidad Provincial San Marcos.

CAPÍTULO I

PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

A nivel mundial, la falta de conocimiento tributario es un problema muy grande, se ha usado factores implícitos y explícitos para dar información a los contribuyentes tratando de influir en su comportamiento y así provocar el respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social en las personas. Sin embargo, todos estos esfuerzos no han tenido el impacto necesario en los contribuyentes debido a diversos factores, tales como: los valores éticos, la evasión fiscal, la corrupción de ciertos niveles del Estado, la poca efectividad de algunos programas tributarios y la percepción de las personas en que sus tributos no son empleados de manera correcta (Vigo, 2022, pág. 1).

Según (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) , 2021) en América Latina, en un estudio sobre transparencia fiscal en el año 2021, estudiando a 13 miembros latinoamericanos (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay), se llega a la conclusión que más del 60% de la población no cumple tributariamente, esto provocado por una falta de responsabilidad, falta de moral, ética y falta de cultura.

Perú tiene una de las tasas más altas de incumplimiento tributario en comparación con los países vecinos, así como tasas muy altas en los principales impuestos, como lo son el Impuesto General a las Ventas (IGV) y el Impuesto a la Renta (IR) (Ventocilla, 2018). Esto es un problema para el estado ya que con

lleva a no recaudar los fondos como debe ser y por ende no hay crecimiento económico.

En la región Cajamarca, el problema principal, es que hay un déficit en información tributaria a los comerciantes en los mercados, teniendo un grave problema en la recaudación de impuestos. Tener conocimientos en materia tributaria tiene una importancia muy significativa, ya que, por ley es exigible tributar ante el Estado. 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 declara (Pérez, 2020, pág. 2).

El problema en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez es que no declaran ni pagan impuestos.

Dentro de las causas que origina el problema, se presentan: (a) Falta de conocimiento sobre comprobantes de pago. (b) Falta de conocimiento de monto anual de compras y ventas. (c) La falta y el poco interés sobre sus responsabilidades como comerciantes.

Esto provoca de continuar con el problema: (a) Infracciones, sanciones y multas, (b) Cierre del puesto, (c) Evasión tributaria y (d) Una menor recaudación tributaria por el Estado Peruano.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación de la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cómo es la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022?
- ¿Cómo son las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación de la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Conocer la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.
- Conocer las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.

1.4. Justificación e Importancia de la Investigación

1.4.1. Justificación Teórica

(Moisés, Ango, Palomino, & Feria, 2019) mencionan que es la necesidad de profundizar los enfoques teóricos para cubrir la falta de conocimiento, a partir del cual se espera originar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente. Por tanto, se considera que la presente investigación brinda los conocimientos básicos para una buena práctica tributaria por parte de los comerciantes.

1.4.2. Justificación Práctica

Conforme a los objetivos de la investigación se tiene como finalidad que los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez se prevengan las consecuencias del problema.

1.4.3. Justificación Académica

Se busca complementar investigaciones, respecto al conocimiento de la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias. Finalmente, para obtener el Título Profesional de Contador Público.

1.5. Limitaciones de la Investigación

En el desarrollo de la presente tesis no hubo limitaciones, existe numerosa bibliografía relacionada al tema y además la normativa actual, se encuentra al alcance de todo lector.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

1.6. Antecedentes

1.6.1. Antecedentes Internacionales

Según (Silva, 2011) en su tesis para optar el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA en la Universidad Técnica de Ambato, titulada “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”, presentó el siguiente resumen:

La Cultura Tributaria es la conciencia que tienen los ecuatorianos acerca del sistema tributario y sus funciones, siendo necesario que todos los ciudadanos posean una consolidada Cultura Tributaria para que cumplan con la ley, más aún los servidores públicos en relación de dependencia que laboran en la Universidad Técnica de Ambato, que deben cumplir con las disposiciones exigidas por el Servicio de Rentas Internas a través de la Dirección de Recursos Humanos. El objetivo general del presente trabajo investigativo fue determinar la incidencia de la Cultura tributaria en la liquidación del Impuesto a la Renta mediante la presentación de formularios y documentos de descargo para el pago del impuesto a la renta de los servidores universitarios; mediante el enfoque cualitativo y la modalidad básica de investigación de campo y bibliográfica-documental para la construcción del marco teórico; se logró

determinar la problemática existente. El método exploratorio y descriptivo permitió establecer el planteamiento del problema de investigación y a formular hipótesis de trabajo investigativo, con la aplicación de la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario se pudo determinar la incidencia de la escasa Cultura Tributaria en los servidores universitarios para presentar correcta y oportunamente el formulario de gastos personales. Por esta razón se propone el diseño de un Instructivo para la liquidación y declaración del Impuesto a la Renta para servidores universitarios que trabajan en relación de dependencia en la Universidad Técnica de Ambato y de esta manera fortalecer la Cultura Tributaria de los servidores universitarios. Se probó la hipótesis planteada y esta relación es alta. Se concluye que: (1) Existe escasa Cultura Tributaria porque los servidores universitarios no cumplen las disposiciones exigidas por el SRI a través del Dirección de Recursos Humanos, a pesar de los informativos en carteles y comerciales a través de los medios de comunicación a nivel nacional sobre los beneficios de la deducción de gastos personales para la liquidación del impuesto a la renta existe un alto porcentaje de servidores universitarios que no presentan el formularios de gastos personales y no saben cómo llenar formulario 102 A para la declaración del Impuesto a la Renta. (2) Los factores que inciden en la liquidación del Impuesto a la Renta son la falta de presentación de los formularios de gastos personales, el 70% de los servidores no presentan, pese a ello, la institución cumple con su

obligación como agente de retención y realiza las retenciones mensuales en base a los ingresos reales de cada uno de los servidores universitarios, lo que genera reclamos e inconformidad con la cantidad retenida. (3) Otro factor es la falta de interés por retirar el formulario 107 (Comprobante de Retención del Impuesto a la Renta por ingresos de trabajo en relación de dependencia), formulario que la institución pone a disposición de los servidores universitarios para que justifiquen personalmente, de ser el caso, ante el SRI para la declaración del Impuesto a la Renta. (4) El 73% de los servidores universitarios indican que no han recibido capacitación y, 84% considera que es necesario un instructivo guía para la deducción, liquidación del Impuesto a la Renta, llenar correctamente los formularios exigidos por el SRI a través de la Dirección de Recursos Humanos para fomentar la Cultura Tributaria.

Así mismo (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”, presentó 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. Según investigación de tipo aplicada y a 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. (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.

Finalmente (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”, presentó el siguiente resumen:

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 repuesta 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

1.6.2. Antecedentes Nacionales

Según (Paredes, 2018) 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 Cuidad de Huaraz, 2018”, presentó 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 éticos. 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. 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 las 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

También (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”, presentó el siguiente resumen:

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 empresas) 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. Se concluye que: (1) 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) Por medio de los resultados obtenidos en las tabla 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) 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) 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.

Finalmente (Serrano, 2016) 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”, presentó el siguiente resumen:

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 fórmula 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. Se concluye que: (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.

1.6.3. Antecedentes Regionales

Según (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. 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.

Según (Vigo, 2022) en su Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Nacional de Cajamarca, titulada “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”, presentó el siguiente resumen:

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.

Finalmente (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”, presentó el siguiente resumen:

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. Se concluye que: (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.

1.7. Bases Teóricas

1.7.1. Bases Legales

1.7.1.1. Texto Único Ordenado del Código Tributario

El (Texto Único Ordenado del Código Tributario, 2013) mediante Decreto Supremo N°133-2013-EF, emitido en el año 2013, tiene como objetivo establecer los principios generales, instituciones, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico-tributario.

1.7.1.2. Reglamento de Comprobantes de Pago

El (Reglamento de Comprobantes de Pago, 1999) mediante Resolución de Superintendencia N°007-99/SUNAT, emitido el 21 de enero de 1999, tiene como objetivo 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.

1.7.2. Bases Teóricas

1.7.2.1. 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 (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

(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 se da por primera vez 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, 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 unos nuevos en base a la situación actual del país.

b) Cultura Tributaria

Para (Rodríguez, 2011) la Cultura Tributaria se trata de ver el sentido cotidiano de la evasión y la fiscalidad, ya que no solo es un conjunto de ingresos y gastos del Estado, sino

también es cómo se materializa la proporción de valores en una sociedad. Es decir es la manera como los contribuyentes de manera moral y ética emiten la información de gastos e ingresos de dinero diariamente.

(Amasifuen, 2015) comenta que la Cultura Tributaria es un conjunto de supuestos básicos sobre el comportamiento de la población que asumen lo que se debe y no se debe hacer en relación con el pago de impuestos en un país, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias.

c) Importancia

Según (González, 2018) la Cultura Tributaria es importante porque permitirá un mayor cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de manera voluntaria, potenciando la recaudación del Impuesto a la Renta.

Para (Montiel, Peña, & Martínez, 2020) la Cultura Tributaria es importante porque es el cimiento de toda la recaudación de impuestos, no solo basándose en el conocimiento e información por obtener, 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. (Amasifuen, 2015) menciona que pretende que se tome conciencia en cuanto a que, es un deber tributar al Estado, siendo el resultado, brindar a la nación los medios necesarios para garantizar a la ciudadanía los servicios públicos de manera eficaz y eficiente.

1.7.2.1.1. Conocimiento Tributario

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.

El Conocimiento Tributario 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, esta debe tener conocimiento de las normas tributarias, los deberes y derechos que tiene cada persona, esto ayuda a los comerciantes a ser un poco más conscientes de sus obligaciones y pagos tributarios.

1.7.2.1.1.1. Derechos Tributarios

El (Texto Único Ordenado del Código Tributario, 2013) en el artículo 92° menciona que Las personas tienen derecho a:

- Ser tratadas con respeto y consideración por parte del personal al servicio de la Administración Tributaria.
- Exigir la devolución de lo pagado indebidamente o en exceso.
- Sustituir o rectificar sus declaraciones juradas.
- Imponer reclamos, apelaciones, demanda contencioso-administrativa y cualquier otro medio impugnatorio.
- Conocer el estado de tramitación de los procedimientos que se están realizando, así como las autoridades encargadas pertenecientes a la Administración Tributaria.

- Solicitar una prórroga de lo resuelto por el Tribunal Fiscal.
- Solicitar que no se apliquen intereses y sanciones en los casos que se tiene duda razonable o dualidad de criterio.
- Presentar una denuncia por omisión o demora en la resolución de procedimientos tributarios o cualquier otra infracción a las normas establecidas en el Código Tributario.
- Hacer consultas a través de las entidades representativas y recibir el asesoramiento adecuado sobre las Obligaciones Tributarias.
- Confidencialidad de la información presentada a la Administración Tributaria.
- Solicitar copia de las declaraciones o información presentada a la Administración Tributaria.

- No proveer los documentos ya presentados puesto que ya se encuentran en poder de la Administración Tributaria.
- Obtener asesoramiento privado, cuando así lo requiera, así como entregar copia del acta respectiva, una vez finalizado el procedimiento ya su sola solicitud oral o escrita.
- Pedir aplazamiento y/o fraccionamiento de deudas tributarias.
- Solicitar prescripción de la deuda tributaria a la Administración Tributaria.
- Obtener servicio efectivo de la Administración Tributaria y los medios necesario para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

1.7.2.1.1.2. Deberes Tributarios

Conforme al (Texto Único Ordenado del Código Tributario, 2013) en el artículo 87° menciona que las personas tienen el deber de:

- Inscribirse en los registros de la Administración Tributaria.
- Acreditar la inscripción cuando la Administración Tributaria lo requiera.
- Emitir y/u otorgar comprobantes de pago, con los requisitos formales establecidos por ley y en los casos que establezca la normativa legal.
- Llevar los libros de contabilidad u otros libros y registros requeridos por ley, reglamento o por Resolución de Superintendencia de SUNAT.
- Permitir el control por parte de la Administración Tributaria para presentar o exhibir en las oficinas fiscales y ante los funcionarios

autorizados; las declaraciones, informes, libros de actas, registros y libros contables y demás documentos relacionados que puedan generar Obligaciones Tributarias de acuerdo a forma, plazos y condiciones que le sean requeridos; así también formular las aclaraciones que le sean solicitadas.

- Proporcionar a la administración tributaria la información que le solicite o exija la normativa tributaria sobre las actividades del deudor tributario o de los terceros con los que tenga relación, en forma, modo y condiciones establecidas.
- Conservar los libros y registros contables llevados en sistema manual, mecanizado o electrónico, así como los documentos y antecedentes de las operaciones o situaciones que constituyan hechos susceptibles de generar obligaciones

tributarias o que estén relacionados con ellas, mientras el tributo no esté prescrito.

1.7.2.1.2. Valores Tributarios

Los Valores Tributarios son clave para el desarrollo monetario en el país, año tras año se viene teniendo una serie de inconvenientes con las falsas declaraciones informativas en torno a los impuestos, esto se da por una falta de los principios éticos y morales, los que se deben incorporar desde la educación básica.

Es un error garrafal creer que los valores solo deben ser propios de los contribuyentes. El comportamiento ético comienza con actitudes y valores en el vértice de la Administración Tributaria (Comité Permanente de Ética del CIAT., 2019). Tal es así que, al estar equilibrados de ambas partes se puede llegar a un resultado positivo para poder recaudar el valor monetario apropiado.

1.7.2.1.2.1. Responsabilidad

La información certera y eficaz tributaria se da principalmente por la responsabilidad de emitir información inequívoca de las actividades realizadas,

esto se motiva principalmente desde la educación básica. El (Comité Permanente de Ética del CIAT., 2019) comenta que estas actividades deben ser dirigidas inicial y principalmente a adolescentes para sí promover una conciencia tributaria en los futuros contribuyentes de modo que tomen a la responsabilidad fiscal como uno de los valores sobre los que se organiza una sociedad democrática.

1.7.2.1.2.2. Transparencia

No ocultar, es un don hoy en día al declarar impuestos, teniendo así un gran trabajo en torno a este valor. El (Comité Permanente de Ética del CIAT., 2019) menciona que el Estado viendo el problema que hay sobre a transparencia, ha establecido la divulgación obligatoria de los trabajos desempeñados por las personas dentro de su ámbito y estructura organizacional, además de sus instrumentos de planificación y la evolución de su grado de cumplimiento.

Teniendo así organismos más audaces y leyes más sancionadoras.

1.7.2.1.2.3. Puntualidad

La puntualidad es uno de los requisitos indispensables para una buena tributación, la emisión de información, de las actividades se da actualmente por la emisión de las Declaraciones Juradas mensuales y anuales, el que se rige por un determinado tiempo. Esto conlleva a que el contribuyente tiene que hacer sus declaraciones de manera puntual ya que si no lo hace tendrá como resultado una sanción o una multa.

1.7.2.2. Obligaciones Tributarias

a) Concepto

La Obligación Tributaria es 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 (Gómez, 2020, pág. 117).

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

b) Nacimiento de la Obligación Tributaria

La Obligación Tributaria surge cuando se produce el hecho previsto en la ley, generando dicha obligación.

c) Involucrados en la Obligación Tributaria

• **Acreeedor Tributario**

El Acreeedor Tributario es la persona que debe realizar la prestación tributaria.

• **Deudor Tributario**

El Deudor Tributario es la persona que debe cumplir la prestación tributaria como contribuyente o responsable.

d) Exigibilidad de la Obligación Tributaria

- Cuando sea determinada por el Deudor Tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo previsto por Ley o Reglamento.
- Cuando deba ser determinada por la Administración Tributaria, a partir del día siguiente del vencimiento del plazo para el pago que figure en la resolución que contenga la determinación de la deuda tributaria.

1.7.2.2.1. Obligaciones Formales

(Telesup, 2020) comenta que las Obligaciones Formales, son obligaciones exigibles que tiene el contribuyente con el Estado a partir de la actividad económica, son aquellas obligaciones que surgen

como consecuencia de la necesidad de pagar impuestos para sustentar el Gasto Público, esto se da en proporción a los ingresos que tiene el contribuyente y cuyo incumplimiento da lugar a sanciones tributarias.

1.7.2.2.1.1. Inscripción al 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. El (Diario Gestión, 2018) nos dice que es el número que identifica como contribuyente a la Persona Jurídica o Persona Natural como contribuyente, el RUC tiene los datos de identificación y es de uso obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante SUNAT.

Según (Diario Gestión, 2018) pueden sacar RUC todas las personas domiciliadas o no en el Perú, que realicen actividades económicas por las que tengan que pagar tributos, incluidas

las de importación y exportación. Para el desarrollo de sus actividades comerciales debe inscribirse al RUC como persona individual con negocio o como una persona jurídica de manera presencial o virtual.

1.7.2.2.1.2. Emisión y Entrega de Comprobantes de Pago

El (Reglamento de Comprobantes de Pago, 1999) en su artículo 1° menciona que el Comprobante de Pago es un documento que certifica la transferencia de bienes, la entrega en uso, o la prestación de servicios; en la misma ley en su artículo 2° nos dice que siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos en este Reglamento, como son las Facturas, Recibos por Honorarios, Boletas de venta, Tickets o cintas emitidos por máquinas registradoras y documentos autorizados en el numeral 6 del Artículo 4, los que serán emitidos de acuerdo al régimen tributario al que pertenece el contribuyente.

1.7.2.2.1.3. Declaraciones Tributarias

De acuerdo al (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 señalados por Ley, Reglamento, Resolución de Superintendencia o norma de rango similar, la cual podrá constituir la base para establecer la Obligación Tributaria. 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.

1.7.2.2.2. Obligaciones Sustanciales

(Gerencie.com, 2017) nos dice que la Obligación Sustancial es la obligación material de satisfacer el

pago del tributo impuesto por el ente facultado para ello.

Las Obligaciones Sustanciales son las acciones de pago de tributos, mientras las Obligaciones Formales son las pautas de pago, las obligaciones de pago es la acción de desembolsar dinero al Estado.

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

1.7.2.2.1. Componentes de la Obligación

Tributario

El artículo 28° nos dice que la Administración Tributaria exigirá el pago de la Deuda Tributaria que está constituida por el tributo, las multas y los intereses. Es decir, la Deuda Tributaria no solo son los tributos, sino también en el caso que haya, la conforman los intereses y las multas.

1.7.2.2.2. Obligados al Pago

El artículo 30° nos dice que el pago de la Deuda Tributaria será efectuado por los Deudores Tributarios o por sus representantes.

1.7.2.2.2.3. Formas de Pago

El artículo 32° nos dice que el pago de la Deuda Tributaria se realiza en moneda nacional, para efectuar el pago se podrán utilizar los siguientes medios: Dinero en efectivo, Cheques, Notas de Crédito Negociables, Débito en cuenta corriente o de ahorros, Tarjeta de crédito y otros medios que la Administración Tributaria apruebe.

1.8. Definición de Términos Básicos

1.8.1. Conocimiento Tributario

Es la información que se tiene sobre los derechos y deberes que se tiene como persona con el Estado.

1.8.2. Deberes Tributarios

Los Deberes Tributarios son un compromiso en base a normas y leyes que tiene la persona con el Estado al desarrollar una actividad económica.

1.8.3. Declaraciones Tributarias

Es la exposición ante el Estado de todos los movimientos de dinero que se ha realizado en un periodo de tiempo.

1.8.4. Derechos Tributarios

Los Derechos Tributarios son normas y leyes que el estado le concede a la persona para su beneficio cuando se realiza una actividad económica.

1.8.5. Emisión y Entrega de Comprobantes de Pago

Es el aval físico de la realización de una actividad económica, el cual se debe dar obligatoriamente.

1.8.6. Inscripción al RUC

Es el procedimiento que se sigue para poder adquirir tu número RUC, ya sea como Persona Natural o como Persona Jurídica, de manera presencial o de manera virtual.

1.8.7. Obligaciones Formales

Son aquellas obligaciones que nacen en base a la necesidad de sostenibilidad económica del estado, son obligaciones que están registradas en la ley.

1.8.8. Obligaciones Tributarias

Es la manifestación de hechos comunicados a la Administración Tributaria.

1.8.9. Obligaciones Sustanciales

Son el pago de las Obligaciones Formales hacia el Estado, en moneda nacional, por los diferentes medios que proporciona.

1.8.10. Pago de Multas

Es el pago tributario por haber cometidos infracciones ante la ley.

1.8.11. Pago de Tributos

Es el pago al Estado que se da por ley para su sostenibilidad, esto es directamente proporcional a los ingresos obtenidos en un determinado periodo.

1.8.12. Puntualidad

Es la cualidad que debe tener toda contribuyente al presentar su información en el momento que se indica según ley o según los plazos establecidos por SUNAT.

1.8.13. Responsabilidad

Es la cualidad de presentar del cual se debe realizar las Obligaciones Tributarias de manera correcta conforme a lo que indica las leyes propuestas por el Estado.

1.8.14. Transparencia

Es la cualidad de dar una información tributaria sin ocultar, sin colocar adornos o sin hacer cambios.

1.8.15. Valores Tributarios

Es el conjunto de cualidades que debe tener una persona para que conscientemente de a saber la información del movimiento de dinero que está realizando, para así aportar de manera veraz al Estado.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

1.9. Hipótesis General

Existe relación significativa entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.

1.9.1. Hipótesis específicas

- Existe relación significativa entre el Conocimiento Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.
- Existe relación significativa entre los Valores Tributarios y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.

1.10. Identificación de Variables

1.10.1. Variable 1. 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 (Amasifuen, 2015).

1.10.2. Variable 2. 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)

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

1.11. Tipo y Nivel de Investigación

1.11.1. Tipo de Investigación

1.11.1.1. Tipo Aplicada

Se caracteriza por la utilización de los conocimientos que se adquieren con la investigación básica, en busca de posibles aplicaciones prácticas (Moisés, et al., 2019, pág. 113).

1.11.2. Nivel de Investigación

1.11.2.1. Nivel Descriptivo

Se caracteriza por medir el comportamiento de los valores de una variable en un grupo (elementos), espacio (lugar) y tiempo definido (descriptivo simple) o en grupos, espacios y tiempos diferentes (descriptivo comparativo), para especificar las características del objetivo investigado” (Moisés, et al., 2019, pág. 115). En la investigación hemos explicado cada una de las variables, Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias.

1.11.2.2. Nivel Relacional

El 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 esten relacionadas (Moisés, et al, 2019, pág. 115). Por esta razón, algunos autores lo denominan nivel

correlacional. Para la investigación hemos estudiado si existe relación entre la variable Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias.

1.12. Diseño de Investigación

Según (Hernández & Mendoza, 2018) en un estudio no experimental se observan situaciones ya existentes, no provocadas. En un estudio no experimental las variables independientes ocurren y no son manipuladas, tampoco se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos.

Así mismo se considera que es un diseño transversal o transaccional, en tanto que estos recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, Su propósito es describir variables, analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, tal como nos señala (Moisés, et al, 2019, pág. 124).

1.13. Población y Muestra

1.13.1. Población

La población de estudio lo integraron 286 comerciantes del Mercado Central del distrito de Pedro Gálvez, provincia de San Marcos, departamento de Cajamarca.

1.13.2. Tamaño de Muestra

Para la presente investigación la muestra es igual a 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). El tamaño de muestra lo integraron 55 comerciantes del Mercado

Central del distrito de Pedro Gálvez, provincia de San Marcos,
departamento de Cajamarca.

1.14. Unidad de Análisis

Cada uno de los comerciantes del Mercado Central del distrito de Pedro Gálvez,
provincia de San Marcos, departamento de Cajamarca.

1.15. Operacionalización de Variables

Tabla 1.

Operacionalización de Variables

Título: Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022”

Nombre de la Variable	Definición conceptual	Definición operacional		
		Dimensiones	Indicadores	Item
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 (Amasifuen, 2015)	1. Conocimiento Tributario	Deberes Tributarios	a, b, c
			Derechos Tributarios	d, e, f
		2. Valores Tributarios	Responsabilidad	g, h
			Puntualidad	i, j
			Transparencia	k, l
			Inscripción al RUC	m, n, o
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)	1. Obligaciones Formales	Emisión y Entrega de Comprobantes de Pago	p, q
			Declaraciones Tributarias	r
		2. Obligaciones Sustanciales	Pago de Tributos	s, t, u
			Pago de Multas	v

1.16. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación

1.16.1. Método de Recolección de Datos

1.16.1.1. Método Inductivo

(Martínez, 2012) menciona que el Método Inductivo inicia de la observación directa para luego hacer una serie de generalizaciones de los fenómenos observados, haciendo factible la formulación de las leyes generales.

1.16.1.2. Método Analítico

(Martínez, 2012) nos dice que el Método Analítico es importante porque comprende la esencia de su objeto de estudio de manera detallada para poder describirlo y explicarlo, consiste en dividir las partes de un fenómeno que se pretende estudiar, observando de manera secuencial sus causas y sus efectos.

1.16.1.3. Método Analítico- Sintético

(Escuela de Administración de Negocios, 2017) refiere que este método consiste en dos procesos intelectuales inversos que operan en conjunto, el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento que permite descomponer mentalmente un todo en partes, analizando sus cualidades, sus múltiples relaciones, sus propiedades y sus componentes; permitiendo estudiar cada una de ellas. La síntesis es la operación contraria, es la que establece mentalmente la combinación de las partes en un todo para ser estudiado, cada una de ellas, es anteriormente analizada.

1.16.1.4. Método Histórico- Lógico

(Escuela de Administración de Negocios, 2017) comenta que lo

histórico se refiere al estudio del objeto real a través del tiempo, respecto a lo social, a lo económico, a lo político en diferentes periodos. Lo lógico en cambio interpreta los hechos históricos y emite conclusiones.

1.16.1.5. Método Histórico

Este método es usado para estudiar los hechos del pasado con el fin de encontrar explicaciones causales a las manifestaciones propias de las sociedades actuales (Martínez, 2012, pág. 90).

1.16.1.6. Método Inductivo- Deductivo

(Escuela de Administración de Negocios, 2017). comenta que son dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que va de conocimientos particulares a uno general y la deducción va de un conocimiento general a uno particular.

1.16.1.7. Método Hipotético- Deductivo

Son generalizaciones de la experiencia que pueden confirmarse mediante su contrastación en la naturaleza (Martínez, 2012, pág. 83).

1.16.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

1.16.2.1. Técnicas de Recolección de Datos

1.16.2.1.1. Encuesta

La encuesta constituye una técnica muy importante en este tipo de investigación, se aplicó a la muestra con la finalidad de obtener información sobre la variable o variables.

1.16.2.2. Instrumentos de Recolección de Datos

1.16.2.2.1. Cuestionario

(Martínez, 2012) nos dice que el Cuestionario es un documento que contiene una serie de preguntas sobre un tema especial, siendo aplicado a un grupo de personas con el objetivo de reunir datos acerca del asunto o problema a estudiar.

Se aplicó una serie de preguntas cerradas politómicas conteniendo las alternativas según la escala de Likert correspondientes a los 55 comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez.

1.16.3. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

El procesamiento de la información se realizó en hojas de cálculo de SPSS Versión 26, en las que se ordenó y clasificó la información para luego ser consolidada en tablas y figuras que permitieron analizar e interpretar la información obtenida dando como resultado las conclusiones y recomendación

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Presentación de Análisis e Interpretación de Resultados

5.1.1. Análisis e Interpretación de Ítems

5.1.1.1. Variable 1. Dimensión 1. Conocimiento Tributario

5.1.1.1.1. Los Deberes Tributarios, son un compromiso en base a normas y leyes que tiene la persona con el Estado al desarrollar una actividad económica.

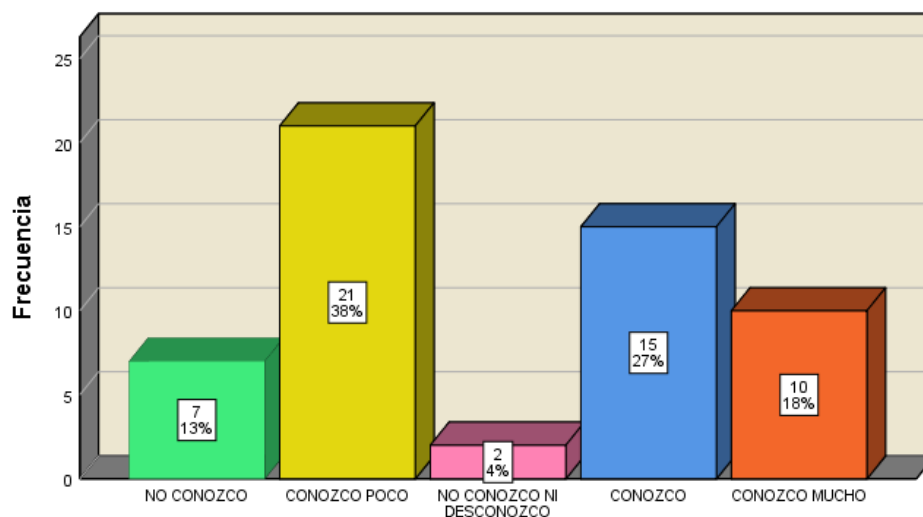


Figura 1. Concepto de Deber Tributario

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 1, de los 55 comerciantes encuestados, el 38% conoce poco, el 27% conoce, el 18% conoce mucho, el 13% no conoce y el 4% no conoce ni desconoce respecto al concepto de Deber Tributario.

5.1.1.1.2. Es un Deber Tributario, inscribirse en los registros de la Administración Tributaria (Registro Único de Contribuyentes-RUC)

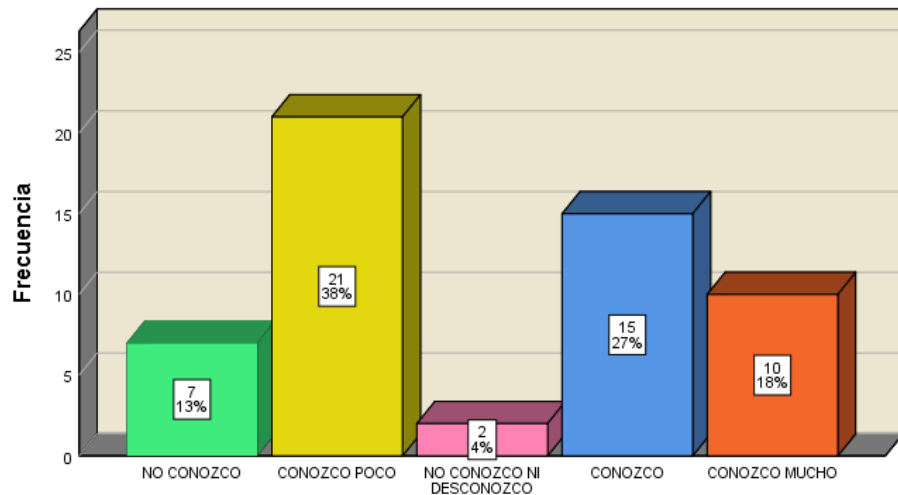


Figura 2. Inscripción al RUC

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 2, de los 55 comerciantes encuestados, el 38% conoce poco, el 27% conoce, el 18% conoce mucho, el 13% no conoce y el 4% no conoce ni desconoce respecto a que es un deber la Inscripción al RUC.

5.1.1.1.3. Es un Deber Tributario, emitir y/u otorgar, con los requisitos formales legalmente establecidos y en los casos previstos por las normas legales, los Comprobantes de Pago.

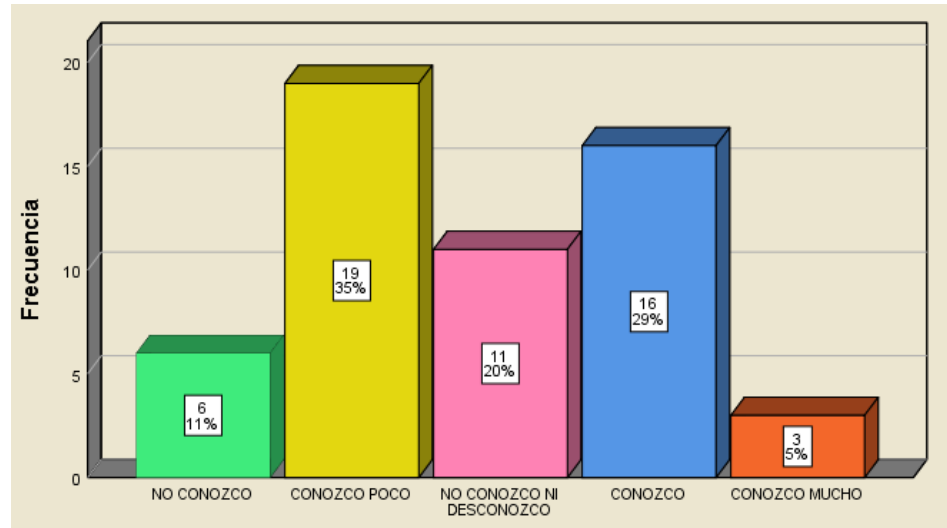


Figura 3. Emisión de Comprobantes de Pago

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 3, de los 55 comerciantes encuestados, el 35% conoce poco, el 29% conoce, el 20% no conoce ni desconoce, el 11% no conoce y el 5% conoce mucho respecto a que es un deber la emisión de Comprobantes de Pago.

- 5.1.1.1.4. Los Derechos Tributarios, son normas y leyes que el estado le concede a la persona para su beneficio cuando se realiza una actividad económica.

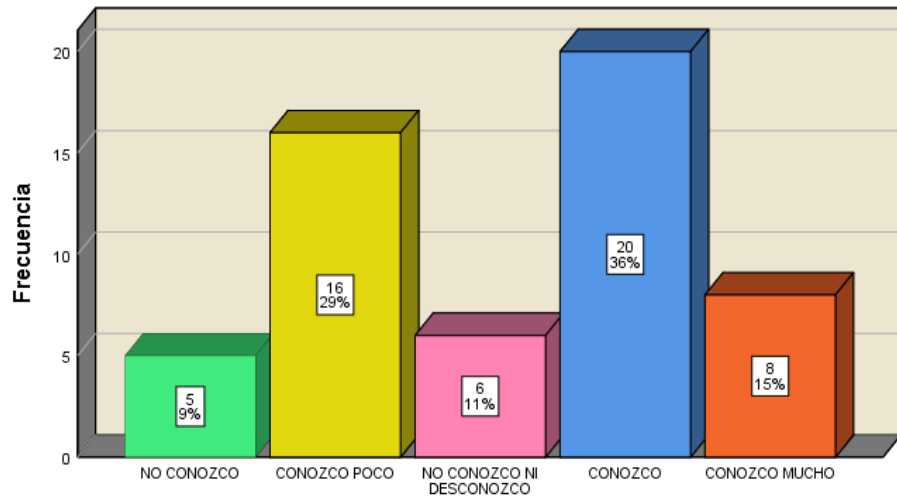


Figura 4. Concepto de Derechos Tributarios

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 4, de los 55 comerciantes encuestados, el 36% conoce, el 29% conoce poco, el 15% conoce mucho, el 11% no conoce ni desconoce y el 9% no conoce respecto al concepto de Derecho Tributario.

- 5.1.1.1.5. Es un Derecho Tributario, ser tratados con respeto y consideración por el personal al servicio de la Administración Tributaria

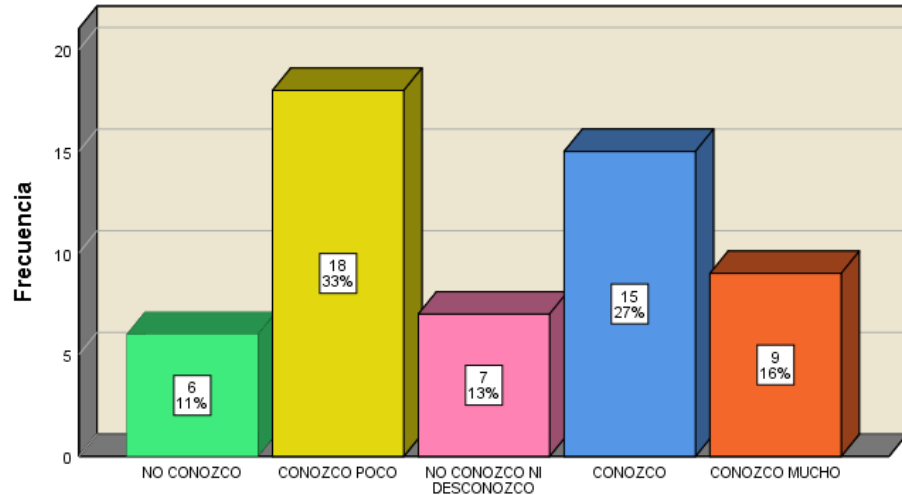


Figura 5. Servicio de Administración Tributaria

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 5, de los 55 comerciantes encuestados, el 33% conoce poco, el 27% conoce, el 16% conoce mucho, el 13% no conoce ni desconoce y el 11% no conoce respecto a que es un derecho tener un buen servicio de Administración Tributaria.

5.1.1.1.6. Es un Derecho Tributario, exigir la devolución de lo pagado indebidamente o en exceso

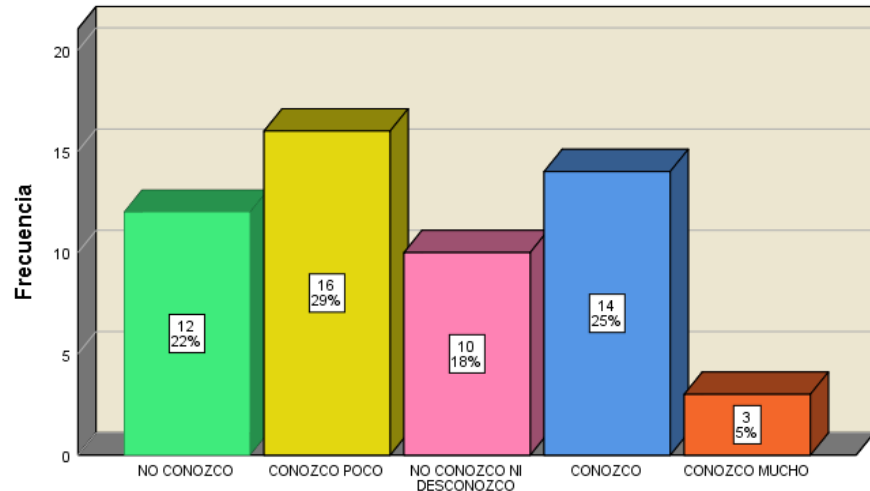


Figura 6. La Devolución de lo Pagado Indebidamente o en Exceso

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 6, de los 55 comerciantes encuestados, el 29% conoce poco, el 25% conoce, el 22% no conoce mucho, el 18% no conoce ni desconoce y el 5% conoce mucho respecto a que es un derecho exigir la devolución de lo pagado indebidamente o en exceso.

5.1.1.2. Variable 1. Dimensión 2. Valores Tributarios

5.1.1.2.1. La Responsabilidad es un valor tributario, que implica cumplir las obligaciones tributarias de manera correcta conforme a lo que indica las leyes propuestas por el Estado.

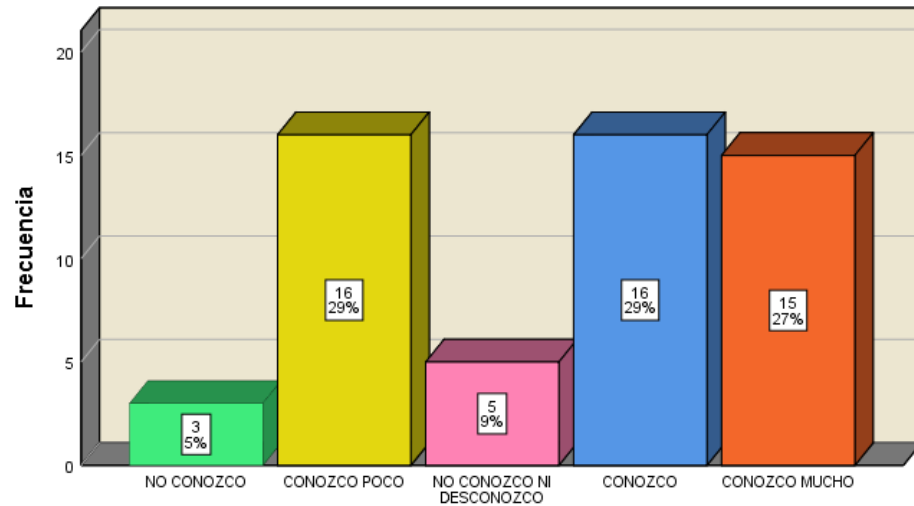


Figura 7. Concepto de Responsabilidad

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 7, de los 55 comerciantes encuestados, el 29% conoce poco, el 29% conoce, el 27% conoce mucho, el 9% no conoce ni desconoce y el 5% no conoce respecto al concepto de Responsabilidad.

5.1.1.2.2. La Responsabilidad, es información certera y eficaz tributaria se da principalmente por emitir información inequívoca de las actividades realizadas.

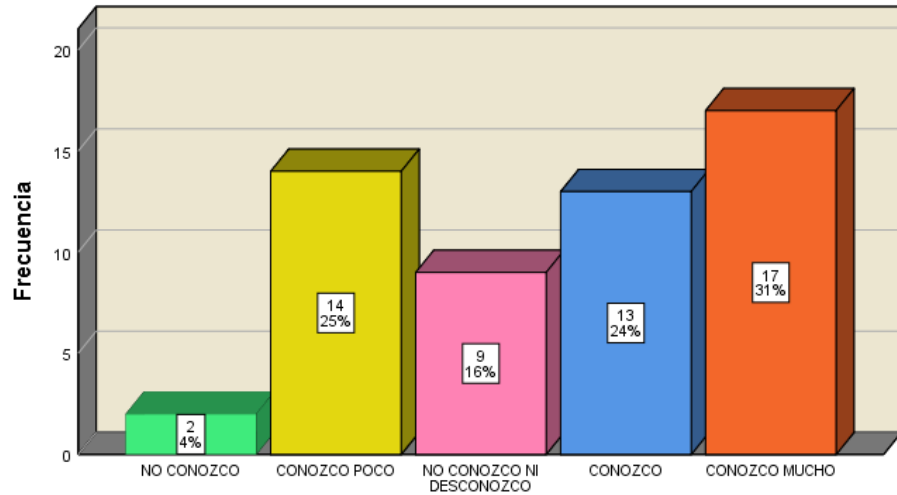


Figura 8. Emitir Información Inequívoca

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 8, de los 55 comerciantes encuestados, el 31% conoce mucho, el 25% conoce poco, el 24% conoce, el 16% no conoce ni desconoce y el 4% no conoce respecto a que la responsabilidad es emitir información inequívoca.

5.1.1.2.3. La Puntualidad es un valor tributario, que es la cualidad que debe tener todo contribuyente al presentar su información en el momento que se indica según ley o según los plazo establecidos por SUNAT.

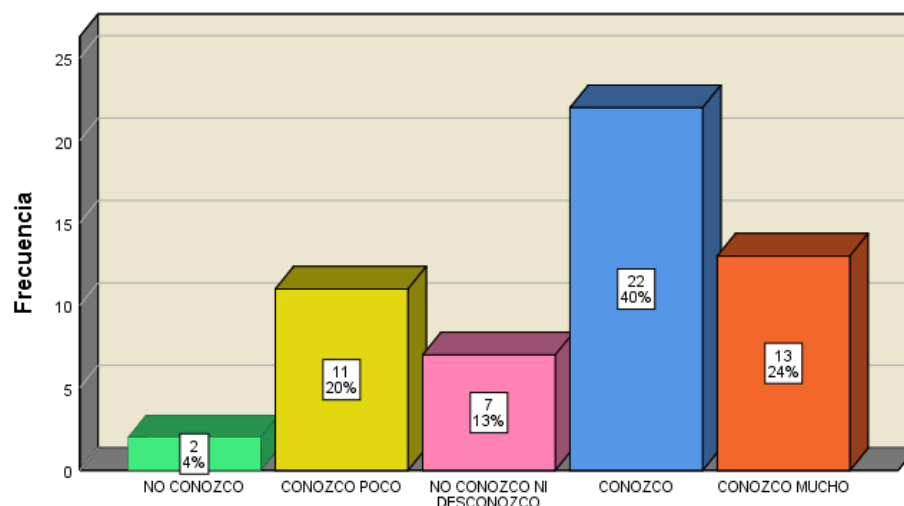


Figura 9. Concepto de Puntualidad

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 9, de los 55 comerciantes encuestados, el 40% conoce, el 24% conoce mucho, el 20% conoce poco, el 13% no conoce ni desconoce y el 4% no conoce respecto al concepto de Puntualidad.

5.1.1.2.4. La Puntualidad, es uno de los requisitos indispensables para una buena tributación, la emisión de información, de las actividades se da actualmente por la emisión de las declaraciones juradas mensuales y anuales, el que se rige por un determinado tiempo.

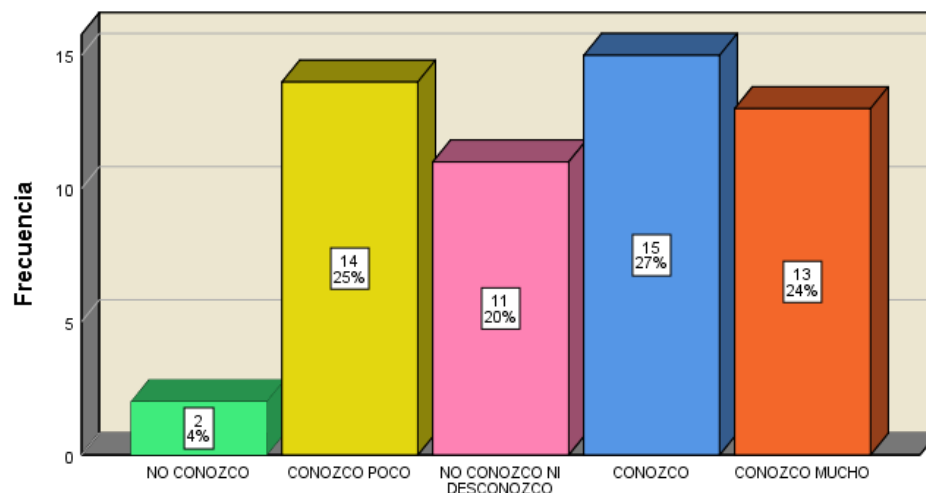


Figura 10. Emisión de las Declaraciones Juradas

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 10, de los 55 comerciantes encuestados, el 27% conoce, el 25% conoce poco, el 24% conoce mucho, el 20% no conoce ni desconoce y el 4% no conoce respecto a que la puntualidad se da en la emisión de Declaraciones Juradas.

5.1.1.2.5. La Transparencia es el valor tributario, es la cualidad de dar información tributaria sin ocultar, sin colocar adornos o sin hacer cambios.

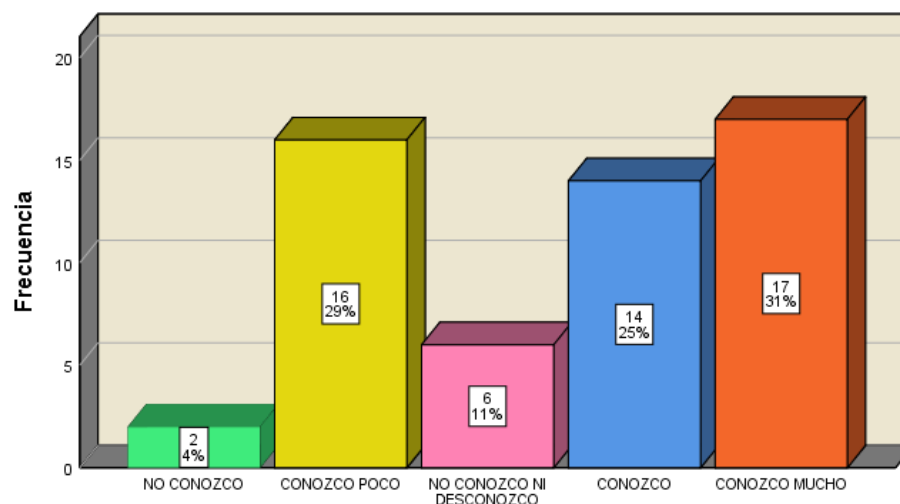


Figura 11. Concepto de Transparencia

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 11, de los 55 comerciantes encuestados, el 31% conoce mucho, el 29% conoce poco, el 25% conoce, el 11% no conoce ni desconoce y el 4% no conoce respecto al concepto de Transparencia.

5.1.1.2.6. La Transparencia, es la obligatoriedad de la publicación de la información relativa a las funciones que desarrollan los sujetos comprendidos en su ámbito de aplicación y su estructura organizativa.

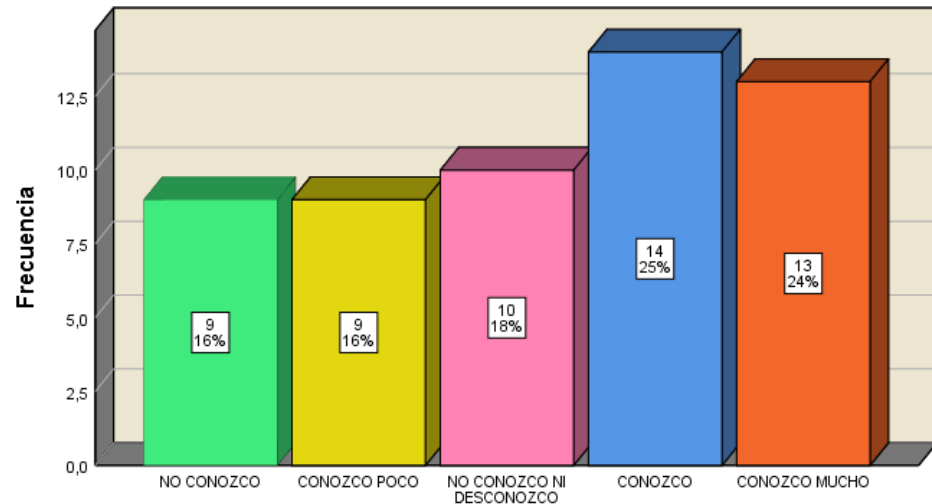


Figura 12. Publicación de Información Relativa

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 12, de los 55 comerciantes encuestados, el 25% conoce, el 24% conoce mucho, el 18% no conoce ni desconoce, el 16% conoce poco y el 16% no conoce respecto a que la transparencia es la publicación de Información Relativa.

5.1.1.3. Variable 2. Dimensión 1. Obligaciones Formales

5.1.1.3.1. Las Obligaciones Formales, son aquellas que nacen en base a la necesidad de sostenibilidad económica del estado, son obligaciones que están registradas en la ley.

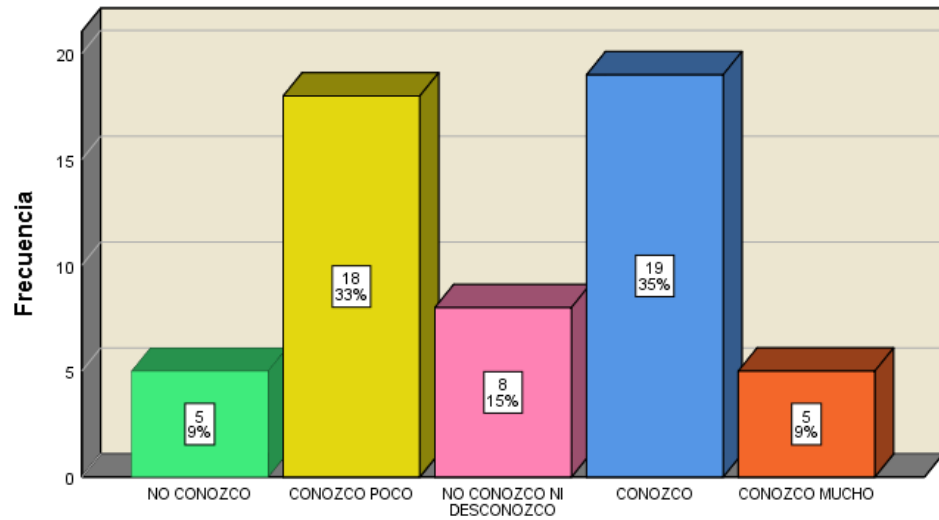


Figura 13. Concepto de Obligaciones Formales

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 13, de los 55 comerciantes encuestados, el 35% conoce, el 33% conoce poco, el 15% no conoce ni desconoce, el 9% conoce mucho y el 9% no conoce respecto al concepto de Obligaciones Formales.

5.1.1.3.2. La Inscripción al RUC (Registro Único de Contribuyentes) es el procedimiento que se sigue para poder adquirir tu número RUC, ya sea como persona natural o como persona jurídica y de manera presencial o de manera virtual.

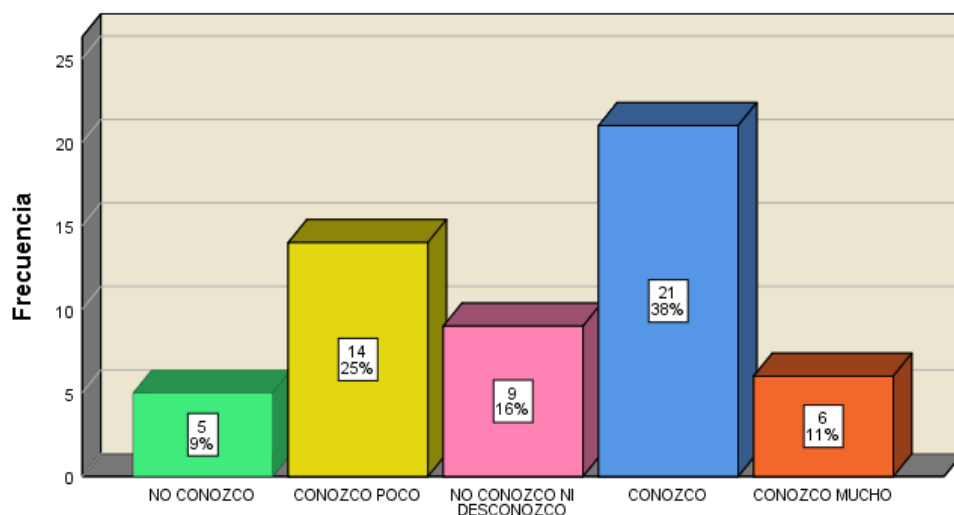


Figura 14. Concepto de Inscripción al RUC

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 14, de los 55 comerciantes encuestados, el 38% conoce, el 25% conoce poco, el 16% no conoce ni desconoce, el 11% conoce mucho y el 9% no conoce respecto al concepto de la Inscripción al RUC

5.1.1.3.3. El RUC (Registro Único de Contribuyentes) es el número que identifica como contribuyente a una persona jurídica o persona natural, contiene datos de identificación y es de uso obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante SUNAT.

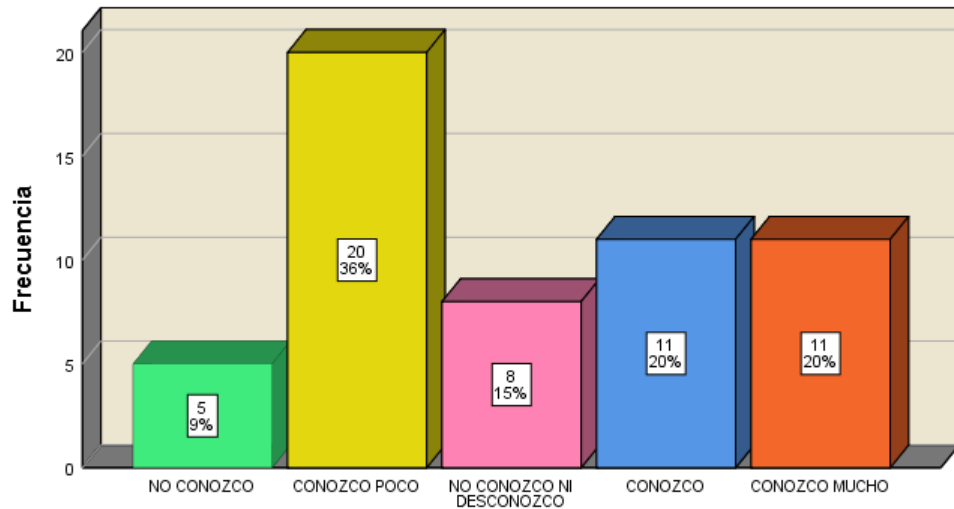


Figura 15. Concepto de RUC

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 15, de los 55 comerciantes encuestados, el 36% conoce poco, el 20% conoce, el 20% conoce mucho, el 15% no conoce ni desconoce y el 9% no conoce respecto al concepto de RUC

5.1.1.3.4. La emisión y entrega de Comprobantes de Pago, es el aval físico de la realización de una actividad económica, los cuales se deben dar obligatoriamente.

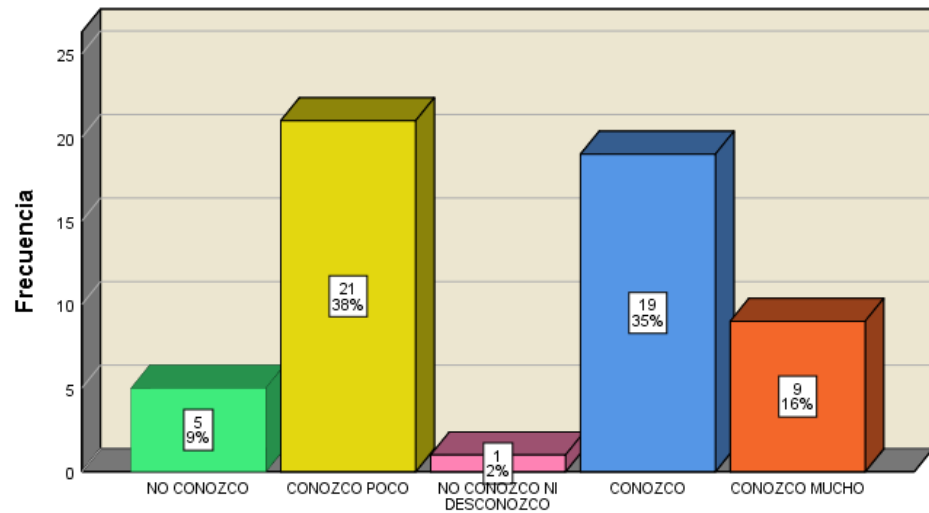


Figura 16. Concepto de Comprobantes de Pago

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 16, de los 55 comerciantes encuestados, el 38% conoce poco, el 35% conoce, el 16% conoce mucho, el 9% no conoce y el 2% no conoce ni desconoce respecto al concepto de Comprobantes de Pago.

5.1.1.3.5. La emisión y entrega de Comprobantes de Pago, se da siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos por el reglamento como lo son: Facturas, Recibos por honorarios, Boletas de venta, Tickets, entre otros.

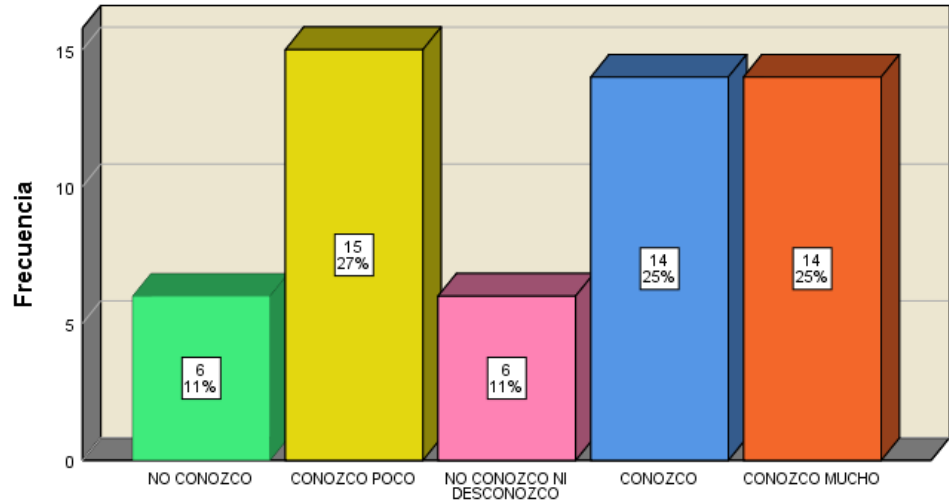


Figura 17. Tipos de Comprobantes de Pago

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 17, de los 55 comerciantes encuestados, el 27% conoce poco, el 25% conoce, el 25% conoce mucho, el 11% no conoce ni desconoce y el 2% no conoce respecto a tipos de Comprobantes de Pago.

5.1.1.3.6. Las Declaraciones Tributarias, son la manifestación de hechos comunicados a la Administración Tributaria.

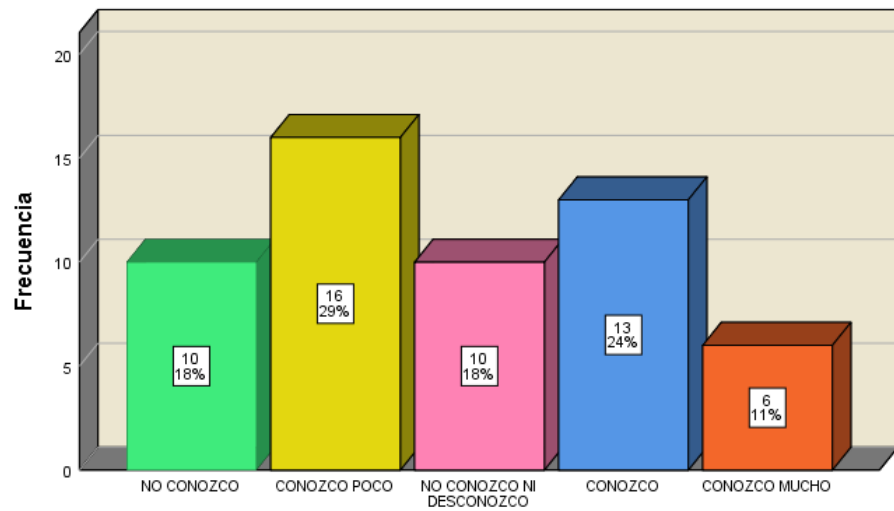


Figura 18. Concepto de Declaraciones Juradas

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 18, de los 55 comerciantes encuestados, el 29% conoce poco, el 24% conoce, el 18% no conoce mucho, el 18% no conoce ni desconoce y el 11% conoce mucho respecto al concepto de Declaraciones Juradas.

5.1.1.4. Variable 2. Dimensión 2. Obligaciones Sustanciales

5.1.1.4.1. Las declaraciones tributarias, son la manifestación de hechos comunicados a la Administración Tributaria.

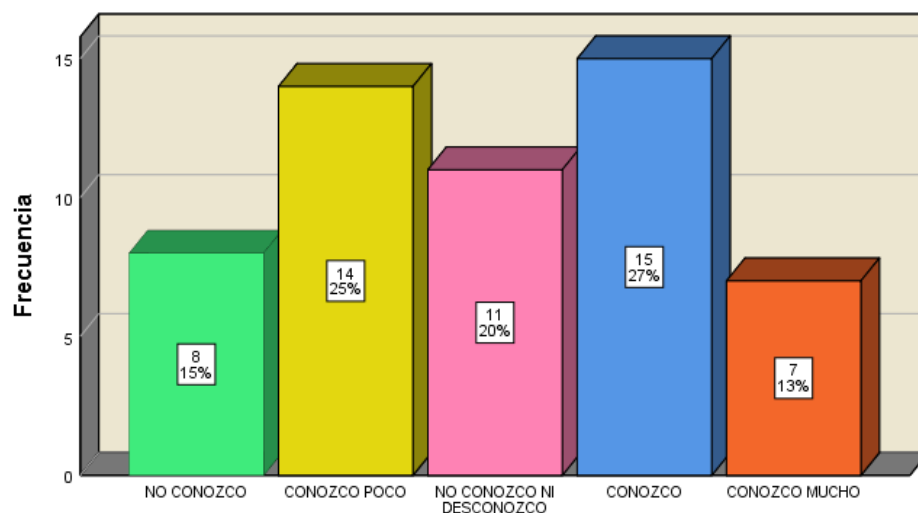


Figura 19. Pago de Obligaciones Sustanciales

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 19, de los 55 comerciantes encuestados, el 27% conoce, el 25% conoce poco, el 20% no conoce ni desconoce, el 15% no conoce y el 13% conoce mucho respecto al pago de Obligaciones Sustanciales.

5.1.1.4.2. La Obligación Sustancial, es la obligación material de satisfacer el pago del tributo impuesto por el ente facultado para ello

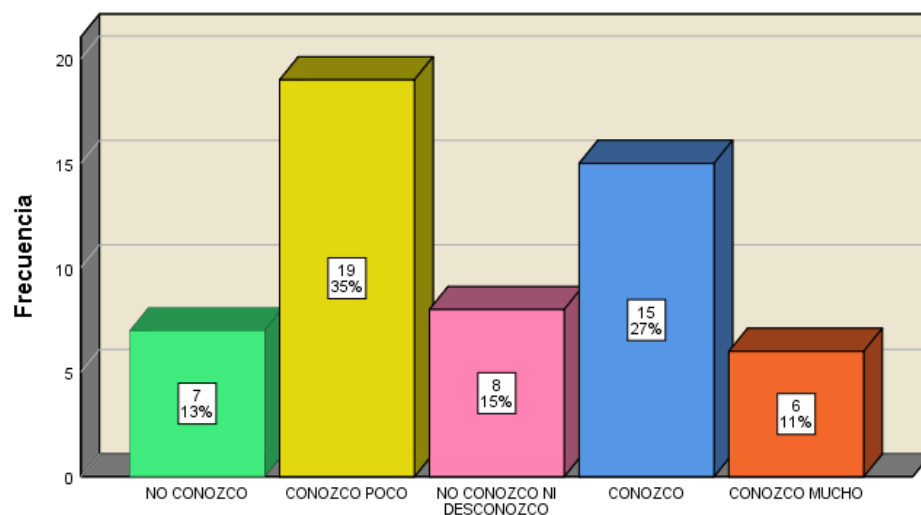


Figura 20. Concepto de Obligaciones Tributarias

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 20, de los 55 comerciantes encuestados, el 35% conoce poco, el 27% conoce, el 15% no conoce ni desconoce, el 13% no conoce y el 11% conoce mucho respecto al concepto de Obligaciones Sustanciales.

5.1.1.4.3. El Pago de Tributos, es el pago al estado que se da por ley para la sostenibilidad del estado, esto es directamente proporcional a los ingresos obtenidos en un determinado periodo.

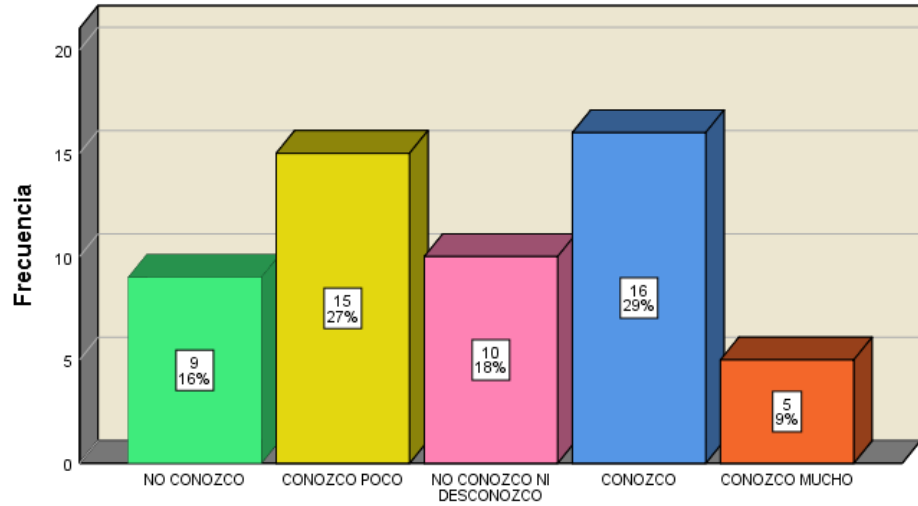


Figura 21. Concepto de Pago de Tributos

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 21, de los 55 comerciantes encuestados, el 29% conoce, el 27% conoce poco, el 18% no conoce ni desconoce, el 16% no conoce y el 9% conoce mucho respecto al concepto de Pago de Tributos.

5.1.1.4.4. El Pago de Multas, es el pago tributario por haber cometidos infracciones ante una ley en base a los tributos.

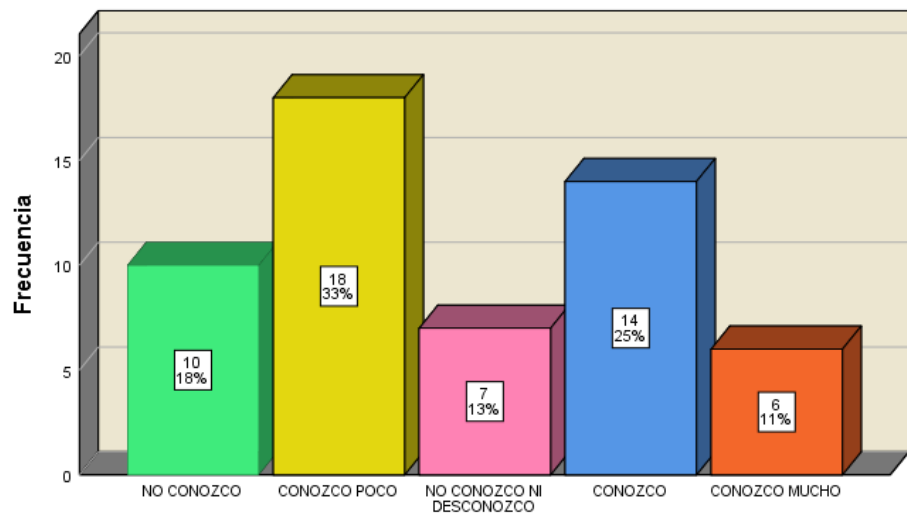


Figura 22. Concepto de Pago de Multas

INTERPRETACIÓN

Tal como se observa en la Figura 22, de los 55 comerciantes encuestados, el 33% conoce poco, el 25% conoce, el 18% no conoce, el 13% no conoce ni desconoce y el 11% conoce mucho respecto al concepto de Pago de Multas.

5.1.2. Análisis e Interpretación de las Variables

5.1.2.1. Baremos de Variable 1. Cultura Tributaria

Tabla 2.

Nivel de Conocimiento de la Variable Cultura Tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Baremos
Nivel Bajo	17	31%	[17-33]
Nivel Medio	22	40%	[34-43]
Nivel Alto	16	29%	[44-56]
Total	55	100%	

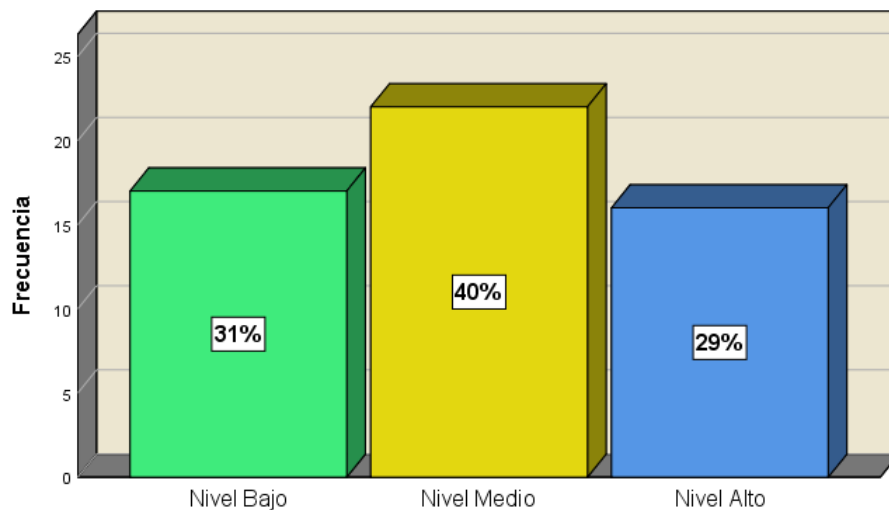


Figura 23. Nivel de Conocimiento de la Variable Cultura Tributaria.

INTERPRETACIÓN

Se observa en la Tabla 22 y la Figura 23, de los 55 comerciantes encuestados del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, el 40% tiene un Nivel de Conocimiento Medio, el 31% tiene un Nivel de Conocimiento Bajo y el 29% un Nivel de Conocimiento Alto respecto a la variable Cultura Tributaria

5.1.2.2. Baremos de Variable 2

Tabla 3.

Nivel de Conocimiento Variable Obligación Tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Baremos
Nivel Bajo	17	31%	[12-25]
Nivel Medio	23	42%	[26-33]
Nivel Alto	15	27%	[34-48]
Total	55	100%	

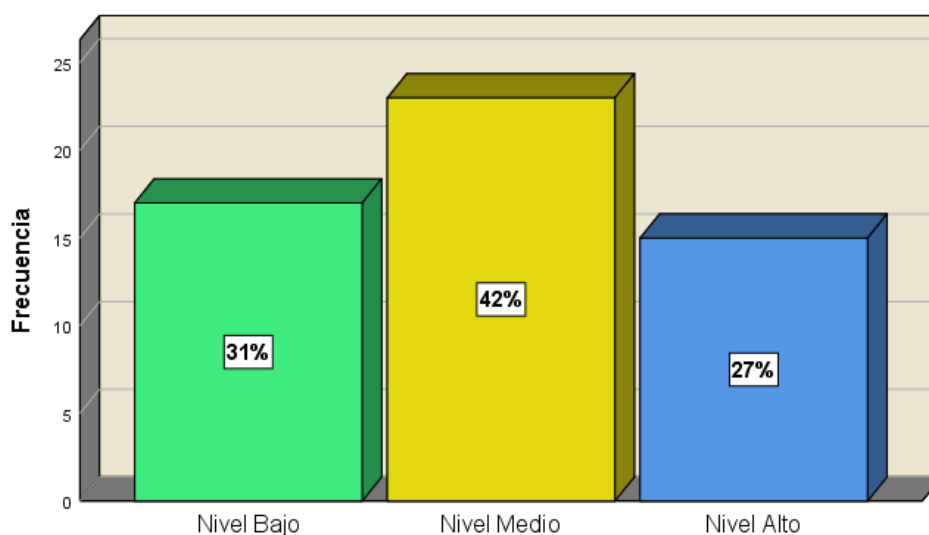


Figura 24. Nivel de Conocimiento Variable Obligación Tributaria

INTERPRETACIÓN

Se observa en la Tabla 23 y la Figura 24, de los 55 comerciantes encuestados del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, el 42% tiene un Nivel de conocimiento Medio, el 31% tiene un Nivel de Conocimiento Bajo y el 27% un Nivel de Conocimiento Alto respecto a las variable Obligaciones Tributarias.

5.2. Prueba de Hipótesis

H1: Existe relación significativa entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.

H0: No existe relación significativa entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.

Tabla 4.

Tabla Cruzada de Variables

			OBLIGACIÓN TRIBUTARIA					TOTAL
			NO CONOZCO		NI	CONOZCO		
			NO CONOZCO	POCO CONOZCO	DESCONOZCO	CONOZCO	MUCHO	
CULTURA TRIBUTARIA	NO CONOZCO	RECuento	1	0	0	0	0	1
		RECuento	,1	,2	,5	,1	,1	1,0
		ESPERADO						
		% DEL TOTAL	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%
	CONOZCO	RECuento	3	6	1	0	0	10
		RECuento	,7	2,0	4,9	1,5	,9	10,0
	POCO	ESPERADO						
		% DEL TOTAL	5,5%	10,9%	1,8%	0,0%	0,0%	18,2%
	NO CONOZCO	RECuento	0	5	19	1	0	25
		RECuento	1,8	5,0	12,3	3,6	2,3	25,0
	NI	ESPERADO						
		% DEL TOTAL	0,0%	9,1%	34,5%	1,8%	0,0%	45,5%
	CONOZCO	RECuento	0	0	7	5	2	14
		RECuento	1,0	2,8	6,9	2,0	1,3	14,0
	POCO	ESPERADO						
% DEL TOTAL		0,0%	0,0%	12,7%	9,1%	3,6%	25,5%	
CONOZCO	RECuento	0	0	0	2	3	5	
	RECuento	,4	1,0	2,5	,7	,5	5,0	
MUCHO	ESPERADO							
	% DEL TOTAL	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	5,5%	9,1%	
TOTAL	RECuento	4	11	27	8	5	55	
	RECuento	4,0	11,0	27,0	8,0	5,0	55,0	
	ESPERADO							
	% DEL TOTAL	7,3%	20,0%	49,1%	14,5%	9,1%	100,0	

%

Tabla 5.

Pruebas Chi Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	VALOR	DF	SIGNIFICACIÓN ASINTÓTICA (BILATERAL)
CHI-CUADRADO DE PEARSON	71,868 ^a	16	,000
RAZÓN DE VEROSIMILITUD	64,188	16	,000
ASOCIACIÓN LINEAL POR LINEAL	36,768	1	,000
N DE CASOS VÁLIDOS	55		

A 22 casillas (88,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

INTERPRETACIÓN

Como el valor de Significación Asintótica (valor crítico observado) es 0.000 ($0.000 < 0.05$), por ende rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir, que existe relación significativa entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022.

Tabla 6.

Medidas Simétricas

Medidas simétricas			
		VALOR	SIGNIFICACIÓN APROXIMADA
NOMINAL POR	Phi	1,143	,000
NOMINAL	V de Cramer	,572	,000
N DE CASOS VÁLIDOS		55	

INTERPRETACIÓN

Como el valor de la Significación Aproximada (valor crítico observado) es 0.000 ($0.000 < 0.05$), concluimos que existe una relación fuerte entre la variable Cultura Tributaria y la variable Obligación Tributaria.

5.3. Discusión de Resultados

El objetivo de la tesis titulada: “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022” es determinar la relación de la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022. Se tiene como resultado que existe relación entre las variables según la Prueba de Hipótesis mediante prueba de Chi Cuadrado con el valor de Significación Asintótica 0.000 ($0.000 < 0.05$), por ende rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir que existe relación significativa entre ambas variables. El resultado coincide con (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”, la cual concluye que, de acuerdo a la prueba de hipótesis, 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. Lo cual se confirma con (Amasifuen, 2015), quien indica que 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, así mismo las Obligaciones Tributarias de acuerdo con (Texto Único Ordenado del Código Tributario, 2013), es el vínculo

entre el acreedor y deudor tributario establecido por ley, lo que indica que a mayor cultura Tributaria los comerciantes del Mercado Central del Mercado del Distrito de Pedro Gálvez mayor es el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias.

CONCLUSIONES

1. Según el valor de la Significación Asintótica 0.000 ($0.000 < 0.05$) se acepta la hipótesis, determinando que la Cultura Tributaria tiene una relación directa con las Obligaciones Tributarias, es decir, que a mayor cultura tributaria, mayor es el pago de las Obligaciones Tributarias; concluyendo que no se cumplen las Obligaciones Tributarias ya que hay una falta de conocimiento de Normas tributarias
2. De los 55 comerciantes encuestados del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, el 40% tiene un Nivel de Conocimiento Medio respecto a la variable Cultura Tributaria y un 42% respecto a la variable Obligaciones Tributarias. Esto quiere decir, que hay un desconocimiento y falta de valores tributarios, provocando así, una falta de pago de las Obligaciones Tributarias.
3. El conocimiento tributario y los valores tributarios se relacionan significativamente con las Obligaciones Tributarias, es decir, que para que los comerciantes cumplan con las obligaciones, deben tener información tributaria y ser declarada debidamente mediante los valores tributarios.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones mencionadas a continuación se realizan con la finalidad de que la Asociación de Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez se organicen y soliciten información mediante capacitaciones y talleres sobre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias al Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “San Marcos”, la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y al Colegio de Contadores Públicos de Cajamarca. En efecto, se debe programar reuniones para difundir información tributaria, para que así se cumplan con las Obligaciones Tributarias de manera correcta, adecuada, responsable, puntual y transparente para así no llegar a sanciones e infracciones.

Los temas tributarios que se debe difundir y explicar por todas las instituciones antes mencionadas, deben ser:

1. Informar sobre los deberes y derechos tributarios que tienen los comerciantes con el Estado.
2. Informar sobre la responsabilidad, la puntualidad y la transparencia que deben tener todos los comerciantes al emitir y declarar información a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).
3. Informar sobre la importancia de estar inscrito al Registro Único de Contribuyentes (RUC), así mismo, orientar para su inscripción.
4. Informar sobre la finalidad de emitir Comprobantes de Pago y orientar sobre el manejo y emisión.
5. Orientar e informar sobre las Declaraciones Juradas.

6. Informar sobre cuáles son los Tributos que se deben pagar y de qué manera, calculando el monto según sus ingresos y egresos.
7. Informar sobre las sanciones e infracciones Tributarias.

REFERENCIAS

- Amasifuen, M. (05 de Noviembre de 2015). Importancia de la Cultura Tributaria 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.
- 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 Posgrado*). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4087/1/T-UCSG-POS-MAE-73.pdf>
- 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%20i dentidad%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%20i dentidad%20(DNI).)
- 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](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/158-443-1-PB%20(1).pdf)

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.

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.

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>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (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>

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>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (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

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

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Tabla 7.

Matriz de Consistencia Metodológica

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM	METODOLOGÍA			
Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022”	Problema General ¿Cuál es la relación de la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022?	Objetivo General Determinar la relación de la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022	Hipótesis General Existe relación significativa entre la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022	Cultura Tributaria	Conocimiento Tributario	Deberes Tributarios	a, b, c	Tipo de Investigación: Aplicada			
						Derechos Tributarios	d, e, f	Nivel de Investigación: Relacional			
						Responsabilidad	g, h	Diseño de Investigación: No Experimental /Transversal			
						Puntualidad	i, j	Instrumento: Cuestionario			
						Transparencia	k, l	Técnica: Encuesta			
		Problema Específico 1 ¿Cómo es la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022?	Objetivo Específico 1 Conocer la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022	Hipótesis Específica 1 Existe relación significativa entre el Conocimiento Tributaria y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022	Obligaciones Formales	Obligaciones Formales	Inscripción al RUC	m, n, o	Población: 286 comerciantes		
							Emisión y Entrega de Comprobantes de Pago	p, q	Muestra: 55 comerciantes		
							Declaraciones Tributarias	r	Unidad de Análisis: Cada uno de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez		
		Problema Específico 2 ¿Cómo son las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022?	Objetivo Específico 1 Conocer las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro, 2022	Hipótesis Específica 1 Existe relación significativa entre los Valores Tributarias y las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022			Obligaciones Sustanciales	Obligaciones Sustanciales	Pago de Tributos	s, t, u	
									Pago de Multas	v	

Anexo 2: Cuestionario

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 y Obligaciones Tributarias la cual será de utilidad para obtener los resultados del informe final de la Tesis.

Datos del Docente

Nombres y Apellidos: _____

DNI: _____

Instrucciones:

1. CULTURA TRIBUTARIA

1.1. CONOCIMIENTO TRIBUTARIO

Deberes Tributarios

a) Los deberes tributarios, son un compromiso en base a normas y leyes que tiene la persona con el Estado al desarrollar una actividad económica.

2. () No conozco

3. () Conozco Poco

4. () No conozco ni desconozco

5. () Conozco

6. () Conozco Mucho

b) Es un deber tributario, inscribirse en los registros de la Administración Tributaria
(Registro Único de Contribuyentes-RUC)

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

c) Es un deber tributario, emitir y/u otorgar, con los requisitos formales legalmente
establecidos y en los casos previstos por las normas legales, los comprobantes de pago.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

Derechos Tributarios

d) Los derechos tributarios, son normas y leyes que el estado le concede a la persona para
su beneficio cuando se realiza una actividad económica.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco

4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

e) Es un derecho tributario, ser tratados con respeto y consideración por el personal al servicio de la Administración Tributaria

1. () No conozco

2. () Conozco Poco

3. () No conozco ni desconozco

4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

f) Es un derecho tributario, exigir la devolución de lo pagado indebidamente o en exceso

1. () No conozco

2. () Conozco Poco

3. () No conozco ni desconozco

4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

1.2. VALORES TRIBUTARIOS

Responsabilidad

g) La responsabilidad es un valor tributario, que implica cumplir las obligaciones tributarias de manera correcta conforme a lo que indica las leyes propuestas por el Estado.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

h) La responsabilidad, es información certera y eficaz tributaria se da principalmente por emitir información inequívoca de las actividades realizadas.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

Puntualidad

i) La puntualidad es un valor tributario, que es la cualidad que debe tener todo contribuyente al presentar su información en el momento que se indica según ley o según los plazo establecidos por SUNAT.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

j) La puntualidad, es uno de los requisitos indispensables para una buena tributación, la emisión de información, de las actividades se da actualmente por la emisión de las declaraciones juradas mensuales y anuales, el que se rige por un determinado tiempo.

1. () No conozco

2. () Conozco Poco

3. () No conozco ni desconozco

4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

Transparencia

k) La transparencia es el valor tributario, es la cualidad de dar información tributaria sin ocultar, sin colocar adornos o sin hacer cambios.

1. () No conozco

2. () Conozco Poco

3. () No conozco ni desconozco

4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

l) La transparencia, es la obligatoriedad de la publicación de la información relativa a las funciones que desarrollan los sujetos comprendidos en su ámbito de aplicación y su estructura organizativa.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

2. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

2.1. OBLIGACIONES FORMALES

m) Las obligaciones formales, son aquellas que nacen en base a la necesidad de sostenibilidad económica del estado, son obligaciones que están registradas en la ley.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

Inscripción al RUC

n) La inscripción al RUC (Registro Único de Contribuyentes) es el procedimiento que se sigue para poder adquirir tu número RUC, ya sea como persona natural o como persona jurídica y de manera presencial o de manera virtual.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco

3. () No conozco ni desconozco

4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

o) El RUC (Registro Único de Contribuyentes) es el número que identifica como contribuyente a una persona jurídica o persona natural, contiene datos de identificación y es de uso obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante SUNAT.

1. () No conozco

2. () Conozco Poco

3. () No conozco ni desconozco

4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

Emisión y Entrega de Comprobantes de Pago

p) La emisión y entrega de comprobantes de pago, es el aval físico de la realización de una actividad económica, los cuales se deben dar obligatoriamente.

1. () No conozco

2. () Conozco Poco

3. () No conozco ni desconozco

4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

q) La emisión y entrega de comprobantes de pago, se da siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos por el reglamento como lo son: Facturas, Recibos por honorarios, Boletas de venta, Tickets, entre otros.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

Declaraciones Tributarias

r) Las declaraciones tributarias, son la manifestación de hechos comunicados a la Administración Tributaria.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

2.1. OBLIGACIONES SUSTANCIALES

s) Las obligaciones sustanciales, son el pago de las obligaciones formales hacia el estado, en moneda nacional, por los diferentes medios que proporciona el estado.

1. () No conozco

2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

t) La obligación sustancial, es la obligación material de satisfacer el pago del tributo impuesto por el ente facultado para ello.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

Pago de Tributos

u) El pago de tributos, es el pago al estado que se da por ley para la sostenibilidad del estado, esto es directamente proporcional a los ingresos obtenidos en un determinado periodo.

1. () No conozco
2. () Conozco Poco
3. () No conozco ni desconozco
4. () Conozco
5. () Conozco Mucho

Pago de Multas

v) El pago de multas, es el pago tributario por haber cometidos infracciones ante una ley en base a los tributos.

1. () No conozco

2. () Conozco Poco

3. () No conozco ni desconozco

4. () Conozco

5. () Conozco Mucho

Anexo 3. Estadística de Fiabilidad - IBM Statistics

a) Confiabilidad variable 1. Cultura tributaria

Tabla 8.

Confiabilidad Variable Cultura Tributaria

Estadísticas de fiabilidad	
ALFA DE CRONBACH	N DE ELEMENTOS
0,882	12

INTERPRETACIÓN

Como el valor de Alfa de Cronbach (valor crítico observado) es el 88.2%, llegando a la conclusión que se tiene una Confiabilidad Alta sabiendo que el instrumento es bueno según la variable Cultura Tributaria.

b) Confiabilidad variable 2. Obligaciones Tributarias

Tabla 9.

Confiabilidad Variable Obligaciones Tributarias

Estadísticas de fiabilidad	
ALFA DE CRONBACH	N DE ELEMENTOS
0,914	10

INTERPRETACIÓN

Como el valor de Alfa de Cronbach (valor crítico observado) es 91.4%, llegando a la conclusión que se tiene una Confiabilidad Alta sabiendo que el instrumento es excelente según la variable Obligaciones Tributarias.

Anexo 4. Población de Estudio

Tabla 10.

Población de Estudio. Tiendas Exteriores Jr. Luna

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
01	01	01	Segundo Gilmer Cerna Arroyo	27928101
02	02	02	Wilder Vigo Sánchez	26703214
03	03	03	Raquel Betty Paredes Linares	18201141
04	04	04	Rafael Meléndez Quiroz	27901613
05	05	05	Santos Alcira Lezama Quiroz	27903949
06	06	06	Catalino Wilmer Carrera Castañeda	27927985
07	07	07	Julián Armas Gómez	26941684
08	08	08	María Nicolasa Rojas Urbina	27915948
09	09	09	Levy Cerdán Gamboa	27928279
10	10	10	Merly Yessenia Muñoz Ruíz	45974021
11	11	11	Emilio Urbina Pastor	27903194
12	12	12	Telmo Agapito Tirado Ruiz	44526009
13	13	13	Ronal Sánchez Novoa	73518298

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 11.

Población de Estudio. Tiendas Exteriores Jr. Inclán

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
14	01	14	José Alva García	27903008
15	02	15	Guillermo Martín Moreno Muñoz	26697912
16	03	16	Ana María Vallejos Jiménez	27928874
17	04	17	Alfonso José Isaac Medina Arias	27905399
18	05	18	Flor de María Sánchez Díaz	27906592
19	06	19	Luis Fernando Carrera Muñoz	77223192
20	07	20	María Asunciona Ruiz Muñoz	44873977

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 12.

Población de Estudio. Tiendas Exteriores Jr. Bolognesi

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
21	01	21	Vilma Marilú Paredes Portal	41803968
22	02	22	Máximo Alexander Moreno Muñoz	40274450
23	03	23	Santos Roberta Muñoz Arrilucea	42454648
24	04	24	Ana María Cabrera Abanto	27915868
25	05	25	Santos Demetrio Jara Cortez	27912955
26	06	26	Richard Casana Silva	45200059
27	07	27	Felicitas Abanto Cerna	27904847
28	08	28	Lidia Flor Velásquez Salas	40113507
29	09	29	Yané Marilú Tirado Cerdán	43681545
31	11	31	Muñoz Tirado Hipólito	27912629

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 13.

Población de Estudio. Sección Mercería

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
32	01	65	Juana María Muñoz de Moreno	27905388
33	02	66	Walter Jerónimo Portal Cabrera	26616487
34	03	67	Juan Carlos Paredes Marín	42320463
35	04	68	Yesica Magaly Estrada Briones	43725747
36	05	69	María Zunilda Salas Jiménez	27904670
37	06	70	Luis Wilberto Machuca Tirado	40750662
38	07	71	José Gilberto Cerdán Carrera	27905262
39	08	72	José Edilbeto Burgos Meléndez	27928834
40	09	73	Angélica Vásquez Moreno	26698555
41	10	74	Juan Carlos Estrada Briones	45997674
42	11	75	Oscar Martín Moreno Silva	41457880
43	12	76	Gladis del Rocío Vásquez Moreno	26693519

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 14.

Población de Estudio. Sección Plásticos

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
44	01	53	Justina Mamani Quispe	27929318
45	02	54	Francisco Quiroz Arbildo	27907679
46	03	55	Rosa Eloina Rabanal de Rabanal	26632912
47	04	56	José Pedro Muñoz Briones	27901431
48	05	57	Isolina Villanueva Llico	26634839
49	06	58	Ernaldo Villanueva Llico	26705173
50	07	59	María Balbina Machuca Jiménez	09004664
51	08	60	María Graciela Meléndez Rojas	27907786
52	09	61	María Paulina Leyva Ruiz	27907341
53	10	62	José Lorenzo Paredes Olortegui	27928954
54	11	63	María Eloiza Morales Dilas	27903534
55	12	64	Angela Maritza Torres de Pastor	27927931

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 15.

Población de Estudio. Sección Pollo y Pescados

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
56	01	01	Alindor Moncada Vigo	26683102
57	02	02	Ángela Chávez Cubas	26634436
58	03	03	Erlita Elizabeth Meléndez Cotrina	75106115
59	04	04	María Teonila Burgos Meléndez	27928825
60	05	05	Santos Bacilia Muñoz Arrelucea	47365157
61	06	06	Esther Casas Díaz	47213520
62	07	07	Lucía Casas Díaz	44816242
63	08	08	María Felicitas Romero Salas	47365157
64	09	09	Dalila Beatriz Mendo Burgos	72370492
65	10	10	Santos Albina Vargas Vásquez	09999451
66	11	11	Domina Pilar Sánchez Castañeda	27904836
67	12	36	María Eufemia Pablo Olano	27902134
68	13	37	María Maximina Salas Rojas	41801438
69	14	38	Yessica Vanessa Rojas Abanto	45711765
70	15	39	Sulema Agustina Vílchez Leiva	43728365
71	16	40	Gladis Betty Arroyo de Chavarría	27905633
72	17	41	María Esperanza Sánchez Rojas	27901524
73	18	42	Nadia Albina Castañeda Vargas	77691759
74	19	43	Pedro Ismael Paredes Bueno	41267618
75	20	44	Silvia Muñoz Tirado	43925698

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
76	21	45	Hugo Wilfredo Burgos Leyva	43882361
77	22	46	María Janeth Portal Llanos	44176722

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 16.

Población de Estudio. Sección Carnes

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
78	01	12	Alejandrina Claudina Leyva Rojas	27900841
79	02	13	Carmen Rosa Abanto Dávila	27902273
80	03	14	Corpus Pablo Abanto	27916328
81	04	15	Elsa Gloria Castañeda Sánchez	27927819
82	05	16	Fabiola Dominga Castañeda Sánchez	27929759
83	06	17	José Santos Miguel Rojas Cerna	27900823
84	07	18	María Vilma Vílchez Vargas	42619546
85	08	19	María Dominga Torres Rojas	27901250
86	09	20	Doris René Torres Rojas	27900026
87	10	21	Lucía Lourdes Ascencios Obregón	44339805
88	11	22	Cuper Kelvin Yépez Abanto	45500189
89	12	23	Juana Magna Ordoñez Montoya	27928082
90	13	24	Natalia Pérez Acosta	27900007
91	14	25	Emérita Chávez Vílchez	27900435
92	15	26	César Marlo Rojas Urbina	42781407
93	16	27	Marianela Liliana Campos Leyva	41396182
94	17	28	María Eudemia Rojas Chuquiruna	27900030
95	18	29	Martha Beatriz Urbina de Rojas	27902085
96	19	30	Brígida Eudemia Armas Abanto	27905274
97	20	31	Juliana Barrios Tafur	19416676
98	21	32	Susana Pérez de Gonzales	27900412
99	22	33	María Nonila Malqui Salirrosas	27901621
100	23	34	José Eloy Calderón Dávila	27903549
101	24	35	José Agustín Ruiz Leyva	27901302

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 17.

Población de Estudio. Sección Frutas y Verduras

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
102	01	98-1	Jovita Grimaldina García de Cerna	27906024
103	02	98-2	Santos Milciades Cerna García	80508509

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
104	03	99	Magaly Janeth García Machuca	75263843
105	04	100	María Dominga Castañeda Terrones	27929878
106	05	101	Josefa María Cotrina Espinoza	43213831
107	06	102	María Sabina Machuca Chuquiruna	80032050
108	07	103	Levi Remigio Carrera Leyva	27928828
109	08	104	María Polonia Pajares Cerdán	27900995
110	09	105	María Jesús Abanto Ospino	80079095
111	10	106	Francisca Elizabeth Vargas Díaz	44823856
112	11	107	Wilder Humberto Ríoz Jiménez	41620640
113	12	108	Luz Marina Bueno Aliaga	44896551
114	13	109	María Rita Zamora Urteaga	40278065
115	14	110	Beatriz Vílchez Díaz	27902866
116	15	111	Sara Rosa Paredes de Urrunga	27907998
117	16	112	María Edelmira Mendoza de Castañeda	27903399
118	17	113	Jorge Britaldo Chiza Cruzado	26716641
119	18	114	Mercedes Filonila Cotrina Castañeda	27902728
120	19	115	Jorge Luis Paredes Valera	27915798
121	20	116	Eddith Jovani Zamora Vargas	41786256
122	21	117	José Honorato Abanto Abanto	27916591
123	22	118	Elder Dany Zamora Vargas	47715334
124	23	119	Yailrer Torres Salas	48821842
125	24	120	María Dolores Pajares Gonzáles	27905011
126	25	121	Doraliza Salas Medina	40107710
127	26	122	María Juana Arzabe Abanto	27901813
128	27	123	Victor Ismael Moreno Muñoz	27930553
129	28	124	Marcelina Cleofe Mendoza Enco	27901332
130	29	125	Rosa Hilda Rojas Ruiz	40092982
131	30	126	Eber Gerlis Rojas Zamora	42365157

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 18.

Población de Estudio. Sección Abarrotes Jr. Luna

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
132	01	77	Samuel Muñoz Abanto	27907272
133	02	78	Joel Paredes Gonzáles	27903444
134	03	79	María del Socorro Alarcón Abanto	27908713
135	04	80	Santos Cerapio Chávez Vásquez	27928310
136	05	81	María Consuelo Tirado Cotrina	27909786
137	06	82	Andrés Jorge Chávez Sánchez	44030946
138	07	83	Leocadia Purificación Estrada Abanto	27906347
139	08	84	Demetrio Garro Huamán	27905575

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
140	09	85	Roberto Quispe Alcántara	26622868
141	10	86	Asunción Elí Abanto Goicochea	26698588
142	11	87	José Santos Ruiz Vásquez	27901795
143	12	88	Nancy Marisol Álvarez Arzabe	27928758
144	13	89	Alberto Iván Alayo Lezama	27930483
145	14	90	Emma Martha Alayo Lezama	44030955
146	15	91	María Rojas Paredes	27903639
147	16	92	Abrahan Vera Bringas	26627670
148	17	93	María Tarcila Salas Abanto	40344302
149	18	94	Julia Zamora Ruiz	27929656
150	19	95	Julia Alcira Abanto Goicochea	27906309
151	20	96	Julia Sevillano Tirado	27904089
152	21	97	Santos Teófilo Tirado Cotrina	27900407

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 19.

Población de Estudio. Sección Abarrotes Jr. Bolognesi

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
153	01	32	Celmira Flores Abanto	27916592
154	02	33	María Francisca Lezma Abanto	27929842
155	03	34	Milena Solays Abanto Carrera	76251334
156	04	35	María Modesta Abanto Enco	27925083
157	05	36	María Hilda Bueno Cotrina	27930320
158	06	37	María Santos Cotrina Abanto	27928628
159	07	38	María Marcionila Vega Santillano	41337575
160	08	39	María Maximina Sampértgui Jara	27900179
161	09	40	Jesús Loyola Urbina Machuca	27915970
162	10	41	Rosa Gladys Lezama Quiroz	27928933
163	11	42	Moisés Gramatiel Machuca Torres	27928802
164	12	43	Sonia Elizabeth Lezama Moreno	44797424
165	13	44	Grosman Hesgar Pastor Alayo	47715512
166	14	45	María Ludovina Murrugarra Espinoza	27924061
167	15	46	Maribel Alayo Lezama	80355349
168	16	47	María Marleny Muñoz Abanto	46877435
169	17	48	Ramón Wilder Cerna García	42713882
170	18	49	Odin David Martos Valladares	43888788
171	19	50	María Alejandrina Meléndez Sánchez	27929533
172	20	51	José Manuel Armas Abanto	27903765
173	21	52	Santos Quiroz Sánchez	27928500

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 20.

Población de Estudio. Sección Restaurants

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
174	01	199	Irma Roxana Espinola Tirado	40382188
175	02	203	María Erlita Vásquez Chávez	27927870
176	03	205	Asunción Ludovina Briones Dávila	08240097
177	04	201	Hernán Roy Muñoz Soto	41475975
178	05	193	Lorena Ibon Sánchez Cruzado	47715267
179	06	149	Lucía Huaripata Valdez	43988860
180	07	169	Benilde Sánchez Romero	27916216
181	08	207	Mario Antonio Cotrina Urbina	46270569

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 21.

Población de Estudio. Sección Juguería

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
182	01	127	Santos Ángela Malqui Salirrosas	09851410
183	02	128	Luis Medina Cerdán	27906045
184	03	192	Rosely Portal Llanos	47715331
185	04	194	María Justa Sánchez Leiva	09877277
186	05	195	Deysi Elizabeth Zambrano Abanto	73775223
187	06	196	Carmen Chavarría Arroyo	27930555
188	07	197	María Lizbeth Pastor Torres	46944820
189	08	198	Doris Tarcila Torres Rojas	40345387
190	09	200	María Celsa Pastor Abanto	09701580
191	10	202	José Roberto Castañeda Sánchez	46061186
192	11	204	Pura Socorro Soto Meléndez	27908606
193	12	206	María Magdalena Limay Heras	26635612
194	13	208	Julia Delis Cerna Ruiz	09037664

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 22.

Población de Estudio. Sección Cocina

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
195	01	224-B	María Teonila Rojas Abanto	41707918
196	02	224-A	María Cleofe Guerrero Machado	18142902
197	03	223	Ana Valentina Dilas Carhuajulca	27916834

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
198	04	222-B	María Torres Cabrera	44964655
199	05	222-A	María Agripina Cabanillas Bautista	41845411
200	06	221-B	Rosa Llanos Rojas	17959287
201	07	221-A	Florencia Chávez de Campos	27900538
202	08	220-B	Natividad Alejandrina Paredes Ruíz	27925113
203	09	220-A	María Eleuteria Arana Burgos	32869342
204	10	219-B	Maura Rumay Gamboa	80039070
205	11	219-A	Ana María Llanos Rumay	80457084
206	12	218-B	Nazario Medina Ortiz	27929816
207	13	218-A	María Dominga Mendoza Araujo	27929667
208	14	217-B	Santos Doris Montoya García	40402871
209	15	217-A	Luz Marina Paredes Días	27903227
210	16	216-B	María Olga Abanto Mendo	40818105
211	17	216-A	María Orestella Sánchez Ríos	09981597
212	18	215-B	María Eulalia Ruiz Leyva	27928413
213	19	215-A	María Ignacia Jara Marín	80079936
214	20	214-B	María Candelaria Azañero Marín	27906650
215	21	214-A	María Candelaria Muñoz Paredes	27902560
216	22	213-B	Santos Agustína Cotrina Castañeda	46502945
217	23	213-A	Elesmina Ruiz Olazo	43095480
218	24	212-B	Ana María Castañeda Sánchez	00821019
219	25	212-A	Martha Abanto Ruiz	44253954
220	26	211-B	Elicia Alcalde Abanto	27916378
221	27	211-A	Isidora Eulalia Abanto Medina	27901363
222	28	210-B	Santos Fabiola Castañeda Arroyo	27925623
223	29	210-A	María Esther Llanos Rumay	80454708
224	30	209-B	María Jesús Bueno Huaccha	27928654
225	31	209-A	María Sabina García Rojas	44676519

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 23.

Población de Estudio. Sección Zapatos

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
226	01	129	Erika Yobany Gonzáles Velásquez	48510825
227	02	130	Pedro Gonzáles Valera	27926399
228	03	131	Jorge Luis Velásques Meléndes	46186917
229	04	132	Luz Elena Carrera Muñoz	40693432
230	05	133	José Antonio Rojas Lezama	26684534
231	06	134	Dagner Jhorguin Ramos Quiroz	72742701
232	07	135	Zulma Muñoz Abanto	27930376
233	08	136	José Teodocio Muñoz Vilchez	27906295

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
234	09	137	Alejandrina Muñoz Muñoz	26713268
235	10	138	Nancy Rocío Gonzáles Velásquez	47510324
236	11	139	Gleny Rabanal Rabanal	26723128
237	12	140	María Agueda Araujo Cerna	27917123
238	13	141	Wilberto Abel Aliaga	26625843
239	14	142	Reynaldina Yanet Salirrosas Vílchez	41540035
240	15	143	Flor Olortegui Cortegana	40818831
241	16	144	Alamiro Ramos Cáceres	27904145
242	17	145	José Mauro Machuca Paredes	26683488
243	18	146	María Consuelo García Rojas	27930239
244	19	147	Manuel Corpus Cerdán Abanto	27926412
245	20	148	José Juan Muñoz Abanto	27916467
246	21	150	Martha Mariza Pajares Sánchez	27928283

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 24.

Población de Estudio. Sección Ropa

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
247	01	151	Gilberto Tirado Chávez	26629419
248	02	152	pesc. F.	40493141
249	03	153	Felipe de la Cruz Cercado	26703151
250	04	154	Gladis Gallardo Quispe	17982130
251	05	155	Segundo Campos Vargas	26731197
252	06	156	María Santos Vargas Chamay	70173945
253	07	157	Milagros Garrido Carrera	45461032
254	08	158	José Exipión Paredes Izquierdo	27909137
255	09	159	María Romero Cortez	27928455
256	10	160	Cirilo Eugenio Romero Cortez	26607174
257	11	161	Manuel Araujo Paredes	27907936
258	12	162	Agapito Vallejos Abanto	42077477
259	13	163	Germán Aguilar Ordoñez	26627465
260	14	164	Santos Salomón Jara Machuca	27905520
261	15	165	Víctor Irigoín Leyva	26611430
262	16	166	José Andrés Suárez Suárez	26675673
263	17	167	Irma Hinojosa Vilca	26722525
264	18	168	Delia Roxana Cerna Lezama	27930468
265	19	170	Hugo Elipio Sánchez Lezma	27909764
266	20	171	Cirilo Eugenio Romero Cortez	27928592
267	21	172	Santos Castañeda Honorio	27909594
268	22	173	Francisco Jara Tirado	27905727
269	23	174	Alejandrina Cerquin Sánchez	26689186

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
270	24	175	María Aurelia Espinoza Chavarria	27909477
271	25	176	Felipe Pastor Lezama	27916788
272	26	177	Ana Elizabeth Burgos Mendo	27900700
273	27	178	Zarela Morales Dilas	27916205
274	28	179	Rosario Eleuteria Tirado Cruzado	27928150
275	29	180	Margarita Meléndez Rojas	27907687
276	30	181	Rudy Jesús Cotrina Rojas	41787071
277	31	182	Vidal Vásquez Muñoz	27367749
278	32	183	Teodora Teodocia Hinostroza Vilca	26681500
279	33	184	María Jara Machuca	27901193
280	34	185	Santos Daniel Cortez Romero	27915157
281	35	186	Tomasa Gamboa Cisneros	27903534
282	36	187	Fernando Mendo Cabrera	07255729
283	37	188	Santos Demetrio Rojas Romero	27925272
285	39	190	Julio Celso Llanos Cojal	26625952
286	40	191	Juana Cruz Cueva Castañeda	45641813

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos

Anexo 5. Tamaño de Muestra

Tabla 25.

Tamaño de Muestra. Tiendas Exteriores del Jr. Luna

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
01	01	01	Segundo Gilmer Cerna Arroyo	27928101
02	02	02	Wilder Vigo Sánchez	26703214
03	03	03	Raquel Betty Paredes Linares	18201141
04	04	04	Rafael Meléndez Quiroz	27901613
05	05	05	Santos Alcira Lezama Quiroz	27903949
06	06	06	Catalino Wilmer Carrera Castañeda	27927985
07	07	07	Julián Armas Gómez	26941684
08	08	08	María Nicolasa Rojas Urbina	27915948
09	09	09	Levy Cerdán Gamboa	27928279
10	10	10	Merly Yessenia Muñoz Ruíz	45974021
11	11	11	Emilio Urbina Pastor	27903194
12	12	12	Telmo Agapito Tirado Ruiz	44526009
13	13	13	Ronal Sanchez Novoa	73518298

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 26.

Tamaño de Muestra. Tiendas Exteriores del Jr. Inclán

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
14	01	14	José Alva García	27903008
15	02	15	Guillermo Martín Moreno Muñoz	26697912
16	03	16	Ana María Vallejos Jimenez	27928874
17	04	17	Alfonso José Isaac Medina Arias	27905399
18	05	18	Flor de María Sánchez Díaz	27906592
19	06	19	Luis Fernando Carrera Muñoz	77223192
20	07	20	María Asunciona Ruiz Muñoz	44873977

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 27.

Tamaño de Muestra. Tiendas Exteriores del Jr. Bolognesi

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
21	01	21	Vilma Marilú Paredes Portal	41803968
22	02	22	Máximo Alexander Moreno Muñoz	40274450
23	03	23	Santos Roberta Muñoz Arrilucea	42454648
24	04	24	Ana María Cabrera Abanto	27915868
25	05	25	Santos Demetrio Jara Cortez	27912955
26	06	26	Richard Casana Silva	45200059
27	07	27	Felicitas Abanto Cerna	27904847
28	08	28	Lidia Flor Velásquez Salas	40113507
29	09	29	Yané Marilú Tirado Cerdán	43681545
30	10	30	Lucio Vásquez Goicochea	26705485
31	11	31	Muñoz Tirado Hipólito	27912629

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 28.

Tamaño de Muestra. Sección Mercería

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
32	01	65	Juana María Muñoz de Moreno	27905388

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
33	02	66	Walter Jerónimo Portal Cabrera	26616487
34	03	67	Juan Carlos Paredes Marín	42320463
35	04	68	Yesica Magaly Estrada Briones	43725747
36	05	69	María Zunilda Salas Jiménez	27904670
37	06	70	Luis Wilberto Machuca Tirado	40750662
38	07	71	José Gilberto Cerdán Carrera	27905262
39	08	72	José Edilbeto Burgos Meléndez	27928834
40	09	73	Angélica Vásquez Moreno	26698555
41	10	74	Juan Carlos Estrada Briones	45997674
42	11	75	Oscar Martín Moreno Silva	41457880
43	12	76	Gladis del Rocío Vásquez Moreno	26693519

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Tabla 29.

Tamaño de Muestra. Sección Plásticos

Total Comerciantes	N° Comerciantes	N° Tienda	Nombres y Apellidos	DNI
44	01	53	Justina Mamani Quispe	27929318
45	02	54	Francisco Quiroz Arbildo	27907679
46	03	55	Rosa Eloina Rabanal de Rabanal	26632912
47	04	56	José Pedro Muñoz Briones	27901431
48	05	57	Isolina Villanueva Llico	26634839
49	06	58	Erinaldo Villanueva Llico	26705173
50	07	59	María Balbina Machuca Jimenez	09004664
51	08	60	María Graciela Meléndez Rojas	27907786
52	09	61	María Paulina Leyva Ruiz	27907341
53	10	62	José Lorenzo Paredes Olortegui	27928954
54	11	63	María Eloiza Morales Dilas	27903534
55	12	64	Angela Maritza Torres de Pastor	27927931

Nota. Fuente: Según información brindada por la Municipalidad Provincial de San Marcos.

Anexo 6. Carta de la Sub Gerencia de Administración de Mercado y Sanidad



Municipalidad Provincial San Marcos

Sub Gerencia de Administración de Mercado y Sanidad
"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"



San Marcos 20 de junio del año 2022.

CARTA N° 017-2022-MPSM/S.G.A.M.Y.S.

Srta. : EVELIN GIANELLA GALLARDO CARRERA

**ASUNTO : ACEPTACIÓN DE REALIZACIÓN DE TESIS Y LISTA DE
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTAL DE PEDRO GALVEZ.**

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a nombre de la Sub Gerencia de Administración de Mercado y Sanidad de la Municipalidad Provincial San Marcos y al mismo tiempo hacerle llegar la información solicitada acerca de los **COMERCIANTES, PUESTOS Y RUBROS DEL MERCADO CENTRAL**

Número de puestos 286

Sin otro particular me dirijo a usted sin antes reiterarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,


MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
SAN MARCOS
PROF. RICHARD CARLOS PAREDES ENCO
SUB GERENTE DE ADMINISTRACIÓN DE MERCADOS Y SANIDAD