

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**“CULTURA TRIBUTARIA Y SU EFECTO EN LAS OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN MARTÍN,
CAJAMARCA 2023”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR EL BACHILLER:

MARÍN ARIAS, KEILY YUDITH

ASESOR:

LENNIN RODRÍGUEZ CASTILLO

CAJAMARCA – PERÚ



2023



CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

- Investigador:
KEILY YUDITH MARÍN ARIAS.
DNI: 71047127
Escuela Profesional de Contabilidad – Facultad de: Ciencias Económicas, Contables y Administrativas
- Asesor:
DR. LENNIN RODRÍGUEZ CASTILLO
Departamento Académico: Ciencias Contables y Administrativas
- Grado académico o título profesional
 Bachiller Título profesional Segunda especialidad
 Maestro Doctor
- Tipo de Investigación:
 Tesis Trabajo de investigación Trabajo de suficiencia profesional
 Trabajo académico
- Título de Trabajo de Investigación:
"CULTURA TRIBUTARIA Y SU EFECTO EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN MARTÍN, CAJAMARCA 2023"
Fecha de evaluación: 29/11/2023
- Software antiplagio: TURNITIN URKUND (OURIGINAL) (*)
- Porcentaje de Informe de Similitud: 09%
- Código Documento: oid:3117:290719343
- Resultado de la Evaluación de Similitud:
 APROBADO PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 26 /06/2024

| | |
|---|--|
| <i>Firma y/o Sello Emisor Constancia</i> | |
|  |  |
| Dr. Lennin Rodríguez Castillo DNI: 16657425 | Director de la Unidad de Investigación F-CECA |

* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023

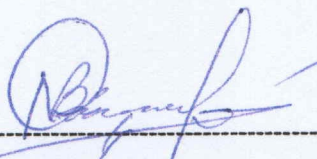
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS

Escuela Académico Profesional de Contabilidad

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador designados según Resolución de Consejo de Facultad N° 138-2024-F-CECA-UNC, aprueban la tesis desarrollada por la bachiller KEILY YUDITH MARÍN ARIAS denominada:

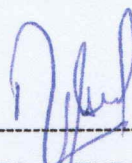
“CULTURA TRIBUTARIA Y SU EFECTO EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN MARTÍN, CAJAMARCA 2023”



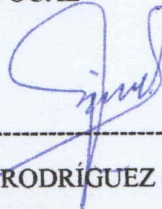
DR. CPC. NORBERTO BARBOZA CALDERÓN
PRESIDENTE



M.Cs. CPC. DANIEL SECLÉN CONTRERAS
SECRETARIO



DR. CPC. ROBERTO ARTURO GRANADOS CRUZ
VOCAL



DR. CPC. LENNIN RODRÍGUEZ CASTILLO
ASESOR

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada principalmente a Dios, por brindarme la guía y la sabiduría necesaria para poder desarrollar el presente trabajo.

También dedico este trabajo a mis padres, a mi hermano, los cuales con su orientación y apoyo han hecho posible que culmine mi carrera profesional.

A mis profesores, los cuales con sus enseñanzas y con su dedicación contribuyeron a inculcarme los valores profesionales y amor a mi carrera.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme siempre la sabiduría necesaria para poder culminar el presente trabajo con éxito.

Agradezco a mis padres y hermano, quienes me apoyan incondicionalmente y me han brindado las herramientas y todo el apoyo moral para culminar mi tesis.

Agradezco a mis amigos y compañeros de la Universidad, quienes me dieron su ayuda, ánimo y su fiel compañerismo para resolver dudas respecto al presente trabajo.

Agradezco a mis profesores de la Universidad, quienes durante el periodo de estudios me enseñaron con paciencia y dedicación.

Agradezco a mi asesor, el Profesor Lennin Rodríguez Castillo, por ser el que me brindó su orientación, guía y me ayudo en cada proceso para poder culminar de manera satisfactoria esta tesis.

Índice de Contenidos

| | |
|--|------|
| Dedicatoria..... | IV |
| Agradecimiento..... | V |
| Índice de Contenidos..... | VI |
| Índice de tablas | XI |
| Índice de figuras..... | XIII |
| Resumen..... | XIV |
| Abstrac | XV |
| Introducción | XVI |
| | |
| 1. CAPÍTULO 1: PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 18 |
| 1.1 Descripción de la Realidad Problemática | 18 |
| 1.2 Delimitación del Problema | 19 |
| 1.2.1 Delimitación Espacial | 19 |
| 1.2.2 Delimitación Temporal | 19 |
| 1.3 Formulación del Problema..... | 19 |
| 1.3.1 Pregunta General..... | 19 |
| 1.3.2 Preguntas Específicas..... | 19 |
| 1.4 Justificación | 20 |
| 1.4.1 Justificación Teórica | 20 |
| 1.4.2 Justificación Práctica | 20 |
| 1.4.3 Justificación Académica | 20 |
| 1.5 Objetivos..... | 20 |
| 1.5.1 Objetivos Generales | 20 |

| | | |
|---------|--------------------------------------|----|
| 1.5.2 | Objetivos Específicos..... | 21 |
| 1.6 | Limitaciones..... | 21 |
| 2. | CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO | 22 |
| 2.1 | Antecedentes | 22 |
| 2.1.1 | Antecedentes Internacionales..... | 22 |
| 2.1.2 | Antecedentes Nacionales | 23 |
| 2.1.3 | Antecedentes Regionales | 24 |
| 2.2 | Base Legal..... | 25 |
| 2.3 | Bases Teóricas | 26 |
| 2.3.1 | Cultura Tributaria..... | 26 |
| 2.3.1.1 | Cultura Tributaria peruana..... | 27 |
| 2.3.1.2 | Conciencia tributaria..... | 27 |
| 2.3.1.3 | Delitos Tributarios | 30 |
| 2.3.1.4 | El tributo | 31 |
| 2.3.2 | Obligaciones Tributarias..... | 32 |
| 2.3.2.1 | Obligaciones formales | 32 |
| 2.3.2.2 | Obligaciones sustanciales | 35 |
| 2.4 | Definición de Términos Básicos..... | 37 |
| 2.4.1 | Regímenes tributarios | 37 |
| 2.4.2 | Pagos de Impuestos..... | 37 |
| 2.4.3 | Actitud Tributaria..... | 37 |
| 2.4.4 | Informalidad..... | 37 |
| 2.4.5 | Anotaciones Falsas..... | 38 |
| 2.4.6 | No emitir comprobantes de pago | 38 |
| 2.4.7 | Tasas | 38 |

| | | |
|--------|---|----|
| 2.4.8 | Impuestos | 38 |
| 2.4.9 | Contribuciones | 38 |
| 2.4.10 | Inscripción del RUC | 38 |
| 2.4.11 | Comprobantes de Pago | 39 |
| 2.4.12 | Libros Contables | 39 |
| 2.4.13 | Declaraciones Juradas | 39 |
| 2.4.14 | Sistema de detracciones | 39 |
| 2.4.15 | Pagar percepciones..... | 39 |
| 2.4.16 | Pagar retenciones | 40 |
| 2.4.17 | Pagar impuestos | 40 |
| 3. | CAPITULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES | 40 |
| 3.1 | Planteamiento de las Hipótesis | 40 |
| 3.1.1 | Hipótesis General..... | 40 |
| 3.1.2 | Hipótesis Específicas | 40 |
| 3.2 | Variables | 40 |
| 3.2.1 | Variable 1:..... | 40 |
| 3.2.2 | Variable 2:..... | 40 |
| 3.3 | Operacionalización de las Variables | 41 |
| 4. | CAPITULO IV. MARCO METODOLÓGICO..... | 42 |
| 4.1 | Tipo y Nivel de Investigación..... | 42 |
| 4.1.1 | Tipo de investigación..... | 42 |
| 4.1.2 | Nivel de Investigación | 42 |
| 4.2 | Enfoque y Métodos de la investigación | 42 |
| 4.2.1 | Enfoque de la Investigación..... | 42 |

| | | |
|---------|--|----|
| 4.2.2 | Métodos de la Investigación | 43 |
| 4.2.2.1 | Método Deductivo. | 43 |
| 4.2.2.2 | Método Inductivo – Deductivo. | 43 |
| 4.2.2.3 | Método Hipotético - Deductivo. | 43 |
| 4.2.2.4 | Método Analítico – Sintético. | 43 |
| 4.3 | Diseño de la Investigación | 43 |
| 4.4 | Población y Muestra | 44 |
| 4.4.1 | Población..... | 44 |
| 4.4.2 | Muestra | 44 |
| 4.4.3 | Muestreo | 44 |
| 4.5 | Unidad de Análisis..... | 45 |
| 4.6 | Técnica e Instrumento de recolección de datos | 45 |
| 4.6.1 | Técnica de Recolección de datos | 45 |
| 4.6.2 | Instrumento de Recolección de Datos..... | 45 |
| 4.7 | Técnicas para el procesamiento y análisis de la información | 45 |
| 5. | CAPITULO V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 46 |
| 5.1 | Presentación, interpretación y análisis de Resultados | 46 |
| 5.1.1 | Resultados Estadísticos de la variable 1: Cultura Tributaria por ítem..... | 46 |
| 5.1.1.1 | Dimensión 1: Conciencia Tributaria..... | 46 |
| 5.1.1.2 | Dimensión 2: Delitos Tributarios..... | 49 |
| 5.1.1.3 | Dimensión 3: Tributos | 52 |
| 5.1.2 | Resultados Estadísticos de la variable 2: Obligaciones Tributarias por ítem | 55 |
| 5.1.2.1 | Dimensión 4: Obligaciones Formales..... | 55 |
| 5.1.2.2 | Dimensión 5: Obligaciones Sustanciales | 59 |

| | | |
|---------|--|----|
| 5.1.3 | Resultados Estadísticos de las variables | 63 |
| 5.1.3.1 | Variable 1: Cultura Tributaria..... | 63 |
| 5.1.3.2 | Variable 2: Obligaciones Tributarias | 64 |
| 5.1.4 | Contrastación de la hipótesis | 65 |
| 5.1.4.1 | Procedimiento de recolección de datos..... | 65 |
| 5.1.4.2 | Prueba de Normalidad..... | 66 |
| 5.1.4.3 | Prueba de Hipótesis..... | 66 |
| 5.2 | Discusión de Resultados. | 69 |
| | Conclusiones | 71 |
| | Recomendaciones | 72 |
| | Referencias..... | 73 |
| | Apéndices:..... | 77 |
| | Apéndice A. Matriz de Consistencia Metodológica: | 77 |
| | Apéndice B. Instrumento de recolección de datos:..... | 78 |
| | Apéndice C. Prueba de Fiabilidad del instrumento de recolección de datos | 86 |
| | Apéndice D. Fotografía de aplicación de la encuesta: | 87 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Frecuencia Ítem a..... | 46 |
| Tabla 2. Frecuencia Ítem b..... | 47 |
| Tabla 3. Frecuencia Ítem c..... | 48 |
| Tabla 4. Frecuencia Ítem d..... | 49 |
| Tabla 5. Frecuencia Ítem e..... | 50 |
| Tabla 6. Frecuencia Ítem f..... | 51 |
| Tabla 7. Frecuencia Ítem g..... | 52 |
| Tabla 8. Frecuencia Ítem h..... | 53 |
| Tabla 9. Frecuencia Ítem i..... | 54 |
| Tabla 10. Frecuencia Ítem j..... | 55 |
| Tabla 11. Frecuencia Ítem k..... | 56 |
| Tabla 12. Frecuencia Ítem l..... | 57 |
| Tabla 13. Frecuencia Ítem m..... | 58 |
| Tabla 14. Frecuencia Ítem n..... | 59 |
| Tabla 15. Frecuencia Ítem o..... | 60 |
| Tabla 16. Frecuencia Ítem p..... | 61 |
| Tabla 17. Frecuencia Ítem q..... | 62 |
| Tabla 18. Construcción de escala de valoración – Baremación..... | 63 |
| Tabla 19. Nivel de conocimiento de la variable Cultura Tributaria..... | 63 |
| Tabla 20. Nivel de conocimiento de la variable Obligaciones Tributarias..... | 64 |
| Tabla 21. Prueba de normalidad..... | 66 |
| Tabla 22. Prueba de normalidad..... | 67 |
| Tabla 23. Efecto de Cultura Tributaria y Obligaciones Formales..... | 67 |
| Tabla 24. Efecto de Cultura Tributaria y Obligaciones Sustanciales..... | 68 |

| | |
|---|----|
| Tabla 25. Resumen de procesamiento de casos | 86 |
| Tabla 26. Estadísticas de fiabilidad | 86 |
| Tabla 27. Resumen de procesamiento de casos | 86 |
| Tabla 28. Estadísticas de fiabilidad | 86 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Regímenes Tributarios..... | 46 |
| Figura 2. Pagos de impuestos..... | 47 |
| Figura 3. Actitud tributaria | 48 |
| Figura 4. Informalidad | 49 |
| Figura 5. Anotaciones falsas | 50 |
| Figura 6. No emitir comprobantes de pago..... | 51 |
| Figura 7. Tasas | 52 |
| Figura 8. Impuestos..... | 53 |
| Figura 9. Contribuciones..... | 54 |
| Figura 10. Inscripción del RUC | 55 |
| Figura 11. Comprobantes de pago | 56 |
| Figura 12. Libros contables..... | 57 |
| Figura 13. Declaraciones juradas | 58 |
| Figura 14. Sistema de detracciones..... | 59 |
| Figura 15. Pagar percepciones | 60 |
| Figura 16. Pagar retenciones..... | 61 |
| Figura 17. Pagar impuestos..... | 62 |
| Figura 18. Nivel de conocimiento de la variable Cultura Tributaria | 64 |
| Figura 19. Nivel de conocimiento de la variable Obligaciones Tributarias | 65 |
| Figura 20. Diagrama de Dispersión | 69 |

Resumen

La presente investigación titulada “Cultura Tributaria y su efecto en las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado San Martín, Cajamarca 2023”, se presentó con el objetivo de determinar el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023. Se usó el tipo de investigación aplicada, de nivel explicativo -correlacional, de diseño no experimental de corte transversal, con una muestra de 37 comerciantes del mercado San Martín, el método de muestreo fue no probabilístico, puesto que se seleccionó a la muestra por conveniencia, a esta muestra se le aplicó una encuesta; usando como instrumento al cuestionario.

Según los resultados obtenidos en el Rho de Spearman, el valor de significancia entre las variables en estudio es de 0,000, que es menor al 0.05; por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. De modo que, la cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones tributarias, además la existencia de una correlación del 93.5% entre las variables Cultura Tributaria y Obligaciones tributarias, lo que lleva a la conclusión que mientras más alto sea el nivel de cultura tributaria de los comerciantes, este tiene un efecto alto y positivo en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Palabras claves: Cultura Tributaria, Obligaciones Tributarias

Abstrac

The present investigation entitled "Tax Culture and its effect on tax obligations in the merchants of the San Martín market, Cajamarca 2023", was presented with the objective of determining the effect of the tax culture on the tax obligations of the merchants of the San Martín Market. , Cajamarca 2023. The type of applied research was used, of an explanatory-correlational level, of a non-experimental cross-sectional design, with a sample of 37 merchants from the San Martin market, the sampling method was non-probabilistic since it was selected at the sample for convenience, a survey was applied to this sample; using the questionnaire as an instrument.

According to the results obtained in Spearman's Rho, the value of significance between the variables under study is 0.000, which is less than 0.05; Therefore, the null hypothesis is rejected and the alternate hypothesis is accepted. Thus, the tax culture has a significant effect on tax obligations, in addition to the existence of a 93.5% correlation between the variables Tax Culture and Tax Obligations, which leads to the conclusion that the higher the level of culture of merchants, this has a high and positive effect on compliance with their tax obligations.

Keywords: Tax Culture, Tax Obligations

Introducción

En la actualidad, la SUNAT está que aplica medidas drásticas de control para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, por lo que es necesario que los comerciantes del mercado San Martín de Cajamarca eviten sanciones ocasionadas por la informalidad, por el desconocimiento o desinterés en aprender sobre el pago de impuestos, emisión de comprobantes de pago y otras obligaciones tributarias.

Por esta razón es que este trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

Además, la metodología usada en esta Investigación es: Tipo Aplicada, de nivel explicativo-correlacional, de diseño No Experimental, de corte transversal, con una muestra de 37 comerciantes del Mercado San Martín de Cajamarca 2023. Este trabajo está compuesto por 6 capítulos, los cuales son:

Capítulo I: En este capítulo se encuentra la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema, la justificación, los objetivos y la limitación de la investigación.

Capítulo II: Se encuentra el marco teórico, conformado por los antecedentes, tanto internacionales como nacionales y locales, las bases teóricas de ambas variables y la definición de términos básicos.

Capítulo III: Se compone por el planteamiento de las hipótesis tanto la general como la específica, descripción de las variables y su operacionalización.

Capítulo IV: Se compone del detalle de la metodología de la investigación, establece la población, muestra, muestreo, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Capítulo V: En este capítulo se presentan los resultados y la discusión, obtenidos del procesamiento de datos recolectados en el proceso de investigación, además de la interpretación y la prueba de hipótesis.

Conclusiones: Se dan a conocer las conclusiones obtenidas de la investigación.

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

Referencias bibliográficas: Incorpora Citas y Referencias bibliográficas según las Normas APA Séptima Edición en forma automatizada en Microsoft Word.

Apéndices: Se presenta la Matriz de Consistencia, el instrumento de recolección de datos (Cuestionario), la prueba de fiabilidad del instrumento de recolección de datos, fotografía de la aplicación de la encuesta.

Capítulo 1: Planeamiento De la Investigación

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

La cultura tributaria siempre ha sido un tema relevante a nivel mundial, “en distintos países se han armado estrategias para fomentar la cultura tributaria, con el fin de inculcar el cumplimiento tributario voluntario a los ciudadanos. Sin embargo, como consecuencia de la crisis que se originó por el COVID-19, nació la necesidad de que los países aumenten sus ingresos para cubrir los gastos públicos” (Mamani et. al., 2022, pág. 2). Por lo que, el cumplimiento de manera voluntaria de las obligaciones tributarias es de vital importancia, puesto que mediante los tributos se incide al crecimiento de un país.

A nivel de Latinoamérica, (Mamani et. al., 2022, pág. 2) expresa que: “en la mayoría de Los estados, las entidades recaudadoras se están preocupando en evitar las acciones fiscales desleales, las que son promovidas por algunos países. Un caso de esto es Panamá, que desde el 2016 está en proceso de investigación”. En el caso de Panamá, desde el 2016 se están llevando a cabo indagaciones con muchas empresas de este país, por la cantidad de paraísos fiscales existentes.

En el Perú, siempre ha existido un elevado porcentaje de informalidad tributaria y esto se debe a la falta de cultura tributaria que existe en nuestra sociedad. Desde otro punto de vista, para iniciar una mayor recolección de tributos en el Perú, no sería conveniente aplicar beneficios tributarios, sino que es de vital necesidad aplicar políticas tributarias destinadas a promover la cultura tributaria en la sociedad. Lo peor, es que los contribuyentes no toman la iniciativa de crear en ellos la conciencia tributaria de manera voluntaria, es por ello que la perspectiva tributaria está afectada por la informalidad de la economía.

En ese sentido, en la actualidad en la región Cajamarca se ha podido observar que al dar beneficios tributarios se ocasionan contrastes y promueve la disminución de la cultura

tributaria, pues se puede observar que los contribuyentes por desconocimiento no se acogen a estos y quienes tienen el conocimiento de tales beneficios no los aprovechan.

Haciendo referencia al Mercado San Martín, los comerciantes han afirmado que la reciente pandemia del Covid-19, ha sido un obstáculo para el desarrollo de la cultura tributaria. Entre las causas que generan el problema son (a) aumento de informalidad, (b) desinterés en la capacitación tributaria, (c) desconocimiento de emisión de comprobantes de pago y (d) el elevado monto del pago de impuestos.

1.2 Delimitación del Problema

1.2.1 Delimitación Espacial

- Sector: Comercio
- Distrito: Cajamarca
- Provincia: Cajamarca
- Región: Cajamarca

1.2.2 Delimitación Temporal

La recolección de datos y la información considerada en el presente trabajo fueron tomadas corresponden al año 2023.

1.3 Formulación del Problema

1.3.1 Pregunta General

¿Cuál es el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023?

1.3.2 Preguntas Específicas

¿Cuál es el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones formales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023?

¿Cuál es el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones sustanciales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023?

1.4 Justificación

1.4.1 *Justificación Teórica*

Teniendo este trabajo de investigación como valor teórico se podrá determinar la cultura tributaria y cuál es el efecto en las obligaciones tributarias en los Comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca – 2023, además de ser apto y aportar material útil ya sea como antecedentes o bases teóricas para las investigaciones futuras.

1.4.2 *Justificación Práctica*

Con el presente trabajo de investigación se busca estudiar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado San Martín de Cajamarca y cuál es el efecto en las obligaciones tributarias de estos, con la finalidad de que estos eviten ser sancionados por no conocer sus obligaciones tributarias y esas sanciones hagan que lleguen a tener pérdidas económicas que son posibles prevenir.

1.4.3 *Justificación Académica*

Se busca complementar esta investigación cuyas variables son la cultura tributaria y las obligaciones tributarias, con la finalidad de obtener el Título Profesional de Contador Público. Además, la investigación aportará conocimientos, antecedentes y metodología para la realización de futuras investigaciones con información asociada al tema Cultura tributaria y su efecto en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín – Cajamarca 2023.

1.5 Objetivos

1.5.1 *Objetivos Generales*

Determinar el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

1.5.2 *Objetivos Específicos*

Determinar el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones formales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

Determinar el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones sustanciales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

1.6 *Limitaciones*

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación no se presentan limitaciones, pues existe numerosa bibliografía, libros, información en línea confiable relacionada al tema y normativa actual aplicable a la investigación, toda esta información se encuentra al alcance de todo investigador.

Capítulo II. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Según (Lozano & Licoa, 2018) en su investigación titulada “Cultura tributaria y su influencia en las estadísticas oficiales S.R.I. zona 8 periodo 2015-2017”. Desarrollada en la Universidad de Guayaquil - Ecuador. Con fines de obtener el título en Ingeniería en Tributación y Finanzas. Tuvo como objetivo hacer un análisis de la cultura tributaria y su influencia en las estadísticas oficiales del S.R.I. en la zona 8 periodos 2015-2017, mediante evaluar el comportamiento de cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. Dicha investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, con un planteamiento cuasi experimental longitudinal. Con una población general conformada por los estudiantes de la Universidad de Guayaquil en el periodo académico 2015-2016 Ciclo I. teniendo como resultado de estas encuestas que no tienen conocimientos de tener obligaciones tributarias ni de las Leyes Tributarias.

Según (Gunsha, 2016) con su trabajo de investigación titulado “Cultura tributaria en el sector de los emprendedores de la ciudad de Guayaquil”. Efectuado en la Universidad de Guayaquil – Ecuador para obtener el grado en Tributación y Finanzas de los emprendedores en Guayaquil. Teniendo como objetivo demostrar el nivel de cultura tributaria en el sector de los emprendedores de la ciudad de Guayaquil, durante el período 2012 – 2015. Con el tipo de investigación cuantitativo, con la aplicación de métodos como el histórico-lógico, el análisis, síntesis, la inducción, deducción y la utilización de técnicas como la observación. Además de contar con una población directa, con un total de 384 emprendedores encuestados de la ciudad de Guayaquil. Concluyendo con ayuda de los resultados obtenidos, que la información oficial y la aplicación de la encuesta, demuestra un bajo nivel de cultura tributaria existente a nivel de emprendedores en la ciudad de Guayaquil, por lo que se considera que hay varios

sectores que aún no comprenden el verdadero valor que tiene el cumplimiento adecuado de sus obligaciones tributarias, [...].

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Según (Acosta, 2019) con la tesis realizada “Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado III de Tarapoto, 2019” de la Universidad César Vallejo-Tarapoto – Perú, con la finalidad de obtener el grado de Contador Público. Teniendo como objetivo determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado III de Tarapoto, 2019. En este estudio se tomó en cuenta una población de 204 comerciantes y la muestra se conformó por los comerciantes de los puestos de venta de ropa pabellón H 96 (47%) y Abarrotes pabellón C 108 (53%). La metodología fue de tipo básica, de diseño no experimental y de nivel correlacional. Los resultados fueron obtenidos mediante la constatación de las hipótesis mediante la prueba estadística de Rho Spearman logrando así una sig. bilateral de $0,000 < a 0,05$; [...]Se concluyó, que existe una influencia positiva y alta entre cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias.

Según (Alvarado, 2018) con el estudio realizado “Cultura Tributaria y obligaciones tributarias en empresas dedicadas al mantenimiento y reparación vehicular, San Juan de Lurigancho, 2018” de la Universidad César Vallejo – Lima, con fines de obtención del grado de Contador Público. Este tuvo como objetivo determinar la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en empresas dedicadas al mantenimiento y reparación vehicular de San Juan de Lurigancho durante el año 2018. Teniendo como tipo de estudio descriptivo - correlacional, su diseño fue no experimental transversal. La población y muestra se constituye de 26 empresas dedicadas al mantenimiento y reparación vehicular ubicadas en el distrito de San Juan de Lurigancho. Se evaluó con el paquete estadístico SPSS V.24. [...] empleando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.705, con un nivel de

significancia menor al 5% ($p= 0.000$); se demuestra que existe correlación positiva media entre cultura tributaria y obligaciones tributarias. Finalmente, en las conclusiones obtenidas se precisa que efectivamente hay relación significativa entre ambas variables en cuestión.

2.1.3 Antecedentes Regionales

Según (Gallardo, 2022) con su tesis “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los contribuyentes acogidos al nuevo régimen único simplificado del Distrito de Cajamarca, 2022” de la Universidad Nacional de Cajamarca con fines de titulación como Contador Público. Este trabajo tuvo como objetivo determinar la relación de la Cultura Tributaria con las Obligaciones Tributarias en los contribuyentes acogidos al Nuevo RUS del Distrito de Cajamarca, 2022. Para este estudio se usó el tipo de investigación aplicada, con un nivel explicativo– correlacional, con un diseño No experimental de corte transversal, además, la muestra fue de 100 Contribuyentes acogidos al Nuevo RUS aplicando el método no probabilístico por conveniencia, se aplicó la técnica de la encuesta y se usó el instrumento de recolección de datos al cuestionario. Los resultados concluyeron que: Existe relación entre las variables según la Prueba de Hipótesis mediante la prueba de Chi Cuadrado con el valor de Significancia Asintótica (valor crítico observado) $0,000 < 0.05$ rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir que existe relación significativa entre variables y teniendo como conclusión que: Existe relación entre las variables Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los contribuyentes acogidos al Nuevo RUS del Distrito de Cajamarca, 2022. De esta manera se verifica que a un mayor nivel de Cultura Tributaria habrá un mayor conocimiento de las Obligaciones Tributarias por parte de los contribuyentes acogidos al Nuevo RUS.

Según (Gallardo, 2022) en su tesis titulada “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central del Distrito De Pedro Gálvez, 2022” de la Universidad Nacional de Cajamarca, para fines de titulación como contador público. Tuvo

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. Para este trabajo se usó el tipo de investigación aplicada, nivel de investigación descriptiva-relacional, de diseño no experimental, además se tomó como muestra a 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 la prueba de Chi Cuadrado, con valor de Significación Asintótica $0,000 < 0.05$ rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa, es decir, existe relación significativa entre ambas variables, llegando así a la conclusión: Que no se cumplen las Obligaciones Tributarias, ya que hay una falta de conocimiento de Normas tributarias. También que, de los 55 comerciantes encuestados, el 40% tiene un nivel de Conocimiento Medio respecto a la variable Cultura Tributaria y un 42% respecto a la variable Obligaciones Tributarias. Por lo que se puede decir que, hay un desconocimiento y falta de valores tributarios, provocando así, una falta de pago de las Obligaciones Tributarias.

2.2 Base Legal

Texto único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta Decreto Supremo N.º 179-2004-EF, Publicado el 8.12.2004, y modificatorias

TUO del IGV y del ISC según el D.S. N.º 055-99-EF Publicado el 15 de abril de 1999 y sus modificatorias

Texto Único Ordenado del Código Tributario - Decreto Legislativo N.º 816, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 21 de abril de 1996 y modificatorias

Reglamento de Comprobantes de Pago - Ley N.º 29972

2.3 Bases Teóricas

2.3.1 *Cultura Tributaria*

La cultura tributaria va mucho más allá de solo tener en cuenta cuáles son las obligaciones ante el fisco, sino que, se tiene el deber de aplicar tales conocimientos al momento de cumplir con los deberes tributarios como buenos contribuyentes. Además, la cultura tributaria está determinada por dos aspectos fundamentales, aspecto legal y aspecto ideológico (Paredes & Narváez, 2019, pág. 159).

Por lo tanto, la cultura tributaria tiene como finalidad instruir a la población, convertir a los contribuyentes en personas responsables y conscientes del pago de sus impuestos, también se puede mencionar que es una herramienta para combatir la evasión tributaria.

“La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. Esta encierra un conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes” (García, 2017, pág. 2)

De modo que la cultura tributaria en nuestro país es importante tanto para las personas naturales como para las jurídicas, pues de esa manera va a poder cumplir con la ley respecto de la tributación.

Tomando en cuenta a los autores citados, se puede decir que, la Cultura tributaria es una parte muy importante para el crecimiento socioeconómico de un país, pues si los contribuyentes fueran conscientes de los pagos de impuestos, de las infracciones y sanciones tributarias que existen, estos no caerían en contingencias ni errores tributarios; mientras que, por parte del Estado, este recaudaría los fondos de manera correcta para cubrir los presupuestos públicos.

2.3.1.1 Cultura Tributaria peruana

Todos los empresarios que sienten preocupación sobre cómo pagar tributos, o sobre los beneficios que esto trae, se informen y se asesoren, por medio de personas capacitadas en el tema, esto no es caro, ni significa una gran inversión, incluso en la misma administración tributaria pueden acceder a capacitaciones para conocer sobre el régimen tributario, que son varios, y con ello confirmar en cuál le correspondería estar y determinar los impuestos que les toca pagar. (García, 2017, pág. 2)

Cuando un empresario o emprendedor peruano desea hacer el pago de sus impuestos, siente que hay sobrecostos, por lo que muchas veces prefiere optar por la informalidad, sin embargo, el pagar de manera adecuada y a tiempo sus impuestos tienen beneficios, pues evita sanciones y también permite acceder a ciertos beneficios tributarios que plantea el estado.

2.3.1.2 Conciencia tributaria

“La conciencia tributaria es la percepción del contribuyente sobre cumplir con las obligaciones tributarias que le imponen, influenciada por la reciprocidad del estado y factores sociales” (Paredes & Narváez, 2019, pág. 5). De modo que con la conciencia tributaria se pretende que los individuos de la sociedad, los cuales están involucrados en el proceso, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado. Además, para tener conciencia tributaria, es necesario que se adquieran ciertos conocimientos básicos de lo que implica la tributación.

2.3.1.2.1 Regímenes Tributarios

“El régimen tributario es el que establece la forma y los niveles para pagar los impuestos, se pueden escoger u optar según el tamaño y el tipo de actividad económica a realizar” (sunat.gob.pe, 2022). Los regímenes tributarios son los siguientes: Nuevo RUS, Régimen Especial de Renta, Régimen MYPE tributario y Régimen General.

2.3.1.2.1.1 Nuevo RUS

El Nuevo Régimen Único Simplificado se estableció en el año 2004, mediante el D.L N° 937, el monto de obligación de pago mensual corresponde a una sola. [...]. Quien desee acogerse a este régimen debe ubicarse en la categoría según los límites establecidos en cada una de estas. (Alva et. al., 2020, pág. 313).

Las categorías del Nuevo RUS son 2, las cuales tienen los siguientes límites: Categoría 1: Ingresos y gastos de 0 a 5,000.00 soles, los cuales pagan S/ 20.00 soles mensuales y la Categoría 2: Con ingresos y gastos de 5,000.00 a 8,000.00 soles, estos contribuyentes pagan S/ 50.00 soles mensuales.

2.3.1.2.1.2 Régimen Especial

El régimen especial está regulado en la Ley del IR desde el artículo 117, a este se pueden acoger personas jurídicas o naturales, las que obtienen rentas de tercera categoría que provengan de: Venta de bienes que se adquiriera, produzcan o manufacturen, prestación de servicios, entre otras, que estén establecidas en la Ley ya mencionada. Además, solo están obligados a llevar registro de compras y registro de ventas e ingresos. (Alva et. al., 2020, pág. 245)

2.3.1.2.1.3 Régimen MYPE Tributario

Los contribuyentes se podían empezar a acoger a este régimen a partir del 01 de enero del año 2017. A este régimen tributario se pueden acoger tanto personas naturales como personas jurídicas, las cuales no superen los ingresos anuales de 1,700 UIT (Alva et. al., 2020, pág. 161)

2.3.1.2.1.4 Régimen General

A este régimen se encuentran obligadas a acogerse tanto personas naturales como jurídicas que realicen las siguientes actividades empresariales: Derivados de comercio,

industria o minería, los servicios notariales, servicios educativos, entre otros establecidos en el artículo 28 de la Ley del IR. (Alva et. al., 2020, pág. 77)

2.3.1.2.2 Pagos de Impuestos

“El pago de impuestos, es cuando se liquida de manera mensual o anual un monto pecuniario que se determina en las declaraciones ante la SUNAT” (Paredes & Narváez, 2019, pág. 83)

2.3.1.2.2.1 IGV

El impuesto general a las ventas (IGV), este es un impuesto al que están gravados la venta y adquisición de bienes y servicios nacionales o extranjeros, los cuales son brindados por las empresas dentro del territorio nacional. La tasa de aplicación actual corresponde al 18%. (Paredes & Narváez, 2019, pág. 83)

2.3.1.2.2.2 Impuesto a la Renta

“El Impuesto a la Renta es aplicable tanto a personas naturales como jurídicas domiciliadas, las cuales consideran como su principal preocupación la determinación de la deuda que nace de su aplicación” (Arias & Abril, 2019, pág. 5)

Para poder determinar la aplicación de esta, se debe primero conocer lo que grava este impuesto, por lo que en el artículo 1 de la ley del IR especifica cuáles son las rentas que grava este impuesto.

2.3.1.2.2.3 Impuesto Selectivo al Consumo

Tiene como finalidad desmotivar el consumo de ciertos productos que tienen influencia negativa en el orden social, personal y medioambiental. Dicho impuesto exige un mayor porcentaje de pago a contribuyentes que tienen una mayor capacidad adquisitiva de productos con consecuencias negativas (Sunat.gob.pe, 2022)

2.3.1.2.3 *Actitud Tributaria*

La actitud tributaria de los contribuyentes en el Perú se ve muy afectada por el sistema tributario que en cierta manera viola los derechos constitucionales, la inexistencia de igualdad tributaria, hace que los contribuyentes prefieran llevar sus actividades empresariales de manera informal, lo cual perjudica la recaudación de impuestos y por ende también afecta a la acción de cubrir los gastos públicos. (Paredes & Narváez, 2019, pág. 29)

2.3.1.3 *Delitos Tributarios*

Los delitos tributarios se dan cuando se pasan por alto las normas tributarias, estos al ser detectados acarrear sanciones que pueden ser pecuniarias y llegar hasta la pena privativa de la libertad.

2.3.1.3.1 *Informalidad*

La informalidad en el Perú es aproximadamente el 75% del PBI. La informalidad consiste en no pagar ningún tipo de impuesto, dentro de esto se puede considerar el comercio ambulatorio, tener colaboradores no inscritos en planilla electrónica, esta se incrementa básicamente por los siguientes motivos: Los elevados porcentajes de tributos, mala legislación fiscal, la economía inflacionaria. (Paredes & Narváez, 2019, pág. 163)

2.3.1.3.2 *Anotaciones Falsas*

Se da cuando se busca sacar provecho propio o de un tercero, mediante valerse de un engaño de manera fraudulenta al alterar datos o cifras, buscando evadir total o parcialmente el pago de impuestos, este acto es penado con incluso hasta 8 años de pena privativa de libertad. (Alva et. al., 2020, pág. 182)

2.3.1.3.3 *No emitir comprobantes de Pago*

“El no emitir un comprobante de pago, se da cuando al momento de realizar una transferencia de bienes o la prestación de servicios, no se entrega el documento en el cual se

dé constancia de dicha operación” (Paredes & Narváez, 2019, pág. 55). El no emitir comprobante de pago, es una infracción, la cual acarrea sanciones, dichas sanciones pueden ser montos monetarios altos, según la gravedad de la infracción.

2.3.1.4 El tributo

El tributo hace referencia a todas las prestaciones pecuniarias y excepcionalmente en especie, las que están establecidas por ley y deben ser cumplidas por los deudores tributarios a favor de los entes públicos para realización de sus fines y que no constituya sanción por acto ilícito. (Paredes & Narváez, 2019, pág. 44)

Por lo que, el tributo es una prestación monetaria que exige el estado, para el cumplimiento de este se pueden encontrar bases legales, que establecen la periodicidad y las cantidades, y en caso de incumplimiento la consecuencia es que haya sanciones monetarias e incluso pena de cárcel.

2.3.1.4.1 Tasas

Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente. En ese sentido, están recogidas por Ley y fijadas por el Estado, por lo que no se considera tasa al pago que se recibe por un servicio de origen contractual. A su vez, dentro del concepto tasa, entre otras, encontramos la siguiente sub clasificación: Arbitrios, derechos, licencias. (Paredes & Narváez, 2019, pág. 45)

2.3.1.4.2 Impuestos

Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del Estado. Es unánime aquí la doctrina al señalar, que la característica primordial de los impuestos es que no existe relación entre lo que se paga y el destino de estos fondos, denominado por ese motivo, como tributos no vinculados, por cuanto

su exigibilidad es independiente de cualquier actividad estatal y/o privada referida al contribuyente. (Paredes & Narváez, 2019, pág. 44)

2.3.1.4.3 Contribuciones

“Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales” (Paredes & Narváez, 2019, pág. 44). Por lo tanto, la contribución es un tributo que debe pagar el contribuyente o beneficiario de una utilidad económica, cuya justificación es la obtención por el sujeto pasivo (ciudadano receptor) de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes, como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento.

2.3.2 Obligaciones Tributarias

Según el art. 1 del Código Tributario menciona que “Las obligaciones tributarias son un vínculo entre un deudor y un acreedor tributario que tiene por objeto el cumplimiento de las obligaciones formales y obligaciones sustanciales”

2.3.2.1 Obligaciones formales

“Las obligaciones formales básicamente son las que consisten en la presentación de: declaraciones juradas ante la Administración tributaria, libros contables, control de la SUNAT, emisión de comprobantes de pago, entre otros” (León, 2018, Pág. 301).

Por lo que, las obligaciones formales son aquellas que no poseen carácter pecuniario, además dichas obligaciones están guiadas por las normas tributarias vigentes, así mismo los deudores tributarios están en la obligación de cumplir de manera adecuada el procedimiento que implican estas.

2.3.2.1.1 Presentar declaraciones juradas

“Consiste en exhibir ante la Administración tributaria montos que pueden determinar o no montos de pago o deudas, en estas se exponen montos de ingresos, ya sean de ventas, de intereses, u otros” (Paredes & Narváez, 2019, pág. 150).

Por lo que, la presentación de declaraciones juradas, son las que se presentan ante la SUNAT, estas incluyen datos asociados a determinar cierta deuda tributaria, esta va a depender de la clase de declaración, dichas declaraciones pueden ser presentadas mensualmente o anualmente. Además, cabe recalcar que existen 2 tipos: las Declaraciones determinativas y las informativas.

2.3.2.1.2 Llevar libros contables

Según las bases legales de SUNAT, aquellos contribuyentes acogidos al Nuevo RUS no están obligados a llevar libros y registros contables. En cuanto al Régimen Especial Renta se llevan solamente el registro de compras y ventas e Ingresos. Los acogidos al Régimen MYPE Tributario, según sus ingresos llevan los siguientes libros: Con ingresos de hasta 300 UIT anuales llevan Registros de Compras, Ventas e Ingresos y el Libro Diario de Formato simplificado, y los que cuyos ingresos sean entre 300 a 500 UIT, llevan los Libros Diario y Mayor, y si sus ingresos están entre las 500 y 1700 UIT, llevan adicionalmente el Libro Inventario y Balances. Los contribuyentes del Régimen General tienen el mismo margen legal con respecto al llevado de Libros que el Régimen MYPE Tributario, siendo la única diferencia de que cuando los ingresos anuales superan las 1700 UIT deben llevar de manera obligatoria la contabilidad completa (Decreto Legislativo 1269 y R.S. 045-2017/SUNAT).

Por lo tanto, es el régimen tributario y el nivel de ingresos los que van a determinar que libros contables llevar.

2.3.2.1.3 Comprobantes de Pago

“Es el documento formal, que sustenta o acredita ciertas operaciones como compras, ventas y prestación de servicios” (Art. 1 del Reglamento de Comprobantes de Pago)

Los comprobantes de pago tienen que cumplir con los requisitos establecidos por la SUNAT para ser considerados como tal, además estos pueden ser: Facturas, Boletas de venta, Recibos Por honorarios, Liquidaciones de compra, entre otros. Actualmente, los comprobantes de pago se emiten de manera electrónica, aunque existen ciertas excepciones.

2.3.2.1.3.1 Facturas

“Es el comprobante de pago que se emite en las operaciones entre empresas o personas que necesitan acreditar costo o gasto para efecto tributario, sustentar el pago del IGV por la operación efectuada y poder ejercer, el derecho al crédito fiscal” (Paredes & Narváez, 2019, pág. 55).

Los contribuyentes del Nuevo RUS no emiten facturas, pero si pueden solicitarlas al momento de hacer compra de mercaderías o por la prestación de algún servicio.

2.3.2.1.3.2 Boletas

“Es un comprobante de pago, el que es emitido en operaciones con consumidores o usuarios finales. No permite ejercer el derecho al crédito fiscal, ni sustentar gasto o costo para efecto tributario” (Paredes & Narváez, 2019, pág. 56).

Cuando el importe de la venta efectuada o del servicio prestado supere los setecientos nuevos soles (S/. 700.00) por operación será necesario consignar en la boleta de venta los datos de identificación del usuario: Apellidos y nombres completos, el número de su DNI y domicilio.

2.3.2.1.3.3 Recibos por Honorarios

“Es el comprobante de pago que es emitido por aquellas personas que prestaron sus servicios profesionales, los emiten aquellos contribuyentes afectos a rentas de cuarta categoría” (Paredes & Narváez, 2019, pág. 56).

Muchos de los contribuyentes están desinformados sobre el uso de los recibos por honorarios, por lo que es necesario que se cree cultura respecto a este comprobante de pago.

2.3.2.2 Obligaciones sustanciales

“Las obligaciones sustanciales son aquellas que hacen referencia a la obligación de tributar, como por ejemplo el pago de impuestos y otros” (León, 2018, Pág. 301). Algunos ejemplos de obligaciones sustanciales son los depósitos en las cuentas de detracciones, pago de retenciones, percepciones e impuestos.

2.3.2.2.1 Sistema de detracciones

“La ley que regula al sistema de detracciones es el Decreto Legislativo N° 9401. En el Perú el sistema tributario estableció un mecanismo de ayuda a la recaudación de impuestos, con el fin de mitigar la evasión tributaria, uno de estos mecanismos es el SPOT, este consiste en una manera de ahorro obligatorio, el cual les ayuda a cubrir el pago de impuestos” (Effio & Mamani, 2019, pág. 6).

En resumen, el sistema de detracciones consiste en lo siguiente: Cuando la prestación de un servicio o la venta de algún bien afecto a este sistema según la norma, supere el monto de 700 nuevos soles, el adquiriente deposita un cierto porcentaje establecido, a la cuenta de detracciones de su proveedor, la cual pertenece únicamente al Banco de la Nación y la diferencia a su respectiva cuenta corriente. Además, cabe recalcar que este procedimiento

también puede ser hecho por el mismo proveedor, a este acto se le conoce como una auto detracción.

2.3.2.2.2 *Pago de Percepciones*

El pago de percepciones se da cuando un vendedor o el mismo fisco actúa como un agente de percepción, el cual agrega cierto porcentaje a la venta, dicho porcentaje se debe pagar por el adquiriente. Además, el adquiriente está en la obligación de aceptar la percepción. Cabe recalcar que es la SUNAT, la que escoge a los agentes de percepción, los cuales son designados mediante decretos supremos o resoluciones de intendencia (Effio & Mamani, 2019, p. 486).

Por lo tanto, es la SUNAT la que se encarga de escoger a los agentes de percepción. Además, son aplicadas a las ventas gravadas al IGV, en las que el adquiriente está obligado a hacer el pago adicional del monto calculado mediante la aplicación de un porcentaje fijado en la norma.

2.3.2.2.3 *Pagar Retenciones*

Las retenciones son un régimen de recaudación, el cual consiste en recaudar de manera previa el IGV, también se le conoce como el Sistema de Pago Adelantado del IGV, el cual implementó la SUNAT con el fin de hacer frente a la evasión tributaria y a la deficiente recaudación de IGV. (Effio & Mamani, 2019, p. 426).

En el pago de retenciones, se aplica como porcentaje el 3% al monto total facturado de una adquisición, siempre y cuando dicho monto de venta supere los 700 soles. En el caso de las retenciones, al igual que en las percepciones, también es la SUNAT la que designa a sus agentes. El monto retenido puede usarse contra el IGV o solicitarse la devolución.

2.3.2.2.4 *Pagar impuestos*

“Todos los contribuyentes, sean una persona jurídica o una natural, son considerados como sujetos pasivos, pues al declarar patrimonio, ingresos o riquezas, están en la obligación de pagar las rentas que son generadas por tales” (Effio & Mamani, 2019, p. 494)

Existen los impuestos directos e indirectos, sin embargo, sea cual sea su naturaleza, el deudor tributario está en la obligación de pagar las deudas determinadas por sus movimientos, transacciones, adquisiciones y ventas.

2.4 *Definición de Términos Básicos*

2.4.1 *Regímenes tributarios*

Son las categorías que establecen ciertos requisitos, a los que una persona natural o jurídica está sometida a cumplir, éstas contienen algunas obligaciones con las que es necesario cumplir.

2.4.2 *Pagos de impuestos*

Es un monto pecuniario que toda persona jurídica o natural tiene, también se puede decir que es la obligación de pagar al estado peruano mediante la entidad recaudadora que es la SUNAT.

2.4.3 *Actitud Tributaria*

Es la postura de toda persona jurídica o natural tiene respeto al cumplimiento de las obligaciones tributarias a los que se esté afecto.

2.4.4 *Informalidad*

En términos tributarios es toda acción económica que se ejecuta de forma irregular o que no se apega a la norma tributaria, ya sea por desconocer de la misma o de manera voluntaria.

2.4.5 *Anotaciones Falsas*

Son las que no cuentan con una acreditación o sustentación del registro o por la alteración del mismo, estas acciones son consideradas ilegales que lleva a una penalidad.

2.4.6 *No emitir comprobantes de pago*

Son decisiones erróneas del no usar o entregar documento que acredita la transferencia de los bienes o servicio, esta infracción puede acarrear consigo una sanción tributaria.

2.4.7 *Tasas*

Son montos pecuniarios que se abona al estado, esto es generado por un servicio o actividad ejecutado por el mismo.

2.4.8 *Impuestos*

Son montos monetarios que el contribuyente está obligado a abonar al estado mediante el ente recaudador, la administración tributaria. Este impuesto nace cuando dicho contribuyente tiene un ingreso o aumento en el patrimonio.

2.4.9 *Contribuciones*

Es un tipo de tributo que la persona natural o jurídica paga al estado por la prestación de algún servicio, disfrutar de los servicios u obras públicas y de otra índole que está estipulado.

2.4.10 *Inscripción del RUC*

Las personas naturales o jurídicas que desempeñan actividades que les genera ingresos están obligadas a registrarse ante la Administración Tributaria, es en esta entidad del estado en la que se genera un número que, es conocido como RUC, este es su principal identificador para el desempeño de sus actividades económicas.

2.4.11 Comprobantes de Pago

Es un documento que sustenta o acredita la transferencia de bienes o prestación de servicio entre dos partes en un mutuo acuerdo.

2.4.12 Libros Contables

Son los registros de la información contable, que ayudan a llevar un control de su situación económica para que así puedan tomarse decisiones acertadas basadas en hechos reales.

2.4.13 Declaraciones Juradas

Estas pueden ser informativas y determinativas, según el tipo pueden determinar o no impuestos, pero básicamente sirven para hacer llegar a la SUNAT cierta información contable, como los ingresos, compras, personal en planilla, entre otros.

2.4.14 Sistema de detracciones

El sistema de detracciones es conocido como el SPOT (sistema de pago de obligaciones tributarias). Es un mecanismo administrativo en la que el comprador efectúa un descuento al vendedor de un bien o prestación de servicio, para luego depositar dicho monto en una cuenta del adquiriente en el Banco de la Nación.

2.4.15 Pagar percepciones

Son obligaciones pecuniarias que el vendedor (agente de percepción) recibe un monto adicional al monto total de una venta, este monto es cancelado por el cliente. Es aplicable a los bienes que se encuentra estipulados en el Apéndice 1 de la ley 29173 y D.S. N° 091-2013. EF.

2.4.16 *Pagar retenciones*

Es un monto pecuniario que es retenido por los agentes de retención, es retenido parte del IGV, que es correspondiente pagar a los proveedores, para después entregar al fisco o estado, cuya tasa es el 3%.

2.4.17 *Pagar impuestos*

Es un monto monetario que un contribuyente cubre al generarse una obligación tributaria.

Capítulo III. Hipótesis y Variables

3.1 Planteamiento de las Hipótesis

3.1.1 *Hipótesis General*

La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

3.1.2 *Hipótesis Específicas*

La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones formales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones sustanciales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

3.2 Variables

3.2.1 *Variable 1:*

Cultura Tributaria

3.2.2 *Variable 2:*

Obligaciones Tributarias

3.3 Operacionalización de las Variables

| Variables | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición | | | |
|---------------------------|---|---|---------------------------------|--|--|--------------------|-----------------------|----------------------|--------|
| CULTURA TRIBUTARIA | Según Paredes & Narváez (2019) expresan que: “La cultura tributaria hace que los contribuyentes tengan conocimiento tributario [...] para que no se comenten delitos tributarios. Es indispensable comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado” (p.159). | La Cultura Tributaria es el conocimiento que deberían tener los contribuyentes en relación a temas tributarios, con la finalidad de conocer a qué tributos están afectos, y así eviten delitos tributarios que conllevan a sanciones. | Conciencia tributaria | Regímenes tributarios | Ítem a | Ordinal | | | |
| | | | | Pagos de Impuestos | Ítem b | | | | |
| | | | | Actitud Tributaria | Ítem c | | | | |
| | | | Delitos Tributarios | Informalidad | Ítem d | | | | |
| | | | | Anotaciones Falsas | Ítem e | | | | |
| | | | | No emitir comprobantes de pago | Ítem f | | | | |
| | | | Tributos | Tasas | Ítem g | | | | |
| | | | | Impuestos | Ítem h | | | | |
| | | | | Contribuciones | Ítem i | | | | |
| | | | OBLIGACIONES TRIBUTARIAS | Según el art. 1 del C.T. menciona que “Las obligaciones tributarias son un vínculo entre un deudor y un acreedor tributario que tiene por objeto el cumplimiento de las obligaciones formales y obligaciones sustanciales” | Las obligaciones tributarias son aquellas que surgen de un deudor tributario o conocido también como contribuyente, las cuales son recaudadas o solicitadas por un acreedor tributario, que en este caso es la Administración Tributaria, estas obligaciones pueden ser formales o sustanciales. | | Obligaciones Formales | Inscripción del RUC | Ítem j |
| | | | | | | | | Comprobantes de Pago | Ítem k |
| | | | | | | | | Libros Contables | Ítem l |
| Declaraciones Juradas | Ítem m | | | | | | | | |
| Obligaciones Sustanciales | Sistema de detracciones | Ítem n | | | | | | | |
| | Pagar percepciones | Ítem o | | | | | | | |
| | Pagar retenciones | Ítem p | | | | | | | |
| | Pagar impuestos | Ítem q | | | | | | | |

Capítulo IV. Marco Metodológico

4.1 Tipo y Nivel de Investigación

4.1.1 Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo aplicada, pues “orienta su interés en resolver cierto problema planteado o determinado, trata de ayudar a dar solución a dichos problemas” (Baena, 2014, Pág. 11).

4.1.2 Nivel de Investigación

Esta investigación es de nivel explicativo correlacional, esta consiste en “la descripción de ciertas variables o la relación que puedan tener entre sí; está enfocada en encontrar la explicación de ciertos sucesos. Básicamente, se centra en encontrar una explicación del porqué existe relación entre las variables en estudio” (Mendoza, 2018, Pág.110)

4.2 Enfoque y Métodos de la investigación

4.2.1 Enfoque de la Investigación

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, este tipo de enfoque se da cuando “a través de la acumulación de datos se busca verificar una hipótesis planteada, a la que se la comprueba mediante la medición numérica y un análisis estadístico” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 6). Este enfoque va a ser usado en esta investigación, pues se va a hacer un análisis de la información recopilada mediante una encuesta, la que será procesada estadísticamente.

4.2.2 Métodos de la Investigación

4.2.2.1 Método Deductivo.

Este método de razonamiento consiste en partir de conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. Es decir, se inicia con el análisis de los postulados, teorías, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares (Bernal, 2016, pág. 71) .

4.2.2.2 Método Inductivo – Deductivo.

Este método de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es inductivo en un sentido (parte de lo particular a lo general) y deductivo en sentido contrario (va de lo general a lo particular) (Bernal, 2016, pág. 71).

4.2.2.3 Método Hipotético - Deductivo.

Consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones generales que deben confrontarse con los hechos antes de constituirse en teorías (Bernal, 2016, pág. 71).

4.2.2.4 Método Analítico – Sintético.

Estudia los hechos al descomponer el objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis). Luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis) (Bernal, 2016, pág. 72).

4.3 Diseño de la Investigación

Esta investigación es no experimental, pues “se lleva a cabo sin cambiar deliberadamente las variables, se centra en hacer un análisis de los sucesos en su forma base o natural” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 152).

De corte transversal, pues se va “recopilar datos en un determinado tiempo o momento. El fin es que se haga la descripción de las variables, para hacer un análisis de datos en un determinado momento.” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, pág.154)

4.4 Población y Muestra

4.4.1 Población

“La población es el número total de individuos, mediante los cuales se obtienen los datos necesarios para lograr obtener resultados en la investigación” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 164)

En esta investigación la población está compuesta de los comerciantes del Mercado San Martín de Cajamarca, que son un total de 61.

4.4.2 Muestra

“Es un subconjunto obtenido mediante fórmulas y lógica, es la parte de la población que se usará para llevar a cabo la investigación” (Bernal, 2016, pág. 211)

En esta investigación, se está usando una muestra no probabilística por conveniencia, esta va a constar de 37 comerciantes del mercado San Martín.

4.4.3 Muestreo

“Para la presente investigación se considera el muestreo por conveniencia o no probabilístico, el cual se caracteriza por seguir los criterios personales del investigador” (Arias, 2020, pág. 61). Por lo que se procederá a seleccionar a comerciantes a encuestar a conveniencia.

4.5 Unidad de Análisis

“Es el objeto de estudio de quien se producen los datos o la información para el análisis del estudio” (Arias, 2020, pág. 62). Para la presente investigación, la unidad de análisis está compuesta por los comerciantes del Mercado San Martín de la ciudad de Cajamarca.

4.6 Técnica e Instrumento de recolección de datos

4.6.1 Técnica de Recolección de datos

Las Técnicas de investigación cuantitativa, como por ejemplo la Encuesta, “son las herramientas y el procedimiento disponible para los investigadores, los cuales les permiten obtener datos y guiar el camino de la recolección de datos” (Arias, 2020, pág. 54). La técnica para usar en esta investigación es la encuesta.

4.6.2 Instrumento de Recolección de Datos

La escala de Likert son un conjunto de ítems planteados en forma de afirmación, los que al ser planteados se busca una respuesta por parte del grupo de personas que conformen la muestra, esta tiene 5 categorías, las cuales se consideran las respuestas, las cuales tienen cada una un número, de manera que a quien se encuestó obtiene una puntuación según las respuestas. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 166) El instrumento para usar en esta investigación es el cuestionario, para el cual se va a aplicar la escala de Likert.

4.7 Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

En esta investigación se va a usar la encuesta escrita, en la que se van a plantear las alternativas, las cuales van a ser contestadas según la escala de Likert, con el fin de recolectar información que permita hacer el respectivo análisis de datos estadísticos mediante el programa SPSS versión 27.

Capítulo V. Resultados y Discusión

5.1 Presentación, interpretación y análisis de Resultados

5.1.1 Resultados Estadísticos de la variable 1: Cultura Tributaria por ítem

5.1.1.1 Dimensión 1: Conciencia Tributaria

Ítem a) El régimen tributario, es al que se debe acoger toda persona natural o jurídica que realiza actividades económicas, existen 4 regímenes tributarios: Nuevo RUS, Régimen Especial de Renta, Régimen MYPE Tributario y Régimen General.

Tabla 1. Frecuencia Ítem a

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 10 | 27% | 27% | 27% |
| | Conozco poco | 20 | 54% | 54% | 81% |
| | No conozco ni desconozco | 0 | 0% | 0% | 81% |
| | Conozco | 7 | 19% | 19% | 100% |
| | Conozco Mucho | 0 | 0% | 0% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

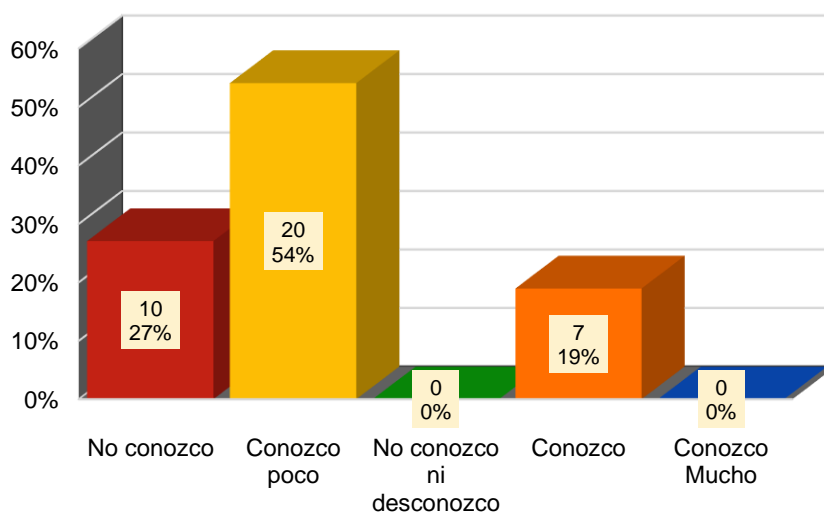


Figura 1. Regímenes Tributarios

INTERPRETACIÓN

Una vez procesados los datos, se obtuvieron los resultados observados en la figura 1 de los cuales se puede observar que de los 37 comerciantes encuestados el 54% conocen poco

de la existencia de los 4 regímenes tributarios, el 27% no conoce, el 19% conoce y no hay nadie que no conozca ni desconozca ni que conozca mucho.

Ítem b) De manera mensual, como comerciante está obligado a pagar impuestos.

Tabla 2. Frecuencia Ítem b

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 5 | 14% | 14% | 14% |
| | Conozco poco | 16 | 43% | 43% | 57% |
| | No conozco ni desconozco | 2 | 5% | 5% | 62% |
| | Conozco | 14 | 38% | 38% | 100% |
| | Conozco Mucho | 0 | 0% | 0% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

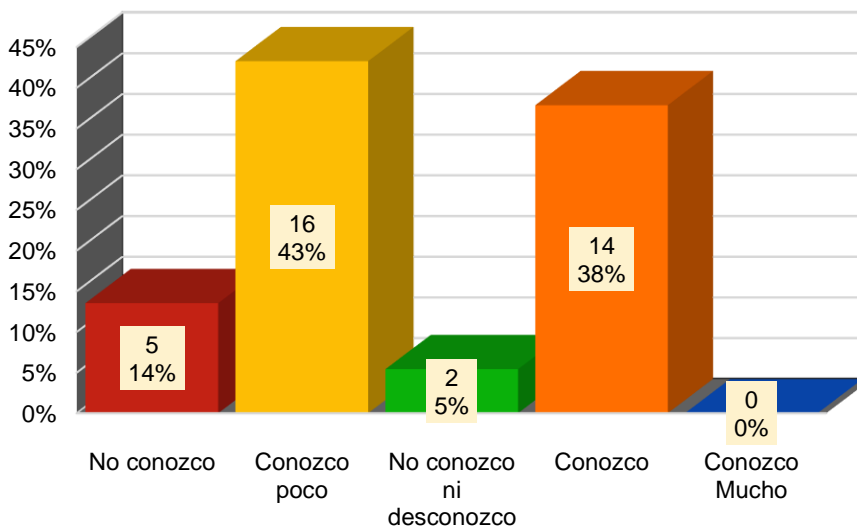


Figura 2. Pagos de impuestos

INTERPRETACIÓN

Según se puede observar en la figura 2, el 43% de los 37 comerciantes tienen poco conocimiento que están obligados a pagar impuestos, el 38% conoce, 14% no conoce, el 5% no conoce ni desconoce y no hay nadie de ellos que conozca mucho de su obligación del pago de impuestos.

Ítem c) La Actitud tributaria, se ve afectada por la existencia de desigualdad tributaria o por la cantidad monetaria de impuestos que hay que pagar.

Tabla 3. Frecuencia Ítem c

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 8 | 22% | 22% | 22% |
| | Conozco poco | 20 | 54% | 54% | 76% |
| | No conozco ni desconozco | 1 | 3% | 3% | 78% |
| | Conozco | 8 | 22% | 22% | 100% |
| | Conozco Mucho | 0 | 0% | 0% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

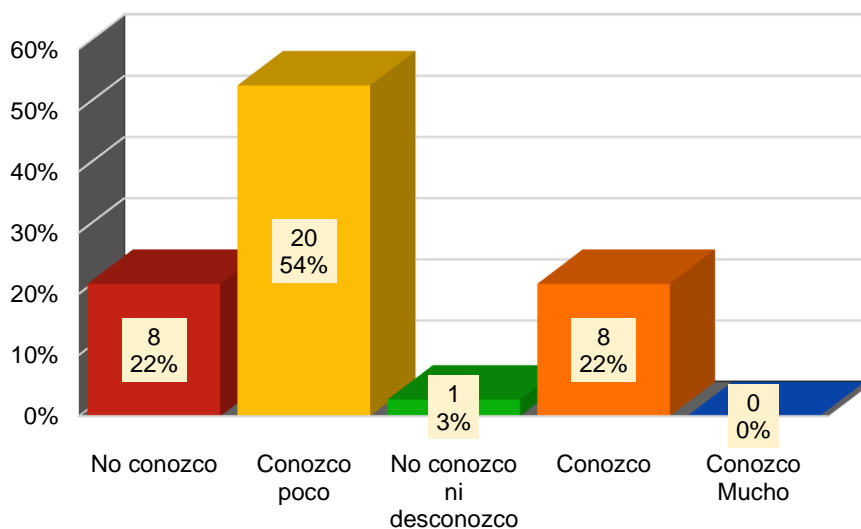


Figura 3. Actitud tributaria

INTERPRETACIÓN

Según la figura 3, el 54% de los comerciantes del Mercado San Martín conoce poco acerca de que la actitud tributaria se ve afectada por la desigualdad en los montos de pagos de impuestos, hay un 22% que no conoce y un 22% que conoce, el 3% no conoce ni desconoce y no existe nadie que conozca mucho

5.1.1.2 Dimensión 2: Delitos Tributarios

Ítem d) La informalidad se da cuando, personas que desarrollan actividades económicas no están inscritas en el Régimen Único de Contribuyentes (RUC) y no pagan impuestos.

Tabla 4. Frecuencia Ítem d

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 7 | 19% | 19% | 19% |
| | Conozco poco | 16 | 43% | 43% | 62% |
| | No conozco ni desconozco | 1 | 3% | 3% | 65% |
| | Conozco | 11 | 30% | 30% | 95% |
| | Conozco Mucho | 2 | 5% | 5% | 100% |
| Total | | 37 | 100 | 100 | |

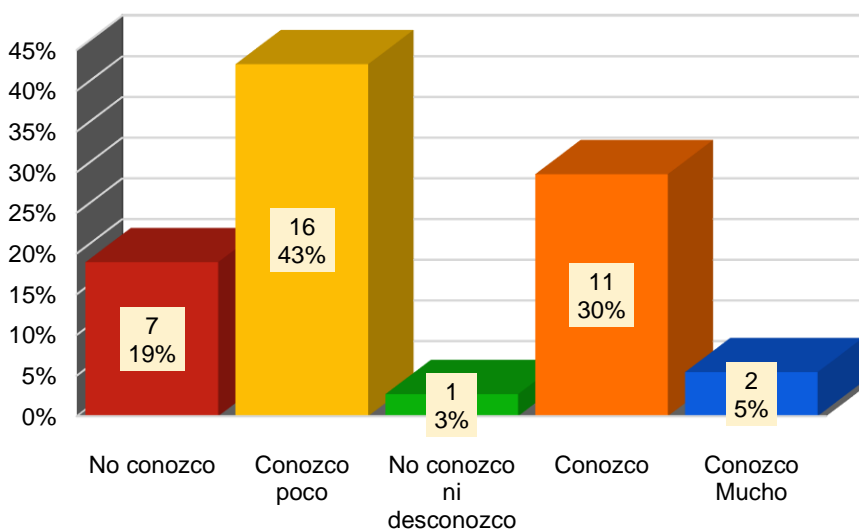


Figura 4. Informalidad

INTERPRETACIÓN

Según la figura 4, del total de los comerciantes encuestados, el 43% de estos conocen poco sobre que la informalidad, se desarrolla en el marco de no tener RUC y no pagar impuestos, el 30% conoce, el 19% no conoce, 5% conoce mucho y el 3% no conoce ni desconoce.

Ítem e) Las Anotaciones Falsas, se dan cuando se informa ante la SUNAT cifras fraudulentas o inexistentes de compras o ingresos, esta acción es sancionada hasta con pena privativa de libertad.

Tabla 5. Frecuencia Ítem e

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 8 | 22% | 22% | 22% |
| | Conozco poco | 16 | 43% | 43% | 65% |
| | No conozco ni desconozco | 1 | 3% | 3% | 68% |
| | Conozco | 10 | 27% | 27% | 95% |
| | Conozco Mucho | 2 | 5% | 5% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

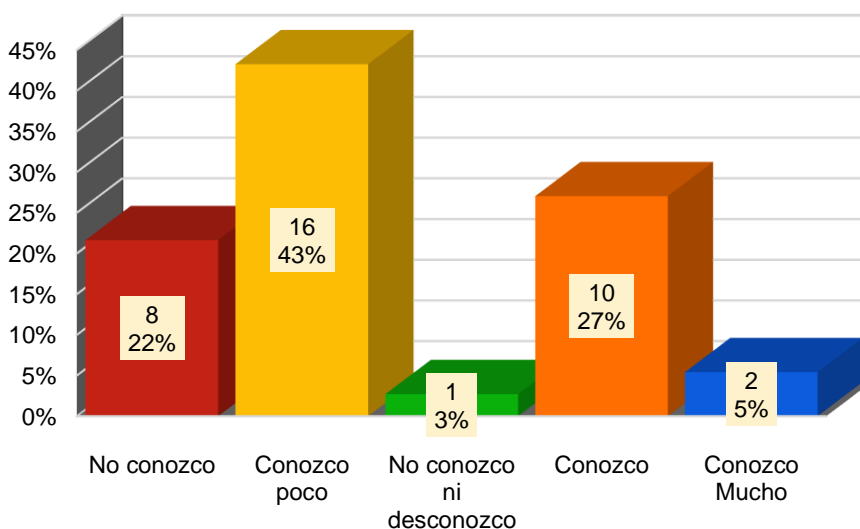


Figura 5. Anotaciones falsas

INTERPRETACIÓN

Según la figura 5, el 43% de los comerciantes conoce poco, el 27% conoce, el 22% no conoce, el 5% conoce mucho y el 3% no conoce ni desconoce respecto a que una anotación falsa se da cuando ante SUNAT se informan cifras inexistentes en compras o en ventas y que pueden ser sancionados hasta con pena privativa de libertad.

Ítem f) No emitir comprobantes de pago, es cuando al momento de realizar alguna venta no se entrega un documento que acredite la entrega del bien o del servicio brindado, esto es considerado como una infracción tributaria.

Tabla 6. Frecuencia Ítem f

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 6 | 16% | 16% | 16% |
| | Conozco poco | 15 | 41% | 41% | 57% |
| | No conozco ni desconozco | 0 | 0% | 0% | 57% |
| | Conozco | 14 | 38% | 38% | 95% |
| | Conozco Mucho | 2 | 5% | 5% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

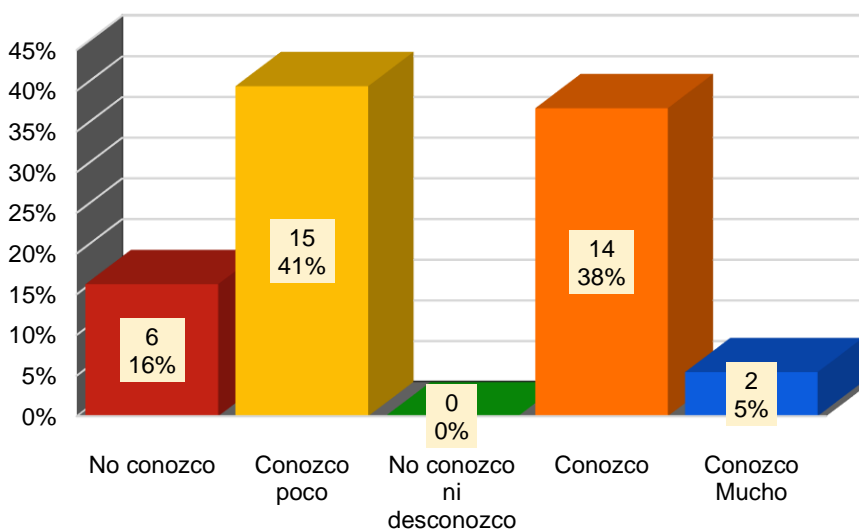


Figura 6. No emitir comprobantes de pago

INTERPRETACIÓN

Según la figura 6, el 41% de los comerciantes conoce poco que debe entregar un comprobante de pago ante la venta de un bien o la prestación de un servicio, el 38% conoce, el 16% no conoce, el 5% conoce mucho y el 0% no conoce ni desconoce.

5.1.1.3 Dimensión 3: Tributos

Ítem g) Los arbitrios, derechos y licencias, son las tasas más comunes cobradas en la mayoría de las municipalidades.

Tabla 7. Frecuencia Ítem g

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido No conozco | 8 | 22% | 22% | 22% |
| Conozco poco | 14 | 38% | 38% | 59% |
| No conozco ni desconozco | 2 | 5% | 5% | 65% |
| Conozco | 11 | 30% | 30% | 95% |
| Conozco Mucho | 2 | 5% | 5% | 100% |
| Total | 37 | 100 | 100 | |

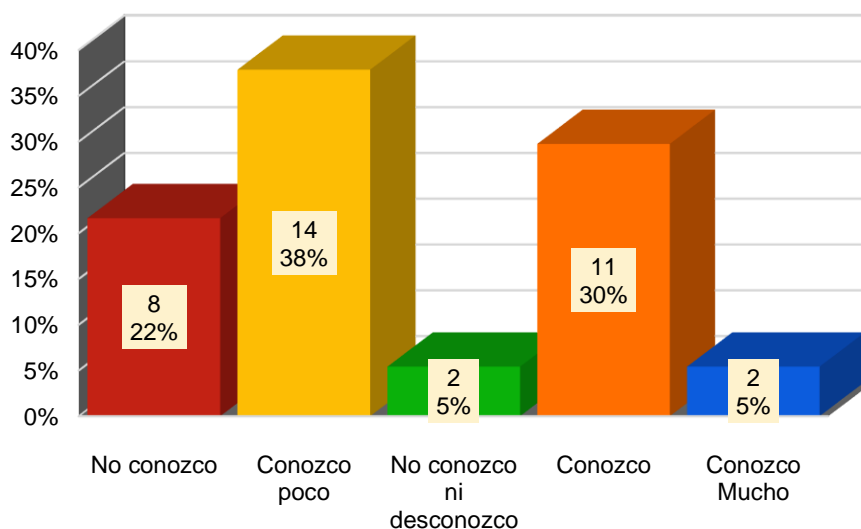


Figura 7. Tasas

INTERPRETACIÓN

Según la figura 7, respecto a las tasas más comunes cobradas por las municipalidades son los arbitrios, derechos y licencias, el 38% de ellos conoce poco al respecto, el 30% conocen, el 22% no conocen, y hay un 5% que no conoce ni desconoce y un 5% que conoce mucho.

Ítem h) Los impuestos, son el principal recurso de recaudación del gobierno, estos están destinados para vivienda, salud y educación de todos los peruanos.

Tabla 8. Frecuencia Ítem h

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 6 | 16% | 16% | 16% |
| | Conozco poco | 16 | 43% | 43% | 59% |
| | No conozco ni desconozco | 2 | 5% | 5% | 65% |
| | Conozco | 12 | 32% | 32% | 97% |
| | Conozco Mucho | 1 | 3% | 3% | 100% |
| Total | | 37 | 100 | 100 | |

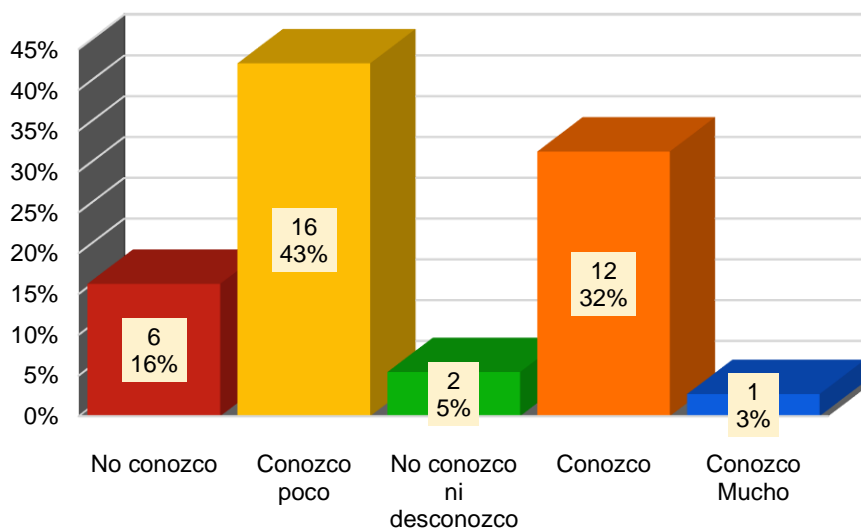


Figura 8. Impuestos

INTERPRETACIÓN

Según la figura 8, el 43% de los comerciantes encuestados tienen poco conocimiento que los impuestos son el principal recurso del gobierno destinados para vivienda, salud y educación de los peruanos, el 32% conocen, el 16% no conocen, el 5% no conocen ni desconocen y el 3% conocen mucho.

Ítem i) Las contribuciones son un tributo cuya obligación tiene como objeto generar beneficios, los que son derivados de la ejecución de obras públicas o de actividades estatales.

Tabla 9. Frecuencia Ítem i

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 6 | 16% | 16% | 16% |
| | Conozco poco | 20 | 54% | 54% | 70% |
| | No conozco ni desconozco | 2 | 5% | 5% | 76% |
| | Conozco | 8 | 22% | 22% | 97% |
| | Conozco Mucho | 1 | 3% | 3% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

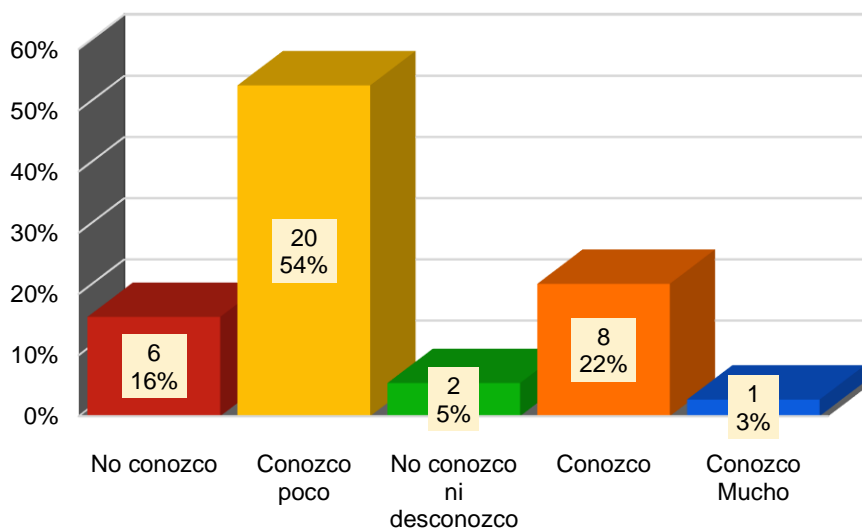


Figura 9. Contribuciones

INTERPRETACIÓN

Según la figura 9, el 54% de los encuestados tienen poco conocimiento sobre las contribuciones que son tributos cuyo objetivo es generar beneficios, los que son derivados de la ejecución de obras públicas o de actividades estatales, el 22% conocen al respecto, el 16% no conocen, el 5% no conocen ni desconocen y solo el 3% conocen mucho.

5.1.2 Resultados Estadísticos de la variable 2: Obligaciones Tributarias por ítem

5.1.2.1 Dimensión 4: Obligaciones Formales

Ítem j) La inscripción al RUC es un procedimiento que realiza una persona natural o persona jurídica, en esta inscripción le brindan su número de RUC, con el cual se identifica, este trámite se puede realizar presencial o virtual.

Tabla 10. Frecuencia Ítem j

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 8 | 22% | 22% | 22% |
| | Conozco poco | 13 | 35% | 35% | 57% |
| | No conozco ni desconozco | 0 | 0% | 0% | 57% |
| | Conozco | 13 | 35% | 35% | 92% |
| | Conozco Mucho | 3 | 8% | 8% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

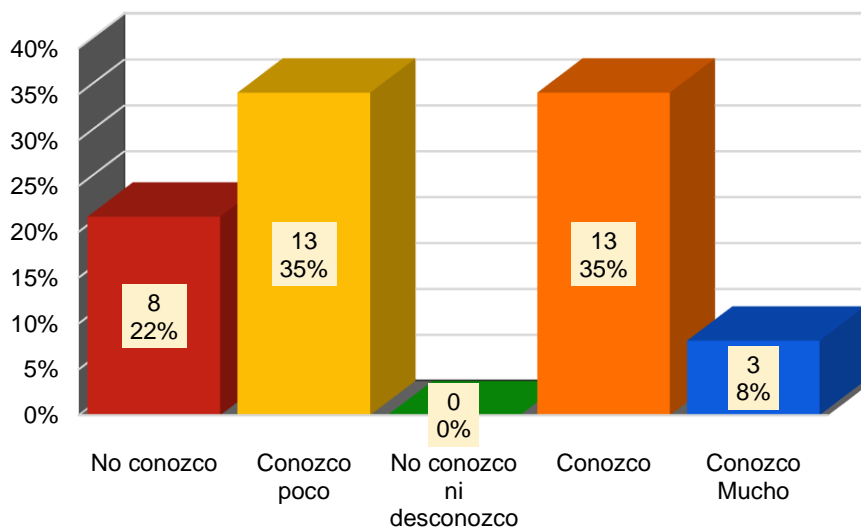


Figura 10. Inscripción del RUC

INTERPRETACIÓN

Según la figura 10, del total de los contribuyentes encuestados, el 35% conocen poco sobre la inscripción del RUC, el 35% conocen, el 22% no conocen, el 8% conocen mucho y el 0% no conocen ni desconocen

Ítem k) Un comprobante de pago, es el documento que acredita la entrega de un bien o servicio, el cual debe ser entregado de manera obligatoria.

Tabla 11. Frecuencia Ítem k

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 4 | 11% | 11% | 11% |
| | Conozco poco | 17 | 46% | 46% | 57% |
| | No conozco ni desconozco | 0 | 0% | 0% | 57% |
| | Conozco | 15 | 41% | 41% | 97% |
| | Conozco Mucho | 1 | 3% | 3% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

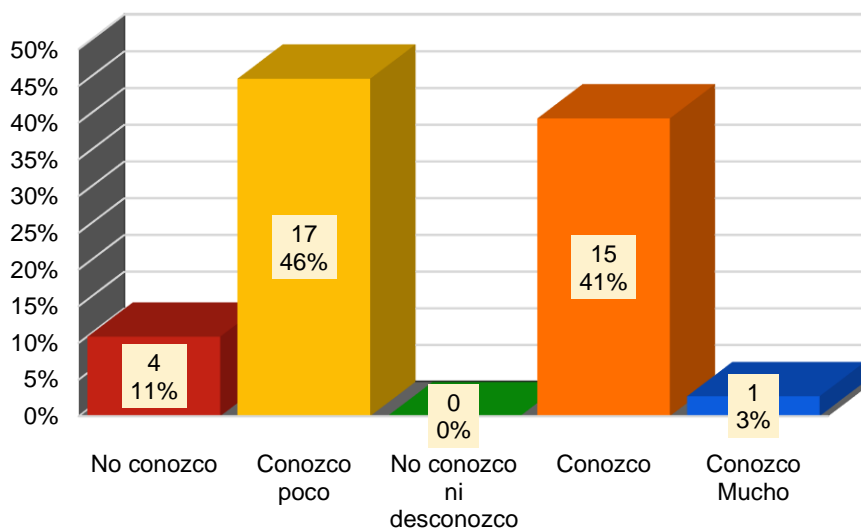


Figura 11. Comprobantes de pago

INTERPRETACIÓN

Según la figura 11, el 46% de con comerciantes del Mercado San Martín tienen poco conocimiento que un comprobante de pago se entrega al momento de vender un bien o por prestar algún servicio y se debe entregar obligatoriamente, el 41% conoce, el 11% no conoce, el 3% conoce mucho, y ninguno no conoce ni desconoce.

Ítem I) Libros contables, son registros en los cuales se hacen anotaciones de las operaciones, estos pueden ser registro de compras, registro de ventas, entre otros.

Tabla 12. Frecuencia Ítem I

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 11 | 30% | 30% | 30% |
| | Conozco poco | 14 | 38% | 38% | 68% |
| | No conozco ni desconozco | 1 | 3% | 3% | 70% |
| | Conozco | 9 | 24% | 24% | 95% |
| | Conozco Mucho | 2 | 5% | 5% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

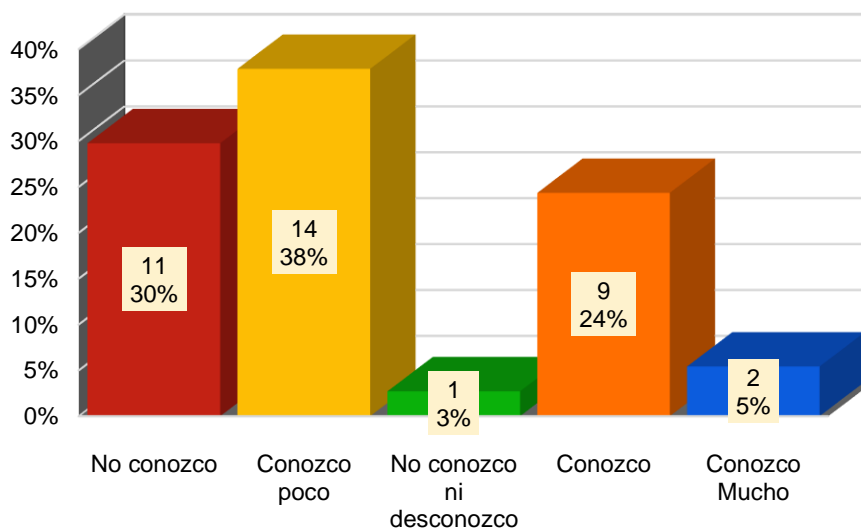


Figura 12. Libros contables

INTERPRETACIÓN

Según la figura 12, el 38% de los comerciantes conocen poco que los libros contables son registros en los que se anotan las operaciones como compras y ventas, el 30% no conocen, el 24% conocen, el 5% conocen mucho y el 3% no conocen ni desconocen.

Ítem m) Declaraciones Juradas, son las que se presentan de manera mensual o anual a la SUNAT, con estas se brinda información sobre los movimientos económicos de un negocio.

Tabla 13. Frecuencia Ítem m

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 7 | 19% | 19% | 19% |
| | Conozco poco | 15 | 41% | 41% | 59% |
| | No conozco ni desconozco | 1 | 3% | 3% | 62% |
| | Conozco | 13 | 35% | 35% | 97% |
| | Conozco Mucho | 1 | 3% | 3% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

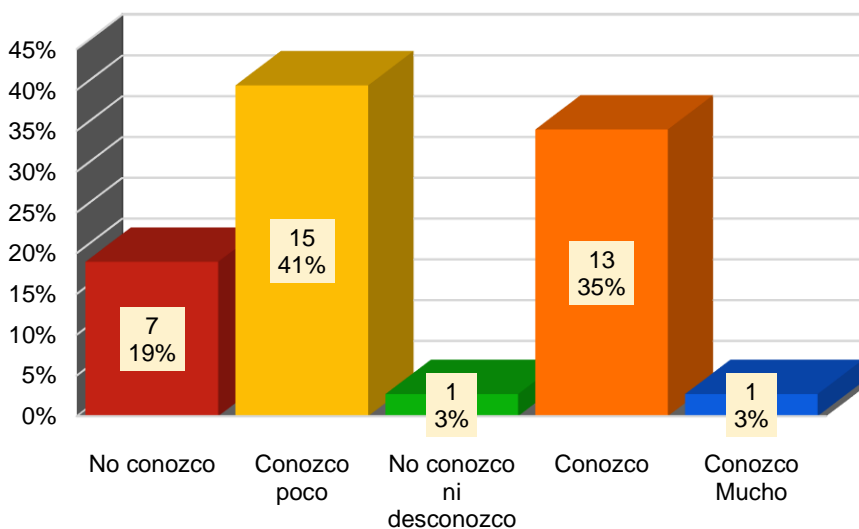


Figura 13. Declaraciones juradas

INTERPRETACIÓN

Según la figura 13, el 41% de los encuestados tienen poco conocimiento que las declaraciones juradas se pueden presentar de manera mensual o anual y que en estas se presenta información de los movimientos económicos de un negocio, el 35% conocen, el 19% no conocen, el 3% conocen mucho y el 3% no conocen ni desconocen.

5.1.2.2 Dimensión 5: Obligaciones Sustanciales

Ítem n) El Sistema de detracciones, es una manera de ahorro obligatorio, consiste en descontar cierto porcentaje de una venta y depositarla en una cuenta exclusiva del vendedor en el Banco de la Nación, este dinero se puede usar para el pago de impuestos.

Tabla 14. Frecuencia Ítem n

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 10 | 27% | 27% | 27% |
| | Conozco poco | 16 | 43% | 43% | 70% |
| | No conozco ni desconozco | 2 | 5% | 5% | 76% |
| | Conozco | 7 | 19% | 19% | 95% |
| | Conozco Mucho | 2 | 5% | 5% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

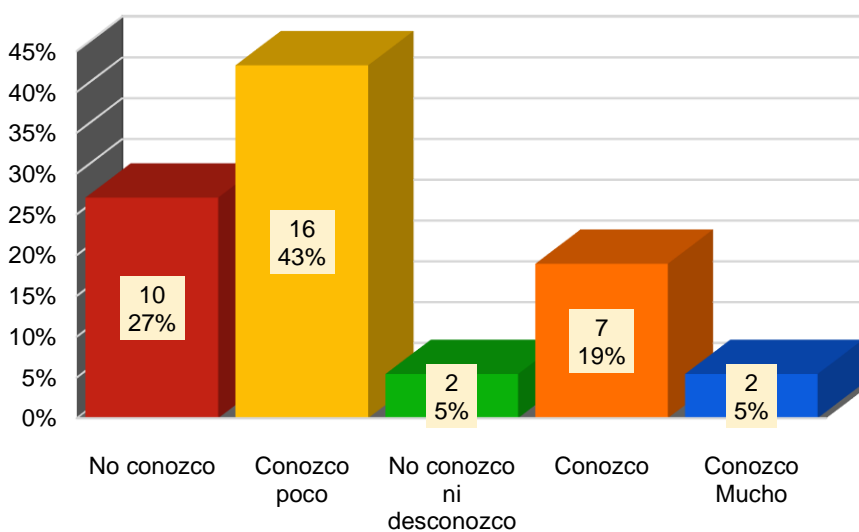


Figura 14. Sistema de detracciones

INTERPRETACIÓN

Según la figura 14, respecto al sistema de detracciones como una forma de ahorro el cual puede ser usado para el pago de sus impuestos y es depositado en una cuenta exclusiva del Banco de la Nación, el 43% conocen poco, el 27% no conocen, el 19% conocen, y el 5% conocen mucho y otro 5% no conocen ni desconocen.

Ítem o) Existen operaciones en las que es necesario el pago de percepciones, estas percepciones son un porcentaje que se adiciona a la venta y debe ser pagada por el cliente.

Tabla 15. Frecuencia Ítem o

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 12 | 32% | 32% | 32% |
| | Conozco poco | 16 | 43% | 43% | 76% |
| | No conozco ni desconozco | 0 | 0% | 0% | 76% |
| | Conozco | 7 | 19% | 19% | 95% |
| | Conozco Mucho | 2 | 5% | 5% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

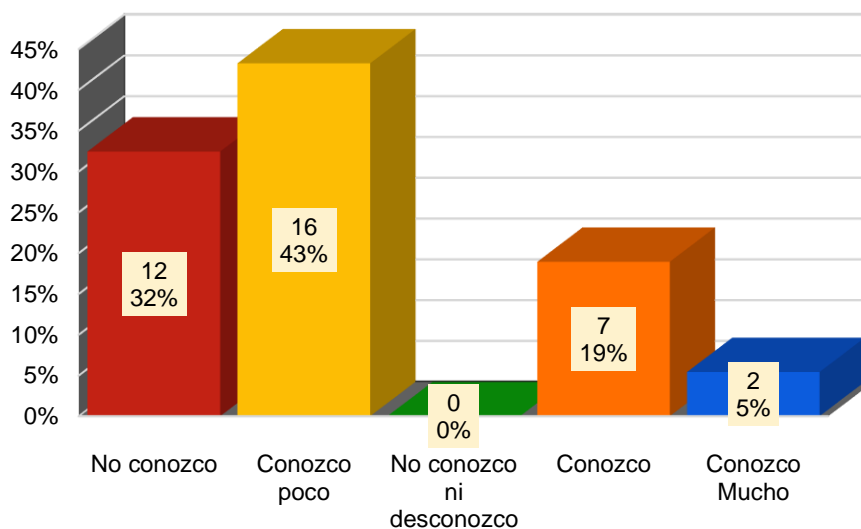


Figura 15. Pagar percepciones

INTERPRETACIÓN

Según la figura 15, sobre las percepciones que son un porcentaje que se adiciona a la venta y debe ser pagada por el cliente, de los comerciantes encuestados, el 43% de estos conocen poco, el 32% no conocen, el 19% conocen, 5% conocen mucho y nadie no conoce ni desconoce.

Ítem p) El pago de retenciones se da cuando una operación está afecta a esta obligación, se aplica el porcentaje del 3% de total de la venta, este monto se puede utilizar para cubrir el pago del IGV o se podrá solicitar una devolución.

Tabla 16. Frecuencia Ítem p

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 9 | 24% | 24% | 24% |
| | Conozco poco | 18 | 49% | 49% | 73% |
| | No conozco ni desconozco | 1 | 3% | 3% | 76% |
| | Conozco | 8 | 22% | 22% | 97% |
| | Conozco Mucho | 1 | 3% | 3% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

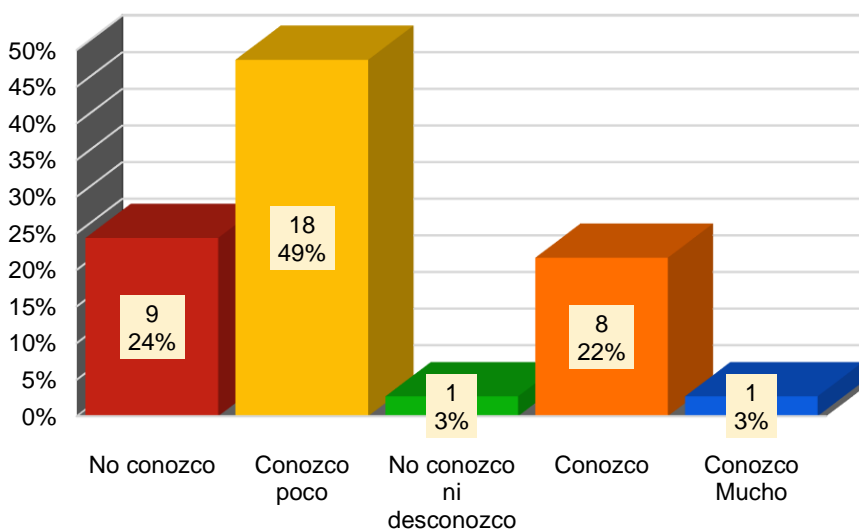


Figura 16. Pagar retenciones

INTERPRETACIÓN

Según la figura 16, respecto a que la aplicación de la retención del 3% del total de la venta, se puede utilizar para cubrir el pago del IGV o se podrá solicitar una devolución, el 49% de los comerciantes conocen poco, el 24% no conocen, el 22% conocen, el 3% conocen mucho y de ellos nadie no conoce ni desconoce.

Ítem q) Toda persona natural o jurídica que realiza actividades económicas debe pagar impuestos dependiendo su régimen y actividad, estos impuestos pueden ser: el Impuesto a la Renta, el IGV, el Impuesto Selectivo al Consumo, entre otros.

Tabla 17. Frecuencia Ítem q

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | No conozco | 10 | 27% | 27% | 27.0% |
| | Conozco poco | 13 | 35% | 35% | 62.2% |
| | No conozco ni desconozco | 1 | 3% | 3% | 64.9% |
| | Conozco | 12 | 32% | 32% | 97.3% |
| | Conozco Mucho | 1 | 3% | 3% | 100.0% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

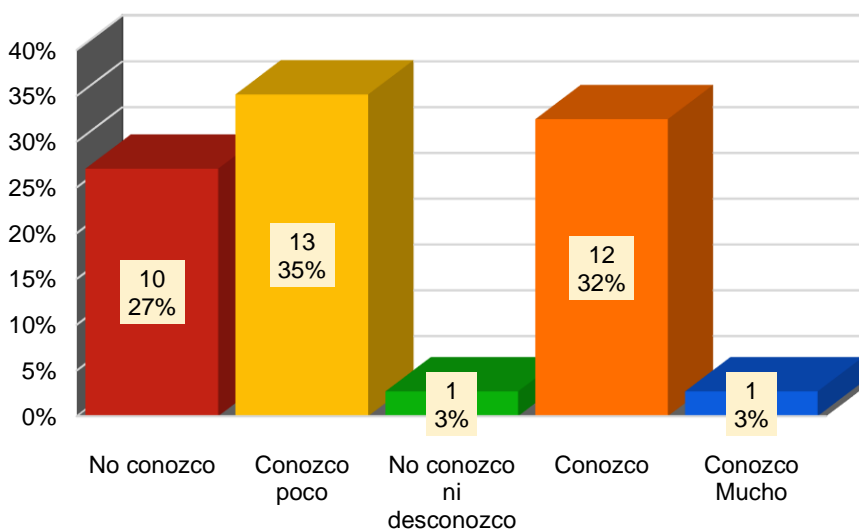


Figura 17. Pagar impuestos

INTERPRETACIÓN

Según la figura 17, respecto al conocimiento que tanto una persona natural o jurídica debe pagar impuestos dependiendo su régimen y actividad, y que estos impuestos pueden ser: el Impuesto a la Renta, el IGV, el Impuesto Selectivo al Consumo, el 35% conocen poco, el 32% conocen, el 27% no conocen y un 3% conocen mucho y el 3% restantes no conocen ni desconocen.

5.1.3 Resultados Estadísticos de las variables

Tabla 18. Construcción de escala de valoración – Baremación

| | | | | | | | | |
|---------|----------------|--------|---------|--------|--------|-------|--------|--------|
| Likert | Mínimo | 1 | Niveles | | | | | |
| | Máximo | 5 | | | | | | |
| Puntaje | | Var. 1 | Dim. 1 | Dim. 2 | Dim. 3 | V2 | Dim. 4 | Dim. 5 |
| | N° Preguntas | 9 | 3 | 3 | 3 | 8 | 4 | 4 |
| | Puntaje Mínimo | 9 | 3 | 3 | 3 | 8 | 4 | 4 |
| | Puntaje Máximo | 45 | 15 | 15 | 15 | 40 | 20 | 20 |
| | Rango | 37 | 13 | 13 | 13 | 33 | 17 | 17 |
| | Intervalo | 12.33 | 4.33 | 4.33 | 4.33 | 11.00 | 5.67 | 5.67 |
| BAREMO | Bajo (1) | 9 | 3 | 3 | 3 | 8 | 4 | 4 |
| | | 21 | 7 | 7 | 7 | 18 | 9 | 9 |
| | Medio (2) | 22 | 8 | 8 | 8 | 19 | 10 | 10 |
| | | 33 | 11 | 11 | 11 | 29 | 15 | 15 |
| | Alto (3) | 34 | 12 | 12 | 12 | 30 | 16 | 16 |
| | | 45 | 15 | 15 | 15 | 40 | 20 | 20 |

5.1.3.1 Variable 1: Cultura Tributaria

Tabla 19. Nivel de conocimiento de la variable Cultura Tributaria

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo | 21 | 57% | 57% | 57% |
| | Medio | 10 | 27% | 27% | 84% |
| | Alto | 6 | 16% | 16% | 100% |
| | Total | 37 | 100 | 100 | |

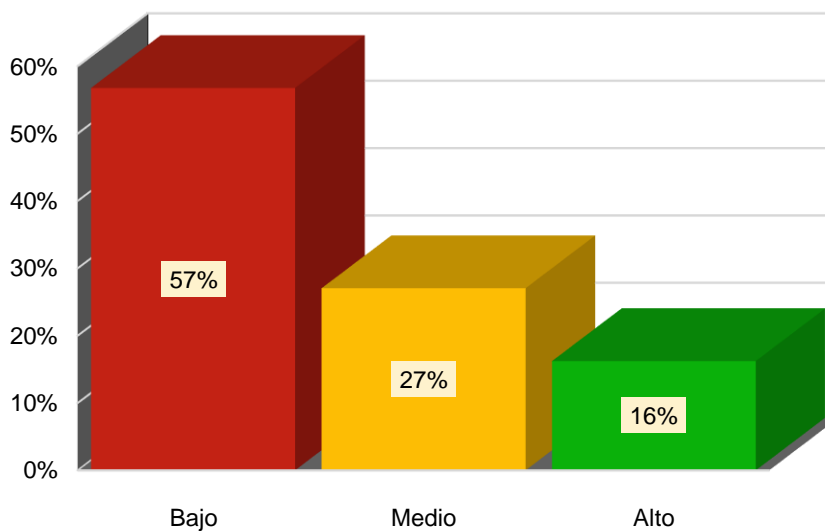


Figura 18. Nivel de conocimiento de la variable Cultura Tributaria

INTERPRETACIÓN

Según se puede observar en la tabla 19 y en la figura 18, de los 37 comerciantes encuestados del mercado San Martín, el 57% tiene un nivel de conocimiento bajo, el 27% un nivel de conocimiento medio y tan solo el 16% tiene un conocimiento alto de Cultura Tributaria.

5.1.3.2 Variable 2: Obligaciones Tributarias

Tabla 20. Nivel de conocimiento de la variable Obligaciones Tributarias

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo | 20 | 54% | 54% | 54% |
| | Medio | 10 | 27% | 27% | 81% |
| | Alto | 7 | 19% | 19% | 100% |
| Total | | 37 | 100 | 100 | |

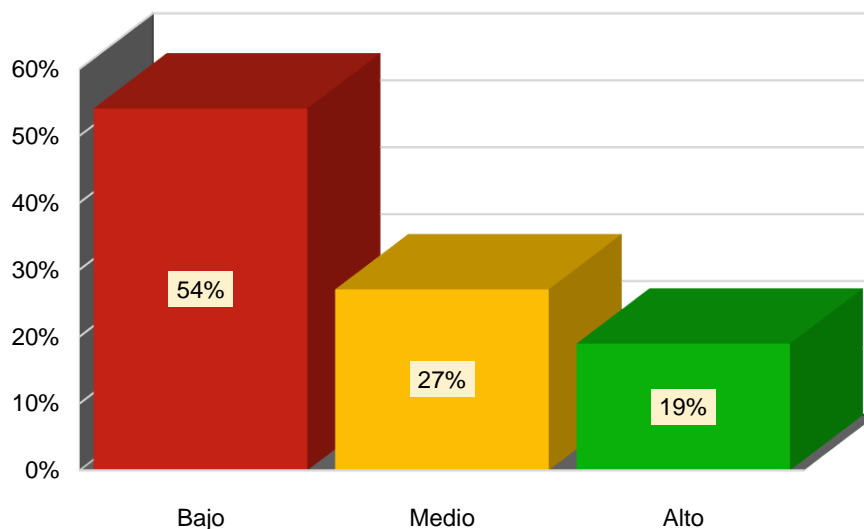


Figura 19. Nivel de conocimiento de la variable Obligaciones Tributarias

INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en la tabla 20 y en la figura 19, del total de 37 comerciantes del mercado San Martín de Cajamarca, el 54% tiene un nivel de conocimiento bajo, el 27% un nivel de conocimiento medio y solo el 19% un nivel de conocimiento alto respecto a las obligaciones tributarias.

5.1.4 Contrastación de la hipótesis

5.1.4.1 Procedimiento de recolección de datos

Para el presente trabajo de investigación, como primer paso se hizo una revisión del instrumento de recolección de datos, para después poder apersonarse al mercado San Martín y con permiso de los comerciantes coordinar el horario y fecha convenientes para la aplicación del cuestionario. Al momento de la aplicación, se dio las indicaciones necesarias para que los comerciantes procedan a marcar según sus conocimientos. Una vez finalizada la aplicación de la encuesta, se revisaron las respuestas, a las cuales se les asignó sus valores correspondientes haciendo uso de Microsoft Excel para así procesarlo en el programa SPSS versión 27.

5.1.4.2 Prueba de Normalidad

Tabla 21. Prueba de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|--------------------------|---------------------------------|----|-------|--------------|----|-------|
| | Estadístico | Gl | Sig. | Estadístico | Gl | Sig. |
| Cultura Tributaria | 0.140 | 37 | 0.066 | 0.922 | 37 | 0.013 |
| Obligaciones Tributarias | 0.161 | 37 | 0.017 | 0.918 | 37 | 0.010 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación:

Puesto que la muestra tomada es de 37 encuestados, esta cantidad al ser menor a 50, se consideró la prueba de normalidad con Shapiro Wilk, y como se puede observar en la tabla 21, el valor de Sig. de la variable Cultura Tributaria es 0.013 y de la variable Obligaciones tributarias es 0.010, en ambos casos los resultados son menores al valor de significancia de 0.05. Por lo tanto, corresponde usar la estadística no paramétrica, y para la prueba de hipótesis se va a usar el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

5.1.4.3 Prueba de Hipótesis

Para la prueba de hipótesis se va a usar el Rho de Spearman.

5.1.4.3.1 Hipótesis General

H1: La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

H0: La cultura tributaria no tiene un efecto significativo en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

Tabla 22. Prueba de normalidad

| | | | Obligaciones tributarias |
|-----------------|--------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Cultura Tributaria | Coefficiente de correlación | .935** |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | | N | 37 |

Interpretación:

Tal como se puede observar en la tabla 22, el valor de significancia es de 0,000, que es menor al 0.05; por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. De modo que, la cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones tributarias, con un valor altamente fuerte correspondiente al 93.5% según el Rho de Spearman.

5.1.4.3.2 Hipótesis Especifica 1

H1: La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones formales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

H0: La cultura tributaria no tiene un efecto significativo en las obligaciones formales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

Tabla 23. Efecto de Cultura Tributaria y Obligaciones Formales

| | | | Obligaciones Formales |
|-----------------|--------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Rho de Spearman | Cultura Tributaria | Coefficiente de correlación | .929** |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | | N | 37 |

Interpretación:

Tal como se puede observar en la tabla 23, el valor de significancia es de 0,000, que es menor al 0.05; por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. De modo que, la cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones formales, con un valor altamente fuerte correspondiente al 92.9% según el Rho de Spearman.

5.1.4.3.3 *Hipótesis Especifica 2*

H1: La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones sustanciales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

H0: La cultura tributaria no tiene un efecto significativo en las obligaciones sustanciales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023.

Tabla 24. Efecto de Cultura Tributaria y Obligaciones Sustanciales

| | | | Obligaciones Sustanciales |
|-----------------|--------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Rho de Spearman | Cultura Tributaria | Coefficiente de correlación | .899** |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | | N | 37 |

Interpretación:

Tal como se puede observar en la tabla 24, el valor de significancia es de 0,000, que es menor al 0.05; por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. De modo que, la cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones sustanciales, con un valor alto correspondiente al 89.9% según el Rho de Spearman.

5.1.4.3.4 *Diagrama de dispersión*

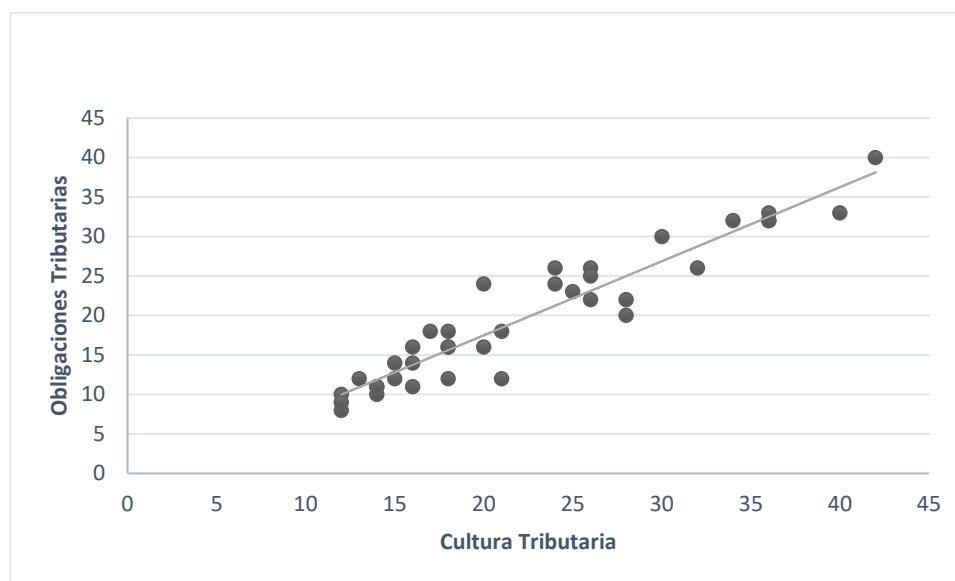


Figura 20. Diagrama de Dispersión

Interpretación:

Tal como se puede observar en la figura 20, la línea de referencia hace la indicación que existe una relación lineal positiva. El nivel de concentración de los puntos hace la indicación que hay un grado apreciable de relación entre las variables.

5.2 Discusión de Resultados.

En la tesis titulada: “Cultura Tributaria y su efecto en las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado San Martín, Cajamarca 2023”, cuyo objetivo es Determinar el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023, de esta se obtuvo como resultado que la cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones tributarias, pues mediante la prueba de hipótesis con el Rho de Spearman, se obtuvo como valor de significancia 0,000, que es menor al 0.05; por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. De modo que, la cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones tributarias. Este resultado coincide con (Gallardo, 2022), el cual con su tesis titulada “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en

los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Pedro Gálvez, 2022” con fines de obtención de grado de Contador Público, en esta tesis se concluye que la Cultura Tributaria tiene una relación directa con las Obligaciones Tributarias, en otras palabras, que, a mayor cultura tributaria, va a ser mayor o mejor cumplir con las Obligaciones Tributarias. Esto confirma lo que expresan (Paredes & Narváez, 2019) que la cultura tributaria hace que los contribuyentes tengan conocimiento tributario, lo cual logra evitar que se comentan delitos tributarios. Es indispensable comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado; así mismo de acuerdo al Art. 1 del Código Tributario menciona que las obligaciones tributarias son un vínculo entre un deudor y un acreedor tributario que tiene por objeto el cumplimiento de las obligaciones formales y obligaciones sustanciales, según lo expresado en el Código Tributario del vínculo entre un deudor y un acreedor tributario muestra que mientras la Cultura Tributaria de los comerciantes del Mercado San Martín sea mayor, será mayor también el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, tanto las formales como las sustanciales.

Conclusiones

1. Los resultados obtenidos según el Rho de Spearman demuestran que existe una correlación del 93.5% entre las variables Cultura Tributaria y Obligaciones tributarias. Esto confirma la hipótesis general que la cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023. Como ejemplo de esto, se determinó que solo el 19% de los comerciantes encuestados conocen que hay 4 regímenes tributarios, y el 54% conocen poco de estos regímenes, por lo que, muchos de ellos desconocen cómo tributar.
2. Según el Rho de Spearman la correlación entre la variable Cultura tributaria y la dimensión obligaciones tributarias formales es del 92.9%, constatando a la hipótesis específica 1: La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones formales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023. En este caso se pudo determinar que el 46% de los comerciantes encuestados tiene poco conocimiento de lo que es un comprobante de pago, lo cual muestra el bajo porcentaje que existe de cultura respecto a esta obligación formal.
3. Los resultados obtenidos según el Rho de Spearman la correlación entre la variable Cultura tributaria y la dimensión obligaciones tributarias sustanciales es del 89.9%, aceptando la hipótesis específica 2: La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones sustanciales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023. Por ejemplo, se determinó que un 43% de los comerciantes encuestados conocen poco sobre las percepciones, que estas pueden compensar el pago, ya sea de IGV o del nuevo RUS.

Recomendaciones

Tomando como base a los resultados obtenidos en esta investigación, se presentan las siguientes recomendaciones para que la junta directiva del mercado San Martín contribuya a la cultura tributaria y al cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes:

1. Enviar solicitudes ya sea a la Cámara de Comercio de Cajamarca, a la SUNAT o al Colegio de Contadores Públicos de Cajamarca, para que se brinden charlas, cursos o conversatorios de temas tributarios como: los regímenes tributarios, maneras de emitir comprobantes de pago, cuáles son las obligaciones formales y sustanciales, de qué manera cumplir con dichas obligaciones, y resolver todas las dudas orientadas a incentivar la cultura tributaria.
2. Crear sistemas de orientación que puedan incentivar la cultura tributaria en el mercado San Martín, mediante la colocación de información impresa en lugares visibles que SUNAT brinda para el cumplimiento adecuado de las obligaciones tributarias, o también mediante la entrega a cada comerciante.
3. Contratación de un asesor tributario o el mismo asesor del mercado, el cual puede estar establecido en un módulo por ciertos periodos para apoyar a los contribuyentes con sus dudas, corroborar si están inscritos al RUC, si emiten comprobantes de pago, si cumplen con el pago de impuestos, entre otros.
4. A los contribuyentes del Mercado San Martín se les recomienda aplicar lo que aprendan en las charlas tributarias, puesto que así van a cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias y evitar que se les sancione con multas, cierres de establecimiento, etc.

Referencias

- Acosta (2019). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado III de Tarapoto, 2019*. [Tesis de titulación. Universidad de Cesar Vallejo]. Repositorio institucional Universidad Cesar Vallejo - Perú. Obtenido de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43614>
- Alva M.et. al (2020). *Planeamiento tributario 2020,2021,2022 en el contexto de la pandemia del COVID-19*. Instituto Pacífico SAC
- Alvarado (2018). *Cultura Tributaria y obligaciones tributarias en empresas dedicadas al mantenimiento y reparación vehicular, San Juan de Lurigancho, 2018*. [Tesis de titulación. Universidad de Cesar Vallejo]. Repositorio institucional Universidad Cesar Vallejo - Perú. Obtenido de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/34821>
- Arias P. & Abril R. (2019). *Manual práctico del Impuesto a la renta empresarial y un enfoque contable y tributario*. Instituto Pacífico SAC.
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica. Para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas, humanas*. Enfoques Consulting EIRL
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación (1era. Ed.)*. México: e-book
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación de Colombia S.A.S
- Decreto Legislativo 1269, el que se modifica mediante la Resolución de Superintendencia 045-2017/SUNAT
- Effio, F. & Mamani, Y. (2029). *Detracciones, percepciones y retenciones, análisis y aplicación práctica*. Instituto Pacífico SAC

Gallardo (2022). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central del Distrito De Pedro Gálvez, 2022. [Tesis de titulación. Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio institucional Universidad Nacional de Cajamarca- Perú.*

Obtenido de:

<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/5365/TESIS%20-%20GALLARDO%20SAUCEDO%20ROMARIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gallardo (2022). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los contribuyentes acogidos al nuevo régimen único simplificado del Distrito de Cajamarca, 2022. [Tesis de titulación. Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio institucional Universidad Nacional de Cajamarca- Perú. Obtenido de:*

<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/5154/GALLARDO%20CARRERA%20EVELIN%20GIANELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García, J. (2017) *Elevemos la cultura tributaria en el Perú. Obtenido de:*

<https://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>.

Gunsha (2016). *Cultura tributaria en el sector de los emprendedores de la ciudad de Guayaquil. [Tesis de titulación. Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional Universidad de Guayaquil-Ecuador. Obtenido de:*

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/13829/1/J%C3%A9ssica%20Gunsha%20trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y rectas. Mc. Graw Hill Education.*

- León, M. (2018). Auditoria Tributaria Preventiva y procedimiento de fiscalización. Instituto Pacífico SAC.*
- Lozano & Licoa (2018). Cultura tributaria y su influencia en las estadísticas oficiales S.R.I. zona 8 periodo 2015-2017. [Tesis de titulación. Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional Universidad de Guayaquil-Ecuador. Obtenido de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37142/1/TESIS%20COMPLETA.pdf>*
- Mamani et. al. (2022). Incidencia De La Cultura Tributaria En La Recuperación Del Impuesto General A Las Ventas En Organizaciones No Gubernamentales De Perú. Obtenido de:
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/23328/18836>*
- Paredes R. & Narváez A. (2019). Conocimientos Básicos de Tributación y Cultura Tributaria en el Perú. Universidad Privada Antenor Orrego*
- Reglamento De Comprobantes de Pago Resolución De Superintendencia N ° 007-99/SUNAT.
Actualizada mediante Resolución de Superintendencia N° 000123-2022/SUNAT*
- Sunat.gob.pe (2022). Impuesto Selectivo al Consumo. Obtenido de: <https://www.gob.pe/7918-impuesto-selectivo-al-consumo-isc>*
- Sunat.gob.pe (2022). Regímenes tributarios. Obtenido de: <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>*
- Texto Único Ordenado del Código Tributario. Decreto Supremo N° 135-99-EF*
- Texto único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta Decreto Supremo N.° 179-2004-EF,
Publicado el 8.12.2004, y modificatorias*

*TUO del IGV y del ISC según el D.S. N° 055-99-EF Publicado el 15 de abril de 1999 y sus
modificatorias*

*Texto Único Ordenado del Código Tributario - Decreto Legislativo N° 816, publicado en el
Diario Oficial El Peruano el 21 de abril de 1996 y modificatorias*

Apéndices:

Apéndice A. Matriz de Consistencia Metodológica:

| Formulación del Problema | Objetivos | Hipótesis | Variables | Definición Conceptual | Dimensiones | Indicadores | Metodología |
|---|--|---|---------------------------------|---|---------------------------|--|--|
| Problema general: ¿Cuál es el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023? | Objetivo General: Determinar el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023 | Hipótesis General: La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023 | CULTURA TRIBUTARIA | Según Paredes & Narváez (2019) expresan que: "La cultura tributaria hace que los contribuyentes tengan conciencia tributaria [...] para que no se comenten delitos tributarios. Es indispensable comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado" (p.159). | Conciencia tributaria | Regímenes tributarios Pagos de Impuestos Actitud Tributaria | <ul style="list-style-type: none"> - Enfoque: Cuantitativo - Alcance o Nivel de investigación: Correlacional - Diseño de investigación: No Experimental/Transversal - Población: 61 comerciantes - Muestra: 37 comerciantes - Muestreo: Por conveniencia - Técnica: Encuesta - Instrumento: Cuestionario |
| | | | | | Delitos Tributarios | Informalidad Anotaciones Falsas No emitir comprobantes de pago | |
| Tributos | Tasas Impuestos Contribuciones | | | | | | |
| Problema Específico 1: ¿Cuál es el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones formales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023? | Objetivo Específico 1: Determinar el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones formales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023 | Hipótesis Específica 1: La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones formales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023 | CULTURA TRIBUTARIA | Según el art. 1 del C.T. menciona que "las obligaciones tributarias son un vínculo entre un deudor y un acreedor tributario que tiene por objeto el cumplimiento de las obligaciones formales y obligaciones sustanciales" | Obligaciones Formales | Inscripción del RUC Comprobantes de Pago Libros Contables Declaraciones Juradas | |
| | | | | | Obligaciones Sustanciales | Sistema de detracciones Pagar percepciones Pagar retenciones Pagar impuestos | |
| | | | | | Obligaciones Formales | Inscripción del RUC Comprobantes de Pago Libros Contables Declaraciones Juradas | |
| | | | | | Obligaciones Sustanciales | Sistema de detracciones Pagar percepciones Pagar retenciones Pagar impuestos | |
| | | | | | Obligaciones Formales | Inscripción del RUC Comprobantes de Pago Libros Contables Declaraciones Juradas | |
| Problema Específico 2: ¿Cuál es el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones sustanciales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023? | Objetivo Específico 2: Determinar el efecto de la cultura tributaria en las obligaciones sustanciales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023 | Hipótesis Específica 2: La cultura tributaria tiene un efecto significativo en las obligaciones sustanciales en los comerciantes del Mercado San Martín, Cajamarca 2023 | OBLIGACIONES TRIBUTARIAS | Según el art. 1 del C.T. menciona que "las obligaciones tributarias son un vínculo entre un deudor y un acreedor tributario que tiene por objeto el cumplimiento de las obligaciones formales y obligaciones sustanciales" | Obligaciones Formales | Inscripción del RUC Comprobantes de Pago Libros Contables Declaraciones Juradas | |
| Obligaciones Sustanciales | Sistema de detracciones Pagar percepciones Pagar retenciones Pagar impuestos | | | | | | |

Apéndice B. Instrumento de recolección de datos:

Universidad Nacional de Cajamarca

Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas

Escuela Académico Profesional de Contabilidad

Cuestionario

La presente encuesta tiene por finalidad recopilar información para la obtención de resultados de la Tesis titulada: “Cultura tributaria y su efecto en las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado San Martín, Cajamarca 2023”, la cual será analizada en forma anónima, agradeciendo de antemano su colaboración.

Instrucciones: Leer atentamente cada uno de los ítems y marque con (X) solo una de las alternativas que crea conveniente.

Variable 1: Cultura Tributaria

Dimensión 1: Conciencia Tributaria

a) El régimen tributario, es al que se debe acoger toda persona natural o jurídica que realiza actividades económicas, existen 4 regímenes tributarios: Nuevo RUS, Régimen Especial de Renta, Régimen MYPE Tributario y Régimen General.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

b) De manera mensual, como comerciante está obligado a pagar impuestos

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

c) La Actitud tributaria, se ve afectada por la existencia de desigualdad tributaria o por la cantidad monetaria de impuestos que hay que pagar.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

Dimensión 2: Delitos Tributarios

d) La informalidad se da cuando, personas que desarrollan actividades económicas no están inscritas en el Régimen Único de Contribuyentes (RUC) y no pagan impuestos.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

e) Las Anotaciones Falsas, se dan cuando se informa ante la SUNAT cifras fraudulentas o inexistentes de compras o ingresos, esta acción es sancionada hasta con pena privativa de libertad.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

f) No emitir comprobantes de pago, es cuando al momento de realizar alguna venta no se entrega un documento que acredite la entrega del bien o del servicio brindado, esto es considerado como una infracción tributaria.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

Dimensión 3: Tributos

g) Los arbitrios, derechos y licencias, son las tasas más comunes cobradas en la mayoría de las municipalidades.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

h) Los impuestos, son el principal recurso de recaudación del gobierno, estos están destinados para vivienda, salud y educación de todos los peruanos.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

i) Las contribuciones son un tributo cuya obligación tiene como objeto generar beneficios, los que son derivados de la ejecución de obras públicas o de actividades estatales.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

Variable 2: Obligaciones Tributarias

Dimensión 1: Obligaciones Formales

j) La inscripción al RUC es un procedimiento que realiza una persona natural o persona jurídica, en esta inscripción le brindan su número de RUC, con el cual se identifica, este trámite se puede realizar presencial o virtual.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

k) Un comprobante de pago, es el documento que acredita la entrega de un bien o servicio, el cual debe ser entregado de manera obligatoria.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

l) Libros contables, son registros en los cuales se hacen anotaciones de las operaciones, estos pueden ser registro de compras, registro de ventas, entre otros.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

m) Declaraciones Juradas, son las que se presentan de manera mensual o anual a la SUNAT, con estas se brinda información sobre los movimientos económicos de un negocio.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

Dimensión 2: Obligaciones Sustanciales

n) El Sistema de detracciones, es una manera de ahorro obligatorio, consiste en descontar cierto porcentaje de una venta y depositarla en una cuenta exclusiva del vendedor en el Banco de la Nación, este dinero se puede usar para el pago de impuestos.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

o) Existen operaciones en las que es necesario el pago de percepciones, estas percepciones son un porcentaje que se adiciona a la venta y debe ser pagada por el cliente.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

p) El pago de retenciones se da cuando una operación está afecta a esta obligación, se aplica el porcentaje del 3% de total de la venta, este monto se puede utilizar para cubrir el pago del IGV o se podrá solicitar una devolución.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

q) Toda persona natural o jurídica que realiza actividades económicas debe pagar impuestos dependiendo su régimen y actividad, estos impuestos pueden ser: el Impuesto a la Renta, el IGV, el Impuesto Selectivo al Consumo, entre otros.

(1) No conozco

(2) Conozco poco

(3) No conozco ni desconozco

(4) Conozco

(5) Conozco Mucho

Apéndice C. Prueba de Fiabilidad del instrumento de recolección de datos

Variable 1: Cultura tributaria

Tabla 25. Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 37 | 100.0 |
| | Excluido ^a | 0 | 0.0 |
| | Total | 37 | 100.0 |

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

Tabla 26. Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0.933 | 9 |

El estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.933 que revela una buena consistencia interna para aplicar el cuestionario.

Variable 2: Obligaciones tributarias

Tabla 27. Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 37 | 100.0 |
| | Excluido ^a | 0 | 0.0 |
| | Total | 37 | 100.0 |

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

Tabla 28. Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0.942 | 8 |

El estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.942 que revela una buena consistencia interna para aplicar el cuestionario.

Apéndice D. Fotografía de aplicación de la encuesta:

