



**UNIVERSIDAD ANDINA**

**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES  
DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC  
AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**Bach. MARCO ANTONIO SANCA HUANCA**

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

**JULIACA - PERÚ**

**2024**



**UNIVERSIDAD ANDINA**

**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES**

**DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC**

**AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**Bach. MARCO ANTONIO SANCA HUANCA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**CONTADOR PÚBLICO**

**APROBADA POR EL JURADO REVISOR:**

**PRESIDENTE**

  
: \_\_\_\_\_  
Dr. ULISES AGUILAR PINTO

**PRIMER MIEMBRO**

  
: \_\_\_\_\_  
CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI

**SEGUNDO MIEMBRO**

  
: \_\_\_\_\_  
Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

**ASESOR DE TESIS**

  
: \_\_\_\_\_  
Dr. JESUS MAMANI MAMANI

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN** : CONTABILIDAD ECONÓMICA – P15



**UNIVERSIDAD ANDINA  
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"**

**RESOLUCIÓN N° 427-2024-D-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 02 de julio del 2024

**VISTOS:** El Expediente N° CU – 7049 presentado por el (la) Bachiller: **SANCA HUANCA MARCO ANTONIO**, quien *solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación*, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulado: **CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad

**CONSIDERANDO:**

**Que**, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

**Que**, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Y estando**, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO** para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **SANCA HUANCA MARCO ANTONIO**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO** en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO: NOMINAR JURADOS** para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- Presidente : Dr. ULISES AGUILAR PINTO
- 1er Miembro : CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI
- 2do Miembro : Dra. YUDY HUACANI SUCASACA
- Asesor : Dr. JESUS MAMANI MAMANI

**ARTÍCULO TERCERO.- PROGRAMAR FECHA Y HORA** de sustentación como se detalla:

- Lugar : Salón de Grados de la FCCF
- Fecha : LUNES, 08 de julio del 2024
- Hora : 09:00 a.m.

**ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER** que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Jurados (3)
- Interesados (1)
- Archivo (1)





## RESOLUCIÓN N° 082-2024-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 09 de mayo del 2024

**Visto:** el Expediente N° 2024-CU-3735 de fecha 15 de abril del 2024, del **Bach. SANCA HUANCA MARCO ANTONIO**, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Contabilidad**.

### CONSIDERANDO:

**Que**, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **SANCA HUANCA MARCO ANTONIO**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboro la propuesta del (a) ASESOR (a) Dr. JESUS MAMANI MAMANI, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

### SE RESUELVE:

**ARTÍCULO PRIMERO:** APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema titulado: **CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023**, presentado por el (la) Bachiller: **SANCA HUANCA MARCO ANTONIO**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dr. JESUS MAMANI MAMANI**

**ARTÍCULO TERCERO:** DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

UNIVERSIDAD ANDINA  
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"  
*[Firma]*  
Dra. Yudy Huacani Huacani  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF

#### DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)  
- Archivo (1)



**RESOLUCIÓN N° 823-2023- D-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 07 de noviembre del 2023

**VISTOS:**

El Oficio No 151-2023-DUI-FCCF-UANCV de fecha 07 de noviembre del 2023, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el expediente N° CU-13494 presentado por el (la) Bachiller: **SANCA HUANCA MARCO ANTONIO**; quien solicita la aprobación de la propuesta de Investigación Titulado: **CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023**; para optar el Título Profesional de Contador Público, y

**CONSIDERANDO:**

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento General de Investigación de la UANCV; el **Comité de Investigación** de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras integrado por:

PRESIDENTE : Dr. MARTIN LEON CALA  
MIEMBROS : Dr. JESUS MAMANI MAMANI  
Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA

Ha emitido el dictamen favorable para que dicha propuesta de Investigación pueda ser aprobado por Resolución.

Que, es requisito indispensable contar con un Docente Ordinario de la Facultad quien oficiara de Asesor de Tesis.

Estando el informe favorable del Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, en concordancia con el Reglamento General de Investigación y con el Reglamento de Grados y Títulos, y en uso de las atribuciones que le confiere la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria, Resolución de Institucionalización N° 1287-92-ANR. D.L. N° 739 y el Estatuto Modificado 2020 de la UANCV, al Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

**SE RESUELVE:**

**PRIMERO:**

**APROBAR LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN** titulado: **CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023**, presentado por el (la) Bachiller: **SANCA HUANCA MARCO ANTONIO**, para optar el Título Profesional de Contador Público; y de conformidad con el Reglamento General de Grados y Títulos y del Reglamento General de Investigación, **se dispone su EJECUCIÓN.**

**SEGUNDO:**

**RATIFICAR** como Asesor(a) de Tesis al(la): **Dr. JESUS MAMANI MAMANI**

**TERCERO:**

La Facultad de Ciencias Contables y Financieras, el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, la Dirección de la Escuela Profesional y el Secretario Académico de la Facultad, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Interesado(01)
- Asesor (01)
- FCCF (01)



UNIVERSIDAD ANDINA  
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ  
Dra. BERTHA BEJAR PARRA  
Decana (e) de la Facultad de Ca.  
Contables y Financieras



## CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MIPYME EN EL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023

### INFORME DE ORIGINALIDAD

11%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

|   |  |     |
|---|--|-----|
| 1 | Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez<br>Trabajo del estudiante | 2%  |
| 2 | repositorio.continental.edu.pe<br>Fuente de Internet                               | 1%  |
| 3 | hdl.handle.net<br>Fuente de Internet   | 1%  |
| 4 | repositorio.uancv.edu.pe<br>Fuente de Internet                                     | 1%  |
| 5 | repositorio.upt.edu.pe<br>Fuente de Internet                                       | 1%  |
| 6 | repositorio.ucv.edu.pe<br>Fuente de Internet                                       | <1% |
| 7 | repositorio.ujcm.edu.pe<br>Fuente de Internet                                      | <1% |
| 8 | fdocumenti.com<br>Fuente de Internet   | <1% |



**METADATOS COMPLEMENTARIOS**

|   |   |
|---|---|
| <p>CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES<br/>DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC<br/>AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023</p> |   |
| <b>Datos de autor</b>   |   |
| Nombres y apellidos   | MARCO ANTONIO SANCA HUANCA  |
| Tipo de documento de identidad  | DNI   |
| Número de documento de identidad  | 73890528  |
| URL de ORCID  | <a href="https://orcid.org/0009-0006-3991-2877">https://orcid.org/0009-0006-3991-2877</a> |
| <b>Datos de asesor</b>  |   |
| Nombres y apellidos   | JESUS MAMANI MAMANI   |
| Tipo de documento de identidad  | DNI   |
| Número de documento de identidad  | 02425043  |
| URL de ORCID  | <a href="https://orcid.org/0009-0006-9857-8231">https://orcid.org/0009-0006-9857-8231</a> |
| <b>Datos del jurado</b>   |   |
| <b>Presidente del jurado</b>  |   |
| Nombres y apellidos   | ULISES AGUILAR PINTO  |
| Tipo de documento   | DNI   |
| Número de documento de identidad  | 02295853  |
| <b>Miembro del jurado 1</b>   |   |
| Nombres y apellidos   | NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI  |
| Tipo de documento   | DNI   |
| Número de documento de identidad  | 01328058  |
| <b>Miembro del jurado 2</b>   |   |
| Nombres y apellidos   | YUDY HUACANI SUCASACA   |
| Tipo de documento   | DNI   |
| Número de documento de identidad  | 40673820  |



| Datos de investigación   |   |
|--|---|
| Línea de investigación   | CONTABILIDAD ECONÓMICA – P15  |
| Grupo de investigación   | No aplica   |
| Agencia de financiamiento  | Sin financiamiento  |
| Ubicación geográfica de la investigación   | País: Perú<br>Departamento: Puno<br>Provincia: San Román<br>Distrito: Juliaca<br><br><b>Coordenadas:</b><br>Latitud: -15.4930609<br>Longitud: -70.13838<br><a href="https://maps.app.goo.gl/XC9zPNMjqw9dVuwQA">https://maps.app.goo.gl/XC9zPNMjqw9dVuwQA</a>  |
| Año o rango de años en que se realizó la investigación   | Enero 2024 – Julio 2024   |
| URL de disciplinas OCDE<br><a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford/concytec-pe.github.io">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford<br/>(concytec-pe.github.io)</a> | <b>Ciencias Sociales</b><br><a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00</a><br><br><b>Economía</b><br><a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01</a> |

UNIVERSIDAD ANDINA  
"NUESTRO CACERES VUELTA SOREZ"  
  
Dra. Yady Huacani Sucasaca  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF



**DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD**

Yo MARCO ANTONIO SANCA HUANCA, identificado con DNI  
Nro. 73890528 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

CONTABILIDAD

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación,  Trabajo Académico denominada:

CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES DEL RUBRO DE ROPA  
EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023

Asesorado por: Dr. JESUS MAMANI MAMANI

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 31 de JULIO del 2024

  
Firma del Asesor  
(obligatoria)

  
FIRMA (obligatoria)



Huella



## DEDICATORIA

A mis padres, con mucho cariño y afecto que me dieron la vida y han estado acompañándome hasta la culminación de mi formación profesional.



### **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, por abrir sus puertas para mi formación académica.



## ÍNDICE GENERAL

|                        |       |
|------------------------|-------|
| DEDICATORIA.....       | ix    |
| AGRADECIMIENTO.....    | x     |
| ÍNDICE GENERAL.....    | xi    |
| ÍNDICE DE TABLAS.....  | xiv   |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xv    |
| RESUMEN.....           | xvi   |
| ABSTRACT.....          | xvii  |
| INTRODUCCIÓN.....      | xviii |

### CAPÍTULO I

#### ASPECTOS GENERALES

|   |   |
|---|---|
| 1.1. DESCRIPCIÓN.....                     | 1 |
| 1.2. FORMULACIÓN.....                     | 3 |
| 1.2.1. Problema general.....              | 3 |
| 1.2.2. Problemas específicos.....         | 4 |
| 1.3. JUSTIFICACIÓN.....                   | 4 |
| 1.4.1. Objetivo general.....              | 5 |
| 1.4.2. Objetivos específicos.....         | 5 |
| 1.5. HIPÓTESIS.....                       | 6 |
| 1.5.1. Hipótesis general.....             | 6 |
| 1.5.2. Hipótesis específicas.....         | 6 |
| 1.6. VARIABLES.....                       | 6 |
| 1.7. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES..... | 7 |



**CAPÍTULO II**

**FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

2.1. ANTECEDENTES ..... 8

    2.1.1. A nivel internacional ..... 8

    2.1.2. A nivel nacional ..... 9

    2.1.3. A nivel local ..... 11

2.2. BASES TEÓRICAS ..... 13

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS ..... 32

    2.3.1. Actitud ..... 32

    2.3.2. Comerciantes ..... 32

    2.3.3. Contribuyente ..... 32

    2.3.4. Corrupción ..... 33

    2.3.5. Creencia ..... 33

    2.3.6. Evasión ..... 34

    2.3.7. Impuestos ..... 34

    2.3.8. Mercado ..... 34

    2.3.9. Normativa ..... 34

    2.3.10. Tributos ..... 35

**CAPÍTULO III**

**METODOLOGÍA**

3.1. MÉTODOS ..... 36

    3.1.1. Enfoque ..... 36

    3.1.2. Método ..... 36

    3.1.3. Tipo ..... 36

    3.1.4. Nivel ..... 37



3.1.5. Diseño ..... 37

3.2. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN ..... 37

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA..... 38

    3.3.1. Población..... 38

    3.3.2. Muestra ..... 38

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN ..... 39

    3.4.1. Técnica..... 39

    3.4.2. Instrumento ..... 39

3.5. RECOGIDA DE DATOS ..... 40

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. PRESENTACIÓN ..... 41

4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ..... 41

4.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS..... 51

4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS ..... 51

CONCLUSIONES..... 53

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 57

ANEXOS..... 63



## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Operacionalización de la variable .....   | 7  |
| Tabla 2. Fiabilidad del instrumento .....  | 39 |
| Tabla 3. Nivel de cultura tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru .....     | 41 |
| Tabla 4. Nivel de conciencia tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru .....  | 43 |
| Tabla 5. Nivel de educación tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru .....   | 45 |
| Tabla 6. Nivel de orientación tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru ..... | 47 |
| Figura 7. Nivel de difusión tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru .....   | 49 |



## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Distribución de la cultura tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru.....     | 42 |
| Figura 2. Distribución de la conciencia tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru.....  | 43 |
| Figura 3. Distribución de la educación tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru.....   | 45 |
| Figura 4. Distribución de la orientación tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru..... | 47 |
| Figura 5. Distribución de la difusión tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru.....    | 49 |



## RESUMEN

Esta tesis titulada: La cultura tributaria en comerciantes mujeres rubro ropas mercado Túpac Amaru, Juliaca, 2023, cuyo objetivo es identificar el nivel de cultura tributaria que muestran mujeres comerciantes en venta ropa en el mercado Túpac Amaru Juliaca. En la metodología percibimos foque cuantitativo, básico, deductivo, descriptivo y no experimental. La muestra fue 56 comerciantes mujeres del mercado Túpac Amaru; técnica ha sido la encuesta y el cuestionario. El análisis de fiabilidad presenta coeficiente de Alpha de Cronbach de 0.848, por lo que es adecuado.

Los resultados estadísticos demostraron que la situación actual de la cultura tributaria entre las comerciantes en Juliaca muestra nivel de conocimiento y cumplimiento de las normativas fiscales. 53,57% representan nivel regular de cultura tributaria. Además, 30,36% alto nivel de cultura tributaria y 16,07% nivel bajo de cultura tributaria. Estos datos indican necesidad de fortalecer estrategias orientadas en el cumplimiento de las normas municipales, especialmente en el de cultura tributaria.

**Palabras clave:** Cultura tributaria, normativas fiscales, educación fiscal



## ABSTRACT

This thesis entitled: Tax culture in female merchants in the clothing sector of the Túpac Amaru market, Juliaca, 2023, whose objective is to identify the level of tax culture shown by female merchants selling clothing in the Túpac Amaru Juliaca market. In the methodology we perceive a quantitative, basic, deductive, descriptive and non-experimental approach. The sample was 56 female merchants from the Túpac Amaru market; the technique has been the survey and the questionnaire. The reliability analysis presents a Cronbach's Alpha coefficient of 0.848, which is appropriate.

The statistical results demonstrated that the current situation of tax culture among merchants in Juliaca shows a level of knowledge and compliance with tax regulations. 53.57% represent a regular level of tax culture. In addition, 30.36% have a high level of tax culture and 16.07% have a low level of tax culture. These data indicate the need to strengthen strategies aimed at compliance with municipal regulations, especially in the area of tax culture.

**Key words:** Tax culture, tax regulations, tax education.



## INTRODUCCIÓN

La cultura tributaria es un elemento clave en el desarrollo socioeconómico de un país. Al fomentar una comprensión sólida de las obligaciones fiscales, se sostiene el financiamiento de servicios públicos esenciales y se promueve el bienestar social. En este estudio, se focaliza analizar la cultura tributaria que reportan las mujeres comerciantes de ropa Mercado Túpac Amaru de Juliaca.

Juliaca, una ciudad altamente activa en el comercio, reconocida "Capital económica de la región" por la activa dinámica comercial y el papel fundamental en el movimiento de la economía regional de Puno, brinda oferta y demanda para realizar las transacciones comerciales como estas mujeres que a diario perciben y adoptan las prácticas tributarias. Este sector no solo es fundamental por su contribución económica y generación de empleo a la población regional, nacional e internacional.

El presente estudio cuenta con los siguientes capítulos:

I capítulo, 'Aspectos Generales', descripción, problema, justificación, objetivos, hipótesis y Operacionalización de variables.

II capítulo, 'Fundamentos Teóricos'.

III capítulo, 'Metodología', Metodología de la investigación.

IV capítulo, 'Análisis de Resultados y Discusión'.

Conclusiones, recomendaciones, bibliográficas.



## CAPÍTULO I

### ASPECTOS GENERALES

#### 1.1. DESCRIPCIÓN

Un informe de la ONU (2020), se estima en el mundo más de 10% de ingresos generados por impuestos no se declaran, tanto por empresas multinacionales como por ciudadanos locales. Esta evasión fiscal, radica en el pobre reconocimiento de las obligaciones fiscales. Por ende, se considera fortalecer este aspecto para mejorar, proteger y atender las necesidades sociales, que abarcan la educación, la salud, los servicios básicos y la agricultura. Esto es crucial para garantizar condiciones de vida saludables, equitativas, inclusivas y sostenibles.

De acuerdo con la ONU, en el año 2020, la elusión fiscal en América Latina alcanzó una cifra alarmante de 325.000 millones de dólares aproximadamente, y 6,1% del PBI de la región.

Este fenómeno, atribuido en parte a la evasión de los deberes fiscales, especialmente la elución de impuestos, plantea serias preocupaciones sobre las finanzas públicas. La evasión tributaria en América Latina afecta las finanzas públicas, sino que también contribuye a la desigualdad económica y social, al restar recursos para financiar programas sociales, infraestructura y servicios básicos. Para sobrellevar este panorama, es esencial promover una mayor



conciencia tributaria y educación fiscal entre la población, fortalecer la administración tributaria y mejorar la transparencia en el manejo de los recursos públicos. Además, se requiere una cooperación regional e internacional más sólida para combatir la evasión fiscal y garantizar un sistema tributario equitativo y eficiente.

El Ministerio de Economía y Finanzas de Perú (MEF, 2021) estima impuestos alcanza desafíos relacionados con la cultura tributaria son diversos. Se evidencia una alta tasa de evasión fiscal, en parte debido a la falta de conciencia tributaria y un cumplimiento insuficiente de las obligaciones fiscales. La informalidad económica también juega un papel significativo, con numerosos individuos y empresas operando al margen de manera informal. Además, la complejidad de los temas fiscales del Perú puede dificultar la gran mayoría de los requerimientos fiscales para aquellos sin experiencia en temas contables o tributarios. La desconfianza hacia el gobierno y las instituciones públicas también puede fomentar el fraude fiscal. En general, el desafío asociado con la conciencia tributaria para mejorar recaudación de impuestos.

En mercados de la región Puno, se enfrenta un desafío significativo especialmente en la alta informalidad que caracteriza a la economía local. Esta situación es especialmente notable en los pequeños comercios y negocios, que operan fuera del sistema tributario formal sin estar debidamente registrados. Esta realidad se atribuye la falta de información clara y accesible proporcionada por las autoridades fiscales también contribuyen en la región para generar pequeños negocios, pero por la falta de eficacia en las sanciones para aquellos que incumplen con sus obligaciones fiscales son otros factores que agravan la situación en los mercados de la región Puno.



La SUNAT en 2023, identificó un desafío significativo, especialmente por parte de las autoridades fiscales. Para ello, el tema de mucha importancia es mejorar la educación financiera de la población local, así como simplificar el sistema tributario para hacerlo más comprensible y accesible para todos los contribuyentes. Además, se subraya la necesidad de establecer medidas efectivas con responsabilidades para fortalecer la recaudación de impuestos, garantizar una carga fiscal sostenible en la región Puno.

La cultura tributaria es un pilar esencial en el sostenimiento y desarrollo de las estructuras económicas y sociales de cualquier país. En el Perú, la evasión y elusión fiscal representan desafíos significativos para promover una cohesión económica sostenible. Este problema se hace aún más palpable en las economías locales, donde pequeños y medianos empresarios, especialmente en el sector informal, a menudo tienen una comprensión limitada o una percepción negativa de la tributación. En la ciudad de Juliaca es un epicentro comercial vital, donde un número considerable de mujeres se dedica al comercio de ropa. Este grupo demográfico juega un movimiento crucial en la economía local, los ingresos y empleo, sino también en su contribución potencial al ingreso fiscal. Sin embargo, existe una escasez de estudios que se enfoquen en los aspectos de la cultura tributaria, dejando un vacío en la comprensión de cómo perciben, comprenden y se adhieren a las obligaciones fiscales.

## 1.2. FORMULACIÓN

### 1.2.1. Problema general

¿Cómo muestra la cultura tributaria las comerciantes del rubro de ropa en mercado Túpac Amaru Juliaca, 2023?



## 1.2.2. Problemas específicos

- ¿Qué características muestran cultura tributaria las comerciantes mujeres de ropa, mercado Túpac Amaru Juliaca, 2023?
- ¿Qué nivel de educación tributaria muestran las comerciantes mujeres el rubro de ropa, mercado Túpac Amaru Juliaca, 2023?
- ¿Existe relación de cultura tributaria y dimensión de orientación tributaria de las comerciantes mujeres rubro de ropa mercado Túpac Amaru 2023?
- ¿Cómo muestran la práctica de cultura tributaria en la dimensión difusión tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2023?

## 1.3. JUSTIFICACIÓN

*Justificación teórica:* Este estudio de la cultura tributaria de las mujeres comerciantes del mercado Túpac Amaru, engloba aspectos fundamentales en el sistema de tributación oportuna proporcionar información valiosa para las autoridades pertinentes al momento de elaborar políticas fiscales más efectivas y equitativas. Estas políticas estimulan el cumplimiento de las obligaciones tributarias y, reducir la evasión fiscal.

*Justificación metodológica:* radica en estudiar la cultura tributaria en comerciantes mujeres con el objeto de recolectar información precisa y confiable sobre la responsabilidad y actitudes de las comerciantes, hacia el pago de impuestos y sus obligaciones fiscales. Esto permitirá diseñar intervenciones y políticas tributarias más efectivas y adaptadas a las necesidades y desafíos específicos de la población local. Además, el estudio de la cultura tributaria, que puede presentarse cualquier época de inclemencias y riesgos que tienen que



enfrentar las comerciantes diseñar programas educación financiera específicos, que aborden la disminución de estas barreras y fomenten la responsabilidad financiera.

*Justificación práctica:* se enfoca en optimizar la eficiencia tanto del sistema tributario para acrecentar el recaudo fiscal. Al estudiar cultura tributaria de las comerciantes, es posible diseñar intervenciones y políticas fiscales más eficaces y adaptadas a las necesidades y desafíos específicos. El cumplimiento de las obligaciones repercute aumento de recaudación impositiva. Los recursos fiscales adicionales obtenidos podrían destinarse a financiar programas públicos, lo que redundaría en beneficios directos para la comunidad local.

## 1.4. OBJETIVOS

### 1.4.1. Objetivo general

Identificar muestra de cultura tributaria que realizan las comerciantes mujeres del rubro de ropa mercado Túpac Amaru Juliaca, 2023.

### 1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la dimensión de conciencia tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa mercado Túpac Amaru Juliaca, 2023.
- Identificar relación cultura y educación tributaria las comerciantes mujeres del rubro de ropa mercado Túpac Amaru Juliaca, 2023.
- Describir la dimensión de orientación tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en un mercado en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2023.



- Identificar la dimensión difusión tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2023.

## 1.5. HIPÓTESIS

### 1.5.1. Hipótesis general

La muestra de cultura tributaria es nivel regular comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2023.

### 1.5.2. Hipótesis específicas

- La dimensión conciencia tributaria es nivel regular en comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2023.
- La dimensión de educación tributaria es nivel regular en comerciantes mujeres del rubro de ropa, mercado Túpac Amaru Juliaca, 2023.
- La dimensión de orientación tributaria es nivel regular en comerciantes mujeres del rubro de ropa, mercado Túpac Amaru Juliaca, 2023.
- La dimensión de difusión tributaria es regular en comerciantes mujeres del rubro de ropa, mercado Túpac Amaru Juliaca, 2023.

## 1.6. VARIABLES

V1. Cultura tributaria



1.7. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de la variable

| Variable            | Dimensión               | Indicador  | Ítems    | Valores   | Instrument                                     |
|---------------------|-------------------------|--|----------|---|--|
| Cultura tributaria. | Conciencia tributaria.  | - Cumplimiento voluntario de obligaciones tributarias.   | 1,2,3    | Ordinal: (1,2,3,4,5).   | Cuestionario para medir la cultura tributaria. |
|                     |                         | - Motivación para cumplir obligaciones tributarias.      | 4,5,6    | Escala: Siempre<br>Casi siempre<br>A veces<br>Casi nunca<br>Nunca |  |
|                     |                         | - Beneficio de cumplir con las obligaciones tributarias. |          |   |  |
|                     | Educación tributaria.   | - Programas de educación tributaria.                     | 7,8,9    |   |  |
|                     |                         | - Conciencia y moral tributaria.                         | 10,11,12 |   |  |
|                     |                         | - Derechos y obligaciones tributarias.                   |          |   |  |
|                     | Orientación tributaria. | - Canales de atención al contribuyente.                  |          |   |  |
|                     |                         | - Asistencia tributaria.                                 |          |   |  |
|                     |                         | - Charlas tributarias virtuales.                         |          |   |  |
|                     | -Difusión tributaria.   | - Información por redes sociales.                        |          |   |  |
|                     |                         | - Campañas de sensibilización tributaria.                |          |   |  |
|                     |                         | - Campañas de orientación tributaria.                    |          |   |  |

Nota. Elaboración propia.



## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTOS TEÓRICOS

#### 2.1. ANTECEDENTES

##### 2.1.1. A nivel internacional

**Ortiz (2020) Objetivo:** evaluar el conocimiento tributario de los comerciantes del Cantón Eloy Alfaro, provincia Esmeraldas, Ecuador.

**Metodología:** enfoque cuantitativo y cualitativo, tipo descriptivo, método inductivo. Muestra 101 comerciantes. Para recoger la información se ha utilizado la encuesta. **Resultados:** el nivel académico de los contribuyentes tiene deficiencias en su conocimiento tributario, esto debido a factores como la falta de recursos y tiempo, así se tiene que el 66.3% conoce poco sobre cultura tributaria, el 79.1% señala que nunca ha recibido sanciones por no tributar. Existe evasión de impuestos entre los comerciantes en Ecuador.

**Quiñonez y Zambrano (2023) Objetivo:** evaluar relación de cultura tributaria y evasión de obligaciones fiscales, negociantes mercado central Cantón Manta. Ecuador. **Metodología:** tipo cuantitativo. Acopio de datos mediante la encuesta. Muestra 60 comerciantes del mercado. **Resultados:** 86.75% desconocen obligaciones tributarias y 76.62% no saben cómo facturar



vales de venta. **Conclusión**, se propone mejorar la recaudación de impuestos y el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

**Tene (2019) Objetivo:** evaluar programas de capacitación de cultura tributaria e comerciantes del mercado Gran Colombia para cumplir las obligaciones tributarias. **Metodología:** revisión bibliográfica y selección de 300 negociantes. La información se acopió mediante un cuestionario. **Resultados:** los negociantes tienen un nivel bajo sobre el saber de los impuestos, el 55.67% indica que no conoce sobre sus obligaciones tributarias, evidenciando una falta información de administración tributaria. **Conclusión:** la propuesta busca mejorar el conocimiento tributario mediante talleres de capacitación para cumplir las obligaciones tributarias.

## 2.1.2. A nivel nacional

**Garcia (2021) Propósito:** identificar cualidades de cultura tributaria en negociantes del mercado de Chulucanas, Piura. **Metodología:** tipo básico, diseño no experimental. Los datos fueron acopiados a través de entrevistas. **Resultados:** Los hallazgos obtenidos indican un pobre nivel educativo de los negociantes puede influir en su comportamiento no deseado. Además, se encontrar valores relacionados con respeto en la disposición de los comerciantes para cumplir con sus obligaciones tributarias, pudiendo ser favorables o, en su mayoría, desfavorables. **Conclusión:** la baja formación educativa de los negociantes y conciencia tributaria son factores que influyen en la disposición a cumplir con los impuestos.

**Guerrero y Zapata (2020). Propósito:** examinar nivel de impacto de comerciantes Mercado Modelo de Piura. **Metodología:** enfoque cuantitativo,



diseño transversal y prospectivo. Sugiere cumplir actitudes y acciones centradas cumplir sus responsabilidades fiscales. **Resultados:** percibe correlación negativa de la cultura tributaria. **Conclusión:** la necesidad formalizar y desarrollar una cultura tributaria adecuada para promover el acatamiento tributario.

**Mamani y Espinoza (2022) Propósito.** investigar vínculo tributario de concesionarios mercado Pacocha-Ilo, 2021. **Metodología:** cuantitativo, investigación aplicada, correlacional - transversal no experimental. Población 383 comerciantes, muestra 61 personas. **Resultados:** 50,82% de los comerciantes muestran cultura fiscal regular. Se encontró correlación positiva significativa de 0,765, demuestra asociación de cultura fiscal entre los comerciantes. **Conclusión:** los comerciantes muestran mayor grado de cumplimiento de las obligaciones fiscales.

**Miranda (2019) Objetivo:** evaluar evasión tributaria comerciantes informales del Centro Comercial. **Metodología:** enfoque cuantitativo, la muestra compuesta por 20 comerciantes, datos recogidos mediante la encuesta. **Resultados:** no hay cultura tributaria, incrementa evasión de tributos de comerciantes, existe falsa percepción del proceso de tributación, sin embargo, los perjuicios pueden ser mayores cuando sus establecimientos son cerrados por la SUNAT, o por la municipalidad, 30% solo a veces tiene conocimientos sobre tributos, mientras 35% conoce los regímenes tributarios, desconocen las operaciones en línea 30% no existe cultura tributaria, persiste fenómeno de evasión de impuestos.



**Quispe y Vidaurre (2021). Propósito:** analizar conciencia tributaria de los negociantes "Mercado Modelo", Ciudad Bagua Grande. **Metodología:** descriptiva, diseño cuantitativo no experimental. **Resultados:** los comerciantes operan de manera informal y evaden el pago de impuestos, son negociantes ambulantes. La informalidad atribuye falta de transparencia por parte de la municipalidad en el uso de los fondos fiscales (65%). Falta de claridad de los impuestos es (90%) y ausencia de capacitación (100%). **Conclusión:** fortalece cuando los funcionarios públicos son íntegros y no hay corrupción.

### 2.1.3. A nivel local

**Humpire (2018). Propósito:** analizar fenómeno de evasión de impuestos comerciantes Juliaca, 2017. **Metodología:** enfoque cuantitativo, diseño transversal no experimental. Se utilizó un cuestionario. Muestra fue seleccionada intencionalmente comerciantes registrados en diversas asociaciones y comités. **Hallazgos:** existe evasión tributaria comerciantes de Juliaca 2017. **Conclusión:** apertura talleres de cumplimiento de la cultura tributaria para cerrar evasión fiscal.

**Mamani y Quiza (2022). Propósito:** examinar cumplimiento de deberes fiscales Negociantes Mixtos "Milenio 2000" Juliaca, 2021. **Metodología:** cuantitativo, no experimental, transversal, descriptivo correlacional. Muestra 92 participantes. La prueba de correlación Rho de Spearman dio resultado de  $r = 0,594$ , demuestra asociación positiva entre la cultura fiscal y deberes fiscales.

**Pinazo (2022). Propósito:** determinar cultura tributaria y evasión tributaria comerciantes mercado Laykakota, Puno. **Metodología:** cuantitativo, descriptivo, correlacional. Se utilizó una encuesta para ambas variables.. **Resultados:** nivel



de cultura tributaria es regular, 58.8%, bajo 22.5%, y alto 18.7%. En cuanto a la evasión tributaria, 48.1% moderado, alto 38.5%, y bajo 13.4%. Estos descubrimientos indican conexión entre la cultura fiscal y el incumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Laykakota.

**Ponce (2022). Objetivo:** establecer relación de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones fiscales de comerciantes mercado Unión y Dignidad, Puno. **Metodología:** empleada fue de naturaleza cuantitativa, utilizando un diseño descriptivo de corte transversal con enfoque correlacional para establecer una relación entre variables. La población fue de 340 negociantes activos registrados como socios del mercado. Muestra 181 comerciantes. Para recolectar información, se empleó tanto una encuesta como un cuestionario previamente. Se observó que los comerciantes con una mentalidad fiscal deficiente, que constituyen el 14.9% de la muestra, también muestran un bajo cumplimiento de sus deberes fiscales.

**Quispe (2022). Propósito:** analizar conexión de la cultura fiscal y elusión de arbitrios negociantes mercado las Mercedes Juliaca. **Metodología:** enfoque cuantitativo, diseño descriptivo-correlacional. **Muestra:** 92 comerciantes seleccionados de forma probabilística. **Resultados:** revelaron correlación moderada entre la cultura tributaria y la evasión fiscal de los comerciantes identificaron falta de cultura tributaria.



## 2.2. BASES TEÓRICAS

### 2.2.1. Cultura tributaria

Comprende los principios, actitudes, percepciones, entendimientos de los deberes públicos de una comunidad. Cumplir las obligaciones tributarias sólida contribuye a la estabilidad económica y social del país. Estas acciones se logran con el pago de los impuestos en base a programas gubernamentales, y actúan de manera responsable al cumplir con sus deberes fiscales. Una cultura tributaria bien arraigada fomenta el sentido de responsabilidad cívica para fortalecer bienestar de la sociedad (Cetrángolo y Gómez, 2006).

La presencia de una cultura tributaria sólidamente establecida se refleja cumplir de manera voluntaria sus impuestos. Este comportamiento no solo impulsa la recaudación de ingresos fiscales, sino que también fortalece la estabilidad financiera del Estado. Esto permite al gobierno proporcionar servicios públicos de alta calidad. Una cultura tributaria arraigada fomenta una mayor participación cívica, contribuye la prosperidad equitativa de una sociedad.

La cultura tributaria cumple las responsabilidades fiscales, el mantenimiento de registros contables y la presentación de declaraciones. Este conjunto de actitudes y comportamientos hacia los impuestos se desarrolla gradualmente a lo largo del tiempo y se ve influenciado por distintos aspectos en prospecto de hallar una calidad de educación con transparencia y equidad en el repartimiento de la carga impositiva y la percepción de justicia fiscal. Estos elementos contribuyen a moldear ciudadanos de cumplir sus obligaciones tributarias, influyendo en su disposición para cumplir con las normas fiscales y contribuir al sostenimiento de las finanzas públicas (Farias, 2014).



Desde otra perspectiva, la cultura tributaria busca enlazar de manera sociable las normas morales con principios de ética de los ciudadanos que implica la percepción de los contribuyentes sobre la carga impositiva que les corresponde, así como su confianza en el sistema tributario y su valoración de los beneficios obtenidos a cambio de sus contribuciones. Una cultura tributaria sólida se caracteriza por una alta predisposición al cumplimiento voluntario y una reducción de la evasión fiscal. En síntesis, la postura es una actitud económica de la sociedad hacia sus obligaciones fiscales, puede tener visiones de cumplir con la financiera del estado (Mora, 2020).

Otra visión, sea identificar el conocimiento de actitudes, valores morales como ciudadanos con su responsabilidad. Esta cultura se forma por medio de una correcta educación, la facilitación de información relevante, y las experiencias de los individuos, en relación con los aspectos tributarios de su vida cotidiana. Una cultura tributaria sólida y efectiva puede contribuir a la estabilidad económica y social de la nación. Además, la cultura tributaria, es una herramienta eficaz para combatir la evasión fiscal y la corrupción. (Morel et al., 2020).

### **2.2.2. Importancia de la cultura tributaria**

La importancia radica en su influencia en el acatamiento de las responsabilidades estatales. Una cultura fiscal sólida puede tener un impacto positivo al motivar a los contribuyentes, incluido los empresarios. Cuando las personas comprenden la importancia de contribuir con impuestos, se promueve una cultura de responsabilidad fiscal que contribuye a construir una cultura tributaria bien arraigada puede mejorar la recaudación de ingresos fiscales y



fortalecer para financiar servicios públicos de la comunidad (Organización de las Naciones Unidas, 2020).

Lo esencial también se evidencia contribuir a disminuir la informalidad en el comercio. Cuando los comerciantes internalizan los principios de una cultura tributaria adecuada, comprenden las autoridades pueden imponer sanciones por ello. Este conocimiento fomenta el registro formal de las empresas y promueve la eliminación de la competencia desleal entre empresas formales e informales. Además, al reducir la informalidad, se aumentan los ingresos fiscales del Estado, lo que puede destinarse a financiar programas y servicios públicos (Quinteros, 2018).

En sí, la cultura tributaria presta sus servicios a la contribución de para desarrollo económico. Cuando los comerciantes y ciudadanos en general cumplen con sus obligaciones fiscales, están contribuyendo directamente al financiamiento de servicios básicos. Esto crea un ambiente propicio para el crecimiento financiero para proporcionar las condiciones necesarias para el desarrollo empresarial. Además, una cultura tributaria sólida puede promover la confianza en el sistema fiscal y la estabilidad política equitativa para el beneficio de la sociedad (Rivero, 2009).

### **2.2.3. Dimensiones de la cultura tributaria**

#### **a) Conciencia tributaria**

Es el nivel de comprensión y sensibilización que una persona tiene respecto a sus responsabilidades fiscales. Esto implica no solo el conocimiento de las leyes y regulaciones fiscales, sino también una actitud proactiva y ética hacia el cumplimiento de dichas obligaciones. Se caracteriza por un sentido de



responsabilidad y compromiso hacia el pago de impuestos de manera honesta y transparente. Además, la conciencia tributaria incluye el reconocimiento para el bienestar colectivo del país, así como la protección de los derechos ciudadanos. Es una manifestación de la colaboración activa y consecuente de los habitantes en el sistema fiscal (Tello et al., 2018).

Además, es una actitud de responsabilidad y compromiso ético. Esto implica estar dispuesto a contribuir de manera justa y equitativa al financiamiento de los gastos públicos, asegurando así el adecuado funcionamiento de los servicios y programas gubernamentales. También implica evitar prácticas de evasión fiscal. Asimismo, incorpora un componente de conciencia social y ciudadana. Esto conlleva comprender y valorar ingresos utilizados para financiar obras públicas. Además, implica reconocer el impacto positivo que una tributación adecuada puede tener en la reducción de la desigualdad, la promoción del desarrollo económico en bienestar de los ciudadanos (Tello et al., 2018).

En un contexto diferente, la conciencia fiscal se describe al compromiso y la responsabilidad que asume una persona para cumplir el pago puntual de impuestos, sino también una comprensión profunda de los beneficios que los impuestos aportan a la sociedad en términos de la provisión de servicios públicos y el desarrollo comunitario. Además, la conciencia tributaria implica una valoración positiva de la contribución fiscal como un medio para garantizar la equidad social, el bienestar colectivo y el funcionamiento eficiente que contribuye al fortalecimiento del tejido social y económico de una nación (Uriol, 2020).



La conciencia tributaria conlleva el reconocimiento y aprecio por los frutos derivados de la contribución fiscal. Estos pueden abarcar desde la instrucción y la salud hasta la infraestructura y la seguridad pública, así como otros programas sociales que promueven el bienestar colectivo. Asimismo, la conciencia tributaria implica una postura de transparencia y probidad frente a las responsabilidades fiscales. Esto implica cumplir sus obligaciones tributarias de forma puntual y precisa. (Uriol, 2020).

Entre los indicadores de esta dimensión, se tiene a:

El desempeño voluntario de las obligaciones tributarias se refiere al acto de deberes fiscales de forma espontánea y autónoma, sin requerir intervención coercitiva por parte de los contribuyentes, quienes pagan sus impuestos de manera diligente y oportuna, reconociendo la importancia de los gastos públicos. (Velásquez, 2020).

La motivación se refiere a los factores que incentivan en forma oportuna con sus obligaciones fiscales. Estos factores pueden ser tanto internos, relacionados con las propias creencias, valores y percepciones del contribuyente, como externos, derivados del entorno social, económico y legal en el que se encuentra. La motivación puede estar impulsada por diversos elementos, como el sentido de responsabilidad cívica, el temor a las sanciones por evasión fiscal, la confianza en el sistema tributario, los incentivos fiscales ofrecidos por el gobierno, entre otros. En conjunto, estos elementos influyen en la actitud y el comportamiento del contribuyente afectando su disposición de manera adecuada.



A nivel interno, la motivación del contribuyente puede verse moldeada por su percepción acerca de la relevancia de su aporte para mantener los servicios públicos y promover el bienestar colectivo. Además, valores éticos, morales y de responsabilidad social pueden incidir en su disposición considerándolos parte integral de su compromiso cívico y moral. Por otro lado, en el ámbito externo, la motivación puede estar ligada a incentivos fiscales, como rebajas o ventajas tributarias, que estimulan la cumplimentación voluntaria de los impuestos. Asimismo, las sanciones por falta de cumplimiento, como multas o recargos, pueden impulsar para evitar repercusiones adversas.

Características de la conciencia tributaria:

- **Entendimiento y conocimiento:** La conciencia tributaria requiere un entendimiento y conocimiento sobre las leyes, normativas y procedimientos fiscales en vigor. Esto implica comprender los diferentes tipos de impuestos, sus bases imponibles, tasas aplicables, que permite a las personas interactuar de manera informada con el sistema tributario.
- **Comprensión de la importancia:** Individuos con conciencia tributaria comprenden el financiamiento de la infraestructura. Reconoce contribución en el desarrollo socioeconómico del país, lo que fomenta una actitud proactiva hacia el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- **Sentido de responsabilidad y compromiso:** La conciencia tributaria implica un sentido de responsabilidad y compromiso de manera ética, honesta y oportuna. Esto se refleja en la realización de declaraciones de impuestos precisas y completas, así los impuestos que contribuye a la estabilidad y transparencia del sistema fiscal.



- **Ética y legalidad:** Individuos con conciencia tributaria actúan de manera ética y respetan los principios de legalidad en relación con sus obligaciones fiscales. Evitan prácticas de evasión fiscal, fraude o elusión de impuestos, y cumplen con las disposiciones fiscales de manera transparente y honesta, lo que fortalece y promueve equidad fiscal.
- **Participación activa:** La conciencia tributaria impulsa debate público sobre políticas fiscales y la gestión de recursos públicos. Esto incluye expresar opiniones, involucrarse en procesos de consulta y colaborar con las autoridades fiscales en la mejora del sistema tributario, lo que refuerza la democracia participativa y la rendición de cuentas.
- **Colaboración y cumplimiento voluntario:** Los contribuyentes con conciencia tributaria colaboran de manera voluntaria con las autoridades fiscales, buscando resolver discrepancias o dudas de manera constructiva y están dispuestos contribuir con los impuestos, promoviendo la recaudación fiscal.
- **Promoción de una cultura tributaria:** La conciencia tributaria contribuye a promover para ser responsable en la sociedad. Esto implica educar una sociedad con obligaciones tributarias justa y equitativa, y el impacto positivo que pueden tener los impuestos bien administrados en el fortalecimiento social y cohesión comunitaria.

## **b) Educación tributaria**

La instrucción tributaria es un proceso dirigido a concienciar el cumplimiento de sus obligaciones. Además de proporcionar información sobre las obligaciones tributarias, este proceso tiene como objetivo desarrollar habilidades y



capacidades en los contribuyentes para que puedan comprender y aplicar la normativa fiscal de manera efectiva y eficiente. Esto incluye brindar orientación sobre cómo realizar correctamente los cálculos de impuestos, cómo cumplir con los requisitos de presentación de declaraciones y cómo aprovechar los incentivos fiscales disponibles. La educación tributaria también busca promover una cultura de responsabilidad fiscal y ética entre los contribuyentes, fomentando así el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales y contribuyendo al fortalecimiento del sistema tributario en su conjunto (Sempertegui, 2019).

Así también, se reconoce la difusión información clara y accesible que trate del sistema tributario, así mismo de las obligaciones fiscales. El objetivo es lograr que los contribuyentes, comprendan lo esencial del pago de tributos para el progreso del país. Este proceso educativo tiene como objetivo entender la utilización de ingresos fiscales y cómo su cumplimiento contribuye al bienestar colectivo. Al incrementar la comprensión de lo esencial que son los impuestos y su repercusión en el estado, se fomenta una mayor participación y responsabilidad en el sistema tributario, lo que a su vez fortalece la transparencia, la equidad y la eficiencia del mismo (Sempertegui, 2019).

Según otra perspectiva, el sistema tributario y sus obligaciones fiscales. Este enfoque formativo prepara a los contribuyentes para tomar decisiones educadas y responsables sobre en el pago de impuestos es fácil cumplir sus responsabilidades fiscales. Esto, a su vez, contribuye a mejorar la economía y el crecimiento del país al garantizar una recaudación de ingresos suficiente para financiar importantes servicios públicos y proyectos de inversión. La sensibilización fiscal también puede ayudar a cumplir cultura tributaria sólida,



basada en la transparencia, equidad y responsabilidad fiscal (Cetrángolo & Gómez, 2006).

Entre los indicadores de esta dimensión, se tiene:

- **Contribución al bienestar público:** Los impuestos de residentes y empresas son necesarios para mantener una amplia gama de servicios públicos y actividades gubernamentales que son fundamentales para el bienestar general de la sociedad. Estos servicios incluyen la educación, la sanidad, la seguridad, las infraestructuras, entre otros. Sin ingresos fiscales, el Estado sería incapaz de financiar plenamente estos servicios, reduciría negativamente al crecimiento general del país.
- **Iniciativas educativas fiscales:** tienen como objetivo principal instruir acatamiento de deberes tributarias. Estas acciones pueden incluir campañas de concienciación, programas de educación fiscal en escuelas y universidades, seminarios, talleres y material informativo sobre temas tributarios. Al aumentar el discernimiento y la perspicacia sobre el régimen tributario, los contribuyentes están mejor equipados para cumplir con sus responsabilidades fiscales de manera adecuada y favorecer al progreso monetario y social del país.
- **Promover la ética fiscal:** Fomentar una ética fiscal sólida es fundamental para alentar a combatir la evasión y el fraude. Esto incluye fomentar la justicia, la apertura y el cumplimiento de la legislación fiscal. Además, la mejora de la ética fiscal aumenta la legitimidad y la confianza en el sistema tributario, promoviendo la estabilidad económica y social.



- Conciencia de derechos y deberes: Es importante comprender el derecho a recibir datos claros y precisos sobre sus deberes estatales, así como el derecho a ser tratados con equidad y justicia por parte de las autoridades tributarias. Al mismo tiempo, pagar los impuestos adeudados y cooperar con las autoridades tributarias en caso de auditorías o investigaciones.

## Características de la educación tributaria:

- Enfoque integral: cubre una amplia gama de aspectos del sistema tributario, desde los conceptos básicos de tributación hasta los tipos de impuestos, obligaciones fiscales para el funcionamiento del Estado y el desarrollo social. Este enfoque holístico garantiza que los ciudadanos comprendan todos los aspectos relevantes de la fiscalidad.
- Desarrollo de habilidades: Además de impartir conocimientos teóricos, la educación tributaria busca desarrollar habilidades prácticas en los ciudadanos. Esto incluye la capacidad para comprender y completar formularios de declaración de impuestos, realizar cálculos tributarios básicos y tomar decisiones financieras informadas en función de consideraciones fiscales. El objetivo es empoderar a los individuos para que gestionen sus asuntos fiscales de manera eficiente y responsable.
- Promoción de valores: La educación tributaria promueve valores fundamentales como la responsabilidad ciudadana, la honestidad, la equidad, la solidaridad y la transparencia del pago de impuestos de bienestar común, se fomenta una cultura de contribución y compromiso cívico.



- Participación ciudadana: La educación tributaria impulsa relaciones con de la política fiscal y el uso de los recursos públicos. Esto incluye el estímulo al debate público sobre cuestiones fiscales y el ejercicio de derechos y responsabilidades relacionados con la fiscalidad, fortaleciendo así la democracia participativa y la rendición de cuentas.
- Inclusividad: La educación tributaria debe ser accesible y relevante para todos los ciudadanos, independientemente de su nivel educativo, situación socioeconómica o experiencia previa en temas fiscales. Esto implica adaptar los contenidos y métodos de enseñanza a las necesidades y características específicas de diferentes grupos de la población, garantizando el conocimiento fiscal.
- Colaboración interinstitucional: La educación tributaria requiere la colaboración entre diferentes instituciones y actores, como el gobierno, el sector educativo. Esta colaboración puede materializarse a través de campañas de sensibilización conjuntas, programas educativos en escuelas y universidades, y la oferta de talleres y capacitaciones en comunidades y empresas, maximizando así el impacto de las iniciativas educativas.
- Evaluación continua: La educación tributaria debe someterse a una evaluación continua para medir su efectividad y realizar ajustes según sea necesario. Esto implica llevar a cabo estudios de impacto, encuestas de satisfacción y análisis de resultados de temas fiscales, asegurando la calidad correspondiente.



## c) Orientación tributaria

La orientación tributaria es esencial para proporcionar asesoramiento y guía, permitiéndoles cumplir sus deberes estatales de forma eficiente. Esta asistencia puede provenir de diversas fuentes, como la Superintendencia de Administración Tributaria, asesores fiscales, contadores u otras entidades especializadas en temas fiscales. El propósito fundamental de la orientación tributaria es prevenir errores y evitar posibles sanciones relacionadas con el pago de impuestos. Al brindar información clara y precisa e las normativas tributarias, esta orientación ayuda a los contribuyentes a entender sus responsabilidades fiscales, así como los procedimientos y requisitos necesarios para cumplirlas correctamente. Además, la orientación tributaria puede incluir recomendaciones sobre estrategias de planificación fiscal legítimas que permitan optimizar la carga impositiva de manera legal y ética (Ticona & Quispe, 2020).

Según otra perspectiva, la orientación tributaria, desde otra perspectiva, se concibe como un proceso diseñado para proporcionar información y educación sobre temas fiscales a los contribuyentes. Este proceso puede implementarse a través de una variedad de medios, como programas de capacitación, conferencias, seminarios y talleres especializados en materia tributaria. El objetivo principal de esta orientación es mejorar la comprensión para capacitarlos en la gestión efectiva de sus impuestos. Al ofrecer información detallada y práctica sobre aspectos como la presentación de declaraciones, los plazos de pago, las deducciones permitidas y otros aspectos relevantes del sistema tributario con responsabilidades fiscales de manera adecuada y oportuna. Además, esta orientación puede abordar temas más complejos, como



la planificación fiscal estratégica y la optimización de la carga impositiva dentro del marco legal vigente (Patiño et al., 2019).

El asesoramiento fiscal engloba una serie de actividades destinadas a orientar y respaldar a los contribuyentes, así como con la normativa tributaria aplicable. Su propósito fundamental es promover la transparencia y el cumplimiento legal dentro del sistema tributario. Este tipo de asesoramiento puede incluir la creación de materiales informativos claros y accesibles, la prestación de asistencia personalizada a los contribuyentes, la difusión de la normativa fiscal relevante y la resolución de consultas y dudas relacionadas con aspectos tributarios específicos. En resumen, el asesoramiento fiscal busca proporcionar a los contribuyentes la orientación y la información necesarias.

Entre los indicadores de esta dimensión, se tiene:

- **Canales de atención al contribuyente:** Estos canales comprenden una variedad de medios y plataformas a través de los cuales los contribuyentes pueden acceder a servicios de atención y asistencia proporcionados por las autoridades tributarias. Esto incluye oficinas físicas de atención al contribuyente, servicios telefónicos de atención al cliente, servicios en línea a través de portales web y aplicaciones móviles, correos electrónicos, redes sociales, cartas, notificaciones y otros medios de comunicación. Estos canales, las autoridades tributarias, brindan información, orientación y resolución de consultas sobre cuestiones fiscales.
- **Orientación y apoyo al contribuyente:** Este aspecto se refiere a los servicios y recursos proporcionados por las Administraciones Tributarias en forma



adecuada y eficazmente con sus obligaciones fiscales. Esto puede incluir la disponibilidad de materiales educativos y guías informativas sobre temas fiscales, la organización de sesiones de capacitación y asesoramiento individualizado para contribuyentes con necesidades específicas, y la prestación de servicios de consulta y asistencia personalizada para resolver dudas y problemas relacionados con la declaración y el pago de impuestos.

- **Seminarios virtuales gratuitos sobre orientación tributaria:** Estos seminarios virtuales constituyen una herramienta de formación y asistencia que las autoridades fiscales pueden ofrecer a los contribuyentes para mejorar su comprensión y manejo de las responsabilidades fiscales. A través de plataformas en línea, se pueden organizar sesiones informativas y formativas sobre temas tributarios relevantes, como normativa fiscal, ordenamientos de declaración y pago de tributos, beneficios fiscales, entre otros. Estos seminarios ofrecen a los contribuyentes la oportunidad de adquirir conocimientos actualizados y resolver dudas sin tener que desplazarse físicamente, lo que facilita el acceso a la información y promueve el desempeño deliberado de los deberes fiscales.

Características de la orientación tributaria:

- **Asesoramiento especializado:** La orientación tributaria se sustenta en la disponibilidad de expertos en materia fiscal, como contadores, asesores fiscales y funcionarios de administraciones tributarias. Estos profesionales están capacitados para ofrecer asesoramiento y resolver la aplicación de exenciones y deducciones, y la presentación adecuada de declaraciones fiscales, entre otros aspectos.



- **Información clara y accesible:** Es esencial que la información proporcionada en la orientación tributaria sea clara, precisa y fácilmente comprensible para los contribuyentes. Esto implica la disponibilidad de guías, manuales y documentos explicativos que aborden los aspectos más relevantes de la fiscalidad de manera accesible, así como el uso de un lenguaje sencillo para transmitir conceptos técnicos de manera comprensible.
- **Personalización:** Cada contribuyente puede enfrentar situaciones y necesidades tributarias específicas, por lo que la orientación tributaria debe adaptarse a estas circunstancias individuales. Esto implica considerar factores como el tipo de actividad económica, el nivel de ingresos, la estructura familiar y cualquier situación especial que pueda influir en la tributación de la persona o entidad.
- **Prevención y corrección de errores:** La orientación tributaria busca ayudar a los contribuyentes a prevenir errores en la declaración y corregirlos posibles errores comunes, la explicación de cómo evitarlos y la asistencia en la presentación de declaraciones rectificativas cuando sea necesario.
- **Actualización normativa:** La normativa fiscal está en constante evolución debido a cambios legislativos, decisiones judiciales y normativas administrativas. Por lo tanto, es importante que la orientación tributaria incluya información actualizada sobre estos cambios para que los contribuyentes estén al tanto de sus implicaciones y puedan ajustar sus prácticas tributarias en consecuencia.



- Medios de comunicación variados: La orientación tributaria puede ofrecerse en medios hasta llegar a diferentes segmentos de la población y adaptarse a sus preferencias y necesidades. Esto puede incluir publicaciones impresas, folletos informativos, páginas web, seminarios, charlas y servicios de asistencia telefónica o en línea, entre otros.
- Confidencialidad y ética profesional: Los profesionales encargados de brindar orientación tributaria deben respetar la información proporcionada y actuar con integridad y ética profesional en todo momento. Esto garantiza a los contribuyentes guardar confianza en el proceso de orientación tributaria.
- Promoción de la cultura tributaria: Además de ofrecer asesoramiento individual, la orientación tributaria también busca promover una cultura tributaria responsable y consciente entre los contribuyentes. Esto implica fomentar, comprender la importancia activa en el debate público sobre cuestiones fiscales y tributarias.

#### **d) Difusión tributaria**

Es una estrategia de comunicación diseñadas en beneficios asociados al acatamiento de las mismas. Este proceso implica la creación y distribución de materiales informativos, la realización de campañas publicitarias, la organización de eventos y charlas de capacitación, entre otras herramientas, con el fin de asegurar que los contribuyentes estén al tanto de sus compromisos tributarios y estén informados sobre los procedimientos y plazos que deben seguir. En última instancia, la difusión tributaria busca fomentar una cultura de cumplimiento fiscal



y promover la transparencia y el entendimiento en materia tributaria (Yañez, 2019).

También se reconoce que la distribución de impuestos pretende promover la obediencia voluntaria de los requerimientos fiscales. Su objetivo primordial es garantizar que los aportantes estén plenamente instruidos de sus obligaciones fiscales, permitiéndoles cumplir con sus responsabilidades de manera oportuna y suficiente (Camargo, 2016).

Mientras que otra definición indica que la difusión tributaria se define como una estrategia de comunicación diseñada para informar y sensibilizar a los aportantes de la relevancia del pago de arbitrios financiados por ellos. Su objetivo es promover una cultura tributaria responsable y consciente, donde los contribuyentes examinen la trascendencia de sus aportaciones fiscales para el bienestar de la sociedad y estén motivados a cumplir voluntariamente con sus obligaciones fiscales (Lahura, 2016).

Entre los indicadores de esta dimensión, se tiene:

- La difusión de información sobre asuntos tributarios mediante plataformas de redes sociales. Esta táctica de comunicación implica el entre otras, para difundir información relevante sobre temas tributarios. Las autoridades tributarias pueden publicar contenido educativo, noticias, consejos y actualizaciones sobre normativa fiscal, fechas límite de cambios. Al aprovechar la accesibilidad de las autoridades pueden llegar a un público amplio y diverso, proporcionándoles recursos útiles para comprender y cumplir con sus obligaciones fiscales.



- Campañas de concientización tributaria: Estas campañas son estrategias de comunicación diseñadas para contribuyentes de promover una cultura tributaria responsable, a través de medios de comunicación, anuncios en televisión, radio, prensa, vallas publicitarias, redes sociales y folletos informativos, las autoridades tributarias pueden destacar la importancia de pagar impuestos para financiar servicios públicos esenciales para la sociedad en su conjunto.
- Campañas de asesoramiento tributario: Estas campañas están dirigidas a proporcionar información y apoyo para aprovechar los beneficios fiscales disponibles. A través de sesiones informativas, talleres, webinars, materiales educativos y servicios de asesoramiento personalizado, las autoridades tributarias pueden ayudar a los contribuyentes a comprender mejor la legislación fiscal, realizar declaraciones de impuestos correctamente, aprovechar deducciones y exenciones fiscales, resolver problemas relacionados con la tributación, y responder a consultas y dudas específicas. Estas campañas tienen como objetivo empoderar a los contribuyentes con el conocimiento y las herramientas necesarias para gestionar sus asuntos fiscales de manera efectiva de manera responsable.

#### Características difusión tributaria:

- Obligatoriedad: Es responsabilidad gubernamental, ya que todos los ciudadanos y organizaciones deben contribuir al financiamiento estatal.
- Universalidad: La mayoría de las personas y entidades están sujetas a obligaciones tributarias, que varían según sus circunstancias económicas y



legales. Sin embargo, esto no implica una igualdad absoluta en los pagos de impuestos, sino que el sistema debe adaptarse a diversas capacidades económicas y situaciones individuales.

- **Redistribución:** Los impuestos financian ayudando a reducir la desigualdad económica y mejorar el bienestar social al garantizar un acceso equitativo a servicios esenciales.
- **Proporcionalidad:** los contribuyentes pueden enviar según el tipo de impuesto o nivel de ingresos, asegurando una contribución justa pero ajustada a las diferentes situaciones.
- **Transparencia:** La comprensión clara de las leyes fiscales es crucial para asegurar que los contribuyentes entiendan sus obligaciones y los procedimientos para cumplirlas.
- **Flexibilidad:** Los sistemas tributarios deben poder adaptarse a cambios económicos, sociales y políticos, lo que implica revisar y ajustar las leyes fiscales para mantener su efectividad y equidad en diferentes contextos.
- **Control:** El gobierno y las autoridades fiscales supervisan la recaudación para garantizar aplicando sanciones cuando sea necesario y mejorando la administración tributaria.
- **Finalidad:** recaudan gastos para proporcionar servicios a la sociedad, como educación, salud, seguridad pública e infraestructura, contribuyendo al desarrollo y bienestar general.



## **2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS**

### **2.3.1. Actitud**

Se refiere a la disposición mental y emocional que una persona adopta frente a algo o alguien, es una postura subjetiva que puede influir en la forma en que se percibe, piensa, siente y se comporta en relación a determinadas situaciones, personas o ideas. La actitud puede manifestarse de diferentes maneras, como la aceptación, el rechazo, la indiferencia, la confianza o la hostilidad (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2023).

### **2.3.2. Comerciantes**

Desempeñan actividades de compra y venta de bienes y servicios. Su principal objetivo es obtener ganancias económicas en las transacciones comerciales. Los comerciantes pueden operar en el comercio minorista hasta la exportación/importación de productos a gran escala. Esta diversidad refleja la importancia y el alcance de la actividad comercial en la sociedad. Además, los comerciantes pueden clasificarse según el tamaño de su negocio, que puede variar desde pequeñas empresas familiares hasta grandes corporaciones multinacionales (Rodríguez, 2009).

### **2.3.3. Contribuyente**

Los contribuyentes, sean individuos o entidades legales, están legalmente obligados a abonar impuestos al Estado conforme a las leyes fiscales vigentes. Este grupo abarca a personas físicas, empresas, asociaciones sin fines de lucro y cualquier entidad que genere ingresos sujetos a tributación. Los aportantes



poseen el compromiso de efectuar sus deberes fiscales, lo que implica abonar los impuestos correspondientes según la legislación tributaria (Mora, 2020).

#### **2.3.4. Corrupción**

La corrupción es un fenómeno complejo que sucede cuando una persona que ocupa una posición de poder o autoridad utiliza esa posición de manera indebida para obtener beneficios personales ilegítimos. Este abuso de poder puede manifestarse de diversas formas, como sobornos, extorsión, malversación de fondos públicos, nepotismo, entre otros. La corrupción implica el incumplimiento de normas éticas y legales, y puede tener graves consecuencias económicas, políticas y sociales. Es un problema que socava la confianza en las instituciones, distorsionan, dificultan el movimiento económico y social, y vulnera los derechos de los ciudadanos. Combatir la corrupción requiere esfuerzos coordinados a nivel nacional e internacional, que incluyan medidas preventivas, sanciones efectivas (Cosulich, 1993).

#### **2.3.5. Creencia**

Las creencias son convicciones que una persona tiene sobre la verdad o falsedad de algo, y pueden influir en su percepción, interpretación y comportamiento en el mundo. Estas creencias pueden ser de naturaleza religiosa, moral, política, cultural, o relacionadas con cualquier otro aspecto de la vida. A menudo, las creencias se forman a partir de experiencias personales, influencias sociales, educación, y otros factores. Es importante destacar que las creencias pueden ser profundamente arraigadas en la identidad y la cultura de una persona, y pueden ser difíciles de cambiar, incluso cuando se enfrentan a evidencia o argumentos contrarios (Zapata, 2017).



### **2.3.6. Evasión**

Es un acto deliberada o intencional a evitar responsabilidades, situaciones incómodas o confrontaciones. En el contexto fiscal, la evasión se describe cumplir con las obligaciones de manera intencional, ya sea mediante la omisión de información o la manipulación de datos para reducir el monto de impuestos a pagar. La evasión fiscal puede ser motivada por diversos factores, como el deseo de minimizar costos, la falta de conciencia sobre las responsabilidades fiscales o la intención de eludir la ley. (Lahura, 2016).

### **2.3.7. Impuestos**

Los impuestos se utilizan para financiar una amplia gama de áreas, incluyendo infraestructura de servicios públicos necesarios para llevar a cabo sus funciones básicas y proporcionar los servicios necesarios para mantener el funcionamiento de la sociedad (Cetrángolo y Gómez, 2006).

### **2.3.8. Mercado**

Es un establecimiento de transacciones comerciales basadas en la oferta y la demanda. Estos intercambios pueden ocurrir en diversos entornos, como mercados físicos, tiendas minoristas, plataformas en línea o incluso mediante acuerdos comerciales directos entre empresas. La dinámica del mercado está influenciada por varios factores, incluyendo las preferencias del consumidor, la disponibilidad de productos, los precios, la competencia y las políticas gubernamentales (Rodríguez, 2009).

### **2.3.9. Normativa**

Conjunto de reglas, leyes, reglamentos y disposiciones que establecen los marcos legales y las pautas de conducta que deben seguirse en un determinado



ámbito, puede ser emitida por entidades gubernamentales, instituciones o autoridades competentes y tiene como objetivo regular el comportamiento y las relaciones entre las personas, empresas u otras entidades dentro de una sociedad (SUNAT, 2016).

### **2.3.10. Tributos**

Son pagos obligatorios que ejecutan las personas según Ro establecido por la legislación fiscal. Estos pagos son requeridos como consecuencia de la realización de actividades económicas o por la titularidad o uso de determinados bienes. (Rodríguez, 2009).



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. MÉTODOS

##### 3.1.1. Enfoque

Cuantitativo. Recolección de datos según el estudio. (Muñoz, 2015).

##### 3.1.2. Método

Hipotético-deductivo, combina la deducción y la inducción, la investigación parte de un proceso de observación, la cual plantea una deducción lógica, para luego, mediante un diseño, recopilar la información, con cuyos resultados se corroborará la hipótesis inicial.

##### 3.1.3. Tipo

Básico, realiza con propósito adquirir conocimientos fundamentales y exploratorios acerca de un tema específico como es el de la cultura tributaria. (Bernal, 2010).



### 3.1.4. Nivel

Descriptivo, representar detallada y precisa una situación en particular como es la cultura tributaria, que permitan identificar las características en términos de dimensiones, para lo cual se utilizará métodos descriptivos, mediante técnicas de muestreo representativos y generalizables hacia la población de estudio (Behar, 2008)

### 3.1.5. Diseño

No experimental-transversal, donde investigador es meramente observacional, centrándose en el registro de los fenómenos tal como se manifiestan espontáneamente en su ambiente originario. Aquí, a diferencia de las investigaciones de laboratorio, no se manipulan ni modifican las condiciones existentes. La meta esencial de este enfoque es descifrar el comportamiento y las interacciones de diversos factores en su contexto real y diario, proporcionando una comprensión más orgánica de los procesos estudiados (Behar, 2008).

## 3.2. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1. Ámbito Geográfico

La investigación se centra en el Mercado Túpac Amaru, en la ciudad de Juliaca, región de Puno. Este mercado es uno de los centros comerciales más grandes de la región de Puno, es punto clave en la economía local.



## 2. **Ámbito Demográfico**

El estudio se enfoca en las mujeres comerciantes que operan en el rubro de la venta de ropa en el Mercado Túpac Amaru. Este grupo demográfico es esencial, ya que las mujeres en el comercio minorista juegan un papel importante en la economía local, pero a menudo se encuentran subrepresentadas en los estudios sobre cultura tributaria. La investigación busca comprender sus prácticas, conocimientos y actitudes hacia la tributación.

## 2. **Ámbito Temporal**

La investigación se realiza durante el año 2023. Este período es significativo debido a los recientes cambios en la legislación tributaria y los avances en la digitalización de los procesos fiscales en Perú. Este marco temporal permite examinar cómo estas comerciantes se adaptan a los cambios actuales y cuáles son sus respuestas a las nuevas políticas fiscales.

## 3.3. **POBLACIÓN Y MUESTRA**

### 3.3.1. **Población**

Comprende comerciantes especializados venta de prendas de vestir en el mercado Tupac Amaru, Juliaca.

### 3.3.2. **Muestra**

En esta investigación, se optó por una técnica de selección muestral basada en la conveniencia., por lo cual la muestra fue representada por 56 comerciantes mujeres.



Este enfoque permite al investigador usar su juicio y conocimiento experto para identificar aquellos elementos que, a su parecer, reflejan fielmente las características distintivas del grupo estudiado. La fundamentación de esta elección radica en el conocimiento exhaustivo y profundo que el investigador posee acerca de la población objetivo, abarcando sus cualidades y su variedad (Bernal, 2010).

### 3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

#### 3.4.1. Técnica

Utilizamos la encuesta. Una técnica diseñada para obtener información precisa.

#### 3.4.2. Instrumento

Se utilizará el cuestionario. Diseñado preparado con preguntas cerradas y abiertas. Este tipo de cuestionario se utiliza comúnmente en la investigación cuantitativa para recopilar datos y permitir la comparación objetiva de los resultados. El instrumento se presenta en el Anexo 2.

- **Confiabilidad**

#### Tabla 2

*Fiabilidad del instrumento*

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,848             | 12             |

*Nota.* Elaboración propia.



## **Interpretación:**

El análisis de fiabilidad realizado presenta un coeficiente de 0.848 (muy bueno), esto indica que el instrumento es calificado como adecuado.

## **3.5. RECOGIDA DE DATOS**

Los pasos para la realización del proceso de datos, será el siguiente:

- Organización de los datos: Esta etapa se caracteriza por transcribir los datos en formato numérico.
- Análisis de los datos: En esta fase los datos se procesarán mediante el SPSS para obtener las tablas y figuras correspondientes.



## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. PRESENTACIÓN

En este apartado, se llevó el análisis estadístico descriptivo con los objetivos planteados. Se realizó utilizando el software SPSS, que permitió una evaluación detallada y precisa de los datos recopilados. Se emplearon diversas técnicas estadísticas proporcionadas por este programa para describir y resumir las características fundamentales del conjunto de datos, facilitando lograr los resultados obtenidos.

#### 4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

**Tabla 3**

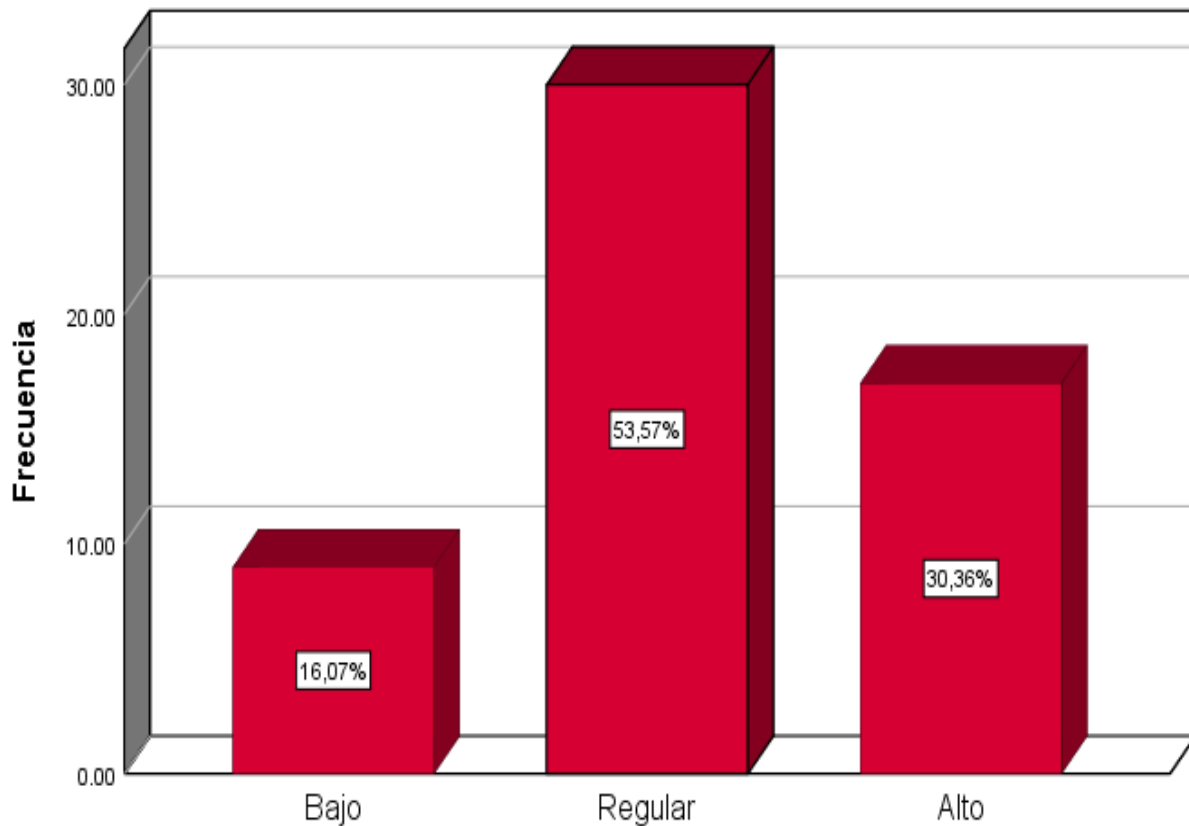
*Nivel de cultura tributaria, comerciantes mercado Túpac Amaru*

| Categorías | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo       | 9          | 16,1       | 16,1              | 16,1                 |
| Regular    | 30         | 53,6       | 53,6              | 69,6                 |
| Alto       | 17         | 30,4       | 30,4              | 100,0                |
| Total      | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 1**

*Distribución cultura tributarias comerciantes del mercado Túpac Amaru*



*Nota.* Elaboración propia.

### **INTERPRETACIÓN:**

Tabla 1, se observa, 53,57%, comerciantes tienen nivel regular de cultura tributaria. Esto indica tienen conocimientos básicos sobre sus obligaciones fiscales, aún hay espacio para mejorar su comprensión y cumplimiento de las normas tributarias. Por otro lado, 30,36% comerciantes muestran alto nivel de cultura tributaria, sugiere buen entendimiento y una adecuada aplicación de las leyes fiscales en sus actividades comerciales. Sin embargo, es preocupante que 6,07% de los comerciantes se encuentra en el nivel bajo, indicando falta de conocimiento de las normativas.

**Tabla 4**

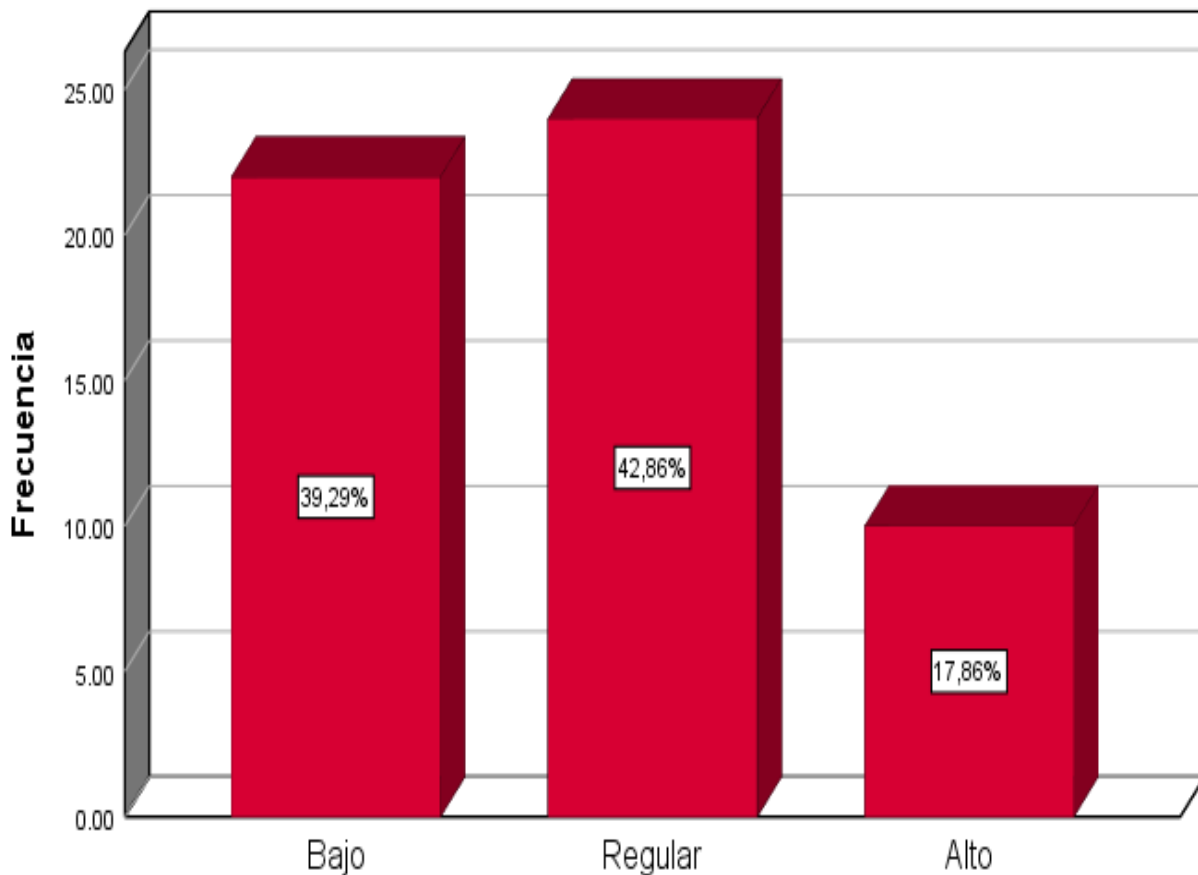
*Conciencia tributaria, comerciantes Mercado Túpac Amaru*

| Categorías | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo       | 22         | 39,3       | 39,3              | 39,3                 |
| Regular    | 24         | 42,9       | 42,9              | 82,1                 |
| Alto       | 10         | 17,9       | 17,9              | 100,0                |
| Total      | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 2**

*Conciencia tributaria, comerciantes Mercado Túpac Amaru*



*Nota.* Elaboración propia.



## INTERPRETACIÓN

La figura 2, conciencia tributaria de los participantes del estudio. Se observa 42,86% de las encuestadas presentan nivel moderado de las obligaciones fiscales. Por otro lado, 39,29% se encuentra en el nivel bajo, sugiriendo una falta significativa de conocimiento o conciencia sobre sus responsabilidades tributarias. Además, 17,86% demuestran alto nivel de conciencia tributaria, reflejando un entendimiento y cumplimiento avanzados en materia fiscal. Estos resultados destacan la necesidad de enfocar esfuerzos en educación y sensibilización tributaria, especialmente para aquellos que se encuentran en los niveles bajo y regular.

**Tabla 5**

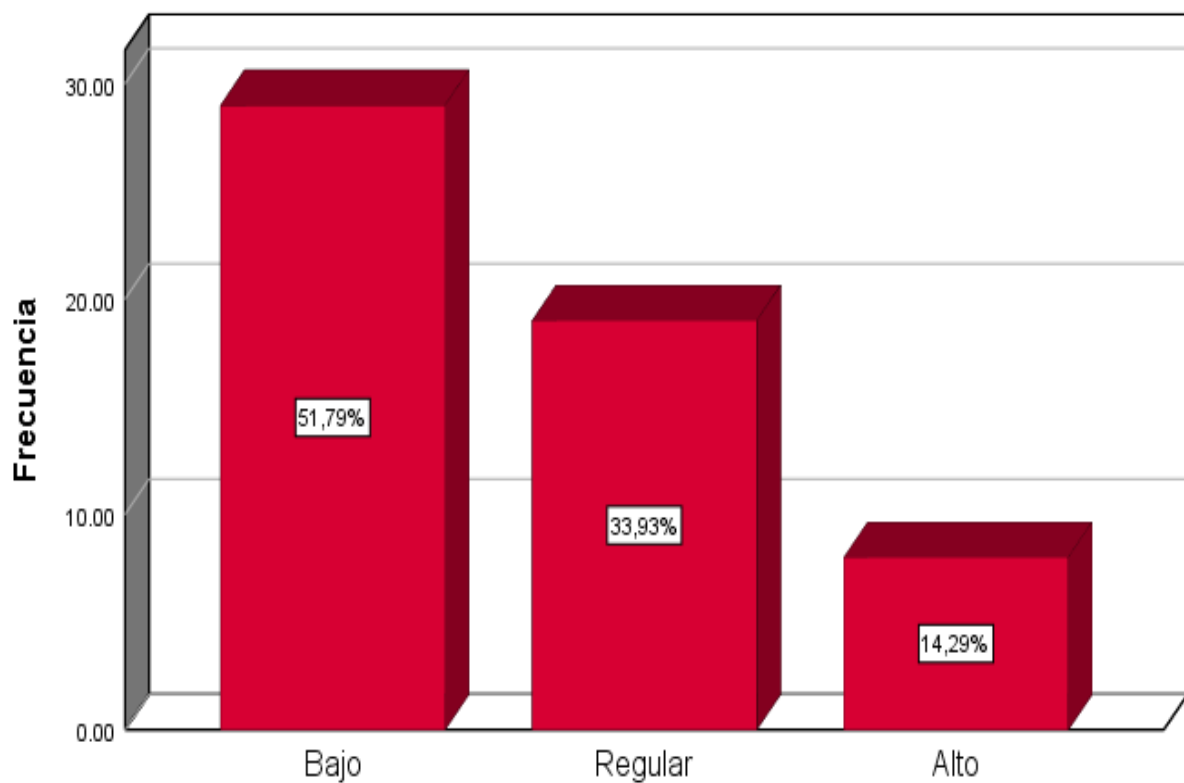
*Educación tributaria, comerciantes Mercado Túpac Amaru*

| Categorías | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo       | 29         | 51,8       | 51,8              | 51,8                 |
| Regular    | 19         | 33,9       | 33,9              | 85,7                 |
| Alto       | 8          | 14,3       | 14,3              | 100,0                |
| Total      | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 3**

*Educación tributaria, comerciantes Mercado Túpac Amaru*



*Nota.* Elaboración propia.



## INTERPRETACIÓN

Figura 3, donde 51,79% muestra nivel bajo de educación tributaria. Poseen deficiencia de temas fiscales, se traduce cumplimiento inadecuado de las obligaciones tributarias. Por otro lado, 33,93% presentan nivel regular, indicando comprensión insuficiente. Solo 14,29% alcanza nivel alto de educación tributaria, refleja cumplimiento efectivo normativas fiscales. Urge fortalecer educación tributaria dentro de la población para promover un mayor acatamiento de los deberes fiscales.

**Tabla 6**

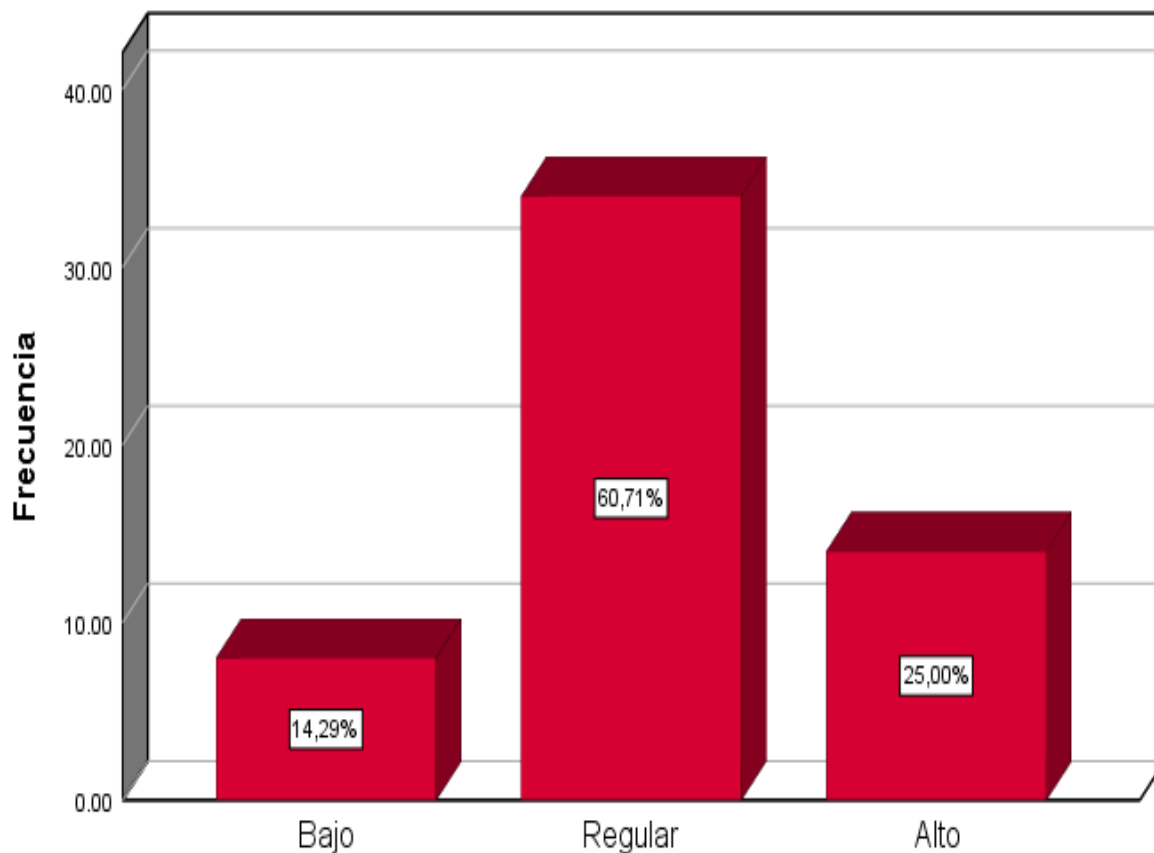
*Orientación tributaria, comerciantes Mercado Túpac Amaru*

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo      | 8          | 14,3       | 14,3              | 14,3                 |
| Regular   | 34         | 60,7       | 60,7              | 75,0                 |
| Alto      | 14         | 25,0       | 25,0              | 100,0                |
| Total     | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 4**

*Orientación tributaria, comerciantes Mercado Túpac amaru*



*Nota.* Elaboración propia.



## INTERPRETACIÓN

Figura 4, representando 60,71%, tienen nivel regular de orientación tributaria. Esto implica que, aunque poseen cierto grado de conocimiento y comprensión sobre sus responsabilidades fiscales, todavía hay margen de mejora la orientación en este ámbito. Por otro lado, 25% muestra nivel alto, indica entendimiento gestión de sus obligaciones fiscales. Sin embargo, 14,29% se encuentre en el nivel bajo, sugiere falta de conocimiento para manejar correctamente sus asuntos tributarios. Estos resultados resaltan incorporar estrategias que mejoren la orientación tributaria.

### Figura 7

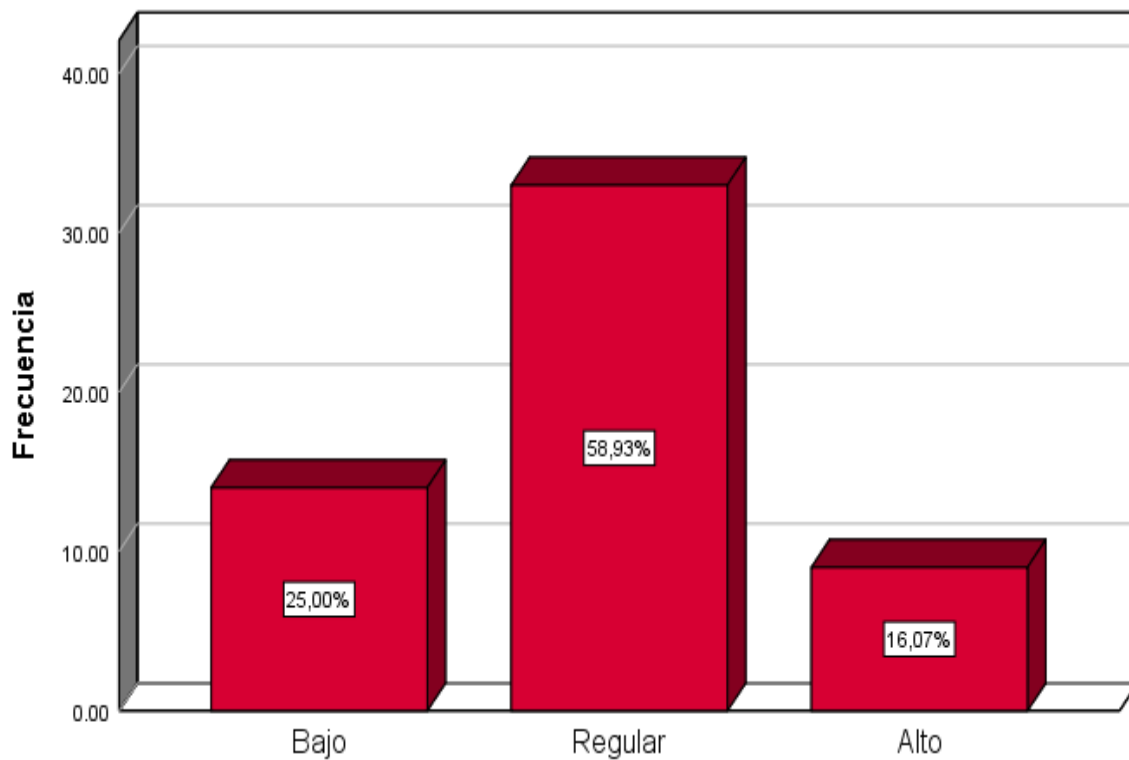
*Difusión tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru*

| Categorías | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Bajo       | 14         | 25,0       | 25,0              | 25,0                 |
| Regular    | 33         | 58,9       | 58,9              | 83,9                 |
| Alto       | 9          | 16,1       | 16,1              | 100,0                |
| Total      | 56         | 100,0      | 100,0             |                      |

*Nota.* Elaboración propia.

### Figura 5

*Difusión tributaria en las comerciantes del mercado Túpac Amaru*



*Nota.* Elaboración propia.



## INTERPRETACIÓN

La Figura 5, percepciones difusión tributaria. 58,93% perciben difusión tributaria regular. Esto sugiere existe cierta información y comunicación de asuntos fiscales, completamente efectiva para todos. Por otro lado, 25% encuestados califican difusión tributaria nivel bajo, lo que indica una marcada insuficiencia en la comunicación y educación sobre temas fiscales. En contraste, 16,07% considera que la difusión tributaria es de nivel alto, lo que implica una valoración positiva sobre la calidad y eficacia de la información proporcionada en materia fiscal. Los resultados destacan necesidad de fortalecer difusión tributaria para cumplir obligaciones fiscales



### 4.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Las hipótesis descriptivas son enunciados tentativos cuyo propósito es describir rasgos, tendencias o patrones observados en los datos, diferenciándose así de las hipótesis que buscan establecer relaciones de causa y efecto. Estas hipótesis pueden derivarse de observaciones anteriores o fundamentarse en teorías ya existentes. Su principal objetivo no es demostrar una conexión causal, sino más bien profundizar en la comprensión de un fenómeno particular, según explica (Behar, 2008).

### 4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el indicador porcentual 53,57% indica, las comerciantes mujeres del mercado Túpac Amaru tienen cultura tributaria, 30,36% muestra alto nivel y 16,07% nivel bajo.

García (2021) destaca bajo nivel educativo de los comerciantes puede influir en su comportamiento tributario. Esta observación aborda el conocimiento de la educación tributaria, incorporando aspectos técnicos y formativos. Los contribuyentes tienen un impacto positivo. Mamani y Espinoza (2022) sugieren correlación alta. Indica comprensión y actitud hacia los impuestos, para aumentar el cumplimiento tributario. Quispe y Vidaurre (2021) la evasión de impuestos está relacionada con la falta de transparencia en el uso de impuestos de las autoridades.

Estas actitudes resaltan la transparencia gubernamental para tener confianza de los contribuyentes. Humpiri (2018) menciona conciencia y



conocimiento disminuyendo evasión de impuestos. Esto destaca sensibilización informar sobre la importancia de los impuestos.

La discusión de estos resultados resalta necesidad de educación y conciencia tributaria de los comerciantes. Además, recomienda transparencia y confianza de las autoridades para fomentar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.



## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Se identificó entre las comerciantes mujeres del mercado Túpac Amaru. resultados moderados, donde 53,57% tienen nivel regular de cultura tributaria. Por otro lado, 30,36% alto nivel de cultura tributaria, además, 16,07% nivel bajo, indica falta significativa de conocimiento de las normativas tributarias.

**SEGUNDA:** Las comerciantes mujeres, indican 42,86% presentan nivel regular de conciencia tributaria, 39,29% nivel bajo. Además, 17,86% demuestran alto nivel de conciencia tributaria, reflejando entendimiento avanzado en materia fiscal.

**TERCERA:** Educación tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa mercado Túpac Amaru de Juliaca. Los resultados estadísticos revelaron 51,79%, nivel bajo de educación tributaria, 33,93% nivel regular y 14,29% nivel alto de educación tributaria, refleja entendimiento avanzado de cumplimiento de las normativas fiscales.

**CUARTA:** Orientación tributaria comerciantes mujeres del rubro de ropa mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2023. Los resultados indicaron 60,71%, tienen nivel regular de orientación tributaria, 25% nivel alto de orientación tributaria y 14,29% nivel bajo, indica falta de conocimiento para manejar sus asuntos tributarios.



**QUINTA:** Difusión tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa mercado Túpac Amaru de Juliaca. Los resultados estadísticos señalaron 58,93% perciben difusión tributaria nivel regular, 25% nivel bajo y 16,07% nivel alto, implica valoración de calidad y eficacia de la información de materia fiscal.



## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Se recomienda a la (SUNAT) en Juliaca, enfocarse en implementar programas educativos personalizados para los comerciantes locales. Estos programas se centrarían en explicar de manera clara y sencilla la importancia del cumplimiento tributario y los beneficios de estar al día con las obligaciones fiscales. Además, sería valioso incluir módulos prácticos que enseñen aplicarlos en el día a día del comercio. Para asegurar una mayor eficacia y participación, estos talleres y cursos podrían adaptarse a las necesidades específicas de los comerciantes de Juliaca, utilizando ejemplos relevantes a su contexto económico y cultural.

**SEGUNDA:** A (SUNAT) abrir campañas de concientización del cumplimiento tributario para el bienestar social y la responsabilidad cívica. Una estrategia efectiva podría ser incorporar historias de éxito de comerciantes que hayan mejorado su situación gracias al cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Esta táctica no solo ilustraría beneficios concretos, sino que también podría inspirar y motivar a otros comerciantes a seguir un camino similar hacia un cumplimiento tributario responsable.

**TERCERA:** A la (SUNAT) llevar planificación mediante talleres y seminarios educativos con el objetivo de proporcionar una explicación clara y sencilla sobre las obligaciones tributarias y los procedimientos de declaración. Es fundamental que estas actividades sean accesibles y estén diseñadas de manera adaptada para las comerciantes locales. Estos eventos educativos contribuirán significativamente



facilitando entre los contribuyentes cumplimiento de las normativas fiscales.

**CUARTA:** Se sugiere a la (SUNAT) en Juliaca implementar un servicio de asesoramiento tributario en el mercado local, destinado a brindar apoyo individualizado a los comerciantes en la comprensión y gestión de sus responsabilidades fiscales. Esta iniciativa podría ser llevada a cabo por especialistas en temas tributarios o mediante la participación de estudiantes de contabilidad y derecho en calidad de prácticas profesionales. Este servicio personalizado sería de gran utilidad para los comerciantes locales al ofrecerles orientación directa y específica para efectuar apropiadamente con las obligaciones fiscales.

**QUINTA:** Se recomienda a la (SUNAT) en Juliaca desarrolle y difunda materiales informativos claros y precisos para orientar a los contribuyentes. Estos recursos podrían abarcar desde folletos hasta videos didácticos, e incluso aplicaciones móviles, con el propósito de ofrecer información relevante y accesible sobre aspectos tributarios. Esta estrategia promovería el cumplimiento de manera más efectiva al brindarles herramientas prácticas y fáciles de consultar.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, R. (2007). *Estadística aplicada a las ciencias de la salud* (D. Do Santos (ed.); 1st ed.).  
[https://books.google.com.pe/books/about/Estadística\\_aplicada\\_a\\_las\\_ciencias\\_de.html?id=V2ZosgPYI0kC&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&hl=es-419&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books/about/Estadística_aplicada_a_las_ciencias_de.html?id=V2ZosgPYI0kC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-419&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación* (p. 220). Shalom Editores.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (p. 250). Pearson.  
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigación-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Camargo, D. (2016). Evasión fiscal un problema a resolver. In *Edufis* (p. 90). EUMED. <https://ebookcentral.proquest.com>
- Cetrángolo, O., & Gómez, J. (2006). Tributación en América Latina. En busca de una nueva agenda de reformas. In *Libros de la Cepal. Comisión económica para América Latina y el Caribe (Cepal)* (Primera). CEPAL.  
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/2476>
- Cosulich, J. (1993). La evasión tributaria. In *La Evasión Tributaria* (p. 23). CEPAL. [file:///D:/Downloads/proyecto/S9300143\\_es.pdf](file:///D:/Downloads/proyecto/S9300143_es.pdf)
- Farias, M. (2014). Manual de contabilidad básica. In *Normas de Información Financiera* (pp. 3–28). <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-19-Manual-de-contabilidad-basica.pdf>
- García, E. (2021). Cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo de Chulucanas, Municipalidad Provincial de Morropón, 2020 [Universidad



César Vallejo]. In *Universidad César Vallejo*.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/76522>

Guerrero, C., & Zapata, S. (2020). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes de calzado del Mercado Modelo Piura, año 2020* [Universidad Privada Antenor Orrego].

<https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/6980>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (McGRAW-HILL (ed.); Quinta).

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (6th ed.). McGraw-Hill Interamericana.

[http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hernández-Metodología de la investigación.pdf](http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hernández-Metodología%20de%20la%20investigación.pdf)

Humpire, S. (2018). Influencia de la cultura tributaria en la evasión tributaria de los comerciantes de la ciudad de Juliaca 2017 [Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez]. In *Tesis*.

<http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/1749>

Lahura, E. (2016). Sistema financiero, informalidad y evasión tributaria en Perú. *Revista Estudios Económicos*, 32(Diciembre), 55–70.

[www.bcrp.gob.pe/publicaciones/revista-estudios-economicos.html](http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/revista-estudios-economicos.html)

Mamani, C., & Quiza, L. (2022). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en la Asociación de Comerciantes Mixtos "Milenio 2000" San Román - Juliaca, 2021* [Universidad César Vallejo]. <https://bit.ly/3BXwq5b>

Mamani, H. M., & Espinoza, O. M. (2022). *Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Pacocha - Ilo*



2021 [Universidad Continental].

<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/12217>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). *Elusión y evasión tributaria representa un 8% del PBI*. <https://elperuano.pe/noticia/135321-mef-elusion-y-evasion-tributaria-representa-un-8-del-pbi>

Miranda, L. G. (2019). *Cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria en los comerciantes del centro comercial nuevo bahía –Diego Ferre de Sullana en el año 2018* [Universidad Nacional de Piura]. <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1917>

Mora, W. (2020). Cultura tributaria y aduanera. In *Libro de Cultura Tributaria y Aduanera* (p. 203). Instituto Aduanero y Tributario. [https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Libro-Cultura\\_Tributaria\\_y\\_Aduanera\\_final.pdf](https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Libro-Cultura_Tributaria_y_Aduanera_final.pdf)

Morel, J., Trivelli, C., Vasquez, Y., & Mendoza, J. A. (2020). Poder y tributacion en el Perú. In *Poder y sociedad en el Perú* (Primera). Instituto de Estudios Peruanos. <http://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/9>

Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación* (1st ed.). Oxford University Press.

Organización de las Naciones Unidas. (2020). *El Fondo Monetario Internacional propone impuestos progresivos para afrontar la desigualdad*. <https://news.un.org/es/story/2020/07/1477371>

Organización de las Naciones Unidas. (2022). *La evasión fiscal en América Latina, un obstáculo para la recuperación de la crisis del coronavirus*. <https://news.un.org/es/story/2020/07/1477031>



- Ortiz, C. (2020). *Cultura tributaria de los comerciantes del cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas* [Pontificia Universidad Católica del Ecuador].  
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2273/1/ORTIZ LOPEZ CHARLIE RAYNEIRO.pdf>
- Patiño, J., Mendoza, S. T., Quintanilla, D. A., & Díaz, J. (2019). Evasión tributaria, una revisión. *Revista Activos*, 17(1), 14.  
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/activos/article/view/5399>
- Pinazo, M. (2022). La cultura tributaria y la evasión tributaria en los comerciantes del mercado Laykakota de la ciudad de Puno, 2022 [Universidad Privada San Carlos]. In *Universidad Privada San Carlos-Puno* (Vol. 1).  
<http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/4547>
- Ponce, N. M. (2022). La cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias durante la pandemia covid-19, en los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2021 [Universidad Privada San Carlos]. In *Universidad Privada San Carlos-Puno*.  
<http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC S.A.C./219>
- Quiñonez, M., & Zambrano, B. G. (2023). Cultura tributaria en los comerciantes del mercado central del cantón Manta, Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La Investigación Y Publicación Científico-Técnica Multidisciplinaria)*, 8(1), 2157–2175.  
<https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/773/1401>
- Quinteros, M. (2018). *Aplicación práctica de la Ley del Impuesto a la Renta. Personas naturales y empresas* (Primera). Gaceta Jurídica.  
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22046>



- Quispe, J., & Vidaurre, W. (2021). *Nivel de cultura tributaria en los "mercado modelo" para reducir la informalidad, Bagua Grande-2020*. 1–122.  
<https://orcid.org/0000-0002-1603-2205>
- Quispe, M. (2022). *Cultura tributaria y la evasión tributaria en los comerciantes del mercado las Mercedes de la ciudad de Juliaca, Puno, 2020* [Universidad César Vallejo]. <https://bit.ly/3BXwq5b>
- Rivero, E. (2009). Apuntes de estudio Contabilidad I. In *Colegio de Bachilleres* (Primera). Centro de Investigación Universidad del Pacífico.  
<http://site.ebrary.com/lib/bibliotecaustasp/Doc?id=10345507&ppg=19>
- Rodríguez, M. (2009). Diccionario de economía. In *Especial para estudiantes* (p. 117). <https://www.eumed.net/diccionario/dee/dee.pdf>
- Sempertegui, S. (2019). *Análisis de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2019* [Universidad Señor de Sipán].  
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7177>
- SUNAT. (2016). *La exportación*.  
<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2023). *La tributación en el Perú*. <https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/>
- Tello, I. A., Tul, L. M., Vaca, A. G., & Villavicencio, N. E. (2018). *Contabilidad general* (G. Compás (ed.); Primera).  
<http://142.93.18.15:8080/jspui/handle/123456789/457>
- Tene, T. E. (2019). Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del mercado gran Colombia de la ciudad de Loja [Universidad Nacional de Loja]. In



Universidad Nacional De Loja.

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22046>

Ticona, D., & Quispe, M. (2020). *Nivel de conocimiento en tributación y evasión tributaria de los contribuyentes que utilizan comercio electrónico en Arequipa*, 2018. Universidad Tecnológica del Perú.

Uriol, F. (2020). *Contabilidad financiera* (p. 750).  
[https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_publ/documentac/VERSION\\_MODIFICADA\\_PCG\\_EMPRESARIAL.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/documentac/VERSION_MODIFICADA_PCG_EMPRESARIAL.pdf)

Velásquez, N. (2020). *Contabilidad básica I* (Primera). Universidad Católica los Angeles de Chimbote.  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/16129>

Yañez, J. (2019). Evasión tributaria: Atentado a la equidad. *Visión de Futuro*, 3(23, No 2 (Julio-Diciembre)), 1–20.  
<https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2019.23.02.009.es>

Zapata, D. (2017). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector comercio prendas de vestir de dama en Aguas Verdes-Tumbes 2019* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3653/IMPUESTO\\_A\\_LA\\_RENTA\\_GESTION\\_EMPRESARIAL\\_GONZALES\\_ANGULO\\_HUMBERTO.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3653/IMPUESTO_A_LA_RENTA_GESTION_EMPRESARIAL_GONZALES_ANGULO_HUMBERTO.pdf?sequence=4&isAllowed=y)



# ANEXOS



ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: LA CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES DEL RUBRO DE ROPA EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023.

| PROBLEMA  | OBJETIVOS  | HIPÓTESIS  | VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES   | METODOLOGÍA   |
|---|--|--|--|---|
| <p><b>PROBLEMA GENERAL:</b></p> <p>¿Cómo se encuentra la cultura tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023?</p>  | <p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p> <p>Identificar el nivel de cultura tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p>   | <p><b>HIPÓTESIS GENERAL:</b></p> <p>El nivel de cultura tributaria es de nivel regular en comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p>  | <p><b>A. VARIABLE 1:</b> Cultura tributaria<br/> <b>DIMENSIÓN:</b> Conciencia tributaria<br/> <b>INDICADORES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento voluntario de obligaciones tributarias.</li> <li>• Motivación para cumplir obligaciones tributarias.</li> <li>• Beneficio de cumplir con las obligaciones tributarias.</li> </ul> <p><b>DIMENSIÓN:</b> Educación tributaria.<br/> <b>INDICADORES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de educación tributaria.</li> <li>• Conciencia y moral tributaria.</li> <li>• Derechos y obligaciones tributarias.</li> </ul> <p><b>DIMENSIÓN:</b> Orientación tributaria.<br/> <b>INDICADORES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de atención al contribuyente.</li> <li>• Asistencia tributaria.</li> <li>• Charlas tributarias virtuales.</li> </ul> | <p><b>Enfoque de investigación:</b></p> <p>Cuantitativo.</p> <p><b>Método:</b></p> <p>Deductivo.</p> <p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Básico.</p> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>Descriptivo.</p> <p><b>Diseño de investigación:</b></p> <p>No experimental</p> <p><b>Población:</b></p> |
| <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>¿Cómo se encuentra la cultura tributaria en la dimensión de conciencia tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023?</p> <p>¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en la dimensión de</p> | <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b></p> <p>Determinar el nivel de cultura tributaria en la dimensión de conciencia tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p> <p>Identificar el nivel de cultura tributaria en la dimensión de</p> | <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</b></p> <p>El nivel de cultura tributaria en la dimensión de conciencia tributaria es de nivel regular en comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p> <p>La cultura tributaria en la dimensión de educación</p> |  |   |



|  |   |  |  |   |
|--|---|--|--|---|
| <p>educación tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023?</p> <p>¿Cómo se encuentra la cultura tributaria en la dimensión de orientación tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023?</p> <p>¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en la dimensión de difusión tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023?</p> | <p>educación tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p> <p>Describir la cultura tributaria en la dimensión de orientación tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en un mercado en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p> <p>Identificar la cultura tributaria en la dimensión de difusión tributaria en las comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p> | <p>tributaria es de nivel regular en comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p> <p>El nivel de cultura tributaria en la dimensión de orientación tributaria es de nivel regular en comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p> <p>La cultura tributaria en la dimensión de difusión tributaria es de nivel regular en comerciantes mujeres del rubro de ropa en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2023.</p> | <p>DIMENSIÓN: Difusión tributaria.</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información por redes sociales.</li> <li>• Campañas de sensibilización tributaria.</li> <li>• Campañas de orientación tributaria.</li> </ul> | <p>La población está formada por comerciantes del mercado Túpac Amaru</p> <p><b>Muestra:</b><br/>56 comerciantes</p> <p><b>Técnica:</b><br/>Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b><br/>Cuestionario.</p> |
|--|---|--|--|---|

Nota. Elaboración propia.



### Apéndice 2. Instrumento

Lea atentamente las interrogantes y marque la que Ud. considere la adecuada, no se busca medir su conocimiento, sino su opinión sobre cultura tributaria.

Escala de valoración.

|       |            |         |              |         |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| (1)   | (2)        | (3)     | (4)          | (5)     |

| ÍTEMS                            |   | Escala de valoración |   |   |   |   |
|----------------------------------|---|----------------------|---|---|---|---|
|                                  |   | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>Vr. 1. Cultura tributaria</b> | Dimensión 1. Conciencia tributaria  |                      |   |   |   |   |
|                                  | 1. ¿Considera usted que los contribuyentes cumplen voluntariamente con sus obligaciones tributarias?                            |                      |   |   |   |   |
|                                  | 2. ¿Considera usted que los contribuyentes se sienten motivados con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?            |                      |   |   |   |   |
|                                  | 3. ¿Considera usted que el cumplimiento de las obligaciones tributarias beneficia a la sociedad?                                |                      |   |   |   |   |
|                                  | Dimensión 2. Educación tributaria   |                      |   |   |   |   |
|                                  | 4. ¿Considera usted que los programas de educación tributaria promueven el cumplimiento de las obligaciones tributarias?        |                      |   |   |   |   |
|                                  | 5. ¿Considera usted que la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias? |                      |   |   |   |   |
|                                  | 6. ¿Cree usted que los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias?  |                      |   |   |   |   |
|                                  | Dimensión 3. Orientación tributaria   |                      |   |   |   |   |



|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| 8. ¿Usted ha recibido asistencia tributaria de parte de la SUNAT?  |  |  |  |  |  |
| 9. ¿Considera usted que las charlas virtuales que brinda SUNAT ayudan a concientizar al contribuyente?                                       |  |  |  |  |  |
| Dimensión 4. Distribución tributaria   |  |  |  |  |  |
| 10. ¿Se informa usted de los temas tributarios que difunde SUNAT en las redes sociales?  |  |  |  |  |  |
| 11. ¿Cree usted que las campañas de sensibilización concientizan al contribuyente con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?       |  |  |  |  |  |
| 12. ¿Cree usted que las campañas de orientación tributaria que organiza SUNAT promueven con el cumplimiento de las obligaciones tributarias? |  |  |  |  |  |



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital [X]

Fecha de entrega: 31 - 07 - 2024

Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: MARCO ANTONIO SANCA HUANCA

Dirección: JR MÁRTIRES N° 306

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 73890528

Teléfono: 930 755 016 email: marcoantoniosanca@gmail.com

Nombres y Apellidos:

Dirección:

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°:

Teléfono: email:

Facultad y/o Escuela de Posgrado: FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

Escuela Profesional o Mención: ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Título o Grado Académico a optar: CONTADOR PÚBLICO

Asesor: Dr. JESUS MAMANI MAMANI

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación [ ] Tesis [X] Trabajo de Suficiencia Profesional [ ] Trabajo Académico [ ]

Título: CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES MUJERES DEL RUBRO DE ROPA EN EL

MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): Cultura tributaria, normativas fiscales, educación fiscal.

Esta obra se desarrolló en la UANCV 1, 2?

1

Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

- Bachiller
- Título
- 2da Especialidad
- Maestría
- Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

**Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.**

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

**Autorizo su publicación (marque con una X)**

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): \_\_\_\_\_
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

**¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?**

**Sí:** significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

**No:** significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



**Jurisdicción de su Licencia**

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: CONTABILIDAD ECONÓMICA – P15

*[Handwritten signature]*



31 - 07 - 2024

Firma de Autor

huella digital

Fecha