



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA
FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN
EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA
CIUDAD DE JULIACA, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. DASHIELL CARMEN HUANCA TORRES

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

JULIACA - PERÚ

2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA
FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN
EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA
CIUDAD DE JULIACA, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. DASHIELL CARMEN HUANCA TORRES

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:


Dra. BERTHA BEJAR PARRA

PRIMER MIEMBRO

:


Dr. HILARIO CONDORI MAMANI

SEGUNDO MIEMBRO

:


CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI

ASESOR DE TESIS

:


Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

: ECONOMÍA SECTORIAL – P15



RESOLUCIÓN N° 227-2025-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 20 de octubre del 2025

VISTOS: El Oficio No 040-2025-DUI-FCCF-UANCV de fecha 13 de setiembre del 2025, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el **Expediente N° CU – 9875** presentado por el (la) Bachiller: **HUANCA TORRES DASHIELL CARMEN**, quien **solicita nominación jurados, fecha y hora de sustentación**, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2024** 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,

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 de la Directora de la Unidad de Investigación y la Decana 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: **HUANCA TORRES DASHIELL CARMEN**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2024** 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	: Dra. BERTHA BEJAR PARRA
1er Miembro	: Dr. HILARIO CONDORI MAMANI
2do Miembro	: CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI
Asesor	: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

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

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: MIERCOLES 22 de octubre del 2025
Hora	: 3.00 p.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)



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

**RESOLUCIÓN N° 234 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 11 de julio del 2025

Visto: el Expediente N° 007162 fecha 24 de junio del 2025, del Bach. **HUANCA TORRES DASHIELL CARMEN**, 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. **HUANCA TORRES DASHIELL CARMEN**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2024**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N° 105-2025-DUI-FCCF-UANCV-J**, 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, corrobora la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, 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: **CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2024**, presentado por el (la) Bachiller: **HUANCA TORRES DASHIELL CARMEN**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**.

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados
- Archivo

(1)
(1)

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

**RESOLUCIÓN N° 105- 2025-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 26 de mayo del 2025

Visto: el Expediente N° 5839 de fecha 16 de mayo del 2025, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de 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. **HUANCA TORRES DASHIELL CARMEN**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2024**, la misma que pertenece a la línea de investigación: **ECONOMÍA SECTORIAL- P15**, 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, corrobora la propuesta del (a) ASESOR (a) **DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**, 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 LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado **CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2024**, presentado por el (la) Bachiller. **HUANCA TORRES DASHIELL CARMEN**, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER como ASESOR(a) al (a): **DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. Yudy Huacani Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

23%

ÍNDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

15%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	9%
2	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	repositorio.upsc.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
10	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	1%



Metadatos complementarios - UANCV

CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2024	
Datos de autor	
Nombres y Apellidos	DASHIELL CARMEN HUANCA TORRES
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70170727
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0004-8610-6195
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-3275-5586
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres Y Apellidos	BERTHA BEJAR PARRA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02387777
Miembro del jurado 1	
Nombres Y Apellidos	HILARIO CONDORI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02385723
Miembro del jurado 2	
Nombres Y Apellidos	NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01328058

Datos de investigación	
Línea de investigación	ECONOMÍA SECTORIAL - P15
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	País: PERÚ Departamento: PUNO Provincia: SAN ROMAN Distrito: JULIACA Coordenadas. Latitud: -15.489473º Longitud: -70.126127º https://maps/d/u/0/edit?mid=10E1hSf-YBGcKIqaplaFZMsl8-ObRs8&usp=sharing 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	MAYO 2025 - OCTUBRE 2025
URL de disciplinas OCDE	Ciencias Sociales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00 Economía https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01
URL de disciplinas OCDE	https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería

UNIVERSIDAD NACIONAL
"NESTOR CERDAS VELASQUEZ"
DIRECTORA DE LA OFICINA DE
INVESTIGACIÓN PUEP



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD



Yo DASHIELL CARMEN HUANCA TORRES, identificado con DNI
Nro. 70170727 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 Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL
MERCADO TUPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2024

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mí persona y **no existe plagio/espía** 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 08 de diciembre del 2025


FIRMA (ASESOR)


FIRMA (obligatoria)


Huella



DEDICATORIA

A Dios por guiar mi camino.

A mi familia, por su apoyo y amor
infinito.



AGRADECIMIENTOS

A la universidad Andina Néstor Cáceres
Velásquez, por ser mi casa de estudios
superiores.

A mi asesor de tesis, por su apoyo y
tiempo invertido.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS	ii
ÍNDICE GENERAL.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES.....	1
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.2.1. Problema general.....	2
1.2.2. Problemas específicos	2
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.4.1. Objetivo general	3
1.4.2. Objetivos específicos	3
1.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.5.1. Hipótesis general	4
1.5.2. Hipótesis específicas.....	4



CAPÍTULO II FUNDAMENTOS TEÓRICOS	5
2.1. ANTECEDENTES.....	5
2.1.1. A nivel internacional	5
2.1.2. A nivel nacional	8
2.1.3. A nivel regional o local	11
2.2. MARCO EPISTEMOLÓGICO	14
2.2.1. Cultura tributaria (CT).....	14
2.2.2. Formalización de los negocios	18
2.3. ESTADO DEL ARTE	24
2.4. BASES TEÓRICAS	26
CAPÍTULO III METODOLOGÍA Y RESULTADOS	28
3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	28
3.2. MODALIDAD DE ESTUDIO DE CASOS	29
3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN	31
CAPÍTULO IV RESULTADOS.....	37
4.1. ANÁLISIS DE DATOS	37
4.1.1. Interpretación de los resultados	37
4.2. DISEMINACIÓN DE LOS HALLAZGOS	67
CONCLUSIONES	70
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72



ANEXO.....	78
Apéndice 1. Matriz de consistencia	79
Apéndice 2. Instrumento(s)	81
Apéndice 3. Validez de instrumentos	84
Apéndice 4. Tratamiento de datos	85
Apéndice 5. Otros	89



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Lista de expertos.....	33
Tabla 2 Resumen de procesamiento de casos.....	34
Tabla 3 Estadísticas de fiabilidad	34
Tabla 4. Escala de Alfa de Cronbach.....	35
Tabla 5 cree que los contribuyentes cumplen con las normas tributarias (NT).....	37
Tabla 6 Los servicios públicos(SP) en Perú realmente cumplen con lo que la gente necesita.	39
Tabla 7 ¿Alguna vez ha experimentado falta de motivación para cumplir con el pago de sus impuestos?	40
Tabla 8 La administración pública (AP) presenta deficiencias en el manejo del tesoro público	42
Tabla 9 se debería dar a conocer sobre educación cívica tributaria a los comerciantes del MTA	43
Tabla 10 Tiene usted entendimientos claros de los procedimientos tributarios	45
Tabla 11 ¿Considera que la carencia de ética profesional influyó en el manejo inapropiado de la declaración tributaria?	46
Tabla 12 ¿Ha participado en alguna capacitación ofrecida por la SUNAT relacionada con el pago de impuestos?	48
Tabla 13 ¿Considera usted que la SUNAT brinda una difusión adecuada y una correcta orientación a los contribuyentes?.....	49



Tabla 14 El gobierno debería comunicar claramente cómo se utiliza el dinero recaudado a través de los impuestos	51
Tabla 15 ¿Ha participado alguna vez en charlas ofrecidas por la SUNAT sobre temas de información tributaria?	53
Tabla 16 ¿Su negocio está registrado en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) o se encuentra bajo el régimen laboral general? ...	54
Tabla 17 ¿Se tiene a todos los trabajadores en planilla?	55
Tabla 18 ¿Los trabajadores cuentan con seguro de salud?	57
Tabla 19 ¿Se respetan las normas laborales relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo?	58
Tabla 20 Relación entre la CT y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024	61
Tabla 21 <i>Relación entre la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de Juliaca, 2024</i>	63
Tabla 22 Relación entre la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024	64
Tabla 23 <i>Relación entre la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024</i>	66



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 cree usted que los contribuyentes cumplen con las NT	38
Figura 2 Los SP en Perú realmente cumplen con lo que la gente necesita.	39
Figura 3 ¿Alguna vez ha experimentado falta de motivación para cumplir con el pago de sus impuestos?	41
Figura 4 La AP presenta deficiencias en el manejo del tesoro público	42
Figura 5 se dar a conocer sobre cursos de educación cívica tributaria a los comerciantes del MTA	44
Figura 6 Tiene usted entendimientos claros de los procedimientos tributarios	45
Figura 7 ¿Considera que la carencia de ética profesional influyó en el manejo inapropiado de la declaración tributaria?	47
Figura 8 ¿Ha participado en alguna capacitación ofrecida por la SUNAT relacionada con el pago de impuestos?	48
Figura 9 ¿Considera usted que la SUNAT brinda una difusión adecuada y una correcta orientación a los contribuyentes?.....	50
Figura 10 El gobierno debería comunicar claramente cómo se utiliza el dinero recaudado a través de los impuestos	51
Figura 11 ¿Ha participado alguna vez en charlas ofrecidas por la SUNAT sobre temas de información tributaria?	53
Figura 12 ¿Su negocio está registrado en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) o se encuentra bajo el régimen laboral general? ...	54
Figura 13 ¿Se tiene a todos los trabajadores en planilla?.....	56



Figura 14 ¿Los trabajadores cuentan con seguro de salud?..... 57

Figura 15 ¿Se respetan las normas laborales relacionadas con la seguridad y salud
en el trabajo? 59



RESUMEN

Este estudio busca entender cómo la cultura tributaria influye en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca en el 2024. Se empleó un enfoque de investigación aplicado y se llevó a cabo un estudio descriptivo correlacional. La población del estudio incluyó a 182 comerciantes del mercado. Para recolectar datos, se utilizó un cuestionario. **Resultados:** En el análisis inferencial mediante Rho de Spearman se halló una correlación de forma positiva y de gran significancia entre cultura tributaria y formalización ($\rho = 0,931$; $p = 0,000$), conciencia tributaria y formalización ($\rho = 0,958$; $p = 0,000$), educación cívica tributaria y formalización ($\rho = 0,923$; $p = 0,000$) y difusión–orientación tributaria y formalización ($\rho = 0,936$; $p = 0,000$). Estos resultados muestran que, a mayor conocimiento, actitudes y prácticas tributarias, así como una mejor sensibilización y asesoría, aumenta sustancialmente la probabilidad de que los comerciantes regularicen sus actividades. **Conclusión:** que el fortalecimiento de programas educativos, campañas de concienciación y puntos de asesoría en el propio mercado es fundamental para fomentar la formalización empresarial y optimizar la recaudación tributaria.

Palabras clave: Conciencia tributaria, cultura tributaria, difusión tributaria, educación cívica, formalización.



ABSTRACT

This study seeks to understand how tax culture influences business formalization in Juliaca's Túpac Amaru market in 2024. An applied research approach was used and a descriptive correlational study was conducted. The study population included 182 market merchants. A questionnaire was used to collect data. Results: In the inferential analysis using Spearman's Rho, a positive and highly significant correlation was found between tax culture and formalization ($\rho = 0.931$; $p = 0.000$), tax awareness and formalization ($\rho = 0.958$; $p = 0.000$), tax civic education and formalization ($\rho = 0.923$; $p = 0.000$), and tax dissemination-orientation and formalization ($\rho = 0.936$; $p = 0.000$). These results show that greater tax knowledge, attitudes, and practices, as well as better awareness and advice, substantially increase the likelihood that merchants will regularize their activities. Conclusion: Strengthening educational programs, awareness campaigns, and advisory points in the market itself is essential to promote business formalization and optimize tax collection.

Keywords: Conciencia tributaria, cultura tributaria, difusión tributaria, educación cívica, formalización.



INTRODUCCIÓN

Este estudio explora cómo la cultura tributaria (CT) impacta la formalización de negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca en 2024. La CT se entiende como las opiniones y convicciones de la gente sobre los impuestos y sus reglas. El acatamiento de impuestos, un punto clave de la CT, se funda en la seguridad y principios como la honestidad, el respeto a la ley, el deber ciudadano y el aporte común entre quienes pagan impuestos y el gobierno fiscal (SUNAT, 2020).

La CT se refiere a lo que la gente sabe sobre el sistema de impuestos y cómo funciona. Es importante que todos entendamos que los impuestos que el Estado cobra son dinero del pueblo, y que el gobierno debe devolver eso ofreciendo servicios públicos que aseguran nuestros derechos según la Constitución y las leyes que vienen de ella.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 2019, La formalización consiste en el conjunto de pasos que una empresa debe seguir para integrarse a la economía formal. Este proceso implica inscribirse y obtener los permisos necesarios de las autoridades nacionales, provinciales y municipales; asegurar que tanto el propietario como los trabajadores tengan acceso a la seguridad social; y cumplir con las obligaciones legales vigentes en materia de impuestos, aportes a la seguridad social y normativas laborales.

Es importante saber que la formalización no ocurre de un día para otro. Por ejemplo, un empresario puede tener una licencia municipal para operar en su lugar, pero eso no significa que esté registrado en la agencia tributaria, la seguridad social.

Con la finalidad de realizar esta investigación se clasifica en 4 capítulos principales:



Capítulo I: Formulación del problema, se plantea la situación problemática, los problemas, las justificaciones, los objetivos, las importancias, las limitaciones, y la hipótesis de investigación. Capítulo II: Marco teórico. Se redacta los antecedentes, las bases teóricas, y marco conceptual. Capítulo III: Se tiene el procedimiento metodológico que consta de las formas de recopilación y procesamiento de datos de investigación. Capítulo IV: Resultados, se detallan los resultados, las pruebas de hipótesis, las discusiones, las conclusiones y recomendaciones.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Internacionalmente la ilegalidad económica es un problema global que afecta significativamente los ingresos fiscales, el desarrollo de la economía y la equidad social, según la Organización Internacional de Empleadores - OIE (2021) más del 60% de la población mundial labora en la economía que no es formal, lo que limita las oportunidades de acceso a derechos laborales y servicios sociales básicos. Además, la falta de CT en gran parte de los países, especialmente en países en desarrollo, perpetúa la evasión fiscal y dificulta los esfuerzos gubernamentales para fortalecer los sistemas tributarios. Países Latinos, como México, Brasil y Colombia, enfrentan retos similares, donde la percepción de injusticia fiscal y la baja educación tributaria contribuyen a la resistencia hacia la formalización de negocios.

“La falta de una CT en las empresas pequeñas y entre quienes realizan actividades comerciales hace que no cumplan adecuadamente con sus obligaciones formales. Esto los deja en una situación de vulnerabilidad tanto en el aspecto legal como social, y además les dificulta acceder a ayudas o subvenciones del Estado. A

esto se suma el impacto negativo que tiene sobre la recaudación fiscal, ya que disminuye los ingresos provenientes de impuestos" (Ortiz, 2021).

A nivel nacional, la informalidad económica forma uno de los desafíos para el desarrollo, según el INEI (2019), el 72% de la población económicamente activa (PEA) opera en la informalidad. Este problema no solo genera pérdidas millonarias para el Estado debido a la evasión tributaria, afectando la competitividad y el acceso de los emprendedores a beneficios y servicios formales.

A nivel local y/o regional que es Puno la situación de informalidad en los negocios es conocida por su alto dinamismo comercial, según investigaciones de la Cámara de Comercio de Puno, más del 80% de los comerciantes operan informalmente, afecta tanto al desarrollo de la economía en la región como a la recaudación fiscal local. Por ausencia de conocimiento el beneficio de la formalización, combinada con una débil presencia de campañas de educación tributaria, perpetúa esta problemática.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. *Problema general*

PG. ¿Cuál es la relación de la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024?

1.2.2. *Problemas específicos*

PE1. ¿Cuál es la relación de la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024?

PE2. ¿Cuál es la relación de la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024?



PE3. ¿Cuál es la relación de la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Se justifica teóricamente porque se enfoca en la recopilación, sistematización y análisis de información, teorías y conceptos relacionados con la CT y la formalización de negocios (FN). Este proceso permite construir un marco teórico sólido que sustente la investigación y brinde una comprensión integral de los fenómenos estudiados.

Esto tiene sentido porque se trata de un problema que afecta mucho a la comunidad y la economía en Juliaca. La no formalidad en los negocios del mercado Túpac Amaru se ve en cómo esto no solo impacta la recolección de impuestos y el desarrollo económico del lugar, sino también cómo los comerciantes pueden acceder a beneficios. Esta investigación tiene un buen enfoque porque propone una manera clara de analizar el tema y un plan que ayuda a cumplir los objetivos del estudio. El método que se usa permite aplicar técnicas como encuestas y análisis de documentos para adjuntar y analizar la información.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

OG. Determinar la relación de la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024

1.4.2. Objetivos específicos

OE1. Determinar la relación de la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024



OE2. Establecer la relación de la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024

OE3. Hallar la relación de la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024

1.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Hipótesis general

HG. Existe relación significativa entre la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024

1.5.2. Hipótesis específicas

HE1. Existe relación significativa entre la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024.

HE2. Existe relación significativa entre la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024.

HE3. Existe relación significativa entre la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024.



CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. *A nivel internacional*

Ortiz (2021) realiza el estudio en CT y legalizar en el sector comercial se enfocó en cómo la CT está relacionada con la formalización en el comercio. El objetivo de la investigación es entender esta conexión. Para hacer esto, se recopiló información relevante.

OBJETIVO, el trabajo destaca lo importante que es la CT en la formalización de negocios. Analiza cómo cumplir con las obligaciones fiscales (OF) puede beneficiar a la economía del país por medio de la recaudación de impuestos que ayudan a cubrir gastos públicos e invertir en puntos clave para mejorar la calidad de vida (CV). También habla de las ventajas que obtienen quienes operan en la formalidad, como acceso a créditos, más competitividad, y firmar contratos.

Cedeño-Mendoza y Mendoza-Fernández (2023) examinaron la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento fiscal en el sector pesquero del cantón Manta, Manabí, Ecuador, durante 2020. El estudio se concentró en analizar cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento fiscal en ese sector.. Para ello, utilizaron un



enfoque mixto, que combinaron métodos cuantitativos y cualitativos, mediante entrevistas y encuestas. El estudio tuvo un alcance descriptivo, describe la realidad del sector pesquero en esa localidad. Se enfocaron en dos empresas pesqueras importantes, Seafman S.A. y Pescapeces S.A., reconocidas por su aporte fiscal y prestigio en la ciudad.

Los resultados mostraron que la CT es importante para promover la educación sobre el cumplimiento de las OF, especialmente debido a las malas prácticas tributarias detectadas en este sector. Se destacó la necesidad de seguir implementando programas de culturización tributaria en estas empresas, así como la importancia de contar con departamentos especializados en gestión tributaria y capacitar constantemente al personal frente a los cambios en la administración tributaria. Además, se reconoció que la CT ayuda a evitar la doble victimización y protege los derechos de los contribuyentes.

Finalmente, los autores concluyeron que fortalecer la CT es clave para mejorar la gestión fiscal en una sociedad donde la evasión y la mala administración de impuestos son comunes. Por ello, es necesario dar mayor exigencia en el control y monitoreo tanto en grandes como en pequeñas empresas pesqueras para asegurar que cumplan correctamente con sus OF.

Abad y su equipo (2023) hicieron un estudio acerca del Impacto de la cultura fiscal en el cumplimiento de las OT en las empresas de Machala, Ecuador, cuyo objetivo fue evaluar cómo la CT afecta el cumplimiento de los impuestos en las empresas. Usaron un enfoque cuantitativo, sin intervención experimental, y la investigación fue descriptiva y explicativa. Para recolectar datos, realizaron encuestas con un cuestionario de 12 preguntas de tipo Likert. **Resultados y Conclusiones:** La recaudación tributaria depende no solo de la eficiencia de los sistemas de cobro y de



las facilidades que se ofrecen para cumplir con las OF, sino también de la CT de los contribuyentes. En muchos casos, esta cultura se identifica por una tendencia a no cumplir con el pago de impuestos. En el caso de las empresas encuestadas, se observa que no cuentan con una CT sólida que favorezca cumplir fiscalmente. Existe una relación evidente entre la CT y el grado de cumplimiento de las obligaciones por parte de las empresas, lo cual impacta directamente en los niveles de recaudación tributaria en Ecuador.

Espinosa y su equipo (2022) realizaron un estudio llamado de la CT como estrategia prevenir la falta de cumplimiento de los deberes formales del contribuyente, es hacer que los contribuyentes se tomen en serio sus obligaciones fiscales, ya que la evasión de impuestos afecta la recaudación que el Estado necesita para el bienestar de todos. Usaron un enfoque cualitativo, revisando artículos y trabajos especializados para comprender mejor el tema.

Los resultados muestran que una gran parte de la gente no tiene una buena CT, lo que se traduce en poca conciencia sobre el cumplimiento de sus obligaciones. También mencionan que es crucial informar a los ciudadanos sobre qué deben hacer con respecto a sus impuestos.

Estrada (2023) examina la cultura tributaria, basándose en elementos que influyen en su desarrollo. El objetivo fue analizar en profundidad la cultura tributaria, identificando los factores que la conforman, considerando tanto el rol del Estado como el de los ciudadanos. Adicionalmente, se explora su relación con conceptos como la igualdad y la capacidad de pago.

En términos de resultados y conclusiones, se compararon modelos de otros países que han mejorado su gestión de tributos, donde se ha visto un aumento en el

cumplimiento y una reducción de la evasión fiscal. Estos casos pueden ofrecer ideas sobre cómo mejorar la CT en Ecuador. La investigación muestra que la falta de CT ha sido un problema constante en Ecuador, generando desequilibrio en la economía. Por lo tanto, es fundamental implementar formas que ayuden a tomar mayor conciencia en los contribuyentes a cumplir con la obligación tributaria (OT), lo que podría mejorar la CV de todos.

2.1.2. A nivel nacional

Risco (2021) realizó una investigación llamada La CT y la formalización de los comerciantes del mercado modelo del distrito de Huaral:

En esta tesis, el objetivo principal fue mostrar cómo afecta una variable sobre la otra. **Metodología:** Es un estudio práctico con un diseño que no sigue un experimento y se basa en números. La población del estudio incluye a 690 comerciantes del mercado modelo en Huaral, y de ellos, seleccionamos 247 comerciantes de manera aleatoria. Para recoger datos, usamos encuestas y cuestionarios. Para analizar la información, empleamos el programa SPSS y utilizamos estadísticas descriptivas. Para probar nuestras hipótesis, aplicamos la prueba Chi Cuadrada, que no necesita seguir ciertas reglas sobre los datos. **Resultados y Conclusiones:** confirman las hipótesis del estudio. Al comparar, los valores prácticos de Chi Cuadrado fueron más altos que los teóricos, así que aceptamos las hipótesis planteadas y rechazamos las nulas. Eso significa que la CT tiene un impacto importante en la formalización de los que practican la actividad del comercio en el Mercado Modelo de Huaral.

Díaz Peregrino (2022) llevó a cabo un estudio titulado CT como medio de formalización en las MYPES comerciales del mercado de abastos Atahualpa en Los



Baños del Inca, 2021. Su objetivo fue investigar cómo la CT afectaba la reglamentación de las MYPES en ese mercado durante el 2021. Usó un enfoque cuantitativo y no experimental, aplicando métodos descriptivos y correlacionales. La muestra incluyó a 64 MYPES. Para recabar datos, se hizo encuestas con dos cuestionarios basados en una escala de Likert, que mostraron una buena confiabilidad de 0.911. Los análisis se hicieron con el programa SPSS, versión 26.

En cuanto a los resultados y conclusiones, la CT es clave ya que ayuda a corregir y disminuir las fallas en el mercado, convirtiendo los ingresos que el estado deja de tener en nuevas inversiones. Al hacer la prueba de Rho de Spearman, se encontró una fuerte correlación de 0.570 entre la CT y la formalización de las MYPES en el mercado de abastos Atahualpa, sugiriendo que hay una relación en la variable.

Bravo (2023) investiga La CT y la legalización en los negocios del mercado San Antonio en Cajamarca, 2023, cuyo objetivo fue analizar la relación entre la CT y la legalización de los negocios en ese mercado durante el año 2023. **Metodología:** El estudio combinó diferentes métodos y se centró en aplicar lo aprendido, sin seguir un diseño experimental estricto. la población fue de 587 negocios y se seleccionaron 83 de ellos de manera aleatoria para recolectar los datos.

Los resultados indicaron que el 62.7% de las empresas muestran un bajo nivel de conciencia tributaria, mientras que el 56.6% exhiben poca formalización. Se identificaron algunas relaciones entre los factores analizados.

Los datos sugieren vínculos entre la conciencia tributaria y la formalización empresarial ($p = 0.768$, $p=0.000$). De forma similar, se encontró una relación entre conciencia tributaria y formalización ($p = 0.797$, $p=0.000$), intensificándose esta relación al considerar la educación tributaria y la formalización ($p = 0.812$, $p=0.000$).

En contraste, la conexión entre la obligación tributaria y la formalización resultó ser débil y sin relevancia estadística ($p = 0.178$, $p=0.107$).

Así que, en resumen, la investigación finaliza que sí hay una conexión positiva entre la CT y la formalización de los negocios.

Lizana (2019) estudió el tema La CT y cómo afecta el cumplimiento de las obligaciones de impuestos sobre la renta personal en la región Lima durante 2017, con la finalidad de ver cómo el desarrollo de la CT influye en que la gente cumpla con sus obligaciones fiscales. Metodología, se usó un enfoque cuantitativo y la muestra estuvo formada por 122 gerentes, contadores y otros profesionales que generan ingresos personales en la región Lima, basándose en datos de la Superintendencia de Administración Tributaria del 2016, los cuales están disponibles en su página web.

Resultados y Conclusiones: Este estudio aborda la necesidad de controlar La evasión de impuestos para los individuos, un aspecto que la administración tributaria no supervisa con la misma frecuencia que la recaudación empresarial. La investigación es relevante para toda la población, ya que busca generar conciencia sobre cómo el pago de impuestos contribuye a aumentar la inversión y el desarrollo del país. Se concluye que la falta de una adecuada CT en el país dificulta que las empresas comerciales cumplan con sus OF. Muchos contribuyentes no están conscientes de su responsabilidad cultural y ética, lo que lleva a cometer errores y enfrentar sanciones. Muchos optan por la informalidad, ya que no ven al Estado y a su administración tributaria como legítimos en su papel de recaudadores.

En un estudio desarrollado por Ríos et al. (2023), se analizó la relación entre la cultura tributaria (CT) y el impuesto a la renta de cuarta categoría en profesionales de la salud en Ica durante 2023. El propósito central fue examinar cómo la CT influye en el cumplimiento tributario de este grupo profesional en la región.

Se realizaron entrevistas a 80 profesionales, adoptando un enfoque cualitativo en el que las variables se mantuvieron sin modificación. Los hallazgos revelaron una relación clara entre la CT y el pago de impuestos, con un valor de Chi cuadrado de 0.001, lo que sugiere que la CT tiene un impacto real en el cumplimiento fiscal. El 81.3 % de los encuestados percibió esta relación como alta, mientras que el 15 % la consideró regular y solo el 3.8 % la evaluó como baja.

2.1.3. A nivel regional o local

El estudio de Cabana (2017), titulado La CT y Su Influencia en el Cumplimiento de las OT de los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucía, Periodo 2015, analiza la forma en que la cultura tributaria afecta el incumplimiento fiscal entre los comerciantes. El estudio evalúa cuánto se deja de pagar y cómo esto afecta la recolección de impuestos, además de ofrecer sugerencias para mejorar la CT en ese grupo. **Metodología:** En esta investigación, encontramos que era importante estudiar un tema relevante en el Perú en la actualidad. Realizamos varias técnicas para recoger datos de los comerciantes. Usamos análisis documental, encuestas y entrevistas con un cuestionario que incluía preguntas sobre cuatro variables: CT, evasión tributaria (ET), pago de impuestos (PI) y recaudación tributaria (RT). Las respuestas que obtuvimos nos ayudaron a clarificar nuestros objetivos y facilitaron el análisis estadístico y la presentación gráfica. También nos permitieron interpretar y analizar cada pregunta para entender bien los resultados. **Resultados y Conclusiones:** Después de analizar nuestras ideas, llegamos a algunas conclusiones importantes. Las principales causas de la evasión de impuestos son la falta de conocimiento tributario. Un 53% de los comerciantes no tienen una buena cultura sobre este tema, lo que contribuye a la informalidad en el comercio y a su falta de comprensión sobre la tributación. En 2015, un 66% de los comerciantes no sabían

nada sobre los impuestos. La ausencia de información sobre las normas y responsabilidades fiscales hace que la evasión sea muy alta. Al final, encontramos que el 35% de los comerciantes admiten que evaden impuestos porque no saben cuánto deben pagar según su tipo de negocio. Además, un 53% no paga ningún impuesto. En resumen, hay un nivel muy bajo de CT y, por ende, evasión de impuestos (EI).

Parisaca (2021) llevó a cabo un estudio titulado "CT y ET en las MYPES del distrito de Puno 2021". El propósito era examinar la influencia del conocimiento tributario (CT) en la evasión tributaria (ET) dentro de las microempresas de ese distrito. Se adoptó un enfoque cuantitativo, usando un diseño no experimental. La investigación se concentró en 40 trabajadores de las MYPES con conocimientos en temas tributarios. **Resultados y Conclusiones:** La CT es fundamental en los comerciantes, ya que implica reconocer que los impuestos son recursos que el Estado recolecta para gestionar y administrar el país. Sin embargo, esos recursos son de la población, por lo que el Estado debe destinarlos para el beneficio de todos. En un estudio realizado en las MYPES del distrito de Puno en 2021, se encontró que la CT influye significativamente en la evasión fiscal, evidenciado por un valor estadístico significativo ($p < 0.05$). Además, la relación es positiva, indicando que a medida que mejora la CT, disminuye la evasión. Estos hallazgos coinciden con investigaciones previas que han reportado resultados similares.

Apaza Huanca (2022,) En 2023, se analizó cómo la cultura tributaria (CT) influye en la formalización de los comerciantes del mercado internacional San José de Juliaca. El estudio, que aplicó un instrumento de medición a 48 comerciantes, buscó comprender este impacto. Los resultados indican una alta correlación positiva (0.860) entre la CT y la formalización, con un nivel de significancia de 0.004.

Los hallazgos sugieren que una mejor CT ayuda a la formalización de negocios. Se recomienda ofrecer capacitaciones en educación tributaria, campañas de sensibilización y asistencia técnica para apoyar a los comerciantes en este proceso.

Mientras que Calcina (2017) realizó un estudio titulado la CT de los comerciantes del mercado internacional Bellavista de Puno y su impacto en la recaudación tributaria – periodo 2013, con el objetivo de entender cómo la CT de estos comerciantes influyó en la recaudación de impuestos durante ese año. Para ello, utilizó métodos inductivo, deductivo y descriptivo para analizar la situación. Las formas de recopilación de datos incluyeron la revisión de documentos y encuestas estructuradas (investigación de campo). Después, se analizaron e interpretaron los datos, llegando a varias conclusiones. **Resultados y Conclusiones:** Los comerciantes tienen poco conocimiento sobre impuestos. Un estudio revela que el 65% no sabe a dónde van los tributos que recauda la SUNAT, y el 95% nunca ha recibido formación sobre temas fiscales. Esta falta de conocimiento y capacitación hace que muchos no cumplan con sus obligaciones tributarias, afectando así la recaudación de impuestos.

En realidad, el problema principal es que hay poca cultura tributaria. Un 76% de los comerciantes no entiende que tienen que pagar impuestos, el 85% no entrega recibos por sus ventas, y el 93% no paga impuestos por sus ganancias. Esto contribuye a que la SUNAT tenga menos ingresos.

En resumen, la baja CT entre los comerciantes de Bellavista se debe a que no conocen las normas fiscales, lo que resulta en múltiples incumplimientos, como no estar registrados, no emitir comprobantes, no informar sus ingresos y no pagar

impuestos. A esto se suma la falta de capacitación y supervisión de la SUNAT, lo que imposibilita aún más la recaudación de impuestos.

En 2019, Pariapaza realizó un estudio titulado CT y Cumplimiento Tributario de Dentistas en Juliaca, 2018. El objetivo era indicar la relación entre ambos aspectos. Se trató de un estudio no experimental con un enfoque descriptivo y correlacional. Se encuestó a 130 dentistas para evaluar su conocimiento del CT y su cumplimiento de las normas tributarias.

Los resultados mostraron una correlación Rho de Spearman de 0,843 (de valor 0,000), indicando una solidez entre los estudios. En resumen, si el conocimiento del consumo tributario aumenta, los dentistas en Juliaca tienen mayor probabilidad de pagar sus impuestos correctamente.

2.2. MARCO EPISTEMOLÓGICO

2.2.1. *Cultura tributaria (CT)*

La CT se refiere a cómo las personas ven los impuestos y cumplen con las leyes fiscales en su sociedad. Esto lleva a que porcentaje los contribuyentes como los funcionarios de impuestos asuman sus responsabilidades de manera voluntaria, guiados por principios como la ética, el respeto a la ley, la responsabilidad y la solidaridad.

Además, la CT también se trata de cuánto entienden las personas sobre el sistema de impuestos y cómo funciona. Es fundamental que todos sepan que los impuestos que recauda el Estado son del pueblo, y que el Estado tiene que devolver esos recursos a través de servicios públicos que aseguran los derechos establecidos en la Constitución.

Es necesario en este contexto formar capacitadores que luego puedan ayudar en la difusión y enseñanza del significado de la CT y la responsabilidad ciudadana que implica cumplir con las OT. Esto es clave para que la gente comprenda lo que es fundamental para el desarrollo y en el respeto de los derechos humanos (Laguzzi, 2024).

Ortiz (2021), señala que la cultura es un conjunto de rasgos, características y formas de aprendizaje que una sociedad ha ido desarrollando a lo largo de varias generaciones. De manera similar, Harris (2001) define la CT como el conjunto de tradiciones y formas de vida que los miembros de una sociedad aprenden y adoptan socialmente, incluyendo sus patrones habituales de pensamiento, sentimiento y comportamiento, es decir, su forma de actuar. Por lo tanto, la cultura no es algo que se hereda biológicamente, sino que son costumbres y prácticas que una sociedad adopta y transmite de generación en generación. En cuanto a la tributación, se entiende como los aportes económicos que las personas que realizan actividades económicas dentro de un país entregan al Estado, recursos que en teoría se destinan a financiar servicios e infraestructura como salud, educación y seguridad, garantizando así el bienestar de la población.

La CT se refiere a la forma en que las personas actúan al cumplir con sus OF, fundamentándose en la razón, la confianza y principios éticos. Esto involucra tanto a los contribuyentes como a las autoridades encargadas de la administración tributaria, fomentando así la responsabilidad del ciudadano y la solidaridad social (Armas & Colmenares, 2009). En esencia, la CT abarca todas las acciones relacionadas con el pago de impuestos que realizan individuos o empresas de manera consciente, voluntaria y responsable, con el objetivo de cumplir con sus deberes formales. Gracias

a este compromiso, un país puede generar ingresos que le permitan financiar sus gastos públicos y promover su desarrollo económico.

Vera (2020) señala que es clave que la gente se dé cuenta de cómo se relacionan los ingresos del Estado con el gasto público. Es fundamental entender en qué se gasta ese dinero y cómo trabaja la Administración Tributaria para recaudar recursos. También hay que tener en cuenta los problemas que trae la evasión y elusión de impuestos.

En ese sentido, la institución desde hace mucho tiempo ha venido implementando programas educativos dirigidos a estudiantes de secundaria y centros superiores en todo el país, con el propósito de involucrarlos activamente en el desarrollo nacional. La idea es que estos jóvenes se sientan identificados tanto con la SUNAT como con el Estado, fomentando así una cultura de compromiso que contribuya a mejorar la recaudación tributaria.

¿Cómo aporta el fortalecimiento de la CT a la recaudación?

Contar con una sólida CT es fundamental para que las personas se comprometan a cumplir con el pago de sus impuestos de puntualmente. Los resultados positivos en la recaudación no se verán de inmediato, pero sí se reflejarán claramente a mediano y largo plazo, beneficiando a toda la sociedad. Si logramos fortalecer esta cultura, es probable que en el futuro la recaudación mejore, ya que la gente entenderá que pagar sus impuestos ayuda al desarrollo económico y social del país. Aunque la CT abarca otros aspectos, es claro que hay un foco en los ingresos fiscales, ya que son fundamentales para que el Estado pueda cumplir con su tarea de generar bienestar.



Por su parte Ortiz (2021) señala que la falta de una CT sólida en las pequeñas organizaciones y en las personas que realizan actividades comerciales provoca que no cumplan con sus obligaciones formales. Esta situación los deja expuestos y vulnerables, ya que pierden la protección jurídica y social que brinda el Estado, además de limitar su acceso a subsidios y ayudas públicas. Asimismo, esta problemática afecta negativamente la recaudación fiscal, ya que reduce los ingresos que el Estado logra por concepto de impuestos. En resumen, la escasa conciencia tributaria no solo perjudica a los contribuyentes.

La Teoría de la CT de Paredes (2017) dice que la gente de una sociedad debe involucrarse y tener conciencia en sus deberes. Esto significa que es esencial que todos contribuyan al Estado a través de los impuestos. Hay que comunicar que los impuestos son esenciales porque permiten que el Estado tenga el dinero necesario para ofrecer servicios públicos, como educación, salud, vivienda, transporte y seguridad. En resumen, para que el Estado pueda cumplir con su tarea de cuidar el bienestar de la gente y brindar los servicios básicos que se necesitan.

2.2.1.1. Conciencia Tributaria

Es el entendimiento que tiene una persona sobre lo fundamental que es cumplir con sus obligaciones fiscales. No se trata solo de saber que hay que pagar impuestos, es tener actitud positiva, basada en valores como la honestidad, la justicia y la solidaridad. Esta conciencia se forma a partir de experiencias personales, la educación, el entorno social y la confianza en las instituciones del estado. (Ortega, 2015).

2.2.1.2. Educación cívica Tributaria

La educación cívica tributaria es el proceso que se adquieren conocimientos, actitudes y habilidades relacionadas con sus derechos y deberes fiscales dentro del contexto de una sociedad democrática. Esta dimensión busca fomentar una cultura de legalidad, promover la comprensión del papel de los tributos en el desarrollo nacional y fortalecer la responsabilidad ciudadana en el financiamiento del Estado (Ortega, 2015).

2.2.1.3. Difusión tributaria

La difusión tributaria comprende acciones que realizan las entidades del Estado, principalmente la administración tributaria, para comunicar, sensibilizar y orientar a los ciudadanos sobre el sistema tributario. Esto incluye campañas de comunicación, programas educativos, materiales informativos y el uso de medios digitales para lograr una mayor transparencia y cercanía con los contribuyentes (Ortega, 2015).

2.2.2. Formalización de los negocios

De acuerdo a la (OIT) en 2019, la formalización es cuando las empresas se suman a la economía formal. Este proceso tiene varias partes:

- Registro y obtención de licencias por los funcionarios a nivel nacional, provincial y municipal.
- Apertura a la seguridad social tanto para el dueño de la empresa como para sus empleados.
- Cumplimiento de las leyes actuales, especialmente en temas de impuestos..

Es un proceso que se hace poco a poco. Por ejemplo, un empresario puede tener una licencia municipal para operar sin estar registrado en la agencia tributaria, la oficina de empleo o la seguridad social.

Ortiz (2021) señala que el comercio es una de las acciones económicas más antiguas de la humanidad y, a lo largo del tiempo, ha sido la opción preferida por muchas personas. Desde grandes empresas hasta pequeños negocios ubicados en los centros de diversas ciudades alrededor del mundo, todos han visto en el comercio una forma de generar ingresos propios. Sin embargo, son precisamente estos pequeños comercios los que, en muchos casos, optan por no formalizar sus operaciones. Kanbur, define la formalización como el conjunto de actividades económicas que están reguladas y cuya continuidad y estabilidad están respaldadas por las leyes del Estado. Esto implica que quienes realizan actividades económicas deben operar dentro del marco legal y cumplir con las normativas establecidas. Por lo tanto, aquellas personas que desarrollan actividades económicas sin contar con la debida legalidad están infringiendo la ley y pueden enfrentarse a sanciones o multas que pongan en riesgo la continuidad de su negocio. El proceso de formalización tiene como propósito principal que todas las personas y organizaciones que realizan actividades económicas operen dentro del marco legal, lo que además les permite acceder a beneficios como subvenciones públicas. Sin embargo, a pesar de lo evidente, muchas personas en el sector comercial no le dan la importancia debida a este tema, ya sea por falta de información o porque consideran que es un trámite innecesario. La formalización, en realidad, es una forma de fortalecer la relación entre el Estado y los comerciantes, creando un vínculo en el que ambos colaboran mutuamente para su desarrollo. Es fundamental entender que formalizarse no significa asumir pagos o gastos superfluos, sino que implica un compromiso



consciente, responsable y social que contribuye activamente al crecimiento económico del país. Más aún, es vital dejar atrás ideas y creencias erróneas que fomentan el incumplimiento de las normas y que, en última instancia, retrasan el progreso del país.

El Ministerio de la Producción - PRODUCE (2023) dice que hacer que las empresas sean formales es clave para que crezcan, se protejan y se hagan más grandes en el mercado hoy en día. Por eso, el ministerio señala seis beneficios importantes para las MYPE.

1.- Proteger tu patrimonio personal es importante. Formalizar tu negocio ayuda a separar tus bienes personales de las deudas o impuestos de la empresa. Así, si surgen problemas financieros, tu patrimonio no se verá afectado.

2.- Llegada a nuevos mercados nacionales e internacionales

Tener una buena reputación como empresa ayuda a entrar en nuevos mercados. Los clientes y socios suelen optar por trabajar con compañías que están bien establecidas, lo que puede aumentar la demanda de lo que ofrecen.

3.- Derecho a crédito fiscal y apertura a regímenes tributarios especiales: La formalización ayuda a acceder a recompensas como el crédito fiscal del IGV, lo que permite pagar menos impuestos al poder compensar lo que compras con lo que vendes. También hace más fácil aplicar regímenes especiales y aprovechar beneficios laborales.

4.- Acceso a préstamos de diferentes bancos: Si tu negocio se expande, tendrás más formas de hacer dinero. Formalizarlo te da la oportunidad de acceder a varios productos financieros con tasas de interés que son bastante buena.



5.- Asociatividad con otras empresas: La formalidad en los negocios ayuda a hacer alianzas con otras empresas que son similares, lo que hace más fácil la representación y repartición de productos tanto locales como internacionales.

6.- presencia en licitaciones públicas y ser proveedor del Estado: Ser una empresa formal te permite participar en procesos de licitaciones y ser proveedor del Estado, lo que abre la puerta a buenas oportunidades de negocio.

También, si necesitas más información sobre cómo crear tu MYPE, puedes visitar los Centros de Desarrollo Empresarial del Ministerio de la Producción. Allí, un asesor te ayudará sin costo hasta que inscribas tu negocio en la SUNARP.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2016) señala que la informalidad empresarial afecta negativamente la competitividad de la economía porque crea distorsiones en el mercado y también impacta a las mismas empresas. La formalización no solo es un requisito de registro, sino una forma de ayudar a las empresas a hacer parte de la economía, el medio ambiente y la sociedad. Así, pueden mejorar su productividad, acceder a fuentes de financiamiento y ser más sostenibles.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha estado apoyando a empresas de varios sectores para que mejoren su formalidad y productividad. Desde 2012, hemos ayudado a 180,000 empresarios en 32 departamentos del país.

Con nuestros programas, queremos que las empresas accedan a opciones del sistema financiero, obtener créditos con condiciones favorables y fondos que no tienen que devolver. También les ayudamos a entrar en mercados, participar en compras públicas, y recibir descuentos en la matrícula mercantil, el impuesto a la renta y contribuciones parafiscales. Además, pueden participar en programas del gobierno para el desarrollo empresarial, entre otras cosas.



Al final, la OIT (2019) menciona que las iniciativas para formalizar las empresas buscan crear mayor y mejor empleo, reducir la pobreza y ayudar a quienes están en situaciones vulnerables en el mundo del trabajo informal, como mujeres, jóvenes, migrantes, y otros, junto con quienes tienen alguna discapacidad, a menudo enfrentan desafíos específicos. Para los gobiernos y la sociedad, formalizar microempresas y pequeñas y medianas empresas es una buena forma de mejorar el ambiente de negocios, impulsar la economía y crear mejores condiciones de trabajo. También se traduce en más ingresos para el Estado, lo cual es importante para ofrecer servicios públicos. Las empresas que se formalizan tienen menos competencia de las que operan de manera informal y pueden acceder a financiamiento, servicios y tecnologías para crecer., y están menos expuestas a multas del gobierno. Además, pueden participar en licitaciones y vender a empresas más grandes. La formalización es un paso importante para lograr un balance, como señala la Recomendación 204 de la OIT, que aborda el cambio de la economía informal a la formal. Es primordial para asegurar empleos en esas empresas y ayuda a lograr los propósitos de Desarrollo Sostenible, especialmente la meta 8.3, que busca fomentar empleos dignos y apoyar el crecimiento de microempresas.

Las iniciativas para formalizar empresas combinan estrategias que buscan reducir los costos asociados al registro y al cumplimiento legal, a través de incentivos y programas de desarrollo empresarial. Según los datos más recientes, la OIT sostiene que lo que realmente influye en la decisión de formalizar un negocio no son tanto los costos, sino los beneficios que esta formalización aporta. Los propietarios de empresas evalúan cuánto les cuesta formalizarse frente a las ventajas que obtienen al operar de manera legal. Si los beneficios superan los costos, es más probable que decidan formalizar sus actividades. Estas acciones pueden enfocarse

en sectores específicos, regiones geográficas o grupos particulares de empresas, como las nuevas o las ya establecidas. En resumen, las medidas para promover la formalización buscan facilitar el acceso al mercado, mejorar la productividad, incentivar la seguridad social y fortalecer el diálogo entre empleadores y organizaciones, todo con el fin de impulsar un desarrollo empresarial sostenible y equitativo:

- Reducir las barreras para entrar al mercado, haciendo más rápido el registro, la adquisición de licencias y el cumplimiento de las leyes.

- Estimular la formalización al facilitar el acceso a los mercados, mejorar la cobertura de la seguridad social y bajar impuestos u otras obligaciones.

- Aumentar la productividad por medio de la modernización de las empresas, capacitación técnica y acceso a financiación y servicios de desarrollo.

- Promover espacios de diálogo que apoyen a las organizaciones de empleadores a brindar servicios valiosos y a integrarse en redes o asociaciones que incluyan a empresas informales.

- Reforzar la aplicación de la ley con medidas preventivas y correctivas.

Formalizar las empresas es parte de un plan más grande que quiere pasar de una economía informal a una formal.

2.2.2.1. Formalización laboral

La formalización laboral es el proceso mediante el cual los trabajadores acceden a condiciones laborales reguladas por la ley, como contratos formales, acceso a la seguridad social, pensiones y derechos laborales. Esta dimensión es esencial para garantizar la protección del trabajador, promover la equidad social y

aumentar la productividad económica a través de relaciones laborales estables y reguladas (Salazar, 2018).

2.2.2.2. Formalización registral

La formalización registral implica la inscripción del negocio ante las entidades correspondientes, como registros mercantiles, SUNARP o instituciones similares, según el país. Esto permite a los emprendedores operar de forma legal, acceder a créditos, participar en licitaciones y establecer relaciones comerciales formales, además de estar sujetos a regulación y supervisión (Salazar, 2018).

2.2.2.3. Formalización municipal

La formalización municipal consiste en cumplir con los requisitos establecidos por las municipalidades para operar un negocio, tales como licencias de funcionamiento, autorizaciones de zonificación, cumplimiento de normas de salubridad y seguridad. Esta dimensión representa el vínculo más directo entre los pequeños negocios y el gobierno local (Salazar, 2018).

2.3. ESTADO DEL ARTE

Con respecto al estado de arte más relevante a nivel nacional, regional y local se tiene

Risco (2021) encontró en su investigación que los resultados apoyan las hipótesis planteadas. Los valores de Chi Cuadrado que encontramos fueron más altos que los valores críticos que teníamos, así que aceptamos las hipótesis que planteamos al principio y rechazamos las hipótesis nulas. Esto muestra que la CT tiene un impacto importante en cómo se formalizan los comerciantes del Mercado Modelo en Huaral.

Díaz Peregrino (2022) utilizó el Rho de Spearman y halló una buena relación entre la capacitación y la formalización de las MYPES en el mercado de abastos Atahualpa, en el Distrito de los Baños del Inca.

El Rho de Spearman fue de 0.570, lo que manifiesta que hay una relación positiva entre estas dos cosas.

En la investigación de Bravo (2023), halló que el 62.7% de los negocios tienen un bajo nivel de CT y el 56.6% están poco formalizados. También se hallaron varios coeficientes que muestran la relación entre la CT y la formalización: 0.768 ($p=0.000$) para cultura, 0.797 ($p=0.000$) para conciencia tributaria, 0.812 ($p=0.000$) para educación tributaria, y 0.178 ($p=0.107$) para OT. En resumen, el estudio indica que hay una relación positiva y significativa entre la CT y la formalización de los negocios.

Rios y su equipo (2023) encontraron que el Chi cuadrado fue de 0.001, que es menos que 0.05. Esto sugiere que hay una buena relación, así que aceptaron la hipótesis alternativa que dice que la CT influye en el Recaudo del Impuesto a la Renta Cuarta Categoría para los profesionales de la salud en Ica en 2023. Sobre el objetivo principal, los participantes manifestaron que notaron una relación alta en un 81.3%, una regular en un 15%, y solo un 3.8% opinaron que la relación era baja.

En la investigación de Cabana (2017), se encontró que el 35% de los comerciantes admite que evade impuestos porque no saben cuánto tienen que pagar según su tipo de negocio. Además, el 53% de ellos no paga ningún impuesto. Esto muestra que hay un nivel muy bajo de conocimiento sobre las OT, lo que lleva a una gran evasión de impuestos.

En el 2021, Parisaca encontró que la CT afecta la evasión de impuestos en las MYPES del distrito de Puno. Los resultados mostraron una relación significativa, ya

que el valor p fue menor a 0.05. Esto significa que cuando una variable aumenta, la otra también lo hace. Además, sus hallazgos coincidieron con estudios anteriores que arrojaron resultados parecidos.

Apaza Huanca (2022) señala en su estudio que hay una buena conexión entre las dos variables. Esto quiere decir que, si la CT mejora y se ponen en marcha medidas que ayuden a cumplir con las OT, será más fácil que los negocios se formalicen. Por eso, se sugiere poner en marcha programas de educación tributaria, hacer campañas para crear conciencia y ofrecer ayuda técnica para apoyar a los comerciantes en su camino hacia la formalización.

En el estudio de Pariapaza (2019), se observó una fuerte relación entre las variables analizadas, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.843 y un valor de significancia de 0.000. Esto sugiere que un aumento en CT se asocia con un mayor cumplimiento de las obligaciones fiscales entre los odontólogos en Juliaca.

2.4. BASES TEÓRICAS

CULTURA

La cultura es lo que comparten las personas en un grupo, como en una religión o un país. Incluye el idioma, las costumbres y las ideas sobre cómo deben actuar las personas y cómo se relacionan entre sí.

CULTURA TRIBUTARIA

Es un conjunto de valores, conocimientos y actitudes que las personas en una comunidad comparten sobre los impuestos y las leyes que los regulan. Esto ayuda a que la gente cumpla con sus obligaciones fiscales de forma voluntaria y constante, apoyándose en la lógica, la confianza y principios como la ética, el respeto a la ley, la responsabilidad y la solidaridad, tanto entre las personas como entre los empleados.



FORMALIZACIÓN

Es el proceso en el que una actividad o negocio se vuelve legal, cumpliendo con las reglas y requisitos que marcan las autoridades. Básicamente, se trata de pasar de ser una actividad informal a tener un estatus legal.

NEGOCIO

Es una actividad que trata de ganar dinero al ofrecer productos o servicios que cumplen con lo que la gente necesita o quiere. Esto puede incluir varias etapas, como conseguir recursos, fabricar, distribuir y vender. Hay cuatro tipos: nacional o internacional, físico o en línea, según la actividad económica y según su forma legal.

TRIBUTOS

Son una especie de contribución que la gente tiene que hacer al Estado para que este la redistribuya según lo que se necesite en ese momento.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y RESULTADOS

3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Enfoque de investigación

El enfoque cuantitativo en la investigación descriptiva es un método que busca reunir datos que se puedan medir y analizar estadísticamente. Es muy usado en estudios de mercado porque permite obtener información clara sobre las características de unos grupos específicos de individuos (Muguira, 2022).

Método de investigación

La investigación es hipotético-deductiva es un enfoque científico que parte de teorías previas para formular hipótesis explicativas sobre un fenómeno. A partir de estas hipótesis se deducen consecuencias observables que luego se contrastan mediante el recojo y los análisis de informaciones empíricas. Según los resultados, las hipótesis se aceptan, se rechazan o se reformulan, contribuyendo al avance del conocimiento científico. Es común en estudios cuantitativos y explicativos de distintas disciplinas académicas (Suárez, 2023).

Tipo de investigación

Un estudio de tipo aplica se define como una investigación científica orientada a que resolverá problemáticas específicas en el entorno real. Teniendo en consideración todo conocimiento de teoría y métodos científicos para proponer soluciones prácticas, mejorar procesos, diseñar estrategias o tomar decisiones en contextos específicos, como la educación, la salud, la industria o la gestión social, sin centrarse únicamente en la generación de teoría (Montano, 2019).

Nivel de investigación

Un estudio con nivel correlaciones es una clase se investigación que su finalidad esencial es presentar resoluciones de fenómenos reales, de acuerdo a la variables de estudio. Busca establecer si cada cambio de las variables tienen una asociación de cambios, pero no implica causalidad, ya que no explica causas, sino vínculos estadísticos entre variables (Cuadros, 2022).

Diseño de investigación

El diseño no experimental, es una investigación donde no se realiza ningún tipo de experimentos ni a manipulación de las variables de estudio. Donde la recolección de datos es en un solo momento. Su finalidad es describir o tener un análisis de cada fenómeno sin generar ningún tipo de alteraciones, permitiendo observar relaciones o características de una población en un periodo específico (Ponce et al., 2020).

3.2. MODALIDADES DE ESTUDIOS DE CASOS

Población

La población se refiere al total de unidades que tienen las propiedades necesarias con el fin de ser estudiadas (Ñaupas et al., 2018).

Así como se menciona en la teoría, la población está constituido por 345 personas que se dedican al comercio, quienes desarrollan actividades económicas

en el mercado con denominación Túpac Amaru en la ciudad de Juliaca, en el periodo 2024. Dichos comerciantes constituyen el total de unidad de análisis considerada en el estudio, debido a que comparten características comunes relacionadas con la actividad comercial, los cumplimientos de obligación tributaria y los procesos de formalización de sus negocios.

CRITERIOS DE INCLUSION

- Comerciantes del mercado Tupac Amaru (MTA)
- Comerciantes con su negocio formal
- Comerciantes con cultura tributaria

CRITERIO DE EXCLUSION

- Comerciantes de otros centros de abastos.
- Comerciantes con su negocio informal
- Comerciantes sin cultura tributaria

Muestra

La muestra se considera a un grupo extraído de la población de estudio, es con la finalidad de realiza un estudio. Hay que definirlo y limitarlo bien desde el principio, y también asegurarse de que sea representativos de las poblaciones totales. (Hernández et al., 2014).

$$n = \frac{N * Z_{\infty}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\infty}^2 * p * q}$$

Donde:

n = muestras

N = poblaciones

z = parámetros estadísticos (Nivel de confianza)

e = errores de estimaciones

p = posibilidades de que un evento suceda

q = posibilidad de que un evento no suceda

$$n = \frac{345 * 1.96_{\infty}^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (345 - 1) + 1.96_{\infty}^2 * 0.5 * 0.5}$$

Así como se indica en la teoría, la muestra de estudio estuvo constituida por 182 personas que se dedican al comercio en el mercado Túpac Amaru de la localidad de Juliaca, seleccionados de una población total de 345. Estas muestras fueron consideradas representativas para los análisis de las relaciones entre las culturas tributarias y las formalizaciones de los negocios, permitiendo obtener información válida y confiable para el desarrollo de la investigación durante el año 2024.

3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Técnicas de la investigación

El proceso de método de estudio es lo que un investigador utiliza para recoger y recolectas datos. Esto abarca guía de observaciones, entrevista, encuesta, revisiones de documento y prueba. También se usan cuadros para organizar los datos y resumir la información. Hay herramientas, como un cronómetro, que ayudan a medir. (Feria et al., 2020).

En este estudio, se empleó unas encuestas.

Esta encuestas sirve para obtener información de unos grupos de personas sobre ellos mismos o un tema específico (Arias, 2012).

Instrumento de la investigación

En el proceso de estudio, con la finalidad de recolectar la información se emplea instrumentos, esto de acuerdo a cada tipo de estudio, los objetivos, la técnica que se consideró (Cisneros-Caicedo et al., 2022).

En este estudio, se aplicó un cuestionario. Este instrumento es clave en todos procesos de investigaciones, ya que ayudan a encontrar grandes cantidades de informaciones (Díaz, 2011).

Para la variable 1, Cultura tributaria, aquí fue empleado el cuestionario de Cruz (2019), que incluye 11 preguntas sobre Conciencia Tributaria, Educación cívica Tributaria y Difusión tributaria. Las respuestas se midieron en una escala de: (1) casi siempre, (2) siempre, (3) a veces, (4) casi nunca y (5) nunca. Las dos primeras dimensiones tenían cuatro preguntas cada una, mientras que la tercera tenía tres.

Para la variable 2, Formalización de los negocios, se adaptó las preguntas de Bravo (2023), con 12 preguntas sobre Formalizaciones laborales, Formalizaciones registrales y Formalizaciones municipales. La escala de valoración fue: (1) muy alto, (2) alto, (3) regular y (4) bajo. Cada dimensión se evaluó con cuatro preguntas.

Valideces y confiabilidades de los instrumentos de investigaciones

Validación de los instrumentos

La validación tiene como referencia a qué tan bien son los instrumentos que miden lo que dice que mide. Para comprobar la validez, debes probar el instrumento con unos grupos pequeños de individuos que sean similares a las que estás investigando. (Medina, 2014).

En el siguiente cuadro se tiene la lista general de los especialistas que validaran los instrumentos de investigación.

Tabla 1.*Lista de expertos.*

N°	Apellidos y nombres	DNI	Calificación (%)
01			95%
02			95%
03			96%

La forma de la validación de cada instrumento de estudio, tiene la validación del especialista en el área. Toda esta validación se puede observar en el Anexo 4, ahí es donde se localizan las validaciones.

Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad es cuánta puedes confiar en que unos instrumentos de investigaciones te darán un mismo resultado cada vez que lo uses en la misma situación. Básicamente, se trata de la consistencia y la confianza en cómo se recogen los datos (Narvaez, 2023).

El índice de alfa de Cronbach es un análisis y el estilo de medir de forma estadística que se usa para evaluar qué tan confiables y consistentes son las preguntas de un cuestionario o prueba. En otras palabras, nos ayuda a saber si las preguntas están relacionadas entre sí y miden lo mismo, asegurando que el instrumento sea fiable para obtener resultados precisos y coherentes.

El Alfa de Cronbach mide cuán bien se relacionan las preguntas de un cuestionario. Si las preguntas están conectadas y abordan el mismo tema, se espera que el coeficiente sea alto, los que indican que los cuestionarios es confiable (Ortega, 2023).

Expresión para el cálculo de Alfa de Cronbach

La expresión que se emplea para el cálculo del índice es lo siguiente:

$$\alpha = \frac{N}{N - 1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_{ítem}^2}{\sigma_{Total}^2} \right)$$

Donde:

α = cantidad de índice de Cronbach

N = cantidad de ítems de los instrumentos

$\sigma_{ítem}^2$ = Varianzas de cada ítems individuales

σ_{Total}^2 = Varianzas totales de las escalas

Tabla 2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	182	100.0
	Excluido	0	0.0
	Total	182	100.0

Nota. Matriz de datos SPSS

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,889	23

Nota. Matriz de datos SPSS

Tabla 4.*Escala de Alfa de Cronbach*

Valores de alfa	Interpretación
0.90 – 1.00	Califica como muy satisfactoria
0.80 – 0.89	Califica como adecuada
0.70 – 0.79	Califica como moderada
0.60 – 0.69	Califica como baja
0.50 – 0.59	Califica como muy baja
< 0.50	Califica como no confiable

Nota. Elaboración propia.

Los datos finales que se obtuvo por medir del índice de alfa de Cronbach indican que los instrumentos utilizados para medir las culturas tributarias y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru en la localidad de Juliaca, 2024.

Teniendo un valor genérico de 0.889, se aprecia que los ítems del banco de preguntas presentan relaciones internas y miden de forma más coherente cada constructo plantea en el estudio. Esta forma de trabajar garantiza que las informaciones obtenidas son de forma consistente y fiables, esto nos permitió realizar un análisis e interpretación con mayor precisión juntamente con las variables de estudio.

Diseños de las estrategias para las pruebas de hipótesis

Antes de hacer la prueba de hipótesis, primero echamos un vistazo a las encuestas y pusimos los datos en un documento de Word. Luego, pasamos esa información a una hoja de cálculo en Excel para tener todo más ordenado. Al final, exportamos los datos a SPSS versión 26. Hacemos la evaluación con tablas de frecuencia.

Diseños estadísticos

Con la finalidad de determinar la veracidad de la hipótesis se planteó, de clase correlaciona donde se utilizó Rho de Spearman

Rho de Spearman

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Determinación de las hipótesis estadísticas.

H₁: R_{xy} ≠ 0 (hay relación directa de var.)

H₀: R_{xy} = 0 (no hay relación directa de var.)

Nivel de significancia. (NS)

Se empleará un NS desde 0.01 hasta 0.10. Si no se precisa un nivel específico, se tomará un 5%, con un α de 0.05

Estadística de prueba

T con n-2 grados de libertad.

Dónde:

t_c; T calculada

n : muestra

r : coeficiente de efecto.

Regla de decisión.

Si t_c > t_t, se niega H₀

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE DATOS

4.1.1. Interpretación de los resultados

Tabla 5

cree que los contribuyentes cumplen con las normas tributarias (NT)

	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	10	5.5	5.5	5.5
Casi siempre	54	29.7	29.7	35.2
A veces	42	23.1	23.1	58.2
Casi nunca	66	36.3	36.3	94.5
Nunca	10	5.5	5.5	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. Cuestionario de recolección de datos (CRD)

Figura 1

cree usted que los contribuyentes cumplen con las NT



Nota. Elaboración propia

Interpretación

En relación con el cumplimiento de las NT por parte de los contribuyentes, se observa que 10 personas, equivalente al 5.5 %, consideran que siempre cumplen con dichas normas. Asimismo, el 29.7 %, señalaron que los contribuyentes casi siempre cumplen. Por otro lado, 42 personas, es decir el 23.1 %, indicaron que a veces se cumple con las obligaciones tributarias. En contraste, 66 encuestados, que conforman el 36.3 %, afirmaron que casi nunca se respetan estas normas, siendo el grupo mayoritario. Finalmente, 10 personas, equivalentes al 5.5 %, manifestaron que nunca se cumple con las disposiciones tributarias. Estos resultados reflejan una percepción generalizada de bajo cumplimiento tributario, ya que más de la mitad de los encuestados consideran que el respeto a las normas fiscales es ocasional o escaso.

Tabla 6

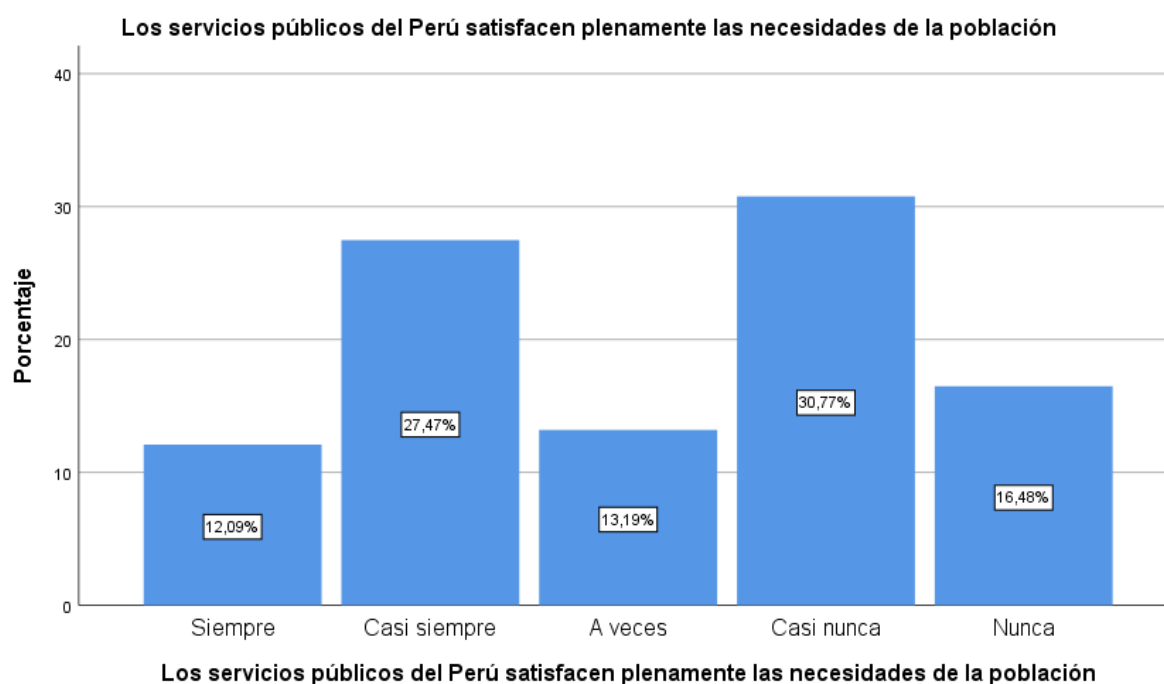
Los servicios públicos(SP) en Perú realmente cumplen con lo que la gente necesita.

	Frec.	%	% válido	% acumulado
Siempre	22	12.1	12.1	12.1
Casi siempre	50	27.5	27.5	39.6
A veces	24	13.2	13.2	52.7
Casi nunca	56	30.8	30.8	83.5
Nunca	30	16.5	16.5	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 2

Los SP en Perú realmente cumplen con lo que la gente necesita.



Nota. Elaboración propia

Interpretación

Respecto a lo que cumplen con lo que la gente necesita a través de los SP en el Perú, 22 personas, que representan el 12.1 %, consideran que siempre se

satisfacen plenamente. De igual manera, 50 encuestados, equivalentes al 27.5 %, manifestaron que casi siempre se logra dicha satisfacción. Sin embargo, 24 personas, que constituyen el 13.2 %, indicaron que esto sucede solo a veces. En un sentido más crítico, 56 encuestados, es decir el 30.8 %, opinaron que casi nunca los servicios públicos cumplen con las expectativas, mientras que 30 personas, equivalentes al 16.5 %, afirmaron que nunca satisfacen las necesidades de la población.

Tabla 7

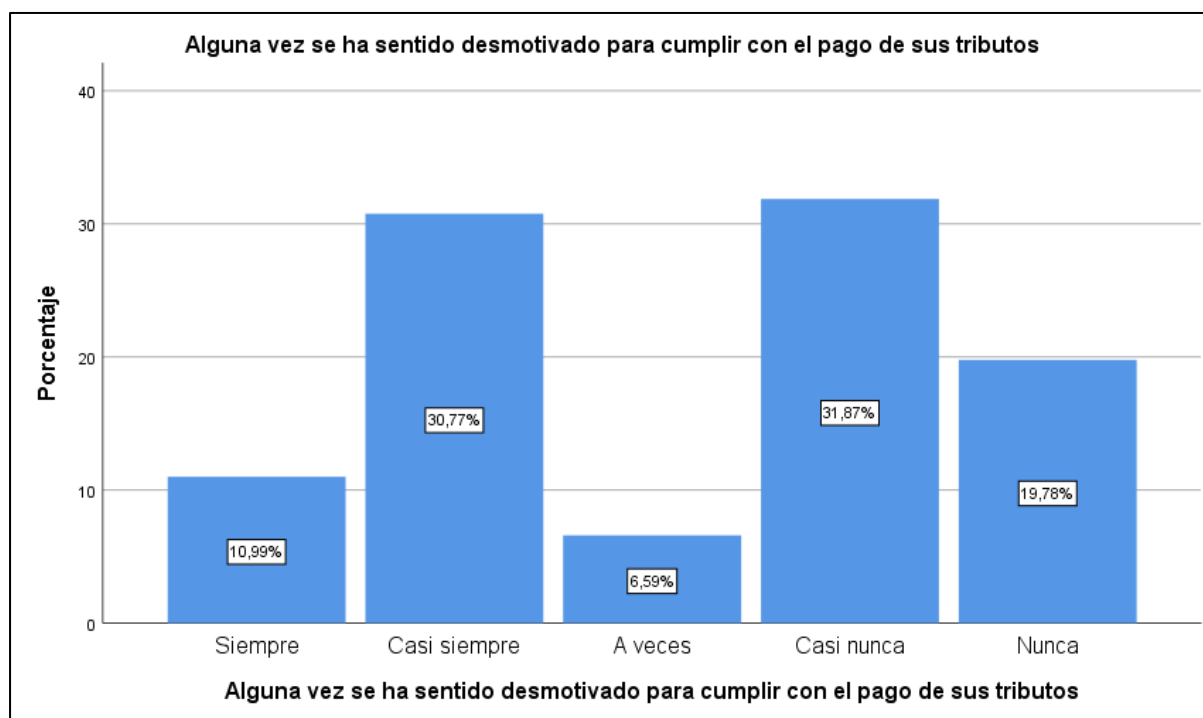
¿Alguna vez ha experimentado falta de motivación para cumplir con el pago de sus impuestos?

	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	20	11.0	11.0	11.0
Casi siempre	56	30.8	30.8	41.8
A veces	12	6.6	6.6	48.4
Casi nunca	58	31.9	31.9	80.2
Nunca	36	19.8	19.8	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 3

¿Alguna vez ha experimentado falta de motivación para cumplir con el pago de sus impuestos?



Nota. Elaboración propia

Interpretación

En cuanto a la desmotivación para cumplir con el pago de tributos, 20 personas, que representan el 11.0 %, señalaron que siempre se han sentido desmotivadas. Asimismo, 56 encuestados, equivalentes al 30.8 %, indicaron que casi siempre experimentan desmotivación. Por otro lado, 12 personas, es decir el 6.6 %, manifestaron que a veces sienten esta falta de motivación. En contraste, 58 encuestados, que corresponden al 31.9 %, señalaron que casi nunca se sienten desmotivados, mientras que 36 personas, equivalentes al 19.8 %, afirmaron que nunca han experimentado desmotivación para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tabla 8

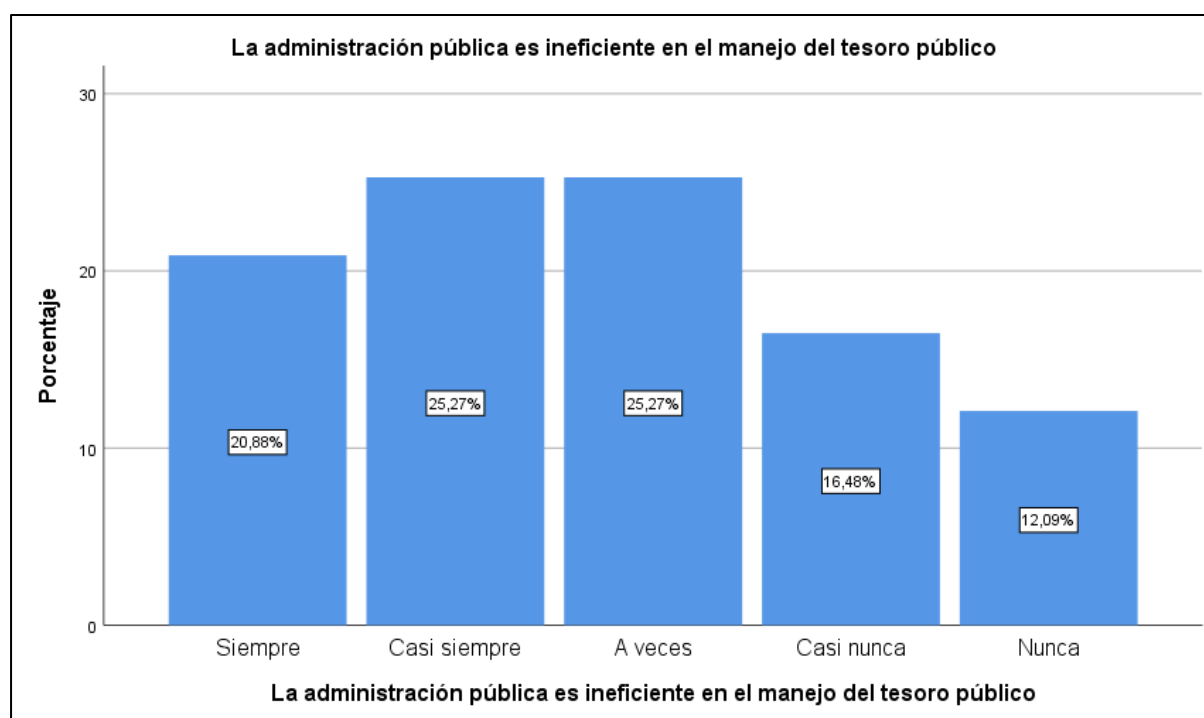
La administración pública (AP) presenta deficiencias en el manejo del tesoro público

	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	38	20.9	20.9	20.9
Casi siempre	46	25.3	25.3	46.2
A veces	46	25.3	25.3	71.4
Casi nunca	30	16.5	16.5	87.9
Nunca	22	12.1	12.1	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 4

La AP presenta deficiencias en el manejo del tesoro público



Nota. Elaboración propia

Interpretación

Sobre la percepción de la eficiencia de la AP en el manejo del tesoro público, 38 personas, equivalentes al 20.9 %, consideraron que siempre es ineficiente.

Asimismo, 46 encuestados, que representan el 25.3 %, manifestaron que casi siempre existe ineficiencia. De manera similar, otros 46 participantes, también con el 25.3 %, indicaron que a veces perciben esta deficiencia en la gestión. En contraste, 30 personas, es decir el 16.5 %, afirmaron que casi nunca encuentran ineficiencia, mientras que 22 personas, equivalentes al 12.1 %, señalaron que nunca consideran ineficiente el manejo del tesoro público.

Tabla 9

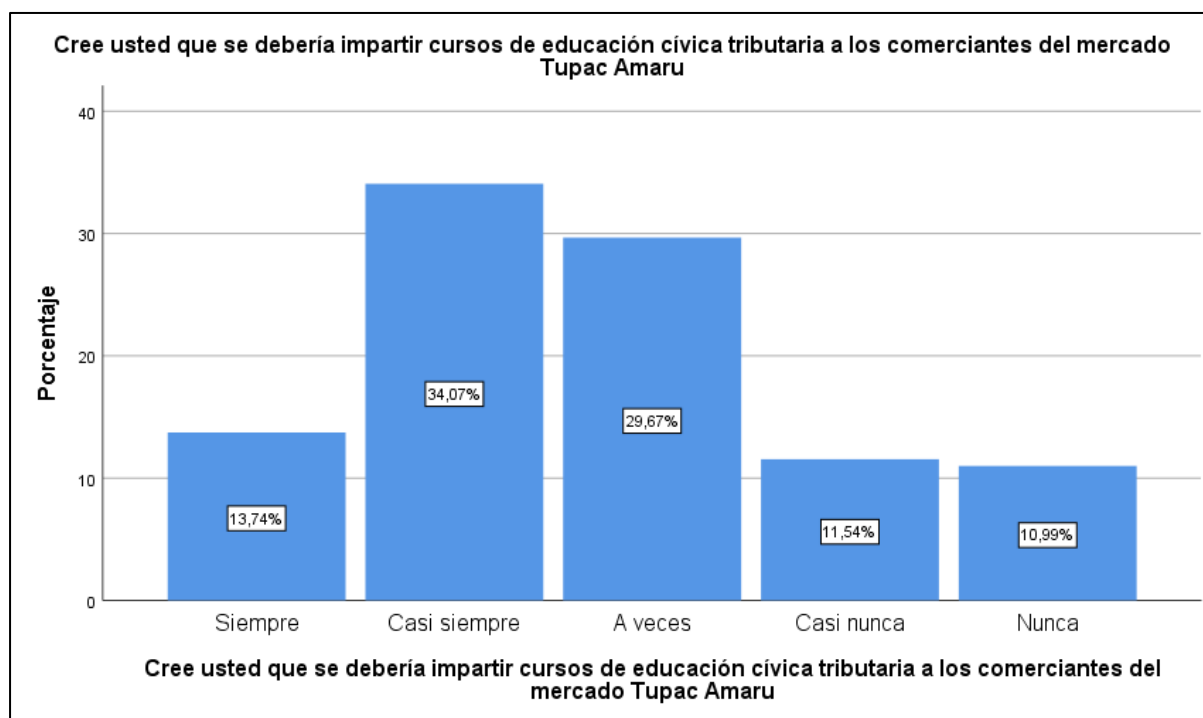
se debería dar a conocer sobre educación cívica tributaria a los comerciantes del MTA

	Frec.	%	% válido	% acumulado
Siempre	25	13.7	13.7	13.7
Casi siempre	62	34.1	34.1	47.8
A veces	54	29.7	29.7	77.5
Casi nunca	21	11.5	11.5	89.0
Nunca	20	11.0	11.0	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 5

se dar a conocer sobre cursos de educación cívica tributaria a los comerciantes del MTA



Nota. Elaboración propia

Interpretación

Respecto a la necesidad de dar a conocer sobre cursos de educación cívica tributaria a los comerciantes del MTA, 25 personas, equivalentes al 13.7 %, opinaron que siempre deberían dictarse dichos cursos. De igual manera, el 34.1 %, señalaron que casi siempre sería necesario. Asimismo, 54 personas, es decir el 29.7 %, indicaron que a veces consideran importante la impartición de estos cursos. En contraste, 21 encuestados, equivalentes al 11.5 %, señalaron que casi nunca es necesario, mientras que 20 personas, representando el 11.0 %, manifestaron que nunca se deberían dictar.

Tabla 10

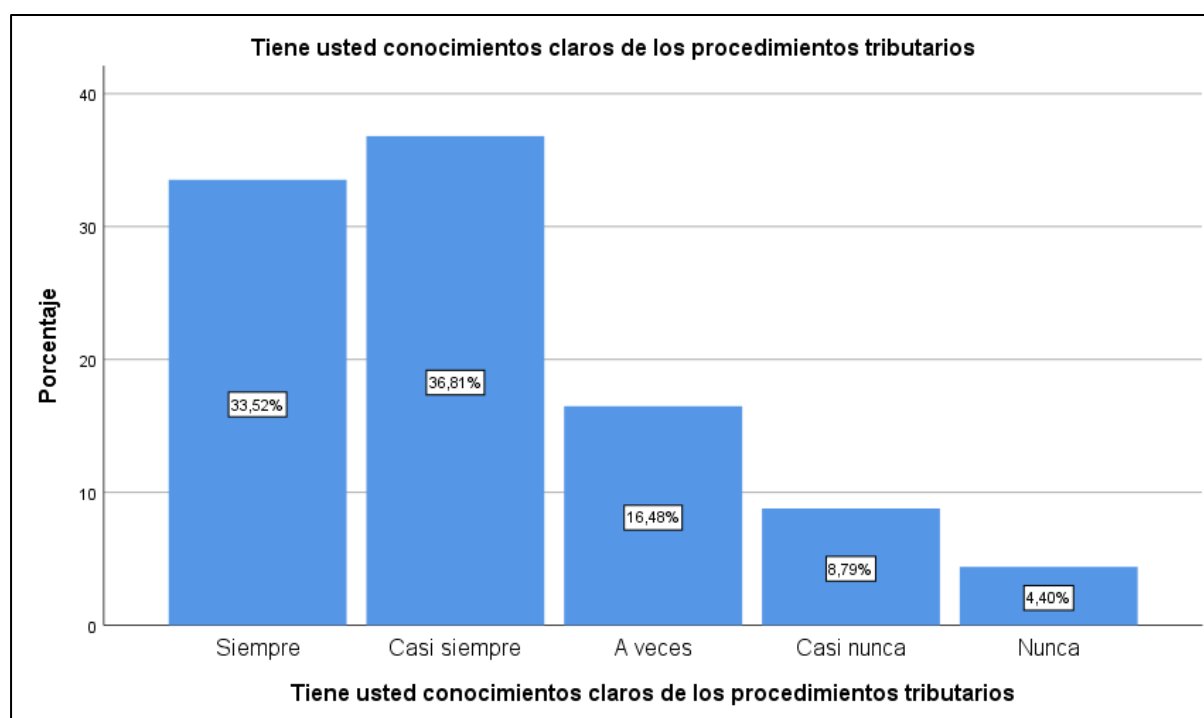
Tiene usted entendimientos claros de los procedimientos tributarios

	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	61	33.5	33.5	33.5
Casi siempre	67	36.8	36.8	70.3
A veces	30	16.5	16.5	86.8
Casi nunca	16	8.8	8.8	95.6
Nunca	8	4.4	4.4	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 6

Tiene usted entendimientos claros de los procedimientos tributarios



Nota. Elaboración propia (EP)

Interpretación

Sobre el conocimiento de los procedimientos tributarios, 61 personas, equivalentes al 33.5 %, manifestaron que siempre poseen conocimientos claros al

respecto. De igual forma, el 36.8 %, indicaron que casi siempre tienen claridad en los procedimientos tributarios. Por otro lado, 30 personas, es decir el 16.5 %, señalaron que a veces tienen conocimiento, mientras que 16 encuestados, equivalentes al 8.8 %, expresaron que casi nunca comprenden los procedimientos. Finalmente, 8 personas, que representan el 4.4 %, afirmaron que nunca tienen claridad sobre los mismos.

Tabla 11

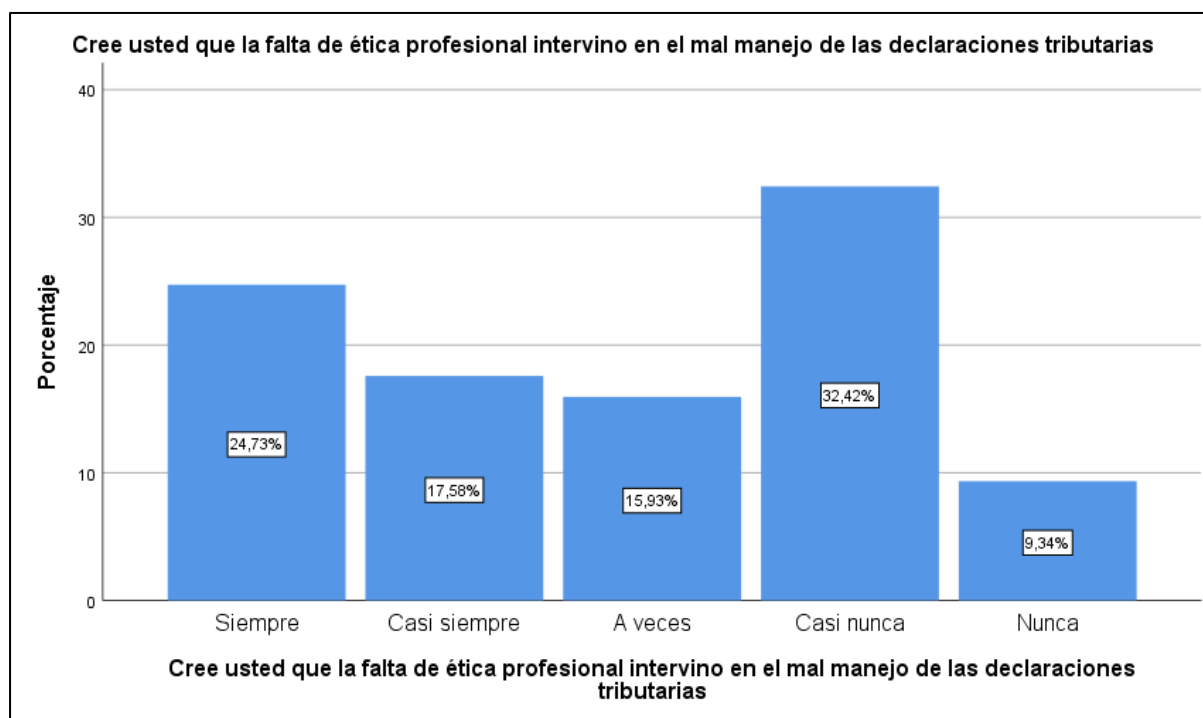
¿Considera que la carencia de ética profesional influyó en el manejo inapropiado de la declaración tributaria?

	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	45	24.7	24.7	24.7
Casi siempre	32	17.6	17.6	42.3
A veces	29	15.9	15.9	58.2
Casi nunca	59	32.4	32.4	90.7
Nunca	17	9.3	9.3	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 7

¿Considera que la carencia de ética profesional influyó en el manejo inapropiado de la declaración tributaria?



Nota. Elaboración propia

Interpretación

Respecto a la influencia de la carencia de ética profesional en el mal manejo de la declaración tributaria, 45 personas, equivalentes al 24.7 %, afirmaron que siempre intervino negativamente. Asimismo, el 17.6 %, indicaron que casi siempre ocurrió esta situación. Por otro lado, 29 personas, es decir el 15.9 %, señalaron que a veces la falta de ética impactó en el manejo tributario. En contraste, 59 encuestados, equivalentes al 32.4 %, consideraron que casi nunca se dio esta intervención, mientras que 17 personas, representando el 9.3 %, afirmaron que nunca existió tal problema.

Tabla 12

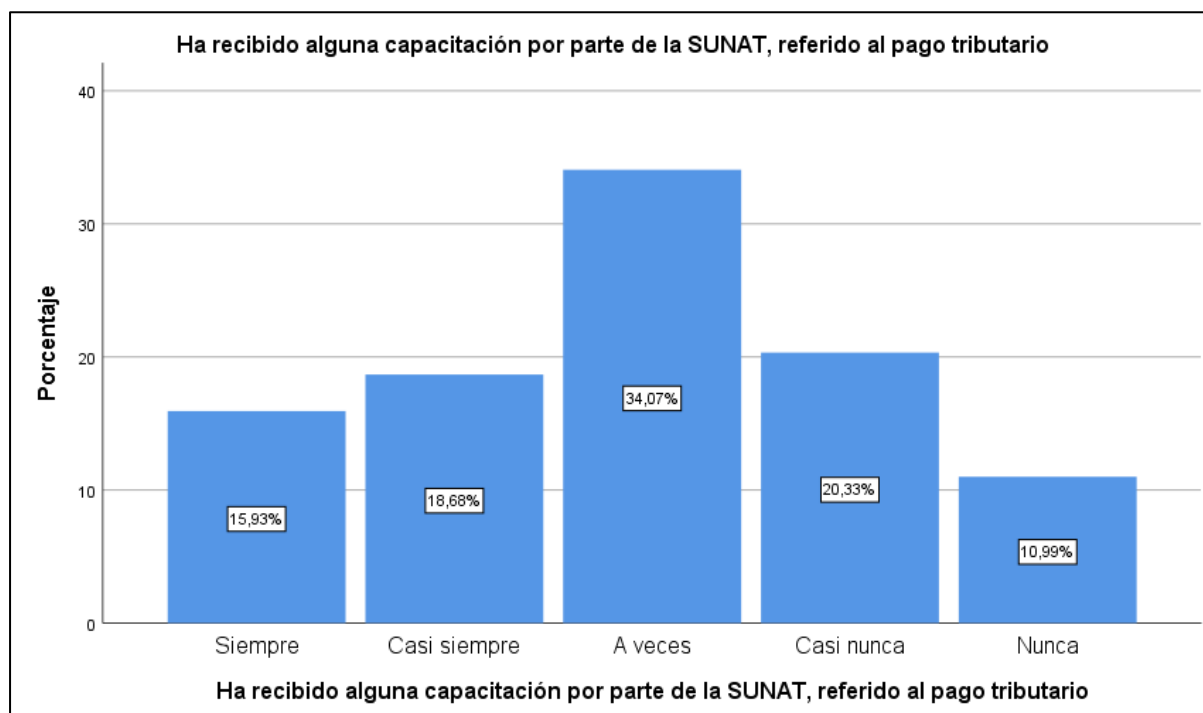
¿Ha participado en alguna capacitación ofrecida por la SUNAT relacionada con el pago de impuestos?

	Frec.	%	% válido	% acumulado
Siempre	29	15.9	15.9	15.9
Casi siempre	34	18.7	18.7	34.6
A veces	62	34.1	34.1	68.7
Casi nunca	37	20.3	20.3	89.0
Nunca	20	11.0	11.0	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 8

¿Ha participado en alguna capacitación ofrecida por la SUNAT relacionada con el pago de impuestos?



Nota. Elaboración propia

Interpretación

En relación con la capacitación recibida por parte de la SUNAT sobre el pago tributario, 29 personas, equivalentes al 15.9 %, señalaron que siempre fueron capacitadas. Asimismo, el 18.7 %, indicaron que casi siempre recibieron capacitación. Además, 62 personas, es decir el 34.1 %, afirmaron que a veces accedieron a estas formaciones. Por otro lado, 37 encuestados, equivalentes al 20.3 %, manifestaron que casi nunca recibieron capacitación, mientras que 20 personas, representando el 11.0 %, señalaron que nunca fueron capacitadas.

Tabla 13

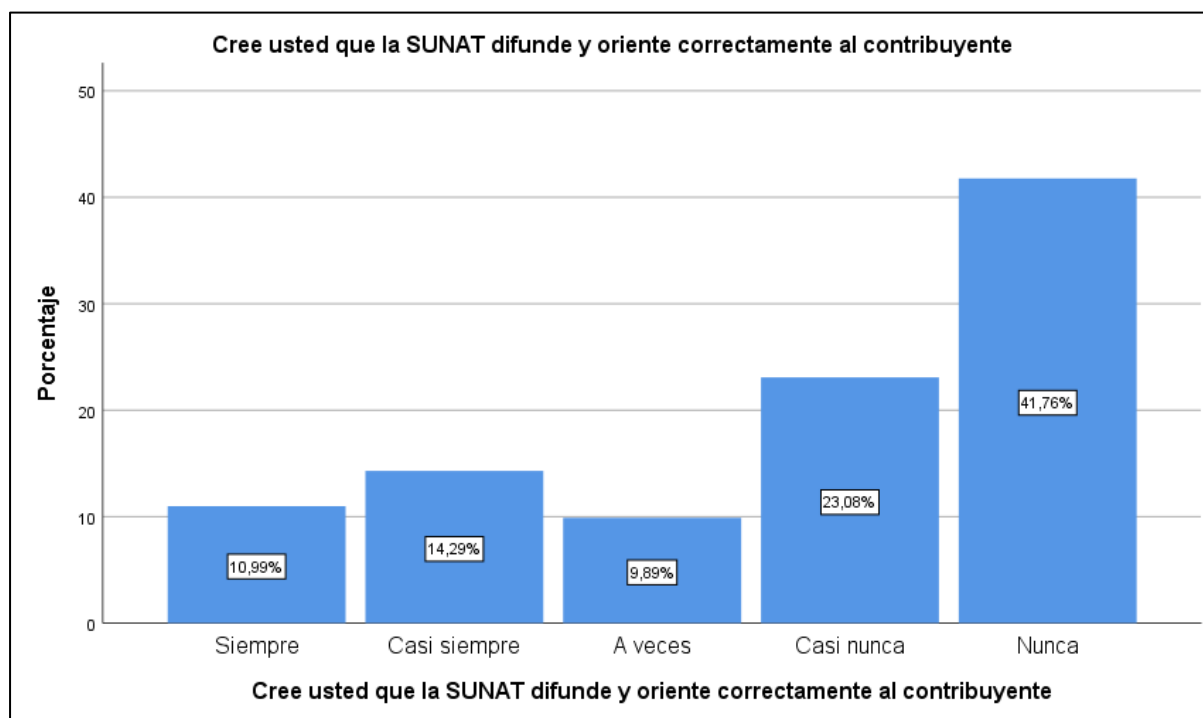
¿Considera usted que la SUNAT brinda una difusión adecuada y una correcta orientación a los contribuyentes?

	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	20	11.0	11.0	11.0
Casi siempre	26	14.3	14.3	25.3
A veces	18	9.9	9.9	35.2
Casi nunca	42	23.1	23.1	58.2
Nunca	76	41.8	41.8	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 9

¿Considera usted que la SUNAT brinda una difusión adecuada y una correcta orientación a los contribuyentes?



Nota. Elaboración propia

Interpretación

Respecto a la difusión y orientación de la SUNAT hacia los contribuyentes, 20 personas, equivalentes al 11.0 %, afirmaron que siempre consideran que la SUNAT realiza una correcta difusión y orientación. Asimismo, 26 encuestados, que representan el 14.3 %, opinaron que casi siempre la orientación es adecuada. Por otro lado, 18 personas, es decir el 9.9 %, indicaron que a veces se realiza un buen trabajo de difusión. En contraste, 42 personas, equivalentes al 23.1 %, señalaron que casi nunca reciben la orientación adecuada, mientras que 76 encuestados, representando el 41.8 %, expresaron que no existe orientación de la SUNAT. Estos

resultados reflejan una importante percepción negativa sobre la eficacia de la SUNAT en la difusión y orientación a los contribuyentes, lo que podría obstaculizar el proceso de formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca.

Tabla 14

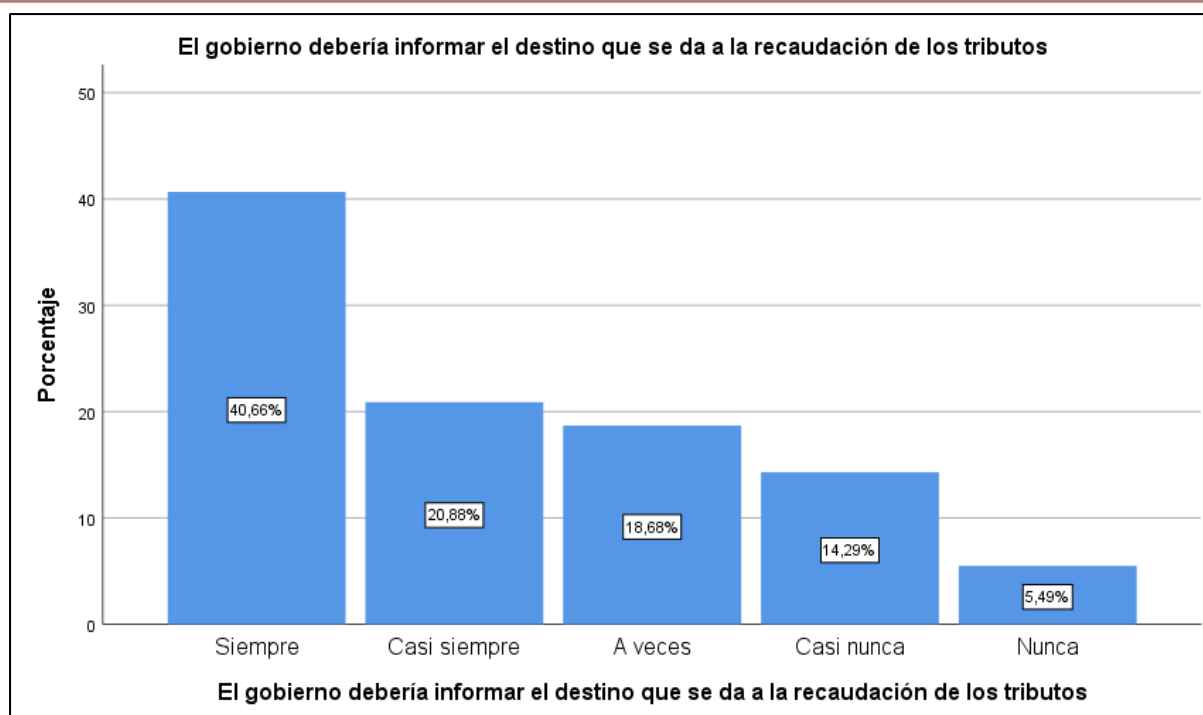
El gobierno debería comunicar claramente cómo se utiliza el dinero recaudado a través de los impuestos

	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	74	40.7	40.7	40.7
Casi siempre	38	20.9	20.9	61.5
A veces	34	18.7	18.7	80.2
Casi nunca	26	14.3	14.3	94.5
Nunca	10	5.5	5.5	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 10

El gobierno debería comunicar claramente cómo se utiliza el dinero recaudado a través de los impuestos



Nota. Elaboración propia

Interpretación

En cuanto a la necesidad de que el gobierno informe sobre el destino de la recaudación tributaria, 74 personas, equivalentes al 40.7 %, opinan que siempre debería hacerlo. Además, 38 encuestados, representando el 20.9 %, consideran que casi siempre debería existir esa información. Por otro lado, 34 personas, es decir el 18.7 %, piensan que a veces debería informarse el destino de los tributos. En contraste, 26 encuestados, equivalentes al 14.3 %, opinaron que casi nunca se debería dar esta información, y 10 personas, representando el 5.5 %, indicaron que nunca consideran necesario que se informe al respecto. Estos resultados sugieren que una gran mayoría de los comerciantes cree que es importante contar con información transparente sobre el destino de los tributos, lo cual puede contribuir a la confianza en el sistema tributario y, por ende, en la formalización de los negocios.

Tabla 15

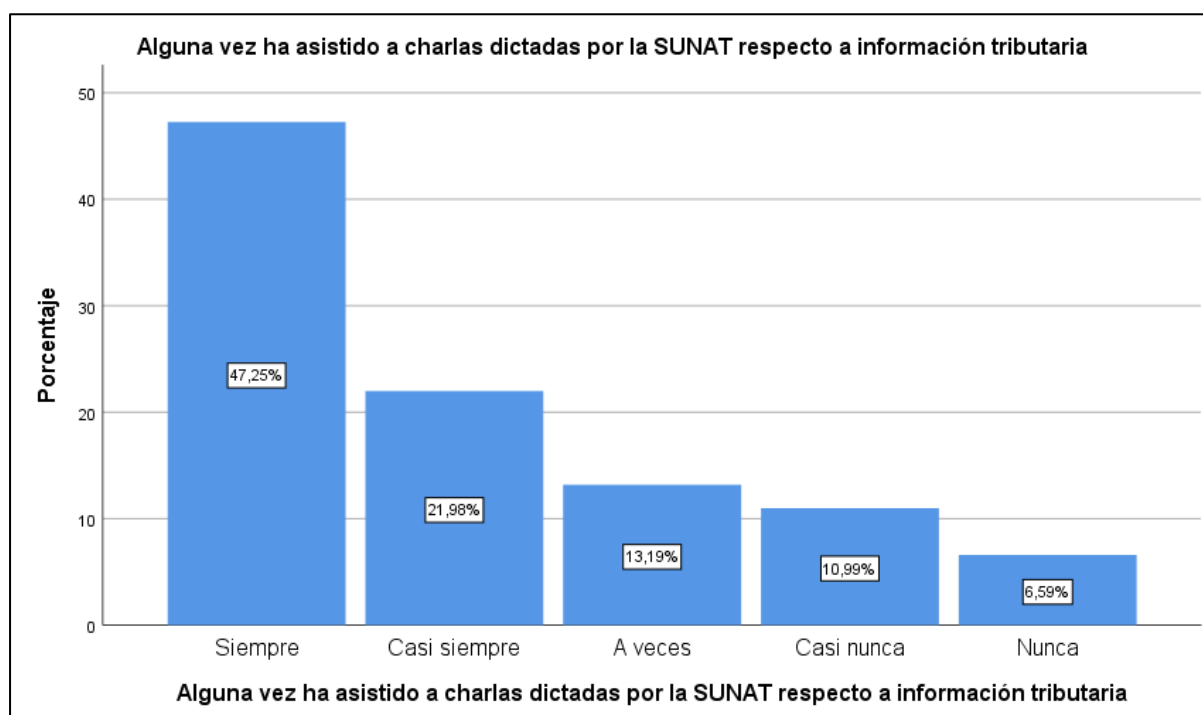
¿Ha participado alguna vez en charlas ofrecidas por la SUNAT sobre temas de información tributaria?

	Frec.	%	% válido	% acumulado
Siempre	86	47.3	47.3	47.3
Casi siempre	40	22.0	22.0	69.2
A veces	24	13.2	13.2	82.4
Casi nunca	20	11.0	11.0	93.4
Nunca	12	6.6	6.6	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 11

¿Ha participado alguna vez en charlas ofrecidas por la SUNAT sobre temas de información tributaria?



Nota. Elaboración propia

Interpretación

En relación con la asistencia a charlas dictadas por la SUNAT sobre temas tributarios, 86 personas, es decir el 47.3 %, afirmaron que siempre han asistido a estas charlas. Asimismo, 40 encuestados, representando el 22.0 %, indicaron que casi siempre participaron en las charlas. Además, 24 personas, equivalentes al 13.2 %, señalaron que a veces asistieron a estas charlas. En contraste, 20 encuestados, equivalentes al 11.0 %, dijeron que casi nunca asistieron, y 12 personas, representando el 6.6 %, manifestaron que nunca participaron en ellas. Estos resultados reflejan un nivel relativamente alto de participación en las charlas ofrecidas por la SUNAT, lo cual puede favorecer la mejora en la comprensión de los procesos tributarios y la CT de los comerciantes del MTA.

Tabla 16

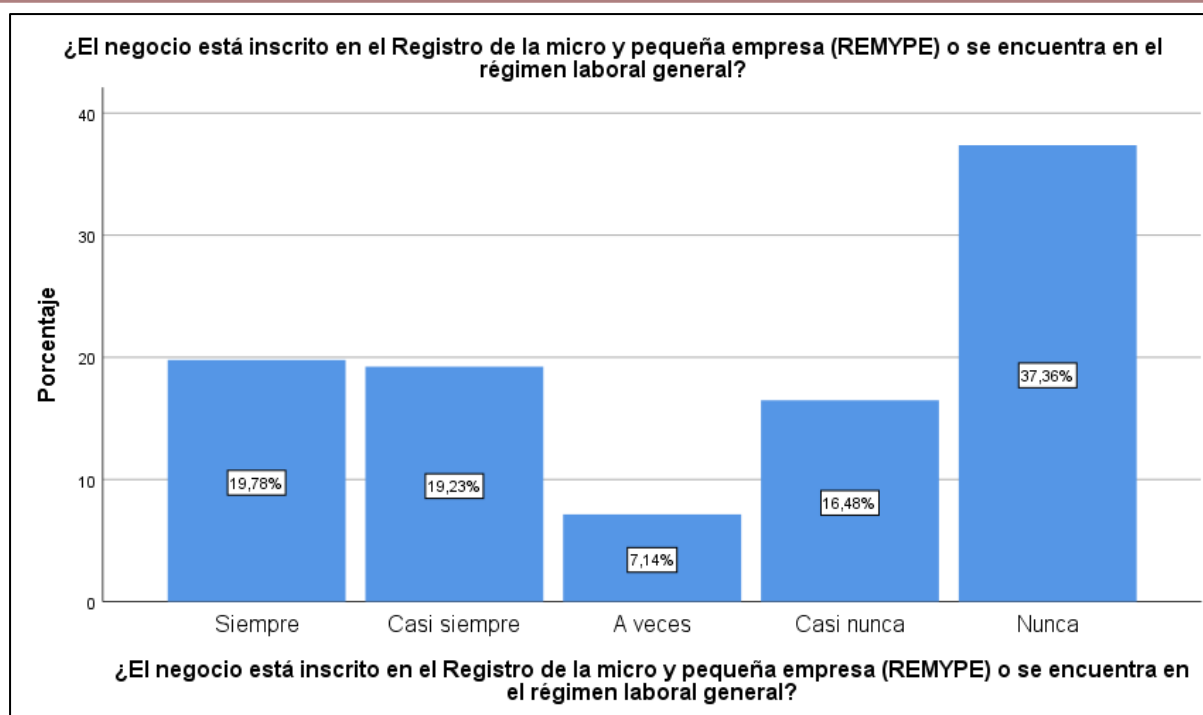
¿Su negocio está registrado en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) o se encuentra bajo el régimen laboral general?

	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	36	19.8	19.8	19.8
Casi siempre	35	19.2	19.2	39.0
A veces	13	7.1	7.1	46.2
Casi nunca	30	16.5	16.5	62.6
Nunca	68	37.4	37.4	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 12

¿Su negocio está registrado en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) o se encuentra bajo el régimen laboral general?



Nota. Elaboración propia

Interpretación

En relación con la inscripción en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) o en el régimen laboral general, 36 personas, es decir el 19.8 %, indicaron que siempre han inscrito sus negocios en dicho registro. Por otro lado, 35 encuestados, equivalentes al 19.2 %, señalaron que casi siempre están inscritos. En tanto, 13 personas, representando el 7.1 %, manifestaron que a veces están inscritos, mientras que 30 personas, es decir el 16.5 %, opinaron que casi nunca se inscriben. Finalmente, 68 encuestados, el 37.4 %, afirmaron que nunca han inscrito su negocio en el REMYPE o en el régimen laboral general. Estos datos indican que una parte significativa de los comerciantes no está formalizada en el registro, lo que puede afectar la formalización de sus negocios.

Tabla 17

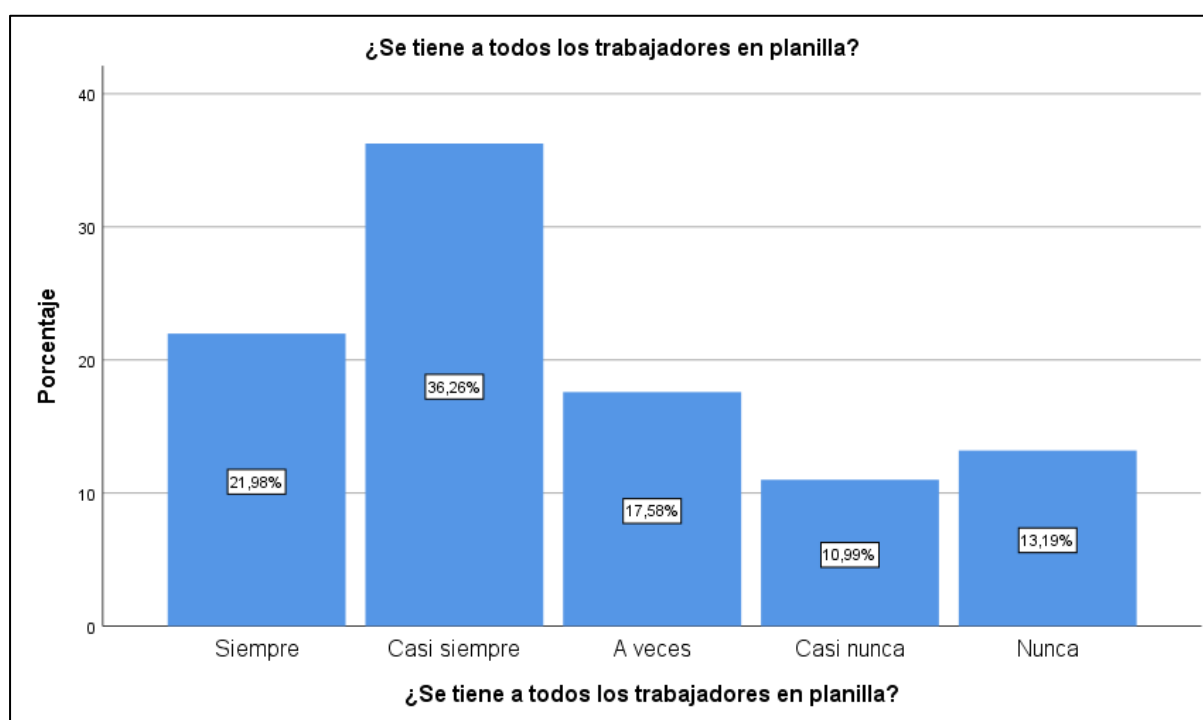
¿Se tiene a todos los trabajadores en planilla?

	Frec.	%	% válido	% acumulado
Siempre	40	22.0	22.0	22.0
Casi siempre	66	36.3	36.3	58.2
A veces	32	17.6	17.6	75.8
Casi nunca	20	11.0	11.0	86.8
Nunca	24	13.2	13.2	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 13

¿Se tiene a todos los trabajadores en planilla?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Respecto a la inclusión de los trabajadores en planilla, 40 personas, es decir el 22.0 %, afirmaron que siempre tienen a todos sus trabajadores en planilla. Por otro lado, 66 encuestados, equivalentes al 36.3 %, indicaron que casi siempre los tienen en planilla. Además, 32 personas, representando el 17.6 %, mencionaron que a veces

sus trabajadores están en planilla. En contraste, 20 personas, es decir el 11.0 %, manifestaron que casi nunca tienen a sus trabajadores en planilla, y 24 personas, el 13.2 %, señalaron que nunca los tienen en planilla. Estos resultados sugieren que una proporción considerable de los negocios aún no formaliza a todos sus trabajadores, lo que puede implicar riesgos laborales y fiscales.

Tabla 18

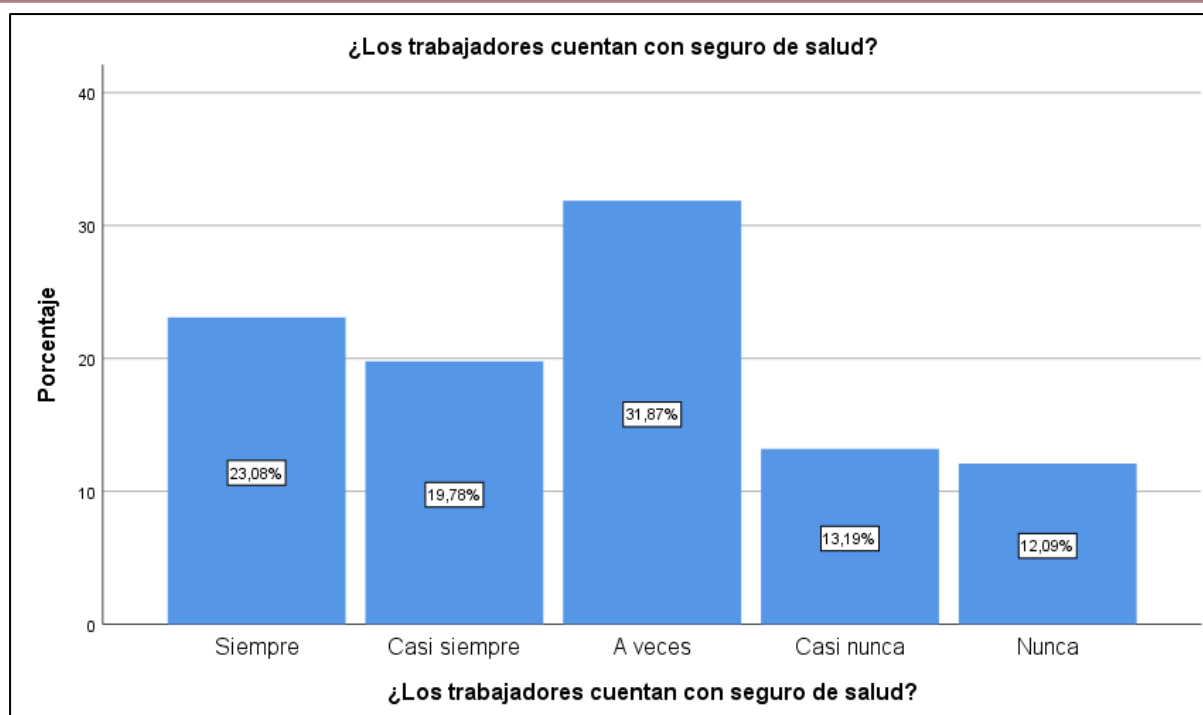
¿Los trabajadores cuentan con seguro de salud?

	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	42	23.1	23.1	23.1
Casi siempre	36	19.8	19.8	42.9
A veces	58	31.9	31.9	74.7
Casi nunca	24	13.2	13.2	87.9
Nunca	22	12.1	12.1	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 14

¿Los trabajadores cuentan con seguro de salud?



Nota. Elaboración propia

En cuanto al seguro de salud de los trabajadores, 42 personas, lo que equivale al 23.1 %, indicaron que siempre brindan seguro de salud a sus empleados. En segundo lugar, 36 personas, representando el 19.8 %, afirmaron que casi siempre proporcionan seguro de salud. Asimismo, 58 personas, es decir el 31.9 %, mencionaron que a veces los trabajadores cuentan con seguro de salud. En cuanto a quienes casi nunca proporcionan este beneficio, fueron 24 personas, lo que representa el 13.2 %, y 22 personas, un 12.1 %, indicaron que nunca brindan seguro de salud a sus empleados.

Tabla 19

¿Se respetan las normas laborales relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo?

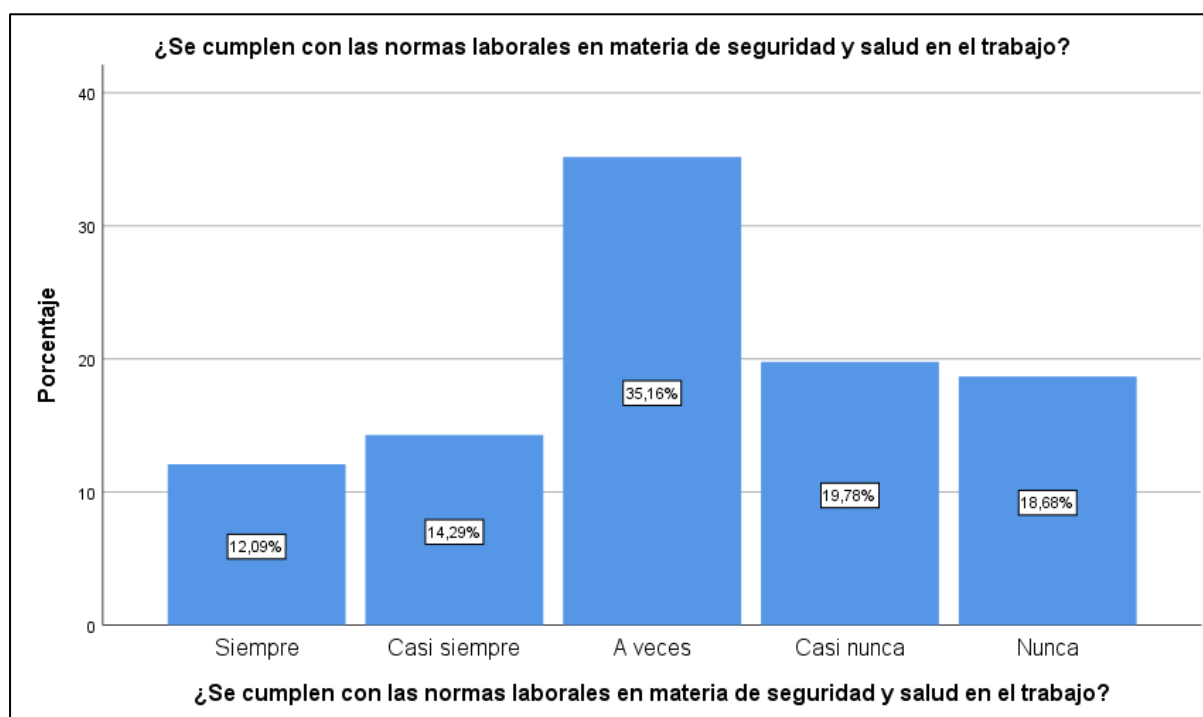
	Frec.	%	% válido	% acum.
Siempre	22	12.1	12.1	12.1
Casi siempre	26	14.3	14.3	26.4

A veces	64	35.2	35.2	61.5
Casi nunca	36	19.8	19.8	81.3
Nunca	34	18.7	18.7	100.0
Total	182	100.0	100.0	

Nota. CRD

Figura 15

¿Se respetan las normas laborales relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo?



Nota. Elaboración propia

En cuanto al cumplimiento de las normas laborales relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo, 22 personas, representando el 12.1 %, afirmaron que siempre se cumplen dichas normas. Un 14.3 % (26 personas) indicó que casi siempre se cumple con estas normas. En cuanto a quienes consideran que a veces se cumplen las normativas, fueron 64 personas, lo que equivale al 35.2 %. Asimismo, 36 personas (19.8 %) afirmaron que casi nunca se cumplen las normas, y 34 personas

(18.7 %) opinaron que nunca se cumplen las disposiciones de seguridad y salud en el trabajo. Esto sugiere que una parte considerable de los trabajadores podría estar expuesta a condiciones laborales inseguras o inadecuadas.

Hipótesis General

Existe relación significativa (RS) entre la CT y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024.

1. Formulación de hipótesis estadísticas

H₀: No existe RS entre la CT y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de Juliaca, 2024.

H_a: Existe RS entre la CT y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de Juliaca, 2024.

2. Elección del nivel de significancia (NS)

El NS es $\alpha=0,05$

3. Selección de la prueba estadística

Ya que los participantes de la muestra se eligieron al azar y se hicieron todos los pasos necesarios, se decidió usar la prueba de correlación de Rho Spearman.

4. Lectura de P – valor

Si el p-valor es $<$ el NS, se aprueba la prueba de hipótesis. Si el p-valor es $>$, se acepta la H₀.

Tabla 20

*Relación entre la CT y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado**Túpac Amaru de Juliaca, 2024*

		CULTURA TRIBUTARIA	FORMALIZACION DE LOS NEGOCIOS
Rho de Spearman	CULTURA TRIBUTARIA	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 182
			,931** 0.000 182
	FORMALIZACION DE LOS NEGOCIOS	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	 1.000 182
			 0.000 182

Nota: Elaboración propia.**Decisión estadística**

aprobar o negar la H_a , se tiene el criterio.

Criterio: regla de decisión

$P_{\text{valor}} > 0,05$: aprobar H_0 y se niega H_a .

$P_{\text{valor}} < 0,05$: aprobar H_a y se niega H_0 .

Interpretación:

En la tabla, puedes ver el análisis de calificación de Spearman entre la CT y la Formalización de los Negocios. El valor de rho es 0.931, lo que muestra una evaluación positiva muy fuerte entre ambas cosas. Además, el p-valor es 0.000, lo que significa que la relación que encontramos es estadísticamente significativa al 95%.

Los resultados indican que existe una fuerte relación positiva entre la CT y la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca. Esto implica que a medida que los conocimientos y actitudes tributarias de los comerciantes mejoran, también aumenta la probabilidad de que los negocios se formalicen. La significancia estadística con un p-valor de 0.000 refuerza la certeza de que esta correlación no es producto del azar. Los altos niveles de rho sugieren que las políticas de educación tributaria podrían ser un factor crucial en la promoción de la formalización empresarial en el mercado.

Prueba de Hipótesis específica 1

Existe relación significativa (RS) entre la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de Juliaca, 2024.

1. Formulación de hipótesis estadísticas

H₀: No existe RS entre la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de Juliaca, 2024.

H_a: Existe RS entre la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de Juliaca, 2024.

2. Criterio: regla de decisión

P valor > 0,05: Se aprueba H₀, se niega H_a.

P valor < 0,05: Se aprueba H_a, se niega H₀.

Tabla 21

Relación entre la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de Juliaca, 2024

			Conciencia tributaria	FORMALIZACION DE LOS NEGOCIOS
Rho de Spearman	Conciencia tributaria	Coefficiente de correlación	1.000	,958**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	182	182
	FORMALIZACION DE LOS NEGOCIOS	Coefficiente de correlación	,958**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	182	182

Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla se presenta el análisis de Spearman entre la conciencia tributaria y la formalización de negocios. El coeficiente rho de 0.958 sugiere una relación fuerte entre ambas variables. El valor p de 0.000 indica que la evaluación tiene relevancia estadística con un 95% de confianza. Los resultados sugieren que existe una fuerte relación entre la conciencia tributaria y la formalización de negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca. Un aumento en la conciencia tributaria de los comerciantes se asocia con una mayor formalización de sus negocios. Esto sugiere que fomentar la conciencia tributaria puede ser útil para promover la formalización de los negocios. El valor p de 0.000 respalda la importancia de esta relación, por lo que es importante trabajar en mejorar la conciencia tributaria para apoyar a los negocios en su formalización.

Prueba de Hipótesis específica 2

Existe RS entre la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024.

3. Formulación de hipótesis estadísticas

H₀: No existe RS entre la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de la ciudad de Juliaca, 2024.

H_a: Existe RS entre la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de la ciudad de Juliaca, 2024.

4. Criterio: regla de decisión

P valor > 0,05: Se aprueba la H₀ se niega H_a.

P valor < 0,05: Se aprueba la H₀ se niega H_a.

Tabla 22

Relación entre la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024

		Educación cívica tributaria	FORMALIZACION DE LOS NEGOCIOS
Rho de Spearman	Educación cívica tributaria	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,923**
		N	0.000
	FORMALIZACION DE LOS NEGOCIOS	Coeficiente de correlación	182
		Sig. (bilateral)	,923**
		N	0.000
			182

Nota: Matriz de datos.

En este análisis sobre cómo la Educación Cívica Tributaria se relaciona con la formalización de negocios, encontramos una conexión bastante fuerte, con un valor de rho de 0.923. El p-valor es de 0.000, lo que indica que esta relación es significativa y podemos tener confianza en ella al 95%. Esto muestra que la educación tributaria realmente influye en que los negocios se formalicen. Cuando los comerciantes reciben más información sobre sus obligaciones fiscales, tienden a formalizar más sus negocios. Por lo tanto, para mejorar la formalización en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, es clave impulsar programas que enseñen a los comerciantes sobre la importancia de cumplir con sus deberes tributarios. La sólida relación de este análisis subraya la necesidad de estas iniciativas para promover la formalización en la región.

Prueba de Hipótesis específica 3

Existe RS entre la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca, 2024.

1. Formulación de hipótesis estadísticas

Ho: No existe RS entre la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.

Ha: Existe RS entre la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el MTA de Juliaca, 2024.

2. Criterio: regla de decisión

$P_{\text{valor}} > 0,05$: Se aprueba H_0 , se niega H_a .

$P_{\text{valor}} < 0,05$: Se aprueba H_a , se niega H_0 .

Tabla 23

Relación entre la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024

		Difusión - orientación tributaria	FORMALIZACION DE LOS NEGOCIOS
Rho de Spearman	Difusión - orientación tributaria	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,936**
		N	0.000
	FORMALIZACION DE LOS NEGOCIOS	Coeficiente de correlación	182
		Sig. (bilateral)	,936**
		N	1.000

Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En el análisis de la relación entre la Difusión y Orientación Tributaria y la Formalización de los Negocios, encontramos que la rho es 0.936. Esto muestra que hay una relación muy fuerte entre ambas cosas. Además, el p-valor es 0.000, lo que significa que podemos confiar mucho en que esta relación es real.

Estos resultados sugieren que la difusión y orientación tributaria tiene un impacto muy relevante en la formalización de los negocios. A medida que los empresarios reciben mayor orientación e información sobre sus obligaciones tributarias, es más probable que formalicen sus negocios. La fuerte correlación y la significancia estadística sugieren que las acciones y políticas públicas enfocadas en mejorar la difusión de la información tributaria pueden ser cruciales para promover la formalización de negocios en el mercado Túpac Amaru de Juliaca.

4.2. DISEMINACIÓN DE LOS HALLAZGOS

Basado en estudios previos, se pueden discutir las similitudes y diferencias con respecto a la influencia de la cultura tributaria (CT) en la formalización de comerciantes y micro y pequeñas empresas (Mypes).

Una similitud clave es la relación entre la CT y la formalización empresarial. Risco (2021) halló que la CT influye de modo importante en la formalización de los comerciantes del Mercado Modelo de Huaral. Los resultados de la prueba de Chi-cuadrado apoyan esta idea, mostrando que los comerciantes con mejor información sobre las normas impositivas tienden más a formalizar sus negocios. De forma parecida, Díaz Peregrino (2022) encontró una relación importante entre la CT y la formalización de las Mypes del Mercado de Abastos Atahualpa, con un valor de Rho de Spearman de 0.570, lo que sugiere una relación positiva.

Bravo (2023) llegó a una conclusión similar, encontrando que el 62.7% de los negocios del Mercado San Antonio tienen un nivel bajo de CT, pero destaca la relación positiva entre la CT y la formalización, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.768. Esto quiere decir que, a pesar de los niveles bajos de CT, la relación entre ambas variables es importante para la formalización.

En cuanto a las diferencias sobre la CT y la formalización, Risco (2021) indica que la CT impacta de manera directa en la formalización. En cambio, Lizana (2019), en un estudio en Lima, acepta que la CT es importante para cumplir con las obligaciones fiscales (OF), pero señala que la falta de conciencia tributaria es una razón clave por la que muchos evaden impuestos y se quedan en la informalidad. Lizana opina que la falta de información sobre el tema lleva a la evasión, lo que

contradice los resultados de otros estudios que se centran más en la relación positiva entre CT y formalización.

Ríos et al. (2023) dicen que la CT tiene un impacto alto en la recaudación de impuestos, sobre todo entre los trabajadores de la salud en Ica. Esto muestra cómo una buena cultura de pago influye en el cumplimiento de las obligaciones. Por otro lado, el estudio de Cabana (2017) sobre los comerciantes del Mercado Central de Santa Lucía señala que la evasión fiscal sigue siendo un problema debido a la poca cultura tributaria en la zona. Esto indica que se necesita mejorar la información y la conciencia sobre impuestos para reducir la informalidad.

Otro tema importante es la influencia de la CT en el comportamiento de los comerciantes y la formalización de los negocios. Mientras que algunos estudios, como el de Bravo (2023), destacan la importancia de la conciencia y la educación tributaria, otros, como los de Risco (2021) y Díaz Peregrino (2022), muestran que la CT influye más que nada en la disposición de los comerciantes para cumplir con sus obligaciones fiscales y formalizar sus trabajos.

Los estudios coinciden en que la CT tiene un impacto grande en la formalización de los negocios y la reducción de la evasión fiscal. Aun así, hay diferentes ideas sobre qué factores son importantes en esta relación. Algunos estudios dicen que la educación y la conciencia sobre impuestos son clave para formalizar, mientras que otros creen que se debe reforzar la sensibilización de los contribuyentes para que cumplan con sus obligaciones. En general, estos hallazgos indican que mejorar la CT es clave para fomentar la formalización y el cumplimiento tributario, aunque también se necesita un enfoque más amplio que incluya educación, sensibilización y una mejor percepción del sistema tributario..



CONCLUSIONES

PRIMERA. En base a los resultados, se determinó que existe una relación altamente significativa entre la CT y la formalización de los negocios, con un coeficiente de correlación de 0,931 y un valor de p de $0,000 < 0.05$. Esta correlación positiva muy fuerte indica que los comerciantes que poseen mayores conocimientos, actitudes y prácticas adecuadas frente al sistema tributario muestran una propensión notablemente superior a formalizar sus actividades económicas.

SEGUNDA. En base a los resultados se determinó que la conciencia tributaria también presenta una correlación positiva y significativa con la formalización de los negocios, reflejada en un coeficiente de 0,958 y un valor de p de $0,000 < 0.05$. Este hallazgo evidencia que, al elevar la percepción de responsabilidad cívica y el sentido ético de los comerciantes frente al pago de tributos, se fortalece el compromiso con la legalidad y se impulsa la inscripción y permanencia en el régimen formal

TERCERA. En base a los resultados, se estableció que la educación cívica tributaria tiene un impacto significativo en la formalización de los negocios, con un coeficiente de correlación de 0,923 y un valor de p de $0,000 < 0.05$. Esto sugiere que los cursos y talleres orientados a enseñar derechos y deberes tributarios no sólo mejoran la comprensión técnica, sino que también motivan a los comerciantes a regularizar su situación fiscal.

CUARTA. En base a los resultados se halló, la difusión y orientación tributaria demostró una correlación positiva muy fuerte con la formalización, con un coeficiente de 0,936 y un valor de p de $0,000 < 0.05$. Este resultado pone de manifiesto que las acciones de comunicación, asesoría personalizada y visitas informativas por parte de la SUNAT u otras entidades facilitan la adopción de procedimientos formales.



RECOMENDACIONES

PRIMERA. Al Servicio de Administración Tributaria (SUNAT): Se recomienda diseñar e implementar un programa continuo de capacitación y difusión tributaria in situ en el mercado Túpac Amaru, que incluya módulos prácticos sobre procedimientos, beneficios de la formalización y mecanismos de asesoría personalizada

SEGUNDA. A la Municipalidad Provincial de San Román: Se sugiere coordinar con SUNAT y organizaciones locales la instalación de un centro de atención permanente en el mercado, donde los comerciantes puedan resolver dudas y realizar trámites de inscripción y actualización de su situación tributaria

TERCERA. A la Gerencia del Mercado Túpac Amaru: Convocar periódicamente a especialistas en educación cívica tributaria para impartir talleres y charlas que refuercen la conciencia cívica de los comerciantes, utilizando materiales didácticos adaptados a su realidad

CUARTA. Al Ministerio de Educación y a las instituciones académicas de la región: Incorporar en los cursos de formación técnica y empresarial contenidos sobre cultura tributaria y ética fiscal, con el fin de preparar a futuros emprendedores para el cumplimiento voluntario de sus obligaciones.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, P., Salcedo-Muñoz, V., & Señalín, L. (2023). Impacto de la cultura fiscal en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas de la ciudad de Machala, Ecuador. *Religación. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 8(36), e2301022.
<https://revista.religacion.com/index.php/religacion/article/view/1022>
- Apaza Huanca, B. H. (2022). Cultura tributaria y su influencia en la formalización en los comerciantes del mercado internacional de San José, 2023. *Universidad Privada San Carlos-Puno*, 1, 201.
<https://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/946>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigacion Introduccion a la metodologia cientifica* (Sexta Ed.). Editorial Epísteme.
http://www.formaciondocente.com.mx/06_RinconInvestigacion/01_Documentos/El Proyecto de Investigacion.pdf
- Bravo, M. (2023). La Cultura Tributaria y la Formalización en los Negocios del Mercado San Antonio en la Ciudad de Cajamarca, 2023. *Universiada Privada Del Norte*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/33920>
- Cabana, H. R. (2017). La Cultura Tributaria Y Su Influencia En El Cumplimiento De Las Obligaciones Tributarias De Los Comerciantes Del Mercado Central Del Distrito De Santa Lucia, Periodo 2015. *Tesis UNA*, 1–79.
<https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/4186?show=full>
- Calcina, A. H. V. (2017). Cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Bellavista de la ciudad de puno y su incidencia en la recaudacion tributaria - periodo 2013. *Caracterización Del Control Interno Del Área De*



Almacén De Las Empresas Del Sector Construcción Del Perú: Caso Empresa H & H Sociedad Anónima Cerrada Y Propuesta De Mejora 2017, 1, 115.
<http://tesis.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/1869?show=full>

Cedeño-Mendoza, A., & Mendoza-Fernández, V. (2023). La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de obligaciones tributarias del sector pesquero en el cantón Manta, Manabí, Ecuador, 2020. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(3–1), 528–540. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3-1.1831>

Cisneros-Caicedo, A. J., Guevara-García, A. F., Urdánigo-Cedeño, J. J., & Garcés-Bravo, J. E. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que Apoyan a la Investigación Científica en Tiempo de Pandemia. *Dominio de Las Ciencias*, 8(1), 1165–1185. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2546>

Cruz, M. G. P. (2019). Cultura tributaria y su relación en la evasión tributaria de los comerciantes minoristas de ropa del mercado San José, Base I – Juliaca, 2019. *Universidad Peruana Unión*, 86. <https://tinyurl.com/2v3w8hb2>

Cuadros, D. C. J. A. (2022). *Metodología de la investigación y desarrollo de tesis*. 1, 1–82. <https://www.researchgate.net/publication/363584322>

Díaz Peregrino, M. E. (2022). *Cultura tributaria como medio de formalización en las mypes comerciales del mercado de abastos Atahualpa del distrito de los Baños del Inca, 2021*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/34959>

Díaz, S. L. (2011). *La observación*. https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

Espinosa, D. Y. S., Rodríguez, T. G. T., Díaz, D. F., & Porras, M. E. (2022). Cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes



formales del contribuyente. *Apuntes Contables*, 31, 153–171.

<https://doi.org/10.18601/16577175.n31.09>

Estrada, S. (2023). *Análisis de la cultura tributaria con base en los aspectos que condicionan o coadyuvan a su fortalecimiento*. 1–60.

<http://hdl.handle.net/10644/9156>

Feria, A. H., Matilla, G. M., & Mantecón, L. S. (2020). La entrevista y la encuesta ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *La Contratación Pública En América Latina*, 73–83. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1503jkb.6>

Hernández, R., Fernadez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2019). La Informalidad en la Economía Nacional. *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1397/cap03.pdf

Laguzzi, E. (2024). *Cultura Tributaria*. <http://www.derecho.uba.ar/extension/cultura-tributaria.php>

Lizana, R. K. L. (2019). La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de obligaciones tributarias de rentas personales de la población de la región Lima, año 2017. *Repositorio Académico USMP*, 1–64. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3099>

Medina, D. C. I. (2014). *Metodología de la investigación para estudiantes de contabilidad*. www.uprb.edu/profesor/dgonzalez/contabilidad/encuentro.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2016). *Formalización empresarial*. <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/formalizacion->



empresarial

Ministerio de la Producción - PRODUCE. (2023). *Conozca los 6 beneficios de la formalización empresarial.*

<https://www.gob.pe/institucion/tuempresa/noticias/914295-conozca-los-6-beneficios-de-la-formalizacion-empresarial>

Montano, J. (2019). *Investigación Transversal: Características, Metodología, Ventajas.* 7.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749#:~:text=La investigación aplicada busca la,la teoría y el producto.>

Muguira, A. (2022). *¿Qué es la investigación descriptiva?*
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/#:~:text=Entonces%2C la investigación descriptiva se,parte del estudio está influenciada.>

Narvaez, M. (2023). *¿Qué es la validez y confiabilidad en la investigación?*
<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-validez-y-confiabilidad-en-la-investigacion/>

Ñaupas, P. H., Valdivia, D. M. R., Palacios, V. J. J., & Romero, D. H. E. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Quinta Ed., Vol. 53, Issue 9).
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Organización Internacional de Empleadores (OIE). (2021). La Economía Informal: Un Enfoque de los Empleadores. *Artículo*, 1–33.

Organización Internacional del Trabajo - OIT. (2019). La formalización de las empresas. *Organización Internacional Del Trabajo*, 1–10.



https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf

Ortega, C. (2015). Educación tributaria: Una herramienta clave para fomentar la cultura tributaria. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 4(1).

Ortega, C. (2023). *Alfa de Cronbach: Qué es y cuál es su importancia*.

Ortiz, C. (2021). Cultura tributaria y formalización en el sector comercial. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.

Paredes, C. (2017). *La Educación Tributaria*. Ediciones Contables y Tributarias.

Pariapaza, L. S. (2019). *Cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias de los odontólogos de la Ciudad de Juliaca, periodo 2018*. 82.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UEPU_80567ec65c59721538620246262a77d5

Parisaca, Z. F. V. (2021). Cultura tributaria y la evasión tributaria en las MYPES del distrito de Puno 2021. In *Proceso de gestion de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro* (Vol. 1).
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/69960>

Ponce, R. O., Gómez-Galán, J., & Pagán-Maldonado, N. (2020). *Estrategias para generalizar a través de la investigación no experimental*.
<https://rio.upo.es/entities/publication/c0ff7e00-9785-40a8-9949-ff5780f33ef7>

Rios, W., Montoya, J., & Peña, A. (2023). *Cultura tributaria y su relación con el recaudo del impuesto a la renta cuarta categoría en profesionales de la salud en el distrito de Ica, 2023*. <https://repositorio.unica.edu.pe/items/95da09c9-9e38-41f2-8137-b8be38465c97>



Risco, R. (2021). *La cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del mercado modelo del distrito de Huaral*. 1–104.

<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/5611>

Salazar, R. (2018). Estrategias de difusión tributaria y su impacto en el cumplimiento fiscal voluntario. *Revista de Administración Pública*, 52(1), 117–133.

Suárez, E. (2023). *Método inductivo y deductivo*.

<https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

(2020). *Glosario de Terminos sobre Cultura Tributaria y Aduanera*.

<https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>

Vera, L. E. (2020). *Cultura tributaria para un Perú más justo y solidario*.

<https://cultura.sunat.gob.pe/noticias/cultura-tributaria-para-un-peru-mas-justo-y-solidario>



ANEXO



Apéndice 1. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES		
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE DE ESTUDIO 1: Cultura tributaria		
¿Cuál es la relación de la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024?	Determinar la relación de la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	Existe relación significativa entre la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	Dimensiones	Indicadores	Ítem / Índi
			Conciencia Tributaria	- Cumplimiento con las normas tributarias. - Funcionamiento de los servicios públicos. - Motivación en el cumplimiento tributario	Escala Tipo LIKERT 1 –5 1 – Nunca 2 – Casi nunca 3 – A veces 4 – Casi siempre 5 - Siempre
			Educación cívica Tributaria	- Principios tributarios. - Justicia y equidad transparencia. - Capacidad control	
			Difusión tributaria	- Transparencia en la información de los funcionarios públicos. - Charlas informativas	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE DE ESTUDIO 2: Formalización de los negocios		
PE4. ¿Cuál es la relación de la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024?	O1. Determinar la relación de la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	H1. Existe relación significativa entre la conciencia tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	Dimensiones	Indicadores	Ítem / Índi
			Formalización laboral	- Registro de libro planillas - Cumplimiento de beneficios sociales	Escala Tipo LIKERT 1 –5 1 – Nunca 2 – Casi nunca 3 – A veces 4 – Casi siempre 5 - Siempre
			Formalización registral	- Registro en SUNARP - Inscripción RUC	
PE5. ¿Cuál es la relación de la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024?	O2. Establecer la relación de la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	H2. Existe relación significativa entre la educación cívica tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	Formalización municipal	- Licencia de funcionamiento - Autorizaciones especiales - Registro sanitario	
PE6. ¿Cuál es la relación de la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024?	O3. Hallar la relación de la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	H3. Existe relación significativa entre la difusión tributaria y su impacto en la formalización de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.			



METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA												
ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN Cuantitativo DISEÑO DE INVESTIGACIÓN No experimental MÉTODO DE INVESTIGACIÓN Inductivo - deductivo NIVEL DE INVESTIGACIÓN Correlacional Notación funcional: M Ov₁ = (X) Ov₂ = (Y) r: Correlación Dónde: M: Muestra Ov1 = (X) Observación de la variable 1: Cultura tributaria Observación de la variable 2: Formalización de los negocios r = Correlación entre dichas variables TIPO DE INVESTIGACIÓN Transversal- correlacional	Universo En este estudio, el universo será los comerciantes de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024. Población La población estará conformada por 345 comerciantes de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024. CRITERIOS DE INCLUSION - Comerciantes del mercado Tupac Amaru - Comerciantes con su negocio formal - Comerciantes con cultura tributaria CRITERIOS DE EXCLUSION - Comerciantes de otros mercados - Comerciantes con su negocio informal - Comerciantes sin cultura tributaria Muestra De acuerdo a la fórmula se tiene $n = \frac{N * Z_{\infty}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\infty}^2 * p * q}$ Donde: n = tamaño de muestra N = tamaño de la población z = parámetro estadístico (Nivel de confianza) e = error de estimación p = probabilidad de que ocurra un evento q = probabilidad de que no ocurra un evento $n = \frac{345 * 1.96_{\infty}^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (345 - 1) + 1.96_{\infty}^2 * 0.5 * 0.5}$ La muestra para la investigación está conformada por 182 comerciantes de los negocios en el mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2024.	TÉCNICAS De acuerdo a Ñaupas et al. (2018) son un conjunto de normas y procedimientos para regular un determinado proceso y alcanzar un determinado objetivo. Técnica de investigación según método: • ENCUESTA Otro de los mecanismos para recolectar los datos necesarios, el cual permitirá obtener información. INSTRUMENTOS De acuerdo a Ñaupas et al. (2018) son las herramientas conceptuales o materiales, mediante los cuales se recoge los datos e informaciones, mediante PROBLEMAS, ítems que exigen respuestas del investigado. Asumen diferentes formas de acuerdo con las técnicas que le sirven de base. Instrumento de investigación según técnica: • CUESTIONARIO Una forma sencilla de investigar la relación entre variables es mediante encuestas y cuestionarios. ESCALA DE BAREMOS (Cultura tributaria) <table><tr><td>ALTO</td><td>MEDIO</td><td>BAJO</td></tr><tr><td>41 - 55</td><td>26 - 40</td><td>11 - 25</td></tr></table> ESCALA DE BAREMOS (Formalización de los negocios) <table><tr><td>ALTO</td><td>MEDIO</td><td>BAJO</td></tr><tr><td>30 - 36</td><td>21 - 29</td><td>12 - 20</td></tr></table>	ALTO	MEDIO	BAJO	41 - 55	26 - 40	11 - 25	ALTO	MEDIO	BAJO	30 - 36	21 - 29	12 - 20	DISEÑO DE CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS DISEÑO ESTADÍSTICO Para comprobar la veracidad de la hipótesis que se plantea en el presente trabajo de investigación de tipo correlacional se utilizará la explicación de Rho de Spearman La fórmula de Rho de Spearman es el siguiente: $r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}$ DETERMINACIÓN DE LAS HIPÓTESIS ESTADÍSTICAS. H1: Rxy≠O (significa que existe relación directa entre las dos variables) Ho: Rxy=0 (significa que no existe relación directa entre las dos variables) NIVEL DE SIGNIFICANCIA. Se usará un nivel de significancia entre el 1% y el 10% cuando no se precisa este nivel, se asume un nivel de significancia del 5% es decir, α=0.05 ESTADÍSTICA DE PRUEBA Se usará la distribución T con n-2 grados de libertad. Dónde: t_c; T calculada n : tamaño de muestra r : coeficiente de efecto. REGLA DE DECISIÓN. Si t_c > t_i, entonces se rechaza H₀
ALTO	MEDIO	BAJO													
41 - 55	26 - 40	11 - 25													
ALTO	MEDIO	BAJO													
30 - 36	21 - 29	12 - 20													



Apéndice 2. Instrumento(s)

CUESTIONARIO DE CULTURA TRIBUTARIA

INSTRUCCIONES

- Sus respuestas serán tratadas de forma CONFIDENCIAL Y ANÓNIMA y serán analizadas de forma agregada, por lo que le agradecemos no colocar su nombre.
- El instrumento presenta una serie de PROBLEMAS sobre distintos aspectos. Por favor, utilice la siguiente escala para responder, marcando con una X la casilla que más se identifique con la PROBLEMA que se plantea:

ESCALA VALORATIVA

CASI SIEMPRE	SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
1	2	3	4	5

N°	ITEMS	ESCALA DE VALORACION				
DIMENSION 1: Conciencia tributaria		1	2	3	4	5
1	Considera usted que los contribuyentes cumplen con las normas tributarias					
2	Los servicios públicos del Perú satisfacen plenamente las necesidades de la población					
3	Alguna vez se ha sentido desmotivado para cumplir con el pago de sus tributos					
4	La administración pública es ineficiente en el manejo del tesoro público					
DIMENSION 2: Educación cívica tributaria						
5	Cree usted que se debería impartir cursos de educación cívica tributaria a los comerciantes del mercado Tupac Amaru					
6	Tiene usted conocimientos claros de los procedimientos tributarios					
7	Cree usted que la falta de ética profesional intervino en el mal manejo de las declaraciones tributarias					
8	Ha recibido alguna capacitación por parte de la SUNAT, referido al pago tributario					
DIMENSION 3: Difusión y orientación tributaria						
9	Cree usted que la SUNAT difunde y orienta correctamente al contribuyente					
10	El gobierno debería informar el destino que se da a la recaudación de los tributos					
11	Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT respecto a información tributaria					



CUESTIONARIO DE FORMALIZACION DE LOS NEGOCIOS

INSTRUCCIONES

- Sus respuestas serán tratadas de forma CONFIDENCIAL Y ANÓNIMA y serán analizadas de forma agregada, por lo que le agradecemos no colocar su nombre.
- El instrumento presenta una serie de PROBLEMAS sobre distintos aspectos. Por favor, utilice la siguiente escala para responder, marcando con una X la casilla que más se identifique con la PROBLEMA que se plantea:

ESCALA VALORATIVA

CASI SIEMPRE	SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
1	2	3	4	5

N°	ITEMS	VALORACION				
DIMENSION 1: Formalización laboral		1	2	3	4	5
1	¿El negocio está inscrito en el Registro de la micro y pequeña empresa (REMYPE) o se encuentra en el régimen laboral general?					
2	¿Se tiene a todos los trabajadores en planilla?					
3	¿Los trabajadores cuentan con seguro de salud?					
4	¿Se cumplen con las normas laborales en materia de seguridad y salud en el trabajo?					
DIMENSION 2: Formalización registral y tributaria						
5	¿El negocio se encuentra registrado en SUNARP?					
6	¿Se emite comprobante de pago por sus ingresos por ventas o servicios mayores a cinco soles?					
7	¿Se realizan las declaraciones mensuales de acuerdo al cronograma de SUNAT?					
8	¿Se ha evitado tener multas y/o sanciones de SUNAT en el último año?					
DIMENSION 3: Formalización municipal						
9	¿El negocio cuenta con licencia de funcionamiento?					
10	¿Se cumplen las obligaciones con la Municipalidad de Cajamarca, respecto a la salubridad (de ser el caso) y defensa civil?					
11	¿Se ha evitado tener multas y/o sanciones con la Municipalidad de San Román en el último año?					
12	¿Se cumplen con los pagos requeridos por la Municipalidad de San Román?					



VARIABLE 1: Cultura tributaria

Rango mínimo: $11 \times 1 = 11$
Rango máximo: $11 \times 5 = 55$
Amplitud: $55 - 11 = 44$
Rango: $44 / 3 = 14$

ALTO	MEDIO	BAJO
41 - 55	26 - 40	11 - 25

DIMENSION 1: Conciencia tributaria

ALTO	MEDIO	BAJO
16 - 20	10 - 15	4 - 9

DIMENSION 2: Educación cívica tributaria

ALTO	MEDIO	BAJO
16 - 20	10 - 15	4 - 9

DIMENSION 3: Difusión y orientación tributaria

ALTO	MEDIO	BAJO
11 - 15	7 - 11	3 - 7

VARIABLE 2: Formalización de los negocios

Rango mínimo: $12 \times 1 = 12$
Rango máximo: $12 \times 4 = 48$
Amplitud: $48 - 12 = 36$
Rango: $36 / 3 = 12$

ALTO	MEDIO	BAJO
38 - 48	25 - 37	12 - 24

DIMENSION 1: Formalización laboral

ALTO	MEDIO	BAJO
14 - 16	9 - 13	4 - 8

DIMENSION 2: Formalización registral y tributaria

ALTO	MEDIO	BAJO
14 - 16	9 - 13	4 - 8

DIMENSION 3: Formalización municipal

ALTO	MEDIO	BAJO
14 - 16	9 - 13	4 - 8

Apéndice 3. Validez de instrumentos

Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: NAUPA PAGO CECILIA PAOLA
2. Cargo e institución donde labora: INSPECTOR - SUTRAN
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: FICHA DE RECOLECCION DE DATOS
4. Autor del instrumento: DASHIELL CARMEN HWANCA TORRES

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLEIV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 93 %Lugar y fecha: Juraca 28 / 05 / 2025


Firma del experto
DNI N°: 47626548 Cel.: 913 729952
CPC: 03829



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: Bautista Chahua / Mayda Luz
2. Cargo e institución donde labora: OFICINA SUNAT
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: FICHA DE RECOLECCION DE DATOS
4. Autor del instrumento: DASHIELL CARTEN MUANCA TORRES

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95 %

Lugar y fecha: Juliaca 28 / 05 / 2025

Firma del experto

DNI N°: 70182536 Cel.:

CPC: 05618



Apéndice 4. Tratamiento de datos



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600	601	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	621	622	623	624	625	626	627	628	629	630	631	632	633	634	635	636	637	638	639	640	641	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656	657	658	659	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	670	671	672	673	674	675	676	677	678	679	680	681	682	683	684	685	686	687	688	689	690	691	692	693	694	695	696	697	698	699	700	701	702	703	704	705	706	707	708	709	710	711	712	713	714	715	716	717	718	719	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------



VICERRECTORADO DE
INVESTIGACIÓN
"OFICINA DE INVESTIGACIÓN"

[illegible][illegible]



Apéndice 5. Otros



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

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

Formato digital ☒

Fecha de entrega: 08-12-2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: DASHIELL CARMEN HUANCA TORRES
Dirección: Jr. MARAÑON 219 Urb. LA CAPILLA Mz. Lt. 19
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 70170727
Teléfono: 939 537 575 email: dashiell.ht@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____
Dirección: _____
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____
Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
Escuela Profesional o Mención: CONTABILIDAD
Título o Grado Académico a optar: TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO
Asesor: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐ Tesis ☒ Trabajo de Suficiencia Profesional ☐ Trabajo Académico ☐

Título: CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE
LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO TUPAC AMARU DE
LA CIUDAD DE JULIACA, 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): CONCIENCIA TRIBUTARIA, CULTURA TRIBUTARIA, DIFUSIÓN TRIBUTARIA,
EDUCACIÓN CÍVICA, FORMALIZACIÓN

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

1

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.

² 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: ECONOMÍA SECTORIAL – P15

Firma de Autor



huella digital

08-12-2025

Fecha