



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y  
FINANCIERAS**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**Cultura tributaria en comerciantes del mercado**

**N°2 de la Ciudad de Pucallpa-2020**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN  
CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**AUTOR:**

**Genix Ishuiza Ricaldi**

**ASESOR:**

**Mg. Quelbin Toledo Espinoza Carbajal**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**Finanzas Públicas y Privadas**

**Sub línea:**

**Tributación**

**UCAYALI - PERÚ**

**2021**

<b>Índice</b>	<b>pág</b>
Portada	i
Índice	ii
Índice de tablas	iv
Indice de figuras	v
Resumen	vi
Introducción	vii
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>01</b>
1.1. Descripción de la realidad Problemática	01
1.2. Formulación del Problema	03
1.3. Formulación de Objetivos de la investigación	04
1.4. Justificación	04
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>06</b>
2.1. Antecedentes	06
2.2. Bases Teóricas	11
2.2.1. Morosidad	11
2.3. Definición de términos básicos	17
<b>CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES</b>	<b>19</b>
3.1. Formulación de Hipótesis	19
3.2. Variable	19
3.3. Definición conceptual	19
3.4. Definición Operacional de variables	19
3.5. Operacionalización de la variable	20
<b>CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA</b>	<b>21</b>
4.1. Diseño de la investigación	21
4.2. Población y muestra	22
4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
4.4. Técnicas para el procesamiento de la información	32
<b>CAPITULO V: RESULTADOS</b>	<b>33</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>39</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>40</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>41</b>
Anexo 1: Matriz de consistencia	44

Anexo 2: Instrumentos de aplicación	45
Anexo 3: Base de datos de la variable	46
Anexo 4: Fotos	51

<b>Índice de tablas</b>	<b>pág.</b>
Tabla 1 Dimensión: Conocimiento tributario	33
Tabla 2 Dimensión: Percepción tributaria	34
Tabla 3 Dimensión:Comportamiento tributario	35
Tabla 4 Variable: Cultura tributaria	36

<b>Índice de figuras</b>	<b>pág.</b>
Figura 1 Dimensión: Conocimiento tributario	33
Figura 2 Dimensión: Percepción tributaria	34
Figura 3 Dimensión: Comportamiento tributario	35
Figura 4 Variable: Cultura tributaria	36

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general conocer cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N°2 de la ciudad de Pucallpa- 2020. El diseño que se utilizó fue no experimental, en su variante diseño transversal descriptivo, la muestra de estudio estuvo conformado por 168 comerciantes asociados del mercado N° 02 del distrito Calleria, del periodo 2020, la técnica de muestreo que se empleó fue probabilística en su modalidad aleatorio simple. En el estudio se utilizaron tres dimensiones y nueve indicadores de la variable cultura tributaria. Se concluye respecto a la variable Cultura tributaria que el 14,29% de comerciantes refieren que siempre practica cultura tributaria, 62,50% a veces y 23,21% nunca, es decir contribuyentes con desconocimiento de tributación, tiene una percepción equivocada y adopta comportamiento de contribuyente que no paga sus impuestos, no emite comprobantes de pago, busca siempre pagar menos.

## **Introducción**

La escasa de cultura tributaria que tienen los conciudadanos es uno de los factores principales que influye negativamente en la recaudación de las obligaciones tributarias generando la evasión de los impuestos, la informalidad de las empresas e imposibilitando al país un buen crecimiento económico.

El Estado como institución de instituciones debe continuar fortaleciendo la cultura tributaria, porque esta se encarga de consolidar la conciencia tributaria de las personas (naturales, jurídicas y autoridades) y como consecuencia de ella se obtiene la disminución de la evasión de impuestos tributarios, que implica más inversión en justicia, salud, educación y seguridad nacional por ende se tendríamos un país más desarrollo. En por ende, cuando la persona tiene cultura tributaria se refleja en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias oportunamente, lo cual trae beneficios para el país y para sus propias empresas.

En ese sentido, el presente trabajo tiene como título “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado N° 02 de la Ciudad de Pucallpa, 2020”, pretende contribuir en la reducción de los impuestos tributarios y en la solución de problemáticas que sucintan en los comerciantes del mercado N° 02 para la toma de decisiones de manera oportuna. Así, el objetivo de nuestro estudio es conocer el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado N° 02 de la Ciudad de Pucallpa, 2020. Con miras a lograr la consecución de este objetivo el trabajo de investigación se estructuró de la siguiente manera:

En el capítulo I, se considera el planteamiento del problema de investigación, el cual incluye: descripción de la realidad problemática, formulación del problema, formulación de objetivo de la investigación y la justificación del mismo

El capítulo II, hace referencia al marco teórico, lo que incluye: los antecedentes, bases teóricas y definición de términos básicos.

En el capítulo III, se aborda hipótesis y variables, lo que incluye: el

Identificación de la variable y definición operacional de la variable.

El capítulo IV, está referido a la metodología, lo que incluye: diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y técnicas para el procesamiento de la información.

El Capítulo V, presentamos el tratamiento estadístico, análisis e interpretación de los datos por ende los resultados.

Además, se considera las conclusiones y recomendaciones a que se ha llegado después de desarrollar el trabajo de investigación.

Finalmente, presento la referencia bibliográfica de los textos de autores internacionales y nacionales que han sido utilizados en el trabajo de investigación.



## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Descripción de la realidad Problemática**

El escaso pago de los impuestos del conciudadano, es indicador de poca cultura tributaria que tienen las personas del país y del mundo, entonces las autoridades de los diversos países del mundo no podrán satisfacer las necesidades y expectativas de los ciudadanos en materia de servicios básicos y en obras de beneficio público. Del bajo nivel de cultura tributaria que tienen las personas, las autoridades fiscales son conscientes y testigos, esta actitud y comportamiento es difícil de cambiar en la persona, la única arma más poderosa que puede ir generando cambios en forma de pensar de las personas es la educación con un enfoque tributario, el cual debe impartirse desde temprana edad, con consecuencia de ello lograríamos que las personas paguen sus impuestos voluntariamente.

El número de empresas localizadas y creadas en una ciudad, es un indicador de su fortaleza económica que determina las posibilidades de lograr mayores niveles de crecimiento, empleo y bienestar, así como de incrementar la riqueza local, regional y nacional. Una ciudad es atractiva al capital de inversión en la medida en que logra posicionarse como un lugar que ofrece un entorno que facilita la actividad productiva, que cuenta con

un recurso humano de calidad y con condiciones de seguridad económica y jurídica. Consecuentemente con esto surge el concepto de sectores que conforman la economía de un país. Al respecto Gonzales (2018) afirma:

Uno de los factores internos más relevantes que influye en la recaudación tributaria, es la cultura tributaria de los contribuyentes, así lo entienden la Administración Tributaria y los estamentos de las instituciones del Estado. En ese sentido, la educación debe ser la base de desarrollo de la cultura tributaria, entendiendo este último como la tradición tributaria de un país y su interacción con valores culturales de los contribuyentes, tales como la honestidad, el sentido del deber y la justicia. (p. 21)

Efectivamente lo que se busca es formar persona con valores, conocimientos tributarios, en consecuencia es mirar cómo su talento humano asume sus deberes y obligaciones como ciudadano socialmente responsable.

Sin embargo, se puede observar que en nuestro país la mayoría de comerciantes son vendedores ambulantes, emprendedores que con mucho esfuerzo constituyen sus empresas, pero un buen porcentaje son informales y adolecen de cultura tributaria. Esto se debe a que presentan falta de conocimientos tributarios, afectando su conducta respecto al cumplimiento y pago de los tributos generando así que en Perú no haya crecimiento económico y por ende, no se desarrolle.

La región Ucayali no es ajena a esta problemática, ya que un claro ejemplo de esto es los comerciantes que están alrededor del mercado 2, donde la mayoría de las empresas comerciales tienen una actitud negativa frente a las entidades gubernamentales porque no encuentran reciprocidad frente al cumplimiento del pago de sus tributos, no encuentran mejoras en su comunidad y esto se debe a la mala administración de los recursos y a la deficiente administración de nuestros gobernantes, por esta situación aún existe la informalidad en el Perú. Claro está que hay empresas que si cumplen con el Estado debido a la implementación de un planeamiento

tributario que les permite cumplir con todas sus obligaciones tributarias, evitando tener infracciones o multas.

El origen del problema radica básicamente en la carencia de una educación cívica tributaria, que no se da en los hogares ni en los colegios. Al respecto Tapia (2009) sostiene que la mejor forma de crear una “Educación Tributaria” es introducir en los libros de enseñanza básico información sencilla y de fácil entendimiento, referente a lo que son los impuestos, utilizando a los maestros de todas las escuelas como principales promotores. (p. 04)

Por lo tanto no existe cultura tributaria en los ciudadanos de pagar voluntariamente y puntualmente sus obligaciones. Existe un comportamiento inadecuado de los contribuyentes, ya que no se preocupan por adquirir conocimientos tributarios para el cumplimiento de sus deberes como en el mejoramiento de sus localidad y del país, es por ello que se viene incidiendo en la formación de estudiantes con práctica constante de valores referidos a la tributación; de manera que los colegios asuman el compromiso de formar ciudadanos capaces de definir, defender y hacer cumplir normas de convivencia, para tener un país en el cual cada peruano sienta y sepa que puede realizar sus aspiraciones personales y sociales.

## **1.2. Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N°2 de la ciudad de Pucallpa-2020?

### **Problemas específicos**

- a. ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando el conocimiento tributario?
- b. ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N°

2 considerando la percepción tributaria?

- c. ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando el comportamiento tributario?

### **1.3. Formulación de objetivos**

#### **Objetivo general**

Conocer cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N°2 de la Ciudad de Pucallpa- 2020

#### **Objetivos específicos**

- a. Describir cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando el conocimiento tributario
- b. Identificar cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando la percepción tributaria
- c. Identificar cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando el comportamiento tributario

### **1.4. Justificación de la investigación**

El trabajo de investigación se justifica en los aspectos, que a continuación se detalla.

Teóricamente nuestro fenómeno de estudio se justifica por que tiene como propósito de aportar nuevos conocimientos generados en torno a cultura tributaria ya que es de gran importancia en nuestro país, para la generación de empleo, la lucha contra la pobreza y, en general, para el desarrollo de nuestra nación; para ello los conciudadanos tienen que adquirir cultura tributaria. En lo metodológico nuestro trabajo se investigación adquiere su justificación porque se logró actualizar por ende mejorar el instrumento para la recolección de datos (el cuestionario), adecuándolo a nuestra realidad regional, actualizándolo así para una mejor comprensión por parte de los encuestados que fueron cada uno de los comerciantes del mercado número dos. En lo práctico por que se

busca fortalecer la cultura tributaria de los comerciantes para cumplimiento de sus obligaciones tributarias de manera voluntaria y responsable asumirán el pago de los diferentes tributos, para que el Estado cuente con los recursos necesarios que le permitan elaborar programas de inversión, contribuyendo al desarrollo de la ciudad y beneficiando al país. Además porque esta investigación aporó como material útil ya sea como antecedentes y/o bases teóricas para las investigaciones futuras. En lo social nuestro fenómeno de estudio logró beneficiar a los comerciantes del mercado N° 02 de la ciudad Pucallpa como en el fortalecimiento de su cultura tributaria, así mismo la población en general son los beneficiarios ya que se realizaron de obras de alcance colectivo por parte del Estado.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes del problema

#### A nivel internacional

Camacho y Patarroyo (2017) en su tesis titulada *“Cultura tributaria en Colombia”*, realizado en la Escuela de Pregrado de la Facultad de Ciencias Empresariales Contaduría Pública de la Universidad Minuto De Dios. Llegó a la siguiente conclusión que, con la culminación de este trabajo se puede concluir que la cultura tributaria en Colombia es una herramienta fundamental que le permite al Estado generar un desarrollo económico, social, cultural y político, por lo que el perfil del contribuyente frente a la tributación es una de los componentes indispensables que permiten tener un desarrollo de la cultura tributaria. Por esta razón el contribuyente debe saber que como herramienta fundamental en el desarrollo de la cultura tributaria su comportamiento frente a la tributación tiene consecuencias que impactan en el desarrollo del país, pues de sus actuaciones depende en gran parte el desarrollo del mismo, es por esto que con el desarrollo de esta investigación se puede definir que uno de los perfiles del contribuyente, es el de una persona que desde que inicia su etapa de crecimiento debe adquirir valores que le permitan crecer como una persona honesta la cual al momento de tener obligaciones tributarias las cumpla según las normas establecidas, coadyuvando de esta manera con el buen progreso y funcionamiento de todo un país. Así mismo el contribuyente puede afianzar sus conocimientos y tener un mayor crecimiento en relación con la cultura tributaria en Colombia, participando de manera activa en los diversos programas que implementa el

gobierno en pro del desarrollo de la misma, del mismo modo el contribuyente debe estar en constante actualización de la información que tiene relación con la cultura tributaria, para que sus actuaciones frente a la misma sean de acuerdo a la normatividad y procedimientos que se encuentren vigentes.

Sarduy y Gancedo (2016), en su artículo titulado “*La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver*”, realizado en la Facultad de Contabilidad y Finanzas, Universidad de la Habana, Cuba. Llegó a la siguiente conclusión:

- El análisis anterior es un ejemplo clásico de cómo el Estado y, específicamente, los gobiernos municipales deben incrementar su rol de educador en el tema de los tributos, profundizando en las medidas tendientes a informar a la ciudadanía sobre los efectos positivos del pago de los tributos y la nocividad que produce la omisión del ingreso de los mismos.
- El desconocimiento de las funciones vitales que cumple el Estado en la sociedad, como la provisión de bienes públicos (la educación, justicia, salud y seguridad) hace que exista por parte de los ciudadanos una especie de apatía sobre la política tributaria y, con ello, un desinterés social general.
- La administración tributaria cubana tendrá que llevar a cabo un importante programa de educación tributaria y, como parte de esta estrategia, deberá ofrecer capacitación sobre los temas tributarios que engloban el proceso de elaboración del presupuesto, recaudación de recursos y de proyección del gasto público, como primer elemento. La cultura ciudadana y la promoción de principios éticos de la tributación permitirán una convivencia solidaria entre todos los integrantes de la sociedad cubana

### **A nivel nacional**

Chambilla, (2019), realizó la investigación: “*Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en las boticas de la ciudad de Tacna, 2018*”, en la escuela de Pre Grado de la Universidad Privada de

Tacna. La investigación llegó a la siguiente conclusión que, el conocimiento tributario contribuye al fomento de la cultura tributaria y evita el incumplimiento de emisión y entrega de comprobantes de pago, además se aprecia que desconocen las multas por no otorgar los comprobantes de pago y la importancia del comprobante de pago, se aprecia que la mayor parte de los encargados de las boticas no conocen los impuestos a pagar, en caso de emitir comprobantes de pago, finalmente al preguntar el motivo de no emitir el comprobante de pago, indica que el cliente no pide el comprobante de pago, otros indican que al emitir comprobante de pago estarían pagando más impuestos lo cual reduciría los ingresos, así mismo manifiestan por desconocimiento de la norma.

Gonzáles (2016) en su tesis titulada *“Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016”*, realizado en la Escuela de Pre Grado de la Universidad Cesar Vallejo. Llegó a las siguientes conclusiones:

- El nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, Año 2016 es bajo debido a que 25 de los comerciantes del mercado que realizaron la encuesta obtuvieron resultados por debajo del promedio equivalentes a un 83% del total de encuestados.
- Se identificó el conocimiento tributario en el mercado María del Socorro de Huanchaco, Año 2016 y se concluyó que el 80% no conoce lo que es un tributo y el 93% no conoce los requisitos y condiciones del Régimen Tributario al que pertenece.
- Las causas que motivan la falta de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco son un bajo conocimiento tributario, desmotivación para pagar sus impuestos, debido a que el 37% opinan que sus gobernantes son corruptos y consideran que los impuestos son excesivos y que no les va a generar ningún beneficio.
- Se ha propuesto un programa de implementación de estrategias para mejorar la cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, y así poder enriquecer su conocimiento tributario y disminuir



la desmotivación que sienten los comerciantes para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Ramos, (2015), realizó la investigación *“La cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión fiscal en las empresas comerciales de la provincia de Huara”*, en la escuela de Pre Grado de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Perú. La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- La Cultura Tributaria como estrategia influye de manera significativa en la disminución de la Evasión Fiscal en las Empresas Comerciales que desarrollan sus actividades en el ámbito geográfico de la Provincia de Huaura por cuanto permite no solamente crear conciencia tributaria y a través de ella generar en los contribuyentes valores éticos que signifique conocer sus derechos y deberes, sino también al conocimiento detallado e integral de las normas de manera que consolide una actitud positiva hacia la tributación en lo que respecta a la determinación y cumplimiento de sus obligaciones tributarias que en el caso de las Empresas que se dedican a la actividad comercial se concentran en el Impuesto a las Ventas y el Impuesto a la Renta de Tercera Categoría.
- La Cultura Tributaria como estrategia influye en la disminución de la Evasión Fiscal en las Empresas Comerciales que desarrollan sus actividades en el ámbito geográfico de la Provincia de Huaura respecto a la conciencia tributaria, por cuanto se traduce en un cambio de actitudes de los contribuyentes encaminados a que el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias obliga al Estado a utilizar de manera óptima los recursos financieros recaudados en beneficio de la Población actuando con responsabilidad y transparencia, es decir genera las buenas prácticas tributarias y rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de las forma y modos en que los contribuyentes actúan.

## **A nivel local**

Abanto, Ottos y Huanúco (2018) en su trabajo titulado *“Análisis de la cultura tributaria en la liquidación del impuesto a la renta tercera categoría – régimen especial en los contribuyentes de la ciudad de Pucallpa 2016”*. Realizado en la Escuela de Pregrado para Optar el Título Profesional de Contador Público. La investigación concluyó:

- La cultura tributaria en los contribuyentes de la Ciudad de Pucallpa Régimen Especial de 3ra categoría, incide de manera positiva en la liquidación del impuesto a la renta 2016, porque a mayor cultura tributaria generamos mayor recaudación. Se determinó que la educación tributaria desde el nivel inicial es fundamental para establecer una cultura tributaria, con la finalidad de obtener mayor recaudación de manera voluntaria por el contribuyente, y así mejorar la conciencia tributaria que es escasa en la actualidad. Se evidencio en el presente trabajo de investigación que los contribuyentes de la ciudad de Pucallpa 2016, tienen conocimiento de tributación, pero carecen de conciencia tributaria al momento de cumplir sus obligaciones, una de las causas más relevantes viene a ser el mal manejo de la distribución de los recursos por parte de gobierno y esto les genera desconfianza, y como consecuencia el desinterés al momento de tributar.
- Se llegó a la conclusión que la disposición tributaria son obligaciones legales por parte del estado hacia los contribuyentes, por ende el incumplimiento de las leyes establecidas, con llevan a infracciones, sanciones y delitos tributario, sin embargo poniendo en práctica la cultura tributaria, disminuiría estos tipo de acciones, así mismo la conciencia tributaria ayudara a ampliar la mayor recaudación del impuesto a la renta.

Castillo y Huamán (2017), realizó la investigación *“Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los micro empresarios del huequito n° 1 sector ropas del distrito de Calería, 2016”*, en la Escuela de Pre Grado para Optar el Título Profesional de Contador Público de la Universidad Privada de Pucallpa – Perú. La investigación llegó a la siguiente conclusión:

- Existe relación altamente significativa entre la cultura tributaria y obligaciones tributarias ( $P < 0.01$ ), siendo el grado de asociación de 0.603 moderada y  $p = 0,00$ .
- Existe relación altamente significativa entre la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias ( $P < 0.01$ ), siendo el grado de asociación de 0.579 moderada y  $p = 0,00$ .

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Cultura tributaria**

#### **Definiciones**

Comúnmente se suele confundir entre conciencia y cultura tributaria es este último está referido al grado de dominio de conocimiento e información que tienen los comerciantes en relación al impuesto y por extensión la cultura tributaria también está referido al conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que las personas tiene respecto a la tributación. Al respecto Méndez (2004) sostiene que:

La cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes que caracteriza a una población con respecto a la tributación ya patrones de conducta definidas por obligación de las normas en un primer momento y luego por el ambiente social y político que se vive en un ambiente dado, este es un factor importante que determina los valores de ética personal, respeto a la ley, la responsabilidad ciudadana y la solidaridad social de los contribuyentes. (p.123)

Efectivamente el cumplimiento de nuestras obligaciones tributarias debe ser asumido con mucha responsabilidad por parte de los conciudadanos, para ello tienen que desarrollar una cultura tributaria. En esa línea de ideas Golía (2003) señala que la cultura tributaria es “el conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de creencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación” (p.1).

Por su parte Bromberg, (2009) la cultura tributaria se define como un “conjunto de acciones con pretensión de sistematicidad que se financian mediante presupuesto de inversión y se diseñan con objetivos directos e impactos indirectos con el fin de mejorar la disposición de un sistema político a aceptar voluntariamente la carga y los procedimientos de tributos, tasas y contribuciones que se destinan a la provisión de bienes y servicios comunes o de bienes y servicios meritorios para el mismo sistema político que decide imponérselas” ( p.13).

## **Teorías**

Nuestro trabajo de investigación encuentra fundamento teórico en las siguientes teorías que citamos a continuación.

### **La teoría de utilidades esperadas de Von Neumann-Morgenstern**

Según Serra (2000), sostiene que la teoría tradicional de evasión tributaria supone que cada contribuyente realiza una selección de portafolio en la cual el activo sin riesgo es el ingreso declarado y el activo con riesgo es el ingreso no declarado. Las preferencias de las personas son representadas por la teoría de utilidades esperadas de Von Neumann-Morgenstern, es decir, la utilidad de una decisión con resultado incierto es igual a la suma de las utilidades de las distintas consecuencias posibles ponderadas por las probabilidades de que cada una de ellas ocurra. En este contexto, la evasión tributaria decrece con la probabilidad de que sea detectada y con el monto de la sanción. Además, si la pena es proporcional al impuesto evadido y los contribuyentes son adversos al riesgo, la evasión disminuye cuando se reduce la tasa impositiva.

Según Serra (2000), este enfoque ha sido extendido en varias direcciones. Algunos autores suponen que la probabilidad de que un contribuyente sea auditado crece con el monto de la subdeclaración (Yitzhaki, 1978), o bien incluyen un costo de asociado a ocultar ingresos de la AT (Virmani, 1989). En otros trabajos se plantea que los individuos deciden en forma simultánea cuánto trabajar y cuánto evadir (Cowell, 1985). Besley y McLaren (1993), por su parte, consideran el caso de

auditores corruptos: en este contexto, la recaudación esperada puede caer cuando la tasa impositiva o la sanción aumentan porque se hace más atractivo intentar sobornar al fiscalizador. Fishlow y Friedman (1993) desarrollan un modelo dinámico en el cual los individuos —sujetos a restricciones de endeudamiento— disminuyen su subdeclaración cuando sube su ingreso corriente y la aumentan cuando crece su ingreso futuro esperado, pues es la manera de aumentar su consumo actual (el modelo supone que las multas se pagan en el período siguiente).

Según Delgado (2005) en el texto titulado: “educación fiscal en España”, La educación tributaria es:

“... La Educación Tributaria es considerada como una actividad que solo concierne a los adultos y el pagar sus tributos es de ellos, bajo este contexto, los jóvenes no tendrían que preocuparse por la tributación ya que serían totalmente ajenos al hecho fiscal hasta que no se incorporaran a la actividad económica y estuvieran obligados al cumplimiento de obligaciones tributarias formales, en este sentido la educación tributaria de los ciudadanos más jóvenes carecería de sentido desde otra perspectiva. Pero en realidad se observa que los jóvenes, desde edades muy tempranas ya empiezan a incorporarse a la actividad económica no sólo a través de la familia y la escuela, estos empiezan muy pronto a tomar decisiones económicas como consumidores de bienes y servicios. El hecho de que los jóvenes no estén sujetos a obligaciones tributarias concretas no significa que sean totalmente ajenos a la tributación” (p.18)

Según Bonilla (2014) en el texto titulado: “La cultura tributaria como herramienta de la política fiscal: la experiencia en Bogotá”, La cultura tributaria es:

“...La cultura puede definirse como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, (...)

la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo” (UNESCO, s.f.). En este proceso complejo de consolidación de la cultura, la política pública juega un papel fundamental. Las decisiones impositivas y sus expresiones en el gasto (educación, salud, etc.) inciden en la forma como la sociedad construye su escala de valores. La percepción que se tenga sobre la tributación se expresa en el grado de aversión hacia los impuestos. Si los ciudadanos observan que los ingresos que el Estado obtiene a través de impuestos se expresan en una mejor calidad de vida, la aversión hacia la tributación es menor”. (p.28)

Efectivamente de habla de cultura tributaria cuando las personas tienen valores, creencias y actitudes respecto a la tributación y a las leyes que la rigen, y esto se traduce en una conducta que se manifiesta en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios, con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyente

Según Bravo (2011) en el texto *“Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: Experiencia en el Perú – CIAT Revista de Administración Tributaria N° 31”*

“...La motivación intrínseca de pagar impuestos” refiriéndose a las actitudes y creencias de las personas, es decir a los aspectos no coercitivos, que motivan la voluntad de contribuir por los agentes, reduciéndose al análisis de la tolerancia hacia el fraude y se cree que está determinada por los valores personales...”. (p.88)

### **2.2.1.1. Dimensiones**

#### **Conocimiento Tributario**

Según Estrada (2014), el conocimiento tributario es aquello que está relacionado con conocer y entender los principales aspectos de la tributación que constituyen parte de la cultura tributaria. Poseer un conocimiento amplio y profundo de la tributación, las normas y leyes tributarias no necesariamente

implica tener cultura tributaria, si ese conocimiento no va acompañado del compromiso ético de cumplir y de la práctica habitual de hacerlo (p.14). Entonces, el conocimiento tributario está referido al saber, a la actitud, a los valores tributarios que tiene los comerciantes. El dimensión presenta los siguientes indicadores que a continuación mencionados.

### **Indicadores de conocimiento tributario**

**Contribuyentes:** Persona física con derechos y obligaciones, frente a un agente público, derivados de los tributos. Estrada (2014)

**Comprobantes de venta:** Documento autorizado que acredita la transferencia de bienes o la prestación de servicios y es el respaldo de la propiedad de un bien. Estrada (2014)

**Educación tributaria:** Es la estrategia por excelencia para la formación de una cultura fiscal basada en el concepto de ciudadanía fiscal que implica asumir el cumplimiento de las obligaciones tributarias como contrapartida necesaria al legítimo ejercicio de los derechos cívicos. Estrada (2014)

### **Percepción**

Según Estrada (2014) La percepción está referido a sensaciones, ideas u opiniones en materia fiscal, suelen relacionarse tanto con la recaudación de los tributos como con su utilización; es decir, con los fines a que se destinan los recursos obtenidos por el Estado como producto de la tributación. Entonces, podemos afirmar que un buen gasto público, ejecutado con eficiencia, racionalidad y transparencia es el mejor promotor de la cultura tributaria. (p.14)

### **Indicadores de Percepción**

**Normatividad tributaria:** Leyes internas establecidas por los entes gubernamentales que establece la obligación generalmente monetaria establecida por un estado o nación. Estrada (2014)

**Cultural:** Conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes. Estrada (2014)

**Obligación tributaria:** Deberes jurídico-tributarios que surgen de la necesidad del pago de un tributo e incluye aspectos formales como emitir facturas o llevar un registro de la contabilidad. Estrada (2014)

### **Comportamiento tributario**

Según Estrada (2014). Toda clase de cultura se manifiesta en formas concretas que corresponden al pensar y al sentir de sus miembros, y cuya reiteración las convierte en hábitos, costumbres o tradiciones. En el caso de la cultura tributaria es igual se expresa en la práctica y puede medirse por el grado de cumplimiento voluntario de la obligación de tributar. No se limita al “saber” sino trasciende al “hacer”; es decir, no se trata de un tema conceptual sino conductual.

### **Indicadores de Comportamiento tributario**

**Cumplimiento:** Vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria. Estrada (2014)



**Evasión:** Uso de medios ilegales para reducir el pago de impuestos que le correspondería pagar a un contribuyente. Estrada (2014)

**Elusión tributaria:** Utilización de medios legales para reducir la cantidad de impuesto a pagar. Estrada (2014)

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### **Conciencia tributaria**

El cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la conciencia tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario. Glosario de términos tributarios. MEF (2017)

#### **Cultura tributaria**

Conjunto de conocimientos que posee una persona en el aspecto tributario, la cual utiliza para ampliar sus conocimientos personales o para aplicarlos normalmente a una entidad económica (empresa). Glosario de términos tributarios. MEF (2017)

#### **Incumplimiento**

El incumplimiento de un cierto deber de prestación puede dar lugar a la resolución sobre la base de una cláusula resolutoria incluida en el contrato, siempre que esa falta de ejecución hubiere sido determinada para ejercer la facultad de extinguir el vínculo obligatorio de ese modo. Glosario de términos tributarios. MEF (2017)

#### **Actitud tributaria:**

Es aquella predisposición que tienen los comerciantes para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en forma oportuna.

**Valores tributaria:**

Son los referentes que sirve para evaluar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y al mismo orienta regula el comportamiento de los comerciantes.

**Comportamiento tributario**

Son acciones o actividades que realizan los comerciantes para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de forma voluntaria

**Percepción tributaria**

La percepción está referido a sensaciones, ideas u opiniones en materia fiscal, suelen relacionarse tanto con la recaudación de los tributos como con su utilización. Estrada (2014)

**Conocimiento tributario**

Es aquella está referido al saber o al grado de dominio de conocimiento en relación a las normas, leyes, códigos y principios tributarios por parte de los comerciantes.

## **CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **3.1. Formulación de hipótesis**

Por la naturaleza de la investigación, no corresponde realizar la prueba de hipótesis.

### **3.2. Variable**

Cultura tributaria

### **3.3. Definición conceptual de la variable**

#### **Cultura tributaria**

“El conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de creencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación” Golía (2003. p.1)

### **3.4. Definición operacional de la variable**

#### **Cultura tributaria**

Su propio nombre indica, es aquello que esta referido al saber, hacer y al saber actuar ante escenarios tributarios, lo cual implica conocimiento, percepción y comportamiento tributario; la información se recojó mediante la aplicación de un cuestionario denominado “Cuestionario sobre cultura

tributaria” , que contiene 3 dimensiones: conocimiento, percepción y comportamiento tributario, con 6 items por cada dimensión, teniendo un total de 19 items, teniendo como escala de medición: Siempre: 3; a veces: 2, y nunca: 1

### 3.5. Operacionalización de la variable

#### Variable: Cultura tributaria

Dimensiones	Indicadores	Items		Escala de medición
		Nº	Contenido	
Conocimiento	Contribuyentes	01	¿Tiene conocimiento de los tipos de contribuyentes existentes?	Siempre A veces Nunca
		02	¿Reconoce los deberes formales de los contribuyentes?	
	Comprobantes de venta	03	¿Conoce los tipos de comprobantes de ventas?	
		04	¿Recibe comprobantes de pago?	
	Educación tributaria	05	¿Conoce los tipos de Regímenes tributarios?	
		06	¿sabe como tributar?	
Percepción	Normatividad tributaria	07	¿Tiene dificultad para realizar trámites tributarios?	
		08	¿Cumple con la normatividad tributaria?	
		09	Escucho hablar sobre la existencia de las normas tributarias	
	Cultural	10	¿Justifica a los contribuyentes por el no pago de impuestos?	
		11	¿Considera que existe una actuación masiva de los medios de comunicación para cumplir con los deberes tributarios?	
	Obligación tributaria	12	¿Se siente obligado a pagar impuestos?	
13		¿Considera que no debe ser obligación pagar impuestos?		
Comportamiento tributario	Cumplimiento	14	¿Es puntual en declarar sus impuestos?	
		15	¿Paga sus impuestos?	
	Evasión	16	¿Realiza alguna acción para disminuir los impuestos a pagar?	
		17	¿Entrega comprobantes de pago?	
	Elusión tributaria	18	¿Busca siempre pagar menos impuestos?	
		19	¿Oculta información?	

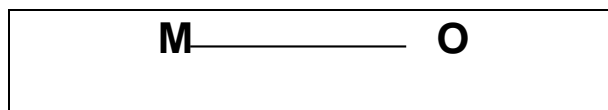
Tomado de Aguila.

## CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la investigación.

El diseño que se utilizó fue no experimental, en su variante diseño transversal descriptivo según Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostiene que, es experimental porque no se busca manipular la variable independiente, es transversal porque se recolectó datos en un solo momento, en un tiempo único y es descriptivo porque se buscó conocer y describir el nivel de cultura tributaria que tienen los comerciantes en relación al cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Cuyo esquema es el siguiente:



Donde:

M = Muestra, comerciantes del mercado N° 02, 2020.

O = Información obtenida sobre el nivel de cultura tributaria en los comerciantes determinados en la muestra.

#### 4.2. Población y muestra

##### Población

“La población es el conjunto de unidades de observación bien definidas, con características comunes y observables, agrupados con fines de estudio” (Córdova, 2013, p.84). En tal sentido la población estuvo conformado por 298 comerciantes asociados del mercado N° 02 del periodo 2020, según la base de datos en mención.

Quienes comparten las siguientes características comunes:

Pertenece al distrito de Calleria, condición de dedicación, son del mismo mercado N° 02, perciben ingresos económicos similares, los cuales dará más consistencia al fenómeno de estudio.

#### ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MERCADO N° 2 DE PUCALLPA-2020

CONDICIÓN	COMIDAS-PASAJE LIMA	CANTIDAD
Asociado	Cárdenas de Mayo Cheli	1
Asociado	Ricaldi Quiliano Florinda Nienes	1
Asociado	Ricaldi Quiliano Dora Nieves	1
Asociado	Silva Tenazoa Selmira	1
Asociado	Rojas bazan Joaquina	1
Asociado	Peralta Carbajal Carmen Rosa	1
Asociado	Machoa Obando Sonia Raquel	1
Asociado	Usaqui Barbaran diana	1
Asociado	Salomé Ricaldi Sixta	1
Asociado	Cruz Briceño Angelina	1
Asociado	Murayari Huanchi Letiamora	1
Asociado	Sánchez Torres Sonia	1
Sub total		12
CONDICIÓN	PESCADO-PASAJE LIMA	CANTIDAD
Asociado	Soto Núñez Georgina	1
Asociado	Montero Soto Patricia	1
Asociado	Valera BorborZaida	1
Asociado	Dávila Cárdenas Martha	1
Asociado	Flores Dávila Celina	1
Asociado	Lay Soto Roxana	1
Sub total		6
CONDICIÓN	JIRÓN UCAYALI ZAPATOS Y PASAMANERÍA	CANTIDAD
Asociado	Zapata Chiroque Felipe	1
Asociado	Becerra Malca Saúl	1
Asociado	Cachay Melo Rosela	1
Asociado	Melo de Cachay Esther	1

Asociado	Becerra Malca Saúl parte alta	1
Asociado	Tucto Berros Pi Julián	1
Asociado	Ahumada Vivanco Jony	1
Asociado	Cano Flores Edith	1
Asociado	Ruiz Sinarahua Roger Walter	1
Asociado	Del Águila Alvarado Wilson	1
Asociado	Alvarado de Del Aguila Betty	1
Asociado	Del Aguila Alvarado Wilson	1
Asociado	Malqui Tiburcio Dina	1
Asociado	Silva Montoya Carlos	1
Sub total		14
<b>CONDICIÓN</b>	<b>JIRÓN 7 DE JUNIO FERRETERÍA-PELUQUERÍA- CONFECCIONES-ABARROTÉS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Bazán Terrones Zocimo Roberto	1
Asociado	Pérez Hernández Olga	1
Asociado	Rojas Ríos Roel	1
Asociado	Vásquez Burga Máximo	1
Asociado	Vargas Reátegui César	1
Asociado	Gomez Rengifo Sadith	1
Asociado	Alvarado Vilca Bella Luz	1
Asociado	Alvarado Vilca Arnaldo Junior	1
Asociado	Sobrado Espinosa Daniel	1
Asociado	García Cáceres Marisol	1
Sub total		10
<b>CONDICIÓN</b>	<b>JIRÓN INDEPENDENCIA-PABELLÓN 1</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Incio Berna Joel Alberto	1
Asociado	Incio Santoyo Francisco	1
Asociado	Incio Santojo Neri	1
Asociado	Terrones Ríos Luz Mar	1
Asociado	Terrones Ríos Luz	1
Asociado	Alarcón Gonzales Raquel Karina	1
Asociado	Quito Tito Rosa	1
Asociado	Luque Quito Genys Amthony	1
Asociado	Luque Quito Daniel	1
Asociado	Alvarado Quesada Eddy Iván	1
Asociado	Alvarado Quesada Eddy Iván	1
Asociado	Camacho Heredia Clavelina	1
Asociado	Chuquista Camacho Juan David	1
Asociado	Alarcón Gonzales Jekeline Gisela	1
Asociado	Aguinaga Sajami Ana Luisa Isabel	1
Asociado	Landeo Rojas Prudencio	1
Sun total		16
<b>CONDICIÓN</b>	<b>JIRÓN INDEPENDENCIA-PABELLÓN 2</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Castillo Huamán Blanca	1
Asociado	Carhua Campos Elias	1
Asociado	Rojas Mendieta Virgilio	1
Asociado	Loyola Huaricapcha Wilder	1

Asociado	Salazar Mori Percy	1
Asociado	Vergara Rojas María Luisa	1
Asociado	Alarcón Isuiza Rosmel	1
Asociado	Estrada Vega Luz	1
Asociado	Loyola Huaricapcha Edith	1
Asociado	Fretel Berna Víctor	1
Asociado	Roncal Jimenez Walter	1
Asociado	Mananita García Sonia Adela	1
Asociado	Altamirano Arenas Martín	1
Asociado	Jaime Espinosa Victoria	1
Asociado	Elias Castro Elwensó	1
Asociado	Quispe chero Gladis	1
Asociado	Yangali Ircañaupa Isabel	1
Asociado	Baca Quiñones Marlene	1
Asociado	Tito Chambi Nestor	1
Asociado	Suxo Calla Yanet	1
Asociado	Ríos Lerma Richard	1
Asociado	Sánchez Espinoza Nancy	1
Asociado	Hernández García Elizabeth	1
Asociado	Loyola Aguirre Yennison	1
Asociado	Díaz Zelada Norma Isabel	1
Asociado	Meza de Peña Flor Demetria	1
Asociado	López Baldeón Casilda	1
Sub total		27
<b>CONDICIÓN</b>	<b>JIRÓN INDEPENDENCIA-PABELLÓN 3</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Incio Pacora Nelson	1
Asociado	López Baldeon Casilda	1
Asociado	Huamán Martel Teófico	1
Asociado	Cachay Vargas Esther	1
Asociado	Angas Pilco Pasencia Robert	1
Asociado	Castro Rafael Nancy Nelly	1
Asociado	Rafael Castro William	1
Asociado	Morales Moreno Melanio	1
Asociado	Cabello Balladares Marcia	1
Asociado	Casani Andrade Eulalia	1
Asociado	Machuca Villegas Emigdio	1
Asociado	Quispe Cabezudo Virgilia	1
Asociado	Monzón de Chero María	1
Asociado	Cepeda Castillo Lilia Genoveva	1
Asociado	Basan Gomez Ivett Marlene	1
Asociado	Romero Luna Blanca	1
Asociado	Palpa Franco Macario Manuel	1
Asociado	Sarmiento Canales Amparo	1
Asociado	Tello Suarez Vicente	1
Asociado	Camacho Heredia Eleiter	1
Asociado	García Pinedo Carolina	1
Asociado	Camacho Heredia Carloman	1



Asociado	De la Rosa Leandro Pedro	1
Asociado	Nina Huamán López Rocío Giovanna	1
Asociado	Baltazar Taype LLacchuarimay	1
Asociado	Sarmiento Campos Brian	1
Asociado	Polanco Ccasan Anthony	1
Asociado	Aucaice Año Alvarado	1
Asociado	Medina Oyola Marcelina	1
Asociado	Alarcon Condor Juana	1
Asociado	Monzon Vásquez Darío Abelardo	1
Asociado	Luke Mamani Estela	1
Sub total		32
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA I: MESAS FRUTA Y VERDURAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Mesa Orihuela Leonor	1
Asociado	Eguavil Gonzales Ada	1
Asociado	Vásquez Manzanares Telina	1
Asociado	Pichihuele Pacheco Carlos	1
Asociado	Wesenber Canchari Ruth	1
Asociado	Canchari Lamas Celestina	1
Sub total		6
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA II: MESAS POLLOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Macedo Ramírez Juanita	1
Asociado	Navarro Rodríguez Rosa	1
Asociado	Bardales Trauco Mirla	1
Sub total		3
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA III: MESAS POLLOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Rocío Gonzales Saavedra	1
Asociado	Vela Tananta Nolverta	1
Asociado	Macedo Ramírez Natalia	1
Asociado	Ramírez Bravo Victoria	1
Sub total		4
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA IV: MESAS CARNES ROJAS-GRANOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Gomes Castro Juana	1
Asociado	Matews Chung Ines	1
Asociado	Alvares Canchari Magaly	1
Sub total		3
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA V: MESAS CARNES ROJAS-CECINAS- EMBUTIDOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Mireya Flores Ríos	1
Asociado	Zumaeta Figueredo Radael	1
Asociado	Sangama Zumaeta Elva	1
Asociado	Gomes Peres Beimar	1
Asociado	Pérez Benito Rocío del Pilar	1
Sub total		5
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA VI: CARNES-PESCADOS SECOS-TAMALES- GRANOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Calero de Taboada Wildemira	1
Asociado	Norma Elizabeth Vásquez Najjar	1
Asociado	Vásquez Flores Aura	1

Sub total		3
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA VII: CARNES DE CERDO-CARNES DE RES-VISCERAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Rengifo Tuesta Elena	1
Asociado	Zumaeta Rengifo Américo	1
Asociado	Alave Sanjines Ana	1
Asociado	Sanchez Sanchez Aneldo	1
Asociado	Gama Vásquez Gina	1
Asociado	Alave Samjines Susana	1
Asociado	Arbildo Torres alberto	1
Sub Total		7
<b>CONDICIÓN</b>	<b>VIII: TAMALES MENESTRAS COCINADAS-REFRESCO DE LA REGIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Araujo Díaz Petit	1
Sub total		1
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA IX: VISCERAS-CARNES ROJAS-COCOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Moreno Saiz Elsa	1
Asociado	Sánchez Sánchez Margarita	1
Asociado	Izquierdo del Águila Reyna	1
Asociado	Lozano Lozano Erli	1
Sub total		4
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA X: BODEGAS-VERDURA-EMBUTIDOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Quispe chambi Lucio	1
Asociado	Aguirre Linares Luis Antonio	1
Sub total		2
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA XI: BODEGAS-VERDURA-EMBUTIDOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Ordoñez Cabrera Jorge Luis	1
Asociado	Beteta Tarazona Ofelia	1
Asociado	Loayza Sánchez Elizabeth	1
Asociado	Vega Segura Enma	1
Sub total		4
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA XII: BODEGAS-VERDURA-ABARROTÉS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Hidalgo Pecho	1
Asociado	Cuellar Valencia Irma	1
Asociado	Pahuacho Perez Cinthya	1
Asociado	Caballero Tiza Jorge	1
Sub total		4
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA XIII: BODEGAS-VERDURA-EMBUTIDOS-ABARROTÉS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Beteta Tarazona Roxana	1
Asociado	Veliz Ramírez Jalia	1
Asociado	Damián Gamarra Saturno	1
Sub total		3
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA XIV: VERDURAS-EMBUTIDOS-ABARROTÉS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Méndez Saldaña Luis Enrique	1
Asociado	Veleria Perez Gotya	1
Sub total		2
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA XV: ABARROTÉS-FRUTAS-JUANES-CONFECCIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>

Asociado	Sajami Ramírez Víctor	1
Asociado	Panduro Armas Clarisa	1
Asociado	Ortiz Godoy Cinthia	1
Asociado	Yudichi García Jessica	1
Asociado	García Pasquel Olga Flora	1
Asociado	Quito Salvatierra Ana Luis	1
Asociado	Krol Egg Maria	1
Sub total		7
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA XVI: VERDURAS FREJOLES COCINADOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Vásquez Burga Juan Carlos	1
Asociado	Godoy Rojas Luzmila	1
Asociado	Herrera Diego Justo	1
Sub total		3
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA XVII: PANES Y ROSQUILLAS II</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Yudichi García Marlon	1
Asociado	Cruz Olimbo Elias	1
Sub total		2
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA XVIII: MESAS JUGOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Angel Vela Eguavil	1
Asociado	Monica Quiroz Egoavil	1
Sub total		2
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA IX: MESAS JUGOS I</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Mestanza Montes Juanita	1
Asociado	Elda Vargas Lozano	1
Asociado	Isabel Sanchez Pezo	1
Asociado	Villon Rengifo Rosa	1
Sub total		4
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA XX: MESAS JUGOS II</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Arrollo Villon Gina	1
Asociado	Sandi Perez Evila	1
Sub total		2
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA PARED I: BODEGAS-CALZADOS-ESPECERIAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Padilla Pacheco Madeleine	1
Asociado	Perez Bastidas George	1
Sub total		2
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA PARED II: BODEGAS-INTERIOR-ESPECERIAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Peralta Inuma Karla	1
Asociado	Romero Cardenas Marco Valerio	1
Sub total		2
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA PARED III: BODEGAS-INTERIOR-ABARROTES-JUGOS-PLASTICOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Usaqui Barbarán Patricia	1
Asociado	Damián Gamarra Yolanda	1
Asociado	Pinedo Fuchs Norma Luz	1
Asociado	Atanacio Vega Lesly Juanita	1
Asociado	Muñoz Vela Tito	1
Asociado	Victorio Aquino Wincler	1

Asociado	García Flores Anderson	1
Asociado	Arévalo Panduro Nicolás	1
Sub total		8
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA PARED IV: BODEGA INTERIOR ABARROTÉS PLÁSTICOS Y JUGOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Román Obregon Waldir	1
Asociado	Ricaldo Tuesta Soria	1
Asociado	Wuispe Hauri María	1
Asociado	Nicasio Meza Olga	1
Sub total		4
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA PARED V: BODEGAS-INTERIOR-BIJUTERIA-JOYAS-METALES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Sajami Ramires Delia	1
Asociado	Sajami Ramirez Blanca Ines	1
Asociado	Rivera de Guzman Goya	1
Asociado	Yudichi de Garcia Marlon	1
Asociado	Shapiama Sanchez Jose	1
Asociado	Scharff Guevara Fredy	1
Sub total		6
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA PARED VI: BODEGAS-INTERIOR-PUBLICIDAD-JUGOS-COMIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Montoya Montesinos Melita	1
Asociado	Ishuiza Ricaldi Genix	1
Asociado	Perez Quezada Santos	1
Asociado	Sanchez Soto Raydo	1
Sub total		4
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA PARED VII: BODEGAS INTERIOR-PASTELERIA PLÁSTICOS-REFRESCOS-ABARROTÉS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Huampa Cahuana Mauro	1
Asociado	Flores Diego Martha	1
Sub total		2
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ZONA PARED VIII: BODEGAS-INTERIOR-VERDURAS-COMIDAS-POLLOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Mercado Rojas Aurelio	1
Asociado	Gabriel Laura Juana	1
Asociado	Zumaeta Sánchez Americo	1
Asociado	Murrieta Mestanza Estela	1
Sub total		4
<b>CONDICIÓN</b>	<b>ASOCIADOS Y CONDUCTORES EN EL MERCADO N° 2</b>	<b>CANTIDAD</b>
Asociado	Apaclla Limaco Teodoro Jesús	1
Asociado	Calderon Flores Diomisía	1
Asociado	De la Rosa Leandro Pedro	1
Asociado	Meza Luca Alejandro Veliz Maritza	1
Asociado	Canturin Trujillo Felicita	1
Asociado	Salas Tapullima Olga	1
Asociado	Siberia Malpartida Iria	1
Asociado	Tenazoa Tananta Anita	1
Asociado	Huaman Peralta Diana	1
Asociado	López Pochuanca Mariereny	1

Asociado	Sandoval Saucedo Elmer	1
Asociado	Escalante López Julia	1
Asociado	Calderón Vela Fiorella	1
Asociado	Vaneo Lachi Julia	1
Asociado	Castro Rafael Nancy	1
Asociado	Linares Ríos Isabel	1
Asociado	Vidal Rodríguez del Águila	1
Asociado	Maringo Presentación Lisy	1
Asociado	Isla Amasifuen Vilma	1
Asociado	Orihuela Meza Juana	1
Asociado	Cruz Huanca Marielen	1
Asociado	Andrade Saavedra Lia	1
Asociado	López Manuyama Idaura	1
Asociado	Mozombite Tapullima Josefa	1
Asociado	Acaro Orozco Pedro	1
Asociado	Murayari Cima Nelly	1
Asociado	Olga Moncada Gonzales	1
Asociado	Gonzales Chota Nidia	1
Asociado	Sangama Garcia Maria	1
Asociado	Moreno Vásquez Sandra	1
Asociado	Sandoval de Chuquipiondo Ana	1
Asociado	Zumaeta Figueredo Juan Manuel	1
Asociado	Dávila Espinoza Hilda	1
Asociado	Zumaeta Tejada Daygoro	1
Asociado	Velasco Tapullima Ángela	1
Asociado	Yale Arias Noe	1
Asociado	Ruiz de Soria Verita	1
Asociado	Gonzales Flores Teresa	1
Asociado	Pizango Siquihua Vilma	1
Asociado	Sinarahua Flores Ricky	1
Asociado	Garcia Flores Neli	1
Asociado	Sinarahua Aliaga Enma	1
Asociado	Celis Soria Deyvi	1
Asociado	López Malpartida Lila	1
Asociado	Pezo del Águila Mara	1
Asociado	Chino Saboya Robinson	1
Asociado	Angel Vela Egoavil	1
Asociado	Moncada Quiroz Gregoria	1
Asociado	Rengifo Reátegui Mirian	1
Asociado	Flores Reategui Norma	1
Asociado	Vargas Muñoz Martha	1
Asociado	Jaime Ramirez Lorenzo	1
Asociado	Caballero Diego Esther	1
Asociado	Sanchez Rios Bertha	1
Asociado	Ishuisa Ricaldi de Caceres Fiorella	1
Asociado	Fasanando Saavedra Belén	1
Asociado	Soria Guzman Yolanda	1

Asociado	Chumbe Soto Delfina	1
Asociado	Vega Zevallos Uldarico Vidal	1
Asociado	Sakazar Mori Percy	1
Asociado	Fretel Berna Victor Samuel	1
Asociado	Machuca villrgas Emigdio Timoteo	1
Asociado	Casela Picon Marina	1
Asociado	Romero Luna blanca Luisa	1
Asociado	Pinedo Garcia Carolina	1
Asociado	Vilchez Macedo Pablo	1
Asociado	Gomes Gordon Laura Zetih	1
Asociado	Alvarez Canchari Magali Yuliana	1
Asociado	Vásquez Gonzales Edgar	1
Asociado	Pérez Goytia Catalina	1
Asociado	Pastor ArmA Franco Piter	1
Asociado	Gastope y Torres Jose Justino	1
Asociado	Gonzales de Flores Consuelo	1
Asociado	Peralta Inuma Carla Priscila	1
Asociado	Romero Cardenas Wilfredo	1
Asociado	Rivera de Guzman Goya	1
Asociado	Montero Soto Patricia	1
Asociado	Castillo Huamán Blanca	1
Sub total		78
Total asociados (Población)		298

## Muestra

Es una parte de la población seleccionada a través de alguna técnica de muestreo probabilístico o no con el propósito de estudiar algunas cualidades y luego extender los resultados hacia la población. En tal sentido la muestra de estudio estuvo conformado por 168 comerciantes asociados del mercado N° 02 del distrito Calleria, del periodo 2020. Quienes comparten las siguientes características comunes: Condición de dedicación, contexto geográfico, pertenecen al mismo mercado, comparten condiciones socio económicas, las cuales darán más consistencia al fenómeno de estudio.

La técnica de muestro que se empleó fue probalística en su modalidad aleatorio simple. El tamaño muestral se calcula de acuerdo con la siguiente fórmula estadística y con los siguientes parámetros:

**Datos:**

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$N = 298$$

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$e = 5\% = 0.05$$

**Tamaño de muestra:**

$$n = \frac{Z^2 N P Q}{Z^2 P Q + (N - 1) E^2}$$

Donde:

- n = Muestra?
- Z = Coeficiente de confianza o valor crítico, su valor depende del nivel de confianza (como se trabajará al 95% de confiabilidad, entonces Z = 1,96).
- N = Población (298)
- P = Proporción muestral de un género (50% es lo máximo = 0,5).
- Q = Proporción muestral del género complementario a "p" (50% es lo máximo = 0,5).
- E = Error al estimar la media poblacional (se trabajará al 95% de confiabilidad, entonces la probabilidad de cometer el error será del 5% = 0,05).

$$n = \frac{(1,96)^2 (298) (0,5) (0,5)}{(1,96)^2 (0,5) (0,5) + (298-1) (0,05)^2} = \frac{286.1992}{1.7029}$$

$$n = 168$$

Por lo que la muestra de estudio estuvo conformada por 168 comerciantes que pertenecen al mercado N° 02 de la ciudad de Pucallpa.

#### **4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Durante el fenómeno de estudio se utilizó las técnicas e instrumentos según los procedimientos metodológicos:

##### **Técnica:**

**Encuesta:** Esta técnica permitió abstraer o recopilar información escrita procedente de los comerciantes del mercado N° 02 determinados en la muestra de estudio de la ciudad de Pucallpa

##### **Instrumento:**

**Cuestionario:** Este instrumento sirvió para recoger información escrita sobre cultura tributaria procedente de los comerciantes del mercado N° 02 de la ciudad de Pucallpa determinados en la muestra. El cuestionario sobre cultura tributaria consta de tres dimensiones como conocimiento, percepción y comportamiento tributario y cada una de ellas tienen sus respectivos indicadores, que hacen un total de 09 indicadores, y cada una de estas tiene sus ítems, haciendo un total de 19 ítems, para lo cual se utilizó el siguiente escala de medición siempre: 3, a veces: 2 y nunca: 1.

#### **4.4. Técnicas para el procesamiento de la información**

Se aplicó la técnica de la estadística descriptiva, en donde se utilizó tablas y figuras de barras en concordancia con el programa estadístico SPSS-V. 22.



## CAPÍTULO V: RESULTADOS

### RESULTADOS

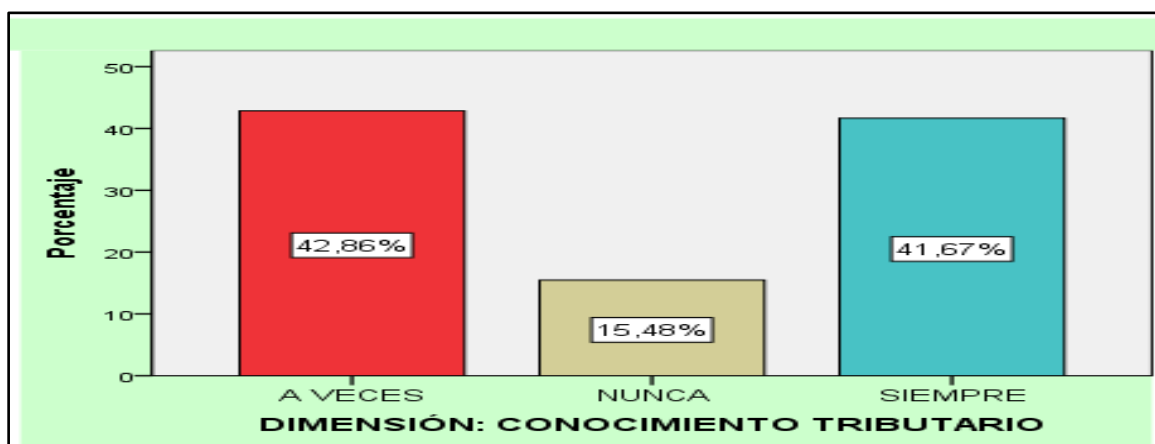
Se procesa las encuestas a través del programa SPSSV22, se presenta resultados en tablas y figuras de las variables y dimensiones en estudio.

**Tabla 1**

**Dimensión: Conocimiento tributario en comerciantes del mercado N°2 de la ciudad de Pucallpa-2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SIEMPRE	70	41,67
	A VECES	72	42,66
	NUNCA	26	15,47
	TOTAL	168	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 1: Dimensión: Conocimiento tributario**

Fuente: Tabla 1

**Interpretación:** De la tabla y figura 1, se observa el 41,67% de comerciantes refieren que siempre tienen conocimiento tributario, 42,86% a veces y 15,48% nunca.

**Tabla 2**

**Dimensión: Percepción tributaria en comerciantes del mercado N°2 de la ciudad de Pucallpa-2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SIEMPRE	31	18,45
	A VECES	89	52,98
	NUNCA	48	28,57
	TOTAL	168	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22

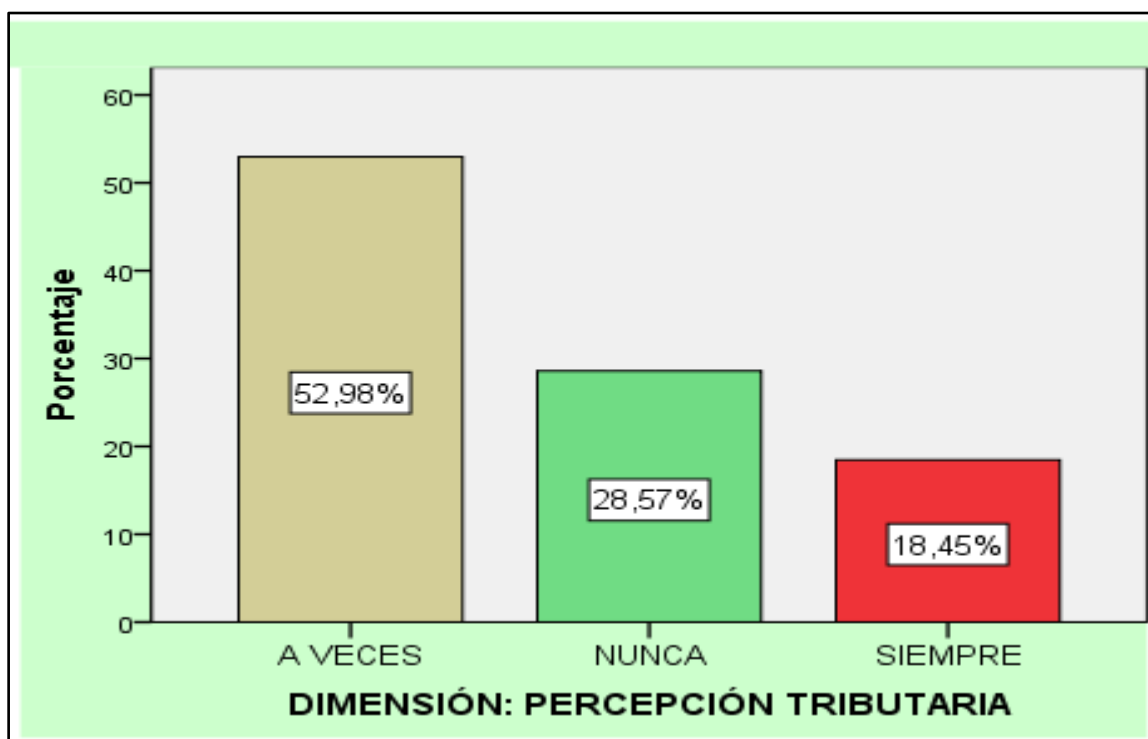


Figura 2: Dimensión: Percepción tributaria  
Fuente: Tabla 2

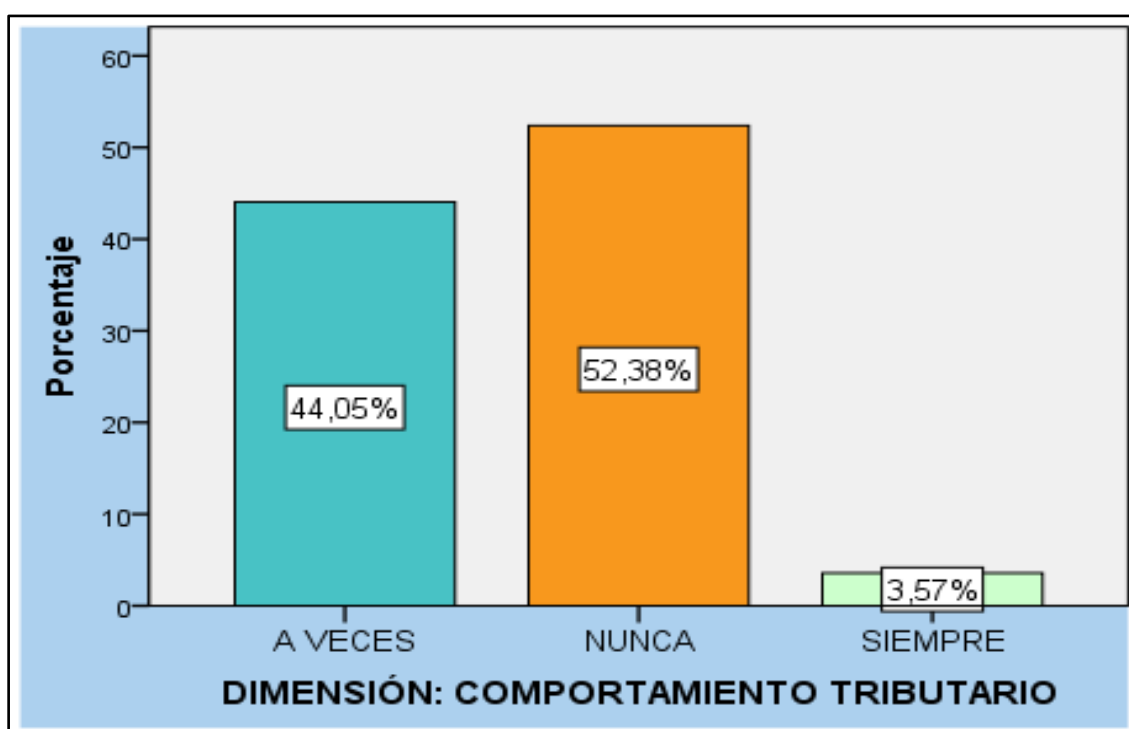
**Interpretación:** De la tabla y figura 2, se observa el 18,45% de comerciantes refieren que siempre tienen percepción tributaria, 52,98% a veces y 28,57% nunca.

**Tabla 3**

**Dimensión: Comportamiento tributario en comerciantes del mercado N°2 de la ciudad de Pucallpa-2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SIEMPRE	6	3,57
	A VECES	74	44,05
	NUNCA	88	52,38
	TOTAL	168	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 3: Dimensión: Comportamiento tributario**

Fuente: Tabla 3

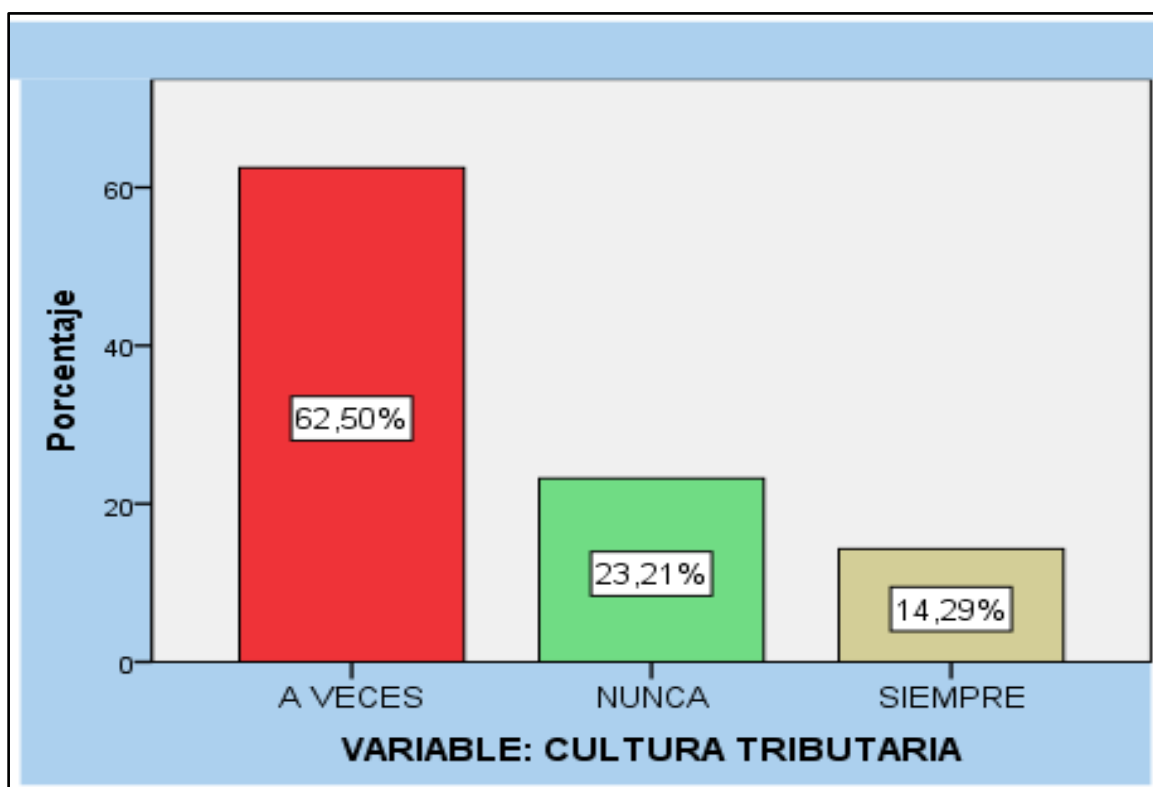
**Interpretación:** De la tabla y figura 3, se observa el 3,57% de comerciantes refieren que siempre tienen comportamiento tributario, 44,05% a veces y 52,38% nunca.

**Tabla 4**

**Variable: Cultura tributaria en comerciantes del mercado N°2 de la Ciudad de Pucallpa-2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SIEMPRE	24	14,29
	A VECES	105	62,50
	NUNCA	39	23,21
	TOTAL	168	100

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22



**Figura 4: Variable: Cultura tributaria**

Fuente: Tabla 4

**Interpretación:** De la tabla y figura 4, se observa el 14,29% de comerciantes refieren que siempre presenta cultura tributaria, 62,50% a veces y 23,21% nunca.

## DISCUSIÓN

Para efectos de la discusión, partiendo de la pregunta de investigación, ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N°2 de la Ciudad de Pucallpa- 2020? y luego obteniendo los resultados de la investigación, genera discusión de la tesis.

De la Tabla y figura 4 sobre la variable cultura tributaria se observa el 14,29% de comerciantes refieren que siempre presenta cultura tributaria, 62,50% a veces y 23,21% nunca. Estos resultados tienen relación con las conclusiones de Camacho y Patarroyo (2017), donde refiere que el contribuyente debe fortalecer sus conocimientos y actualización de información sobre la normatividad y procedimiento vigentes, que son aspectos que tiene relación con la cultura tributaria, lo confirma Sarduy y Gancedo (2016), donde refiere el desconocimiento del ciudadanos respecto a las funciones que el estado cumple en la sociedad apatía sobre la política tributaria, lo mismo señala Abanto, Ottos y Huanúco (2018), los contribuyentes carecen de conciencia tributaria al momento de cumplir sus obligaciones, producto de una distribución injusta de los recursos por parte del gobierno originando desconfianza del contribuyente. Esta variable está respaldada por La teoría de utilidades esperadas de Von Neumann-Morgenstern.

De la Tabla y figura 1 sobre la dimensión conocimiento tributario se observa el 41,67% de comerciantes refieren que siempre tienen conocimiento tributario, 42,86% a veces y 15,48% nunca. Estos resultados tienen relación con las conclusiones de Camacho y Patarroyo (2017), donde refiere que el contribuyente debe afianzar sus conocimientos y actualización de información sobre la normatividad y procedimiento vigentes, en relación con la cultura tributaria en Colombia, lo confirma Chambilla, (2019), el desconocimiento que existe por parte de dueños de boticas no conocen los impuestos a pagar, ellos refieren que emitir comprobantes de pago, pagaría más impuesto. Esta dimensión esta respaldada por Según Estrada (2014), donde refiere el conocimiento tributario es aquello que está relacionado con conocer y entender los principales aspectos de la tributación que constituyen parte de la cultura tributaria.

De la Tabla y figura 2 sobre la dimensión percepción tributaria se observa el 18,45% de comerciantes refieren que siempre tienen percepción tributaria, 52,98% a veces y 28,57% nunca. Estos resultados tienen relación con las conclusiones de Ramos, (2015), donde refiere la conciencia tributaria, por cuanto se traduce en un cambio de actitudes de los contribuyentes encaminados a que el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias obliga al Estado a utilizar de manera óptima los recursos financieros recaudados en beneficio de la población actuando con responsabilidad y transparencia, lo confirma Gonzáles (2016), señala las causas que motiva falta de cultura tributaria es el poco conocimiento de tributación, desmotivación para pagar sus impuesto, los gobernantes son corruptos y no genera ningún beneficio. Esta dimensión esta respaldada por Según Estrada (2014), donde refiere la percepción está referido a sensaciones, ideas u opiniones en materia fiscal, suelen relacionarse tanto con la recaudación de los tributos como con su utilización.

De la Tabla y figura 3 sobre la dimensión percepción tributaria se observa el 3,57% de comerciantes refieren que siempre tienen comportamiento tributario, 44,05% a veces y 52,38% nunca. Estos resultados tienen relación con las conclusiones de Abanto, Ottos y Huanúco (2018), donde refiere que los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias por ello se le impone sanciones infracciones tributarios, lo mismo Ramos, (2015), refiere crear conciencia tributaria y a través de ella generar en los contribuyentes valores éticos que signifique conocer sus derechos y deberes, sino también al conocimiento detallado e integral de las normas de manera que consolide una actitud positiva hacia la tributación en lo que respecta a la determinación y cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Esta dimensión esta respaldada por Estrada (2014), refiere que la cultura se manifiesta en formas concretas que corresponden al pensar y al sentir de sus miembros, y cuya reiteración las convierte en hábitos, costumbres o tradiciones.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Al término de la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

#### Primera conclusión

Se concluye respecto a la variable Cultura tributaria que el 14,29% de comerciantes refieren que siempre practica cultura tributaria, 62,50% a veces y 23,21% nunca, es decir contribuyentes con desconocimiento de tributación, tiene una percepción equivocada y adopta comportamiento de contribuyente que no paga sus impuestos, no emite comprobantes de pago, busca siempre pagar menos.

#### Segunda conclusión

Se concluye respecto al conocimiento tributario que el 41,67% de comerciantes refieren que siempre tienen conocimiento tributario, 42,86% a veces y 15,48% nunca, es decir contribuyentes más de la mitad tiene desconocimiento de tributación, desconoce los tipos de regímenes tributarios.

#### Tercera conclusión

Se concluye respecto a la percepción tributaria que el 18,45% de comerciantes refieren que siempre tienen percepción tributaria, 52,98% a veces y 28,57% nunca, es decir contribuyentes más de la mitad no tienen percepción lo que es tributar y donde se invierte lo que se recauda. A demás los contribuyentes tiene la percepción que el gobierno no realiza un buen manejo de los recursos económicos.

#### Cuarta conclusión

Se concluye respecto al comportamiento tributario que el 3,57% de comerciantes refieren que siempre tienen comportamiento tributario, 44,05% a veces y 52,38% nunca, es decir contribuyentes más de la mitad no tienen comportamiento tributario adecuado no paga sus impuestos en momentos oportuno, no entrega comprobante de pago al usuario, oculta información.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones son las siguientes:

- Se recomienda a los comerciantes recibir talleres o capacitación de obligaciones tributarias que ayude a la práctica de cultura tributaria de esta manera se amplía la recaudación de impuesto que luego tiene impacto en el desarrollo económico de un País.
- Se recomienda a los comerciantes de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión conocimiento tributario solicitar a la SUNAT, capacitación sobre tributación que está relacionado con los deberes formales, entrega y tipos de comprobantes de pago, Regímenes Tributarios.
- Se recomienda a los comerciantes de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión Percepción tributaria los contribuyentes comerciantes necesitan orientaciones de tramites tributario, desconocimiento de la normatividad tributaria, para cumplir con sus obligaciones tributarias.
- Se recomienda a los comerciantes de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión comportamiento tributario, los contribuyentes necesitan cambio de actitud para ello el estado tiene que invertir en capacitaciones desde de la entidad que le corresponde, más aun si queremos futuros contribuyentes responsable que cumplan con sus obligaciones tributaria, el estado debe implementar como una área de estudio Educación Tributaria en los diferentes niveles de estudio (Inicial, primaria, secundaria) que tendrá impacto económico positivo a largo plazo.



## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abanto, M. Ottos, M y Huanúco, J. (2018). *“Análisis de la cultura tributaria en la liquidación del impuesto a la renta tercera categoría – régimen especial en los contribuyentes de la ciudad de Pucallpa 2016”*. Tesis para optar al título profesional de Contador Público. Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali. Perú.
- Bonilla, E. (2014). *La cultura tributaria como herramienta de la política fiscal: la experiencia en Bogotá*. Revista Ciudad. Estados Política, Volumen 1, Número 1, p. 21-35, 2014. ISSN electrónico 2389-8437. ISSN impreso 2462-9103. Colombia.
- Bravo, D. (2011). *Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: Experiencia en el Perú* – CIAT Revista de Administración Tributaria N° 31. Perú
- Bromberg (2009). *Cultura tributaria como política pública*. Contrato 629 de 2009. Instituto de Estudios Urbanos de la Universidad Nacional de Colombia.
- Camacho, A. y Patarroyo, I. (2017). *“Cultura tributaria en Colombia”*. Trabajo de grado para optar al título de Contador Público. Universidad Minuto de Dios. Bogotá. Colombia. Recuperado de <https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo, D. y Huamán, S. (2017), *“Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los micro empresarios del huequito n° 1 sector ropas del distrito de Calería, 2016”*, Tesis para Optar el Título Profesional de Contador Público. Universidad Privada de Pucallpa. Perú.
- Córdova, I. (2013). Proyecto de investigación cuantitativa. Perú: Editorial San Marcos.
- Chambilla, A. (2019), realizó la investigación: *“Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en las boticas de la ciudad de Tacna, 2018”*. Tesis para optar el título de contador público con mención en auditoría. Perú: Universidad Privada de Tacna.
- Delgado (2005). *Educación fiscal en España*. Instituto de Estudios Fiscales, 2005.

Volumen 529 de Documento (Instituto de Estudios Fiscales. Documentos de trabajo, Instituto de Estudios Fiscales (España).

Golia (2000) *SENIAT: Evasión Cero*. Revista Dinero 180. Venezuela. Disponible en: <http://www.dinero.com.ve/180/portada/tributos>

Gonzales (2010). *Otras obligaciones tributarias*

González, K. (2016). "*Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016*". Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad César Vallejo. Trujillo. Perú.

Ramos, A. (2015), realizó la investigación "*La cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión fiscal en las empresas comerciales de la provincia de Huara*". Tesis para Optar el Título Profesional de Contador Público. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho. Perú.

Méndez, M. (2004). *Cultura Tributaria, Deberes y Derechos vs Constitución de 1999*. Revista Espacio Abierto, 13(1), pp. 123-137. Mérida.

Ministerio de Economía y Finanzas (2017)

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P.(2014). *Metodología de la Investigación*. 6° Edición. Ciudad de México, México.

Sarduy, M y Gancedo, I. (2016), "*La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver*", artículo, recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v10n1/cofin10116.pdf>

Serra, P. (2000). *Evasión tributaria ¿Cómo abordarla?* Estudios Públicos, 80 (primavera 2000).

## **ANEXOS**

## ANEXO 1: Matriz de consistencia

Titulo: Cultura tributaria en comerciantes del mercado N°2 de la ciudad de Pucallpa-2020

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable		Metodología
			Nombre	Dimensiones	
¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N°2 de la Ciudad de Pucallpa- 2020?	Conocer cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N°2 de la Ciudad de Pucallpa-2020	Por la naturaleza del trabajo no se formula la hipótesis de trabajo de investigación	<b>Variable Cultura tributaria</b>	Conocimiento tributario	<p><b>Diseño de investigación</b> No experimental en su variante transversal descriptivo , cuyo diagrama es el siguiente:</p> <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p style="text-align: center;">M _____ O</p> </div> <p>Dónde: M = Muestra, comerciantes del mercado N° 02-Pucallpa.</p> <p>O = Información obtenida sobre el nivel de cultura tributaria de los comerciantes determinados en la muestra</p> <p><b>La población</b>, estuvo conformada por 298 comerciantes del mercado N° 02</p> <p><b>La muestra</b>, de tipo probabilístico y aleatorio simple estuvo conformado por 168 comerciantes</p> <p><b>Técnicas e instrumento de recolección de datos</b> <b>Técnica:</b> La encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario</p> <p><b>Técnicas para el procesamiento de datos</b> Se usó del análisis descriptivo e inferencial, para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel y el software SPSS V.22</p>
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivo Especifico</b>			Percepción tributario	
<p>a. ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando el conocimiento tributario?</p> <p>b. ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando la percepción tributario?</p> <p>C. ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando el comportamiento tributario?</p>	<p>a. Describir cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando el conocimiento tributario</p> <p>b. Identificar cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando la percepción tributario</p> <p>C. Identificar cuál es el nivel de cultura tributaria en comerciantes del mercado N° 2 considerando el comportamiento tributario</p>			Comportamiento tributario	

**ANEXO 2:**  
**INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN**  
**CUESTIONARIO DE CULTURA TRIBUTARIA**

Estimado comerciante:

Estamos trabajando una investigación que tiene por finalidad recabar información sobre “**Cultura Tributaria**”. Las respuestas son de carácter anónimo y confidencial. Cada una de preguntas que a continuación se le presentan, debe responder con una **equis (X)** de acuerdo a su criterio y teniendo en consideración los siguientes valoraciones. Siempre: 3, a veces: 2, nunca: 1.

Nº	ITEMS	Siempre	A veces	Nunca
	<b>VARIABLE: CULTURA TRIBUTARIA</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
	<b>DIMENSIÓN: CONOCIMIENTO</b>			
1	¿Tiene conocimiento de los tipos de contribuyentes existentes?			
2	¿Reconoce los deberes formales de los contribuyentes?			
3	¿Conoce los tipos de comprobantes de ventas?			
4	¿Recibe comprobantes de pago?			
5	¿Conoce los tipos de Regímenes tributarios?			
6	¿sabe como tributar?			
	<b>DIMENSIÓN: PERCEPCIÓN</b>			
7	¿Tiene dificultad para realizar trámites tributarios?			
8	¿Cumple con la normatividad tributaria?			
9	Escucho en algún momento sobre la existencia de las normas tributarias			
10	¿Justifica a los contribuyentes por el no pago de impuestos?			
11	¿Considera que existe una actuación masiva de los medios de comunicación para cumplir con los deberes tributarios?			
12	¿Se siente obligado a pagar impuestos?			
13	¿Considera que no debe ser obligación pagar impuestos?			
	<b>DIMENSIÓN: COMPORTAMIENTO TRIBUTARIO</b>			
14	¿Es puntual en declarar sus impuestos?			
15	¿Paga sus impuestos?			
16	¿Realiza alguna acción para disminuir los impuestos a pagar?			
17	¿Entrega comprobantes de pago?			
18	¿Busca siempre pagar menos impuestos?			
19	¿Oculta información?			

Gracias por su colaboración

**Anexo: 3 CONFIABILIDAD-BASE DE DATOS**  
**CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION**

**Variable: Cultura Tributaria**

<b>Estadística de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Ítems</b>
<b>0,952</b>	<b>19</b>

**Fuente: Propia, aplicando el programa SPSS V17.0**

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,952 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó.

Dr. Percy Orlando Rojas Medina

## BASE DE DATOS DE LA VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

N°	ITEMS1	ITEMS2	ITEMS3	ITEMS4	ITEMS5	ITEMS6	ITEMS7	ITEMS8	ITEMS9	ITEMS10	ITEMS11	ITEMS12	ITEMS13	ITEMS14	ITEMS15	ITEMS16	ITEMS17	ITEMS18	ITEMS19
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	1
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1
5	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
10	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	1
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1
15	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	2	3	3	3	1	2	1	1
16	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2	2	1	1	1	1	1
21	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	1	2	1	1
22	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1
23	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2
24	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	1	2	2	1	2	1	1
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
26	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	2	2	1
29	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1
30	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	1
31	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	1	1	3	3	1	2	1	2
32	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1
33	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
35	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	1	3	3	3	3	1	3	1	1
36	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	1	3	1	2
37	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
38	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	1	1

40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	1	3	2	2
41	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	1	1
42	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
45	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
46	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1
47	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2
48	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
49	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2
50	1	1	3	2	1	1	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1
51	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2
54	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1
56	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
61	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
62	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
63	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
64	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
68	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
69	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
71	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	3	3	1	2	1	1	1
72	2	2	3	2	1	3	3	2	1	3	1	2	2	3	3	1	2	1	1	1
73	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	3	1	2	1	1	1
74	3	3	3	1	2	1	2	2	3	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2
75	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1
76	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	3	1	2	3	3	3
77	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	2	2	1	1	1
78	2	1	3	2	2	1	3	2	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	2
79	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	1
80	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
81	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	1	2	1	1
82	3	3	3	1	1	3	1	3	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	1	1
83	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1
84	3	3	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2



85	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
86	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1
87	2	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1
88	1	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
89	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2
90	1	1	3	2	1	1	3	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1
91	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
92	2	1	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1
93	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	1
95	3	2	1	2	3	3	2	2	1	3	3	2	2	2	2	1	1	2	1
96	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	1
97	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	3	3	1	2	1	1
98	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	1	2	2	2
99	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1
100	2	1	3	2	2	3	2	2	2	3	1	3	1	3	3	1	2	1	1
101	1	1	3	2	1	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1
102	1	1	1	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1
103	2	2	3	2	1	3	2	3	2	2	1	2	1	3	3	3	2	2	2
104	2	2	3	2	1	3	2	3	2	2	1	2	1	3	3	1	1	2	1
105	2	2	3	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	3	3	1	2	1	1
106	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	3	2	2	1	1
107	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2
108	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	3	3	1	2	1	1
109	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	1	3	3	1	1	2	1	1	1
110	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	1	2	2	1
111	2	2	3	2	3	3	1	3	2	2	2	2	3	3	1	2	3	1	2
112	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
113	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2
114	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1
115	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1
116	2	3	3	3	3	3	2	1	1	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1
117	3	2	3	2	3	2	2	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1
118	3	1	3	3	2	3	1	2	2	2	3	3	1	2	2	1	2	3	2
119	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	3	1	1	1	1	2	1	1	1
120	1	1	3	2	1	1	1	1	3	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1
121	1	1	2	2	2	1	2	1	3	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1
122	2	2	3	2	3	2	1	3	3	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1
123	1	1	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	2	1	1
124	2	2	3	3	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1
125	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1
126	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
127	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1
128	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1
129	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

130	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
131	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2
132	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1
133	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
134	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1
135	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
136	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1
137	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	1	1	1
138	3	3	3	3	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2
139	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
140	3	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	1	2	2	1	2	1	1
141	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	2	1	2	1	1
142	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
143	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
144	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1
145	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	5	1	2	2	2
146	2	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1
147	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	3	3	3	2	1	1
148	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	2	1	1
149	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
150	2	2	2	2	3	2	2	3	3	1	1	2	2	3	3	3	2	1	1
151	2	3	3	2	1	3	2	3	3	1	1	2	1	3	3	1	1	2	2
152	2	2	2	2	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
153	3	3	3	2	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	3	1	2	2	1
154	3	1	3	2	1	3	2	3	2	1	1	1	3	3	3	1	2	1	1
155	3	1	3	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2
156	1	1	3	2	1	3	2	2	1	1	1	2	2	3	3	1	2	1	1
157	2	2	3	2	1	3	2	2	1	1	1	2	2	3	3	1	2	1	1
158	1	1	3	2	1	3	2	2	1	1	1	2	2	3	3	1	2	1	1
159	3	1	3	2	1	3	2	2	2	2	1	1	1	3	3	1	2	1	1
160	3	3	3	2	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1
161	3	3	3	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1
162	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	1	2	2	1	1	1	2
163	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	1
164	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
165	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	1
167	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
168	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta Escala Siempre: 3 A veces: 2 Nunca: 1

## Anexo 4: FOTOS











