



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN

TESIS

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS CONTRIBUYENTES
DEL MERCADO VINOCANCHON DEL DISTRITO DE SAN
JERÓNIMO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DEL CUSCO,
PERIODO 2022**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN CONTABILIDAD
MENCIÓN TRIBUTACIÓN**

AUTOR:

BACH. FLAVIO AMARU GUTIERREZ VENERO

ASESOR:

MGT. FERNANDO AMAUT PAUCAR

CODIGO ORCID:

0000-0003-2287-561X

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS CONTRIBUYENTES DEL MERCADO VINOCAÑON DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DEL CUSCO, PERIODO 2022

presentado por: FLAVIO AMARU GUTIERREZ VENERO con DNI Nro.: 70502241 presentado por: — con DNI Nro.: — para optar el título profesional/grado académico de MAESTRO EN CONTABILIDAD MENCION TRIBUTACIÓN

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 70 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	☒
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	☐
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	☐

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 23 de OCTUBRE de 2024

Firma

Post firma FERNANDO AMAUT PAUCAR

Nro. de DNI 23988024

ORCID del Asesor 0000 - 0003 - 2287 - 561X

Se adjunta:

1. Reporte generado por el sistema Antiplagio
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259: 397233174

NOMBRE DEL TRABAJO

LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDEN
CIA EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIA
S DE LOS CONTRIBUYENTES DEL MERC

AUTOR

FLAVIO AMARU GUTIERREZ VENERO

RECuento de palabras

21371 Words

Recuento de caracteres

116457 Characters

Recuento de páginas

98 Pages

Tamaño del archivo

924.3KB

Fecha de entrega

Oct 22, 2024 10:27 AM GMT-5

Fecha del informe

Oct 22, 2024 10:29 AM GMT-5

● 10% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Coincidencia baja (menos de 25 palabras)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

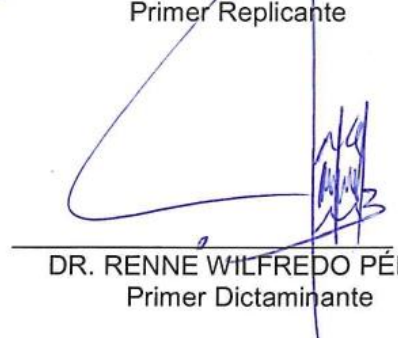
Dra. NELLY AYDE CAVERO TORRE, Directora (e) General de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada **LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS CONTRIBUYENTES DEL MERCADO VINOCANCHON DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DEL CUSCO, PERIODO 2022** de la Br. Br. **FLAVIO AMARU GUTIERREZ VENERO**. Hacemos de su conocimiento que el (la) sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día **VEINTISIETE DE JUNIO DE 2024**.

Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de **MAESTRO EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**.

Cusco, 15 de NOVIEMBRE del 2024



Mg. ATILIO VARGAS ELGUERA
Primer Replicante

Mg. CLEVER ABELARDO MONTALVO LOAIZA
Segundo Replicante

DR. RENNE WILFREDO PÉREZ VILLAFUERTE
Primer Dictaminante

Mg. GABRIEL MOZO AYMA
Segundo Dictaminante

DEDICATORIA

Dedico con mucho amor y aprecio mi presente tesis de maestría a mi padre Elio Gutiérrez y mi madre Alicia Venero, quienes son mi mayor motivo para salir adelante y el pilar para encaminar mi formación profesional.

A mis hermanos Sergio, Gonzalo y Rosalicia, por su amor, confianza y comprensión.

A todos ellos por haberme forjado como la persona que soy ahora, muchos de mis logros se los debo a ustedes mi amada familia.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que con su venia vengo alcanzando poco a poco mis metas y por haberme otorgado una familia maravillosa, con valores y principios.

Un especial agradecimiento a mis docentes de la Escuela de Posgrado de la UNSAAC por el conocimiento brindado; de igual manera a mi asesor de tesis Mag. Fernando Amaut Paucar, por el apoyo y motivación en todo este proceso.

Índice general

Portada	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice general	iv
Lista de cuadros	vi
Lista de figura.....	viii
Resumen	ix
Abstract.....	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Situación problemática	1
1.2. Formulación del problema	2
a. Problema general	2
b. Problemas específicos	2
1.3. Justificación de la investigación	3
1.4. Objetivos de la investigación	5
a. Objetivo general	5
b. Objetivos específicos.....	5
II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	6
2.1. Bases teóricas.....	6
2.2. Marco conceptual.....	12
2.3. Antecedentes empíricos de la investigación (estado del arte)	14
III. HIPÓTESIS Y VARIABLES	23
3.1. Hipótesis	23
a. Hipótesis general	23
b. Hipótesis específicas	23
3.2. Identificación de variables	23
3.3. Operacionalización de variables	25
IV. METODOLOGÍA	26
4.1. Ámbito de estudio.....	26
4.2. Tipo y nivel de investigación.....	27
4.3. Unidad de análisis	29
4.4. Población de estudio	29

4.5.	Tamaño de muestra	29
4.6.	Técnicas de selección de muestra	29
4.7.	Técnicas e instrumentos de recolección de información	30
4.8.	Técnicas de análisis e interpretación de la información	31
4.9.	Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas	31
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
5.1.	Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.....	32
5.2.	Pruebas de hipótesis	57
5.3.	Discusión de resultados	62
	CONCLUSIONES.....	68
	Recomendaciones	70
	BIBLIOGRÁFICAS	71
	ANEXOS	75
	Anexo I. Matriz de consistencia	76
	Anexo II. Matriz operacional.....	77
	Anexo III. Matriz instrumental relacionado con la cultura tributaria.....	78
	Anexo IV. Matriz instrumental relacionado con las obligaciones tributarias	79
	Anexo IV. Instrumento de recolección de datos tipo encuesta.....	80
	Anexo V. Base de datos de la encuesta	82
	Anexo VI. Reporte del spss	84
	Anexo VII. Reporte de personas encuestadas	85

Lista de cuadros

Cuadro 1 Operacionalización de variables	25
Cuadro 2 Ficha técnica	31
Cuadro 3 Procedimientos de los datos.....	31
Cuadro 4 Prueba de confiabilidad de cultura tributaria	32
Cuadro 5 Prueba de confiabilidad de obligaciones tributarias	32
Cuadro 6 Análisis descriptivo de la cultura tributaria y sus dimensiones	33
Cuadro 7 Análisis descriptivo de las obligaciones tributarias y sus dimensiones.....	34
Cuadro 8 Conocimientos tributarios suficientes.....	37
Cuadro 9 Conocimiento acerca del destino del pago de sus tributos	38
Cuadro 10 Conciencia tributaria para impulsar la educación tributaria	39
Cuadro 11 Campañas de sensibilización efectuadas por la administración tributaria.....	40
Cuadro 12 Plan de comunicación implementado por la SUNAT.....	41
Cuadro 13 Estrategias de verificación impulsado por la administración tributaria.....	42
Cuadro 14 Estrategias de inspección impulsado por la administración tributaria.....	43
Cuadro 15 Conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el cierre temporal....	44
Cuadro 16 Para evitar multa las declaraciones y pagos deben realizarse en las fechas establecidas	45
Cuadro 17 Conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el comiso de mercadería	46
Cuadro 18 Inscribir y actualizar el RUC en la plataforma de la SUNAT	47
Cuadro 19 Emisión y entrega de comprobantes de pago para fortalecer su cultura tributaria	48
Cuadro 20 Registros y libros contables actualizados	49
Cuadro 21 Declaraciones informativas realizados en los plazos establecidos	50
Cuadro 22 Declaraciones determinativas realizados en los plazos establecidos.....	51
Cuadro 23 Cumplir con el pago de sus tributos en las fechas establecidas.....	52
Cuadro 24 Acceso al fraccionamiento de la deuda tributaria.....	53
Cuadro 25 Acceso al aplazamiento de la deuda tributaria.....	54
Cuadro 26 Infracciones tributarias por no cumplir con el pago de sus tributos	55
Cuadro 27 Posibles sanciones por lo cumplir con sus obligaciones tributarias	56
Cuadro 28 Prueba de normalidad	57
Cuadro 29 Prueba de Tau _b de Kendall de la hipótesis general	58

Cuadro 30 Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 1	59
Cuadro 31 Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específico 2.....	60
Cuadro 32 Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 3	61

Lista de figura

Figura 1 Ubicación geográfica del Mercado Mayorista Vinocanchón.....	26
Figura 2 Nivel descriptivo correlacional	28
Figura 3 Análisis descriptivo de la cultura tributaria y sus dimensiones	33
Figura 4 Análisis sobre descriptivo de las obligaciones tributarias y sus dimensiones	35
Figura 5 Conocimientos tributarios suficientes	37
Figura 6 Conocimiento acerca del destino del pago de sus tributos.....	38
Figura 7 Conciencia tributaria para impulsar la educación tributaria	39
Figura 8 Campañas de sensibilización efectuadas por la administración tributaria	40
Figura 9 Plan de comunicación implementado por la SUNAT	41
Figura 10 Estrategias de verificación impulsado por la administración tributaria	42
Figura 11 Estrategias de inspección impulsado por la administración tributaria	43
Figura 12 Conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el cierre temporal	44
Figura 13 Para evitar multa las declaraciones y pagos deben realizarse en las fechas establecidas	45
Figura 14 Conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el comiso de mercadería	46
Figura 15 Inscribir y actualizar el RUC en la plataforma de la SUNAT.....	47
Figura 16 Emisión y entrega de comprobantes de pago para fortalecer su cultura tributaria .	48
Figura 17 Registros y libros contables actualizados.....	49
Figura 18 Declaraciones informativas realizados en los plazos establecidos	50
Figura 19 Declaraciones determinativas realizados en los plazos establecidos	51
Figura 20 Cumplir con el pago de sus tributos en las fechas establecidas	52
Figura 21 Acceso al fraccionamiento de la deuda tributaria	53
Figura 22 Acceso al aplazamiento de la deuda tributaria	54
Figura 23 Infracciones tributarias por no cumplir con el pago de sus tributos	55
Figura 24 Posibles sanciones por lo cumplir con sus obligaciones tributarias.....	56

Resumen

La investigación titulada “La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022” tuvo como objetivo: “Describir la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022”. Para lograr esto, se empleó un marco metodológico con un tipo básico aplicado, utilizando un nivel descriptivo correlacional, el diseño fue no experimental de corte transversal, la muestra estuvo conformado por 55 comerciantes, la técnica e instrumento utilizados fueron la encuesta y el cuestionario, y los datos recopilados fueron procesados mediante el software estadístico SPSS.

Se concluye que la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, el cual es corroborado por medio de la prueba de Tau_b de Kendall, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.647), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada, por lo que se requiere atención inmediata y un enfoque integral que combine conciencia, educación, acciones administrativas y medidas preventivas para lograr una mejora sostenible en la cultura tributaria de los comerciantes mayoristas.

Palabras clave

Cultura tributaria, orientación, estrategias y sanciones, obligaciones tributarias sustanciales y formales

Abstract

The research titled "Tax culture and its impact on the tax obligations of taxpayers in the Vinocanchón market in the district of San Jerónimo, province and department of Cusco, period 2022" had the objective: "Describe the impact of tax culture on compliance of the tax obligations of the taxpayers of the Vinocanchón market in the district of San Jerónimo, province and department of Cusco, period 2022". To achieve this, a methodological framework was used with a basic type applied, using a correlational descriptive level, the design was non-experimental cross-sectional, the sample was made up of 55 merchants, the technique and instrument used were the survey and the questionnaire, and the data collected were processed using the SPSS statistical software.

It is concluded that tax culture significantly affects taxpayers' compliance with their tax obligations, which is corroborated by Kendall's Tau_b test, given that the significance value turned out to be less than 0.05, which leads to the acceptance of the alternative hypothesis, in addition, to evaluate the level of incidence between the study units, the correlation coefficient was considered, obtaining a value of (0.647), which indicates a positive incidence of moderate magnitude, which is why it is required immediate attention and a comprehensive approach that combines awareness, education, administrative actions and preventive measures to achieve a sustainable improvement in the tax culture of wholesalers.

Keywords

Tax culture, orientation, strategies, sanctions, substantial and formal tax obligations

INTRODUCCIÓN

El propósito primordial de esta investigación es describir la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022. Para respaldar este estudio, se ha recurrido a diversas fuentes de información que sirven como fundamento esencial para su desarrollo, la estructura de la investigación se ha dividido en cinco secciones distintas, detalladas a continuación:

Capítulo I: Durante la formulación del problema, se presentó la situación problemática actual, se plantearon los problemas específicos y se establecieron tanto el objetivo general como los específicos de la investigación, además, se abordaron aspectos relacionados con la justificación de la investigación.

Capítulo II: En el marco teórico, se realizó la recopilación de información proveniente de diversas fuentes, permitiendo el acceso a antecedentes a nivel internacional, nacional y local, esto fue seguido por la elaboración de un marco conceptual y el desarrollo de las hipótesis, tanto generales como específicas, basándose en la definición de variables.

Capítulo III: En la metodología de investigación, se especificaron aspectos como el enfoque, tipo, nivel, método y diseño de la investigación, también se identificó la población de estudio, se determinó el tamaño de la muestra y se describió la unidad de análisis, además, se presentaron la técnica y el instrumento que se emplearían para recolectar los datos.

Capítulo IV: En la sección de resultados y discusión, se presentan los hallazgos derivados del procesamiento de datos en el sistema estadístico, se incluyó información sobre la confiabilidad del estudio, se realizaron pruebas de hipótesis y se mostraron las distribuciones de frecuencia, posteriormente, se procedió a analizar y discutir en detalle los

resultados obtenidos tomando en consideración los antecedentes que respaldan los resultados.

Capítulo V: Las conclusiones y recomendaciones se llevaron a cabo al calcular los resultados obtenidos al término de la investigación.

Finalmente, se incluyeron las referencias bibliográficas que se utilizaron como fuente para el desarrollo del estudio y se adjuntaron los anexos correspondientes, los cuales proporcionarán apoyo y respaldo adicional a la realización de la investigación.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

El comercio, una de las actividades económicas más antiguas y ampliamente reconocidas, implica la transferencia y el intercambio de bienes y servicios entre individuos u otras entidades. En sus primeras etapas, el comercio se basaba principalmente en un sistema de trueque, donde los seres humanos intercambiaban pieles de animales o servicios por alimentos durante la prehistoria. En el caso de Perú, el comercio desempeña un papel fundamental en la economía, tanto a nivel interno como en las exportaciones, contribuyendo de manera significativa al desarrollo económico y social de nuestro país.

De igual manera, esta acción tuvo un impacto similar en sus respectivas regiones y provincias, con un ejemplo sobresaliente en la ciudad del Cusco, donde se establecieron varios centros de abastos que impulsaron el desarrollo económico y empresarial. Por otro lado, en relación a esta actividad, los empresarios tienen una serie de responsabilidades que deben cumplir, entre las cuales se encuentra la obligación de pagar impuestos. Cumplir con esta responsabilidad es crucial, ya que los fondos recaudados por el ente recaudador se utilizarán por el gobierno peruano para llevar a cabo proyectos en beneficio de la población.

En este contexto, es evidente que algunos empresarios ubicados en el mercado Vinocanchón no están cumpliendo con sus responsabilidades tributarias. Esto puede deberse en ocasiones a la falta de conocimiento sobre el tema, mientras que, en otras situaciones, algunos optan por no cumplir con sus obligaciones fiscales para maximizar sus ganancias. Por lo tanto, la razón detrás de la realización de este estudio de investigación es comunicar la importancia del control tributario en el cumplimiento adecuado de los impuestos, ya que desempeña un papel fundamental en la supervisión, verificación y garantía de la observancia de las leyes fiscales. No obstante, se observa que esta función de fiscalización no se está

llevando a cabo de manera efectiva, y no se ha determinado con precisión qué factores contribuyen a esta falta de supervisión constante, lo que genera un alto índice de incumplimiento y violaciones a las regulaciones tributarias.

1.2. Formulación del problema

a. Problema general

¿Cómo la cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022?

b. Problemas específicos

- ¿Cómo la conciencia tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022?
- ¿Cómo las estrategias tributarias inciden en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022?
- ¿Cómo las sanciones tributarias inciden en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022?

1.3. Justificación de la investigación

a. Justificación teórica

La investigación se llevó a cabo fundamentándose en una justificación teórica, con el objetivo de ampliar el conocimiento en la teoría contable en relación con la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes en el mercado de Vinocanchón, situado en el distrito, provincia y departamento de Cusco. Este estudio surgió al notar que en dicho mercado hay numerosos empresarios que contribuyen al desarrollo económico al comercializar productos de primera necesidad, entre otros. Sin embargo, debido a la prevalencia de la informalidad y la falta de conocimiento sobre la cultura tributaria, muchos de estos empresarios venden sus productos sin emitir el correspondiente comprobante de pago. Como resultado, una parte significativa de sus transacciones se realiza de manera informal, y muchos no operan dentro del marco legal, por ende, se consideró crucial obtener información más relevante y actualizada.

b. Justificación técnica

Esta investigación, guiada por una justificación técnica esencial, se materializó como una valiosa herramienta de consulta para los empresarios de Vinocanchón en el distrito de San Jerónimo, Cusco, durante el año 2022, su impacto se extiende más allá de lo local, alcanzando a estudiantes y profesionales interesados en profundizar en el tema estudiado, además de proporcionar información actualizada para los empresarios locales, el estudio se presenta como un recurso educativo valioso, con la posibilidad de ser considerado como un estudio preliminar en el futuro, esta perspectiva sugiere su potencial para ser la base de investigaciones más extensas, contribuyendo al avance continuo en la comprensión de las dinámicas comerciales y las prácticas tributarias en este ámbito específico.

c. Justificación metodológica

La justificación metodológica de esta investigación se fundamentó en la necesidad de seleccionar y aplicar cuidadosamente un enfoque y conjunto de métodos que sean apropiados y efectivos para abordar los objetivos planteados, la elección de la metodología se basa en la naturaleza y alcance de los temas a investigar, específicamente de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el mercado de Vinocanchón, ubicado en el distrito de San Jerónimo, Cusco, la aplicación de un análisis descriptivo e inferencial se justifica para obtener un análisis integral y enriquecedor de la situación, se utilizaron herramientas estadísticas para analizar datos cuantitativos, garantizando una evaluación rigurosa, esta justificación metodológica se orienta a asegurar la validez y confiabilidad de los resultados, proporcionando una base sólida para las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

d. Justificación social

La investigación, se realizó con una perspectiva de fundamentación social, ya que se presenta como un recurso esencial para los empresarios del mercado Vinocanchón en San Jerónimo, Cusco, durante el año 2022, este estudio, al destacar la importancia de la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de obligaciones tributarias, se convierte en una herramienta valiosa para que los empresarios adquieran un conocimiento más profundo en esta área, explorando la relevancia de la conciencia tributaria, las estrategias tributarias y las sanciones fiscales, la investigación busca proporcionar una descripción integral de la interconexión y dinámica entre estos elementos, más allá de contribuir al entendimiento individual, la investigación aspira a ofrecer un marco conceptual robusto que pueda aplicarse en futuros contextos similares, proporcionando así una visión más completa de la relación entre cultura tributaria, conciencia tributaria, estrategias tributarias y sanciones fiscales.

1.4. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Describir la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.

b. Objetivos específicos

- Describir la incidencia de la conciencia tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.
- Describir la incidencia de las estrategias tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.
- Describir la incidencia de las sanciones tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.

II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

2.1.1. Cultura tributaria

Montano (2019) menciona que la cultura tributaria está relacionada con la concientización y la necesidad de pagar los impuestos nacionales, por lo que se deben implementar estrategias para promover el cumplimiento tributario, además de imponer sanciones a quienes incumplan la normativa.

Panteleiev (2018) en su investigación de la economía ucraniana afirma que la cultura tributaria, es un instrumento esencial en la recaudación de impuestos, en la cual las empresas también juegan un rol importante en la difusión de cultura tributaria, debido a que tienen mayor accesibilidad a sus trabajadores que a su vez son contribuyentes.

García (2017) la cultura tributaria puede ser definida como el conjunto de comportamientos que los ciudadanos adoptan en relación al cumplimiento de sus obligaciones fiscales en un país, esta cultura tributaria se sustenta en los valores de responsabilidad y confianza, donde cada individuo demuestra su compromiso en cumplir adecuadamente con sus deberes y responsabilidades de naturaleza tributaria.

Gaber y Grueyski (2017) la cultura tributaria se centra principalmente en el contribuyente y su relación con la administración tributaria, recalca que nadie está feliz de pagar impuestos al gobierno, pero si pagan debido a su cultura tributaria.

2.1.1.1. Dimensiones de las acciones de Cultura Tributaria

a. Conciencia tributaria

Pérez (2017) afirma: Es la percepción del contribuyente sobre la forma de cumplir con los deberes tributarios que son implementados por el estado motivado por la reciprocidad del estado y los factores sociales

b. Estrategias tributarias

Soscia (2023) este es un proceso mediante el cual los contribuyentes son capaces de prever situaciones propias del giro de su negocio para, de esa forma, postergar o evitar una obligación tributaria futura, a través del cumplimiento de estrategias apegadas a la ley.

Gilcondeasociados (2021) una estrategia fiscal se refiere a la aplicación de procedimientos y operaciones que nos permitan de forma legal reducir, eliminar o diferir la carga tributaria. En otras palabras, dentro de lo legal, pagar lo menos posible en cuestión de impuestos

c. Sanciones tributarias

Gerencie (2022) las sanciones tributarias, son aquellas que la contribuyente debe pagar intereses moratorios cuando no paga oportunamente los impuestos o retenciones, que es otra consecuencia de incumplir la obligación de pagar dentro del plazo fijado por la ley.

2.1.1.2. Importancia

La cultura tributaria se refiere a la importancia de que todos los ciudadanos tengan una sólida comprensión de que los tributos son recursos recaudados por el Estado, aunque en realidad pertenecen a la población. Por lo tanto, el Estado debe retribuir a la sociedad proporcionando servicios públicos. Es fundamental destacar que el Estado, para llevar a cabo sus funciones y cubrir sus gastos, necesita recursos, y estos recursos se obtienen a través de procesos establecidos legalmente, respaldados por principios constitucionales. Entre las diversas fuentes de ingresos del Estado se encuentran los tributos, que son recursos que el Estado adquiere mediante su autoridad legal, es decir, a través de leyes que imponen obligaciones a los contribuyentes.

2.1.1.3. Elementos de la Cultura Tributaria

Tomando como referencia a Llacolla y Sinchi (2018), quienes ahondaron sobre los elementos de la cultura tributaria, es factible considerar los siguientes elementos:

- **Valores del contribuyente:** Esta referida a los criterios de juicio moral, como: la integridad al obrar con estima y respeto hacia uno mismo y los demás; la solidaridad, referido al sentimiento de unidad basado en metas o intereses comunes; los valores corporativos, propios de cada negocio u organización que corresponde a su cultura organizacional; lealtad en asumir el trabajo con fidelidad ante la institución; la vocación de servicio, el cual se refiere a asumir el compromiso de ayuda, apoyo a las organizaciones y al país; el respeto, que es la consideración y buen trato hacia los demás; la honestidad, como el sentido de responsabilidad ante el cumplimiento de los deberes establecidos en las normas legales; y sobre todo, el sentido de pertenencia, aquel sentimiento e identificación con la filosofía y la misión institucional. En consecuencia, se puede entender por valores tributarios, como aquellos principios, cualidades o virtudes de toda persona, de cumplir con su deber de tributar, lo cual es considerado positivo, adecuado y de gran importancia para nuestro estado.
- **Normas legales y sanciones:** Abarca todas las normas legales contenidas en algún texto legal que se debe cumplir, y las sanciones que se le impone a cualquier persona por infringir una ley o la norma. En lo que nuestra legislación respecta, se tiene el Texto Único Ordenado del Código Tributario.

2.1.1.4. La lucha contra la evasión tributaria

Uno de los principales retos de la SUNAT es reducir los índices de evasión y contrabando, de esta manera se podrá mejorar la recaudación y el Estado tendrá mayores recursos para financiar los bienes y servicios públicos en beneficio de la sociedad en su conjunto Amasifuen (2015), entre las formas de evasión se tiene:

- No emitir comprobantes de pago.
- No declarar la venta o ingreso obtenido.
- No pagar impuestos que le corresponden como el Impuesto a la Renta o el Impuesto General a las Ventas.
- Apropiarse del IGV pagado por el comprador.
- Entregar comprobantes falsos.
- Utilizar comprobantes de pago de empresas inexistentes para aprovechar indebidamente del crédito fiscal.
- Utilizar doble facturación.
- Llevar los libros contables de manera fraudulenta.

Es importante diferenciar la evasión de la elusión tributaria. La elusión tributaria es aquella acción que, sin infringir las disposiciones legales, busca evitar el pago de tributos mediante la utilización de figuras legales atípicas o adecuaciones de forma a la normatividad vigente; es decir, no se violan las leyes vigentes Amasifuen (2015).

2.1.2. Obligaciones tributarias

Calameo (2019) señala que las obligaciones tributarias son 2 la primera son las obligaciones tributarias sustanciales que hacen referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto, y las obligaciones tributarias formales hacen referencia al procedimiento que se debe seguir para cumplir con la obligación sustancial de pagar el tributo.

Gerencie (2019) la obligación tributaria sustancial hace referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto.

López. (2019) las responsabilidades fiscales surgen debido a la obligación de abonar impuestos con el fin de financiar los gastos del Estado, estas responsabilidades pueden dividirse en aspectos esenciales y procedimentales, el incumplimiento de estas responsabilidades fiscales resulta en la aplicación de sanciones tributarias.

2.1.2.1. Dimensiones de la obligación tributaria

a. Obligaciones sustanciales

Roldán (2019) estas son las principales responsabilidades fiscales que se llevan a cabo a través del desembolso de la tasa tributaria, es decir, a través de pagos anticipados o adelantos de impuestos que son efectuados por personas naturales o jurídicas, esto garantiza que los contribuyentes efectúen sus pagos de manera puntual, cumpliendo con las obligaciones fiscales establecidas, sin incurrir en demoras o atrasos en el pago de sus impuestos.

Rosales y Córdova, (2020) La alusión a la acción se centra en la obligación tributaria, definida como el acto de cumplir con el pago de impuestos según el artículo 28° del Código Tributario, este artículo especifica la responsabilidad de los contribuyentes en realizar dichos pagos, destacando la importancia de la contribución fiscal como componente esencial del sistema tributario, el artículo establece directrices y normativas para llevar a cabo este proceso.

b. Obligaciones formales

Rosales y Córdova, (2020) hace referencia al procedimiento que el obligado deberá cumplir ante SUNAT para dar cumplimiento a su obligación sustancial, fijado por ley.

Gerencie (2022) las obligaciones formales son las que permiten el cumplimiento de las obligaciones sustanciales, que son pagar el Iva, el impuesto de renta, el impuesto al consumo, etc.

2.1.2.2. Nacimiento de la obligación tributaria

Según el Art. 2 del Código Tributario “La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación” (Congreso de la República, 2018).

El inicio de la obligación tributaria se produce cuando se materializan las circunstancias jurídicas o los eventos contemplados en las leyes fiscales. Esta obligación surge al llevar a cabo el acontecimiento que desencadena la misma, y, a partir de ese momento, se aplican las regulaciones legales vigentes. Como mencionaron los autores mencionados previamente, la obligación tributaria surge en el instante en que se produce el hecho generador o se ejecutan las actividades definidas por la ley, lo que impone a los ciudadanos la responsabilidad de cumplir con los impuestos que les corresponden como contribuyentes cumplidores.

2.1.2.3. Elementos de la obligación tributaria

Los elementos considerados, fueron tomando en consideración a Canal & Pumalloclla (2019):

a. Sujeto Activo (acreedor)

El sujeto activo de la obligación tributaria es la entidad que solicita el pago del tributo, es decir, aquella a la que se le debe entregar la prestación tributaria. Los beneficiarios de esta obligación pueden ser el gobierno central, los gobiernos regionales, los gobiernos locales, así como las entidades de derecho público con personalidad jurídica propia, siempre que la

ley les otorgue expresamente esta calidad. La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), en su rol de organismo administrador, tiene la competencia para gestionar los tributos internos y los derechos arancelarios.

b. Sujeto Pasivo (deudor tributario)

El sujeto pasivo de la obligación tributaria es aquella persona que está legalmente obligada a abonar el tributo debido a su participación en el hecho imponible, es decir, por cumplir una condición que la ley establece como requisito para la aplicación del tributo. Por ejemplo, en el caso de un peaje, el hecho imponible se configura cuando se circula en los vehículos determinados por la ley en las carreteras. Otro ejemplo se observa en el impuesto inmobiliario urbano, donde la condición para el pago del tributo es ser el propietario de una vivienda.

c. Hecho Imponible

Es el hecho es aquello que se tiene que realizar para que se impongan el pago del tributo.

d. Deuda Tributaria

Está constituida por el tributo, las multas y los intereses.

2.2. Marco conceptual

a. Capacitación: Definiciones de la capacitación Xie et al. (2018) la capacitación como un proceso intermedio que, en la forma más o menos directa, apunta a lograr a que quienes trabajan con la excelencia que el sistema requiere; es un servicio interno de la organización que se cumplirá bajo cualquier forma cada vez que alguien deba conocer una tarea, desarrollar una habilidad o asumir una actitud.

b. Cuentas por cobrar: Mamani et al. (2021). la expresión "Cuentas por cobrar" hace referencia a la obligación de un cliente de pagar a su proveedor a crédito por la compra de un producto o servicio, esta deuda puede ser de corto o largo plazo.

- c. Remuneración:** Urquijo (2018) la remuneración se refiere al salario absoluto que recibe un empleado por la prestación de sus servicios, la remuneración de muchos autores se considera como una recompensa.
- d. Declaraciones determinativas:** SUNAT (2021) las declaraciones en las que el contribuyente o declarante calcula el monto de los impuestos a abonar, es decir, la deuda tributaria en un período específico.
- e. Sanciones tributarias:** según Panta. (2018) la sanción tributaria es la consecuencia jurídica por el incumplimiento de las obligaciones tributarias que es una consecuencia de las infracciones, podríamos decir que son los “castigos” que se imponen a los contribuyentes por la violación de las normas tributarias (infracciones tributarias).
- f. Pago tributario:** Pedrosa (2019) pago tributario son todas las acciones que tomamos para eliminar o cancelar obligaciones. Se basa en la entrega de bienes, servicios o activos financieros a cambio de otro tipo de bienes, servicios o activos financieros, el pago tributario consiste en la cancelación de las obligaciones tributarias que tienen los contribuyentes con el estado.
- g. Orientación al contribuyente:** La SUNAT (2019) la orientación al contribuyente hace referencia a la comunicación y guía que brinda la entidad recaudadora de tributos sobre el cumplimiento de obligaciones tributarias.
- h. Aplazamiento tributario:** SUNAT (2018) sostiene que el aplazamiento es una facilidad brindada por la Administración Tributaria para que los contribuyentes puedan pagar sus deudas tributarias posteriormente a la fecha en que se venció, cuyo lapso máximo es hasta 6 meses.
- i. Fraccionamiento:** Chávez (2016) el fraccionamiento es una opción de flexibilidad proporcionada por la Administración Tributaria, de acuerdo con lo estipulado en el

artículo 36 del código tributario, esta alternativa permite saldar las deudas con el fisco y puede resultar muy beneficiosa para las empresas que tienen limitada liquidez.

- j. Libros contables:** Donoso (2020) los libros contables son registros que documentan y representan de manera exhaustiva toda la información de carácter económico, financiero y contable de la empresa, en otras palabras, los libros contables contienen todos los datos esenciales para comprender las operaciones financieras y económicas de la empresa.

2.3. Antecedentes empíricos de la investigación (estado del arte)

a. Antecedentes internacionales

Castro y Torralba (2020) en su trabajo de investigación sobre “La Cultura Tributaria como Factor Primario de la Responsabilidad Fiscal en Negocios Multinivel y Comerciantes de Barrio en Bogotá”, tuvo como resultado lo siguiente: la falta de cultura tributaria se pudo evidenciar que si cada contribuyente toma la decisión de actuar como lo considere “justo” fundamentalmente se está afectando así mismo, pues no es solo que se señale que los dineros no son invertidos adecuadamente, sino que también se debe analizar desde una perspectiva más amplia, dado que, si el pago de impuestos es escaso, el Estado va a tener un rango de capacidad bajo para cubrir las necesidades del país.

Veintimilla (2020) en su investigación titulado “Cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de sus obligaciones en el sector informal de la ciudad de Loja”. La investigación tuvo como objetivo analizar el grado de educación tributaria que tiene el sector informal, los factores que conllevan al incumplimiento de sus obligaciones en el desarrollo de sus actividades económicas a la que se dedica. Como metodología la investigación fue científico, deductivo y analítico. La población para la investigación fue 1926 personas; de la cual se tomó una muestra de 321 a quienes se le aplicó un cuestionario de preguntas, permitiendo obtener información relevante sobre el nivel de conocimiento en el ámbito tributario y determinar si conocen de las obligaciones que deben cumplir. La

investigación llegó a la conclusión, que la Cultura Tributaria no se logra de un día para otro, para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y el estado con respecto a la importancia y necesidad que puedan tener los impuestos para que permitan cubrir las necesidades colectivas.

Tene (2019), en su trabajo de investigación: “Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja. Universidad Nacional de Loja, Ecuador. Este trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja. Para ello la metodología que utilizó fue de enfoque mixto y la técnica para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario que se aplicó a los comerciantes del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja. Concluyó que el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Gran Colombia de la Ciudad de Loja, se realiza de forma parcial, ya que existe un porcentaje significativo de sujetos pasivos que no cumplen con su contribución con el estado a través de la cancelación de sus impuestos.

Muñoz y Zárate (2018) en su investigación “Evaluación del nivel de cultura tributaria de los comerciantes minoristas en el cantón Bucay, provincia del Guayas La investigación tuvo como objetivo, evaluar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del cantón Bucay en la provincia del Guayas. El método que se utilizó en la investigación fue descriptivo, cuantitativo. La población y muestra fueron los comerciantes minoristas del cantón general Antonio Elizalde (Bucay), el instrumento para la recolección de datos fue la encuesta. Finalmente, la investigación concluyó que, la evasión de impuestos es una acción que afecta a cada uno de los contribuyentes del cantón Bucay, pues al no realizar la cancelación de los tributos se está cooperando a que el país no progrese y se quede estancado

en el subdesarrollo del cual nuestra nación ha sido partícipe durante mucho tiempo. En promedio el 35% de los contribuyentes encuestados de habitantes del cantón Bucay han incumplido en el pago de sus impuestos, lo cual se considera como un nivel de incumplimiento elevado para la administración tributaria.

García (2017) en su trabajo de investigación sobre “Impacto de la falta de cultura tributaria de contribuyentes en el recreo”, tuvo como resultado lo siguiente: los contribuyentes de la ciudadela el recreo necesita ayudas continuas de actualización sobre el área tributaria ya que es muy versátil, además de una enseñanza clara de cómo realizar sus declaraciones de impuestos vía internet.

Onofre y Murillo (2017) en su investigación: La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos con el objetivo de hacer sostenible el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias con base en principios, valores y actitudes congruente con el deber ciudadano de contribuir a que el Estado Ecuatoriano cumpla con sus fines constitucionales. : Se realizará un estudio descriptivo, explicativo, propositivo que consiste en la observación y visita a los lugares seleccionados para la recolección de los datos a encuestar. Donde concluye: La formación de la cultura tributaria está estrechamente referida a la calidad de la información disponible sobre lo político y a su implicación en la visión de la ciudadanía sobre el Estado y sus instituciones. Los individuos informados sobre lo político tienden a mostrar mayor información sobre lo tributario. La calidad del conocimiento sobre los impuestos autoriza a pensar que se trata especialmente del resultado de la transacción tributaria, donde el contribuyente sabe lo que paga y reconoce las razones del pago.

b. Antecedentes nacionales

Arias y Orihuela (2022) en su investigación: Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los Microempresarios del Sector de Prendas de Vestir del Mercado Modelo de Huancayo 2021, tuvo como objetivo general, determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los microempresarios del sector de prendas de vestir del mercado modelo de Huancayo 2021. La metodología de investigación utilizada fue de tipo aplicada; un enfoque cuantitativo; nivel correlacional; diseño no experimental con corte transversal. Donde concluye: lo que quiere decir es que cuando aumenta la cultura tributaria mejora el cumplimiento con sus obligaciones tributaria,

Bobadilla y Urquía (2020) en su investigación “Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los contribuyentes del régimen especial de renta del mercado minorista Ucayali”. La investigación tuvo como objetivo, determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del Régimen Especial de Renta del mercado minorista Ucayali. Como metodología la investigación tuvo un enfoque cuantitativa, correlacional y no experimental, con corte transaccional. La muestra para esta investigación fue no probabilística, no intencional a criterio del investigador y estuvo conformada por 80 contribuyentes. Finalmente, la investigación concluyo que, la cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los contribuyentes del régimen especial de renta Ucayali no se relaciona en su totalidad, porque hay un 33.33% de relación y un 66.66% de no relación entre la cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias, hay mucho desconocimiento de los contribuyentes sobre cultura tributaria y las obligaciones tributarias y los contribuyentes que cumplen con la obligación tributaria lo hacen en su mayoría por temor a que les caiga un multa, y esto fue demostrado por los contribuyente.

Rosales y Córdova (2020) en su trabajo de investigación: “Programa de difusión tributaria SUNAT y su Incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes provincia Barranca 2018” de la Universidad Nacional de Barranca. Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar en qué medida el programa de difusión tributaria SUNAT, incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la provincia de Barranca 2018. Para ello, el método que utilizó fue de diseño no experimental de corte transversal y se centra como investigación descriptivo – correlacional, la técnica que utilizó para la recolección de datos fue el cuestionario, y el instrumentó fue la encuesta, que se aplicó a todos los comerciantes formales hasta el 2018, que son 6098 comerciantes formalizados. Llegando a la conclusión se encontró que existe una relación positiva entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes en la provincia de Barranca en el año 2018, estadísticamente esto quedó demostrado con una correlación de Spearman de rho: 0.338, el cual indica una correlación baja entre dichas variables, en el cual se percibe débil la aplicación de las charlas tributarias y capacitaciones elaboradas por la Administración Tributaria a causa que no han tenido mucha acogida y no cuenta con una adecuada difusión, sin embargo las orientaciones tienen una mejor atmósfera frente a los contribuyentes a quienes se les proporciona información esencial para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la provincia de Barranca

Avalos y Loyola (2019) en su trabajo de investigación: “Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Chaupimarca – 2018” de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Esta investigación tuvo como objetivo general, determinar de qué manera la cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPES del sector comercio del distrito de Chaupimarca – 2018. Para ello utilizaron

el método no experimental y las técnicas para la recolección de datos fueron la entrevista, la encuesta y el análisis documental, que se aplicó a los propietarios o contadores de 658 micro y pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Chaupimarca. Llegando a la conclusión de que una de las medidas que promueve el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es la educación tributaria. Incluso, existen estudios que confirman que hay una relación positiva entre estas dos variables. Es una herramienta que busca que los ciudadanos conozcan sus derechos y entiendan cuáles son las leyes y los procedimientos con los que deben cumplir los contribuyentes.

Mestas (2017) en su trabajo de investigación: “Nivel de cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca periodo 2015”. Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de cultura tributaria para dar a conocer la influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca, periodo 2015. Para ello la metodología que utilizó fue de tipo básico y los instrumentos que se utilizó fueron el análisis documental y la encuesta, que se aplicó a los comerciantes que pertenezcan al área de prendas de vestir del mercado internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca. Llegando a la conclusión de que los resultados de la investigación indican que el 45% de la población comercial del mercado 24 de octubre tiene algún tipo de conocimiento de las normas tributarias y el 54% de la población comercial desconoce las normas tributarias (Según Cuadro N° 01,02, 03 y 04), por lo tanto, la gran mayoría de la población de los comerciantes del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca, Carecen de conocimiento adecuado de las normas tributarias y es por dicha razón que no realizan el pago respectivo de los impuestos que les corresponde y prefieren mantenerse fuera del marco legal tributario y evadir sus obligaciones.

c. Antecedentes Locales

Condorhuanca (2021) en su investigación: Cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los hoteles turísticos de Machupicchu - Cusco, 2022, establece como objetivo determinar la relación que existe entre la Cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los hoteles turísticos de Machupicchu, en referencia a la metodología, la investigación es de tipo aplicada y de diseño no experimental – transversal. Donde concluye: que si los contribuyentes tuvieran más conocimientos sobre cultura tributaria más personas cumplirían con sus obligaciones tributarias, por ende, el Estado tendría más ingresos y podría destinar estos recursos a la atención de las necesidades de la población en general.

Llacolla y Sinchi (2019), en su investigación: “Estudio de la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial Señor de Torrechayoc- Urubamba- 2017” de la Universidad Peruana Austral del Cusco, en el año 2018. Esta investigación tuvo como objetivo general determinar la interrelación existente entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial Señor de Torrechayoc - Urubamba – 2017. Para ello la metodología que utilizó fue de tipo descriptiva, cualitativa correlacional y las técnicas para la recolección de datos fueron la observación directa y el cuestionario, mientras que el instrumento que se utilizó fue el cuestionario de encuesta que se aplicó a 120 socios del centro comercial Señor de Torrechayoc. Se concluyó que el poco interés y los escasos conocimientos en materia tributaria, la equivocada percepción hacia la administración tributaria; todo ello, rebasada por la corrupción en el estado a gran escala, que genera desconfianza y rechazo a la contribución voluntaria por parte de los comerciantes del centro comercial Señor de Torrechayoc.

Huamani (2019) en su investigación “Influencia de la cultura tributaria de los principales contribuyentes afectos al régimen general de renta en el cumplimiento tributario del impuesto general a las ventas, del departamento del cusco, 2017.” En la presente investigación, se buscó demostrar la relación entre Cultura Tributaria de los contribuyentes afectos al Régimen General de Renta y su influencia en el cumplimiento voluntario del pago de impuestos como el Impuesto General a la Ventas o IVA, en el departamento de Cusco. La muestra de estudio fue de 87 principales contribuyentes de la Región de Cusco afectos al Régimen General de Renta, para verificar esta relación o incidencia directa se examinaron los factores principales de incumplimiento de pago del IGV de análisis de estos factores se determina que estos obedecen a diversos factores, como los valores cívicos, conocimientos y actitudes de los contribuyentes frente al cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias, podemos destacar uno de los factores predominantes en esta investigación, la cual está dirigida al quiebre entre los impuestos que se pagan y como estos se invierten o redistribuyen en el país, ya que la desazón sobre los que no pagan sus impuestos es una brecha por trabajar. En relación con la cultura tributaria de los principales contribuyentes de la Región del Cusco y su influencia en el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias, se encontró que efectivamente están relacionadas de forma directa, ya que a mayor cultura tributaria mayor cumplimiento del pago de impuesto como el IGV.

Batallanos y Torres (2018) en su investigación: “Revisión de los factores que intervienen en la cultura tributaria de los contribuyentes en la región Cusco”, con el objetivo Describir la relación teórica de la educación tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los contribuyentes de la Región Cuzco. Donde concluye: Se concluye que la cultura tributaria está estrechamente relacionada con el comportamiento ético de un país, se alimenta de los usos, costumbres, actitudes y comportamientos de una

sociedad. Es decir, cumplir con las obligaciones tributarias depende mucho de la persona y en qué sociedad se desarrolla.

Ríos (2018) en su trabajo de investigación “Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el molino I de la ciudad del Cusco-2017” Esta investigación tuvo como objetivo general determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017. Para ello, el método que utilizó fue de tipo descriptiva-explicativa, y el instrumento que utilizó fue el cuestionario estructurado, que se aplicó a los comerciantes del centro comercial Molino I. Llegando a la conclusión de que la cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial El Molino I, es bajo y tiene una incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributaria de renta de primera categoría, puesto que, el nivel de desconocimiento conlleva a que no cumplan con sus obligaciones tributarias, esto debido a la falta de orientación, información y/o capacitación por parte de la Sunat.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

a. Hipótesis general

La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.

b. Hipótesis específicas

- La conciencia tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.
- Las estrategias tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.
- Las sanciones tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.

3.2. Identificación de variables

Variable X: Cultura Tributaria

Definición: García (2017) Define la cultura tributaria como una serie de conductas que la población asume respecto al pago de tributos en un país, la cultura tributaria se basa en los principios de prudencia, confianza donde todo ciudadano expresa el cumplimiento adecuado de su deberes y obligaciones que impliquen un carácter tributario.

Variable Y: Obligaciones Tributarias

Definición: Calameo (2019) Señala que las obligaciones tributarias son 2 la primera son las obligaciones tributarias sustanciales que hacen referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto, y las obligaciones tributarias formales hacen referencia al procedimiento que se debe seguir para cumplir con la obligación sustancial de pagar el tributo.

3.3. Operacionalización de variables

Cuadro 1

Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Cultura tributaria	García (2017) Define la cultura tributaria como una serie de conductas que la población asume respecto al pago de tributos en un país, la cultura tributaria se basa en los principios de prudencia, confianza donde todo ciudadano expresa el cumplimiento adecuado de su deberes y obligaciones que impliquen un carácter tributario.	García (2017) Define la cultura tributaria como una serie de conductas que la población asume respecto al pago de tributos en un país, la cultura tributaria se basa en los principios de prudencia, confianza donde todo ciudadano expresa el cumplimiento adecuado de su deberes y obligaciones que impliquen un carácter tributario.	Conciencia tributaria	Conocimientos tributarios Destino del tributo Educación tributaria
			Estrategias tributarias	Campañas de sensibilización Plan de comunicación Verificación Inspección
			Sanciones tributarias	Cierre Multa Comiso de mercaderías
Obligaciones tributarias	Calameo (2019) Señala que las obligaciones tributarias son 2 la primera son las obligaciones tributarias sustanciales que hacen referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto, y las obligaciones tributarias formales hacen referencia al procedimiento que se debe seguir para cumplir con la obligación sustancial de pagar el tributo.	Calameo (2019) Señala que las obligaciones tributarias son 2 la primera son las obligaciones tributarias sustanciales que hacen referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto, y las obligaciones tributarias formales hacen referencia al procedimiento que se debe seguir para cumplir con la obligación sustancial de pagar el tributo.	Obligaciones formales	Actualización de información Comprobantes de pago Libros de contabilidad Declaraciones informativas Declaraciones determinativas
			Obligaciones sustanciales	Pago de tributos Fraccionamiento Aplazamiento Infracciones Sanciones

Nota el cuadro representa la operacionalización de variables

IV. METODOLOGÍA

4.1. Ámbito de estudio

Localización política

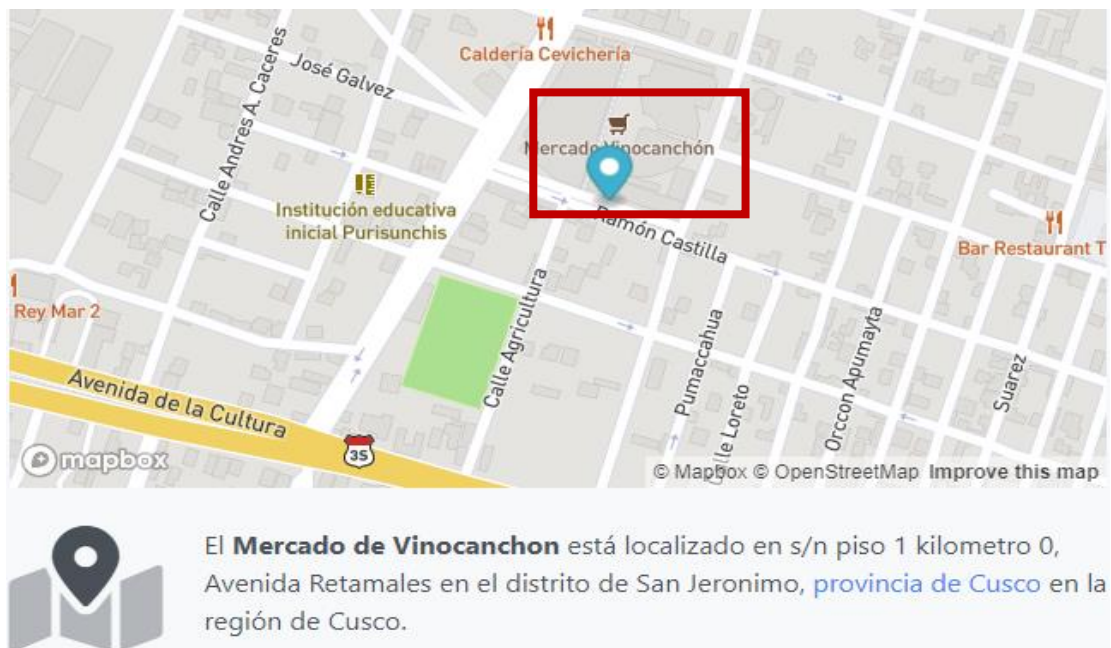
- **País:** Perú
- **Región:** Cusco
- **Departamento:** Cusco
- **Provincia:** Cusco
- **Distrito:** San Jerónimo
- **Código zonal:** Cusco 08006

Localización geográfica

Ubicación geográfica Coordenadas: 13°32'36.7"S y 71°53'15,6"W.

Figura 1

Ubicación geográfica del Mercado Mayorista Vinocanchón



El Mercado de Vinocanchón, inaugurado en 1986, desempeña un papel vital como centro de abastecimiento zonal de tipo mixto (minorista/mayorista). Con 37 años de existencia, se ha arraigado como un mercado tradicional en su comunidad. Este enclave de construcción noble alberga 1008 puestos fijos y mantiene activos permanentemente la misma cantidad. Equipado con servicios básicos como energía eléctrica, abastecimiento de agua y alcantarillado, el mercado es gestionado por la Municipalidad y se organiza en tres sectores: minorista, con 675 comerciantes; mayorista, con 244 comerciantes; y asociación de comunidades campesinas, con 71 comerciantes.

En cuanto a sus límites, al norte se extiende a lo largo de la prolongación de la Calle Lima, cubriendo una distancia de 126.90 metros en dirección norte. Por el sur, se encuentra delimitado por la Calle Ramón Castilla, con una trayectoria que consta de 45.50 metros en línea quebrada y 106.50 metros en dirección este. Hacia el este, limita con la Avenida Clorinda Matto de Turner, abarcando una distancia de 136.50 metros en línea recta. Finalmente, en el lado occidental, colinda con la Avenida Llocllapata en un recorrido irregular de 4.00 metros, 106.23 metros y 5.46 metros.

4.2. Tipo y nivel de investigación

Carrasco (2019), señala que el tipo de investigación básica aplicado “solo busca ampliar y profundizar al caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad, su objetivo de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos de tal forma que se pueda dar alternativas de solución” (p.43). La investigación es de tipo básico aplicado, con la finalidad de poder incrementar los saberes previos que ya se tiene respecto a las acciones la cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo con el objetivo de poder describir la relación que haya entre ambas unidades de estudio, para lo cual se requerirá de información relevante y preciso en razón a ello se

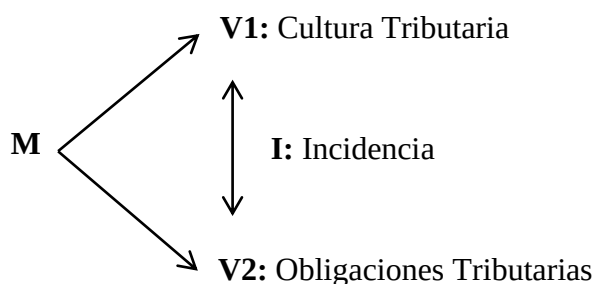
considerará libros, artículos científicos, páginas web seguras así como estudios realizados de forma previa, el cual sirve de apoyo para buscar soluciones a futuros problemas que se encuentren.

Nivel de investigación

Hernández et al (2014), sobre el nivel descriptivo correlacional menciona: “los diseños descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población.” (p, 155). El nivel de investigación es descriptivo correlacional ya que tuvo como objetivo describir cada una de las unidades de estudio y así poder describir la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Figura 2

Nivel descriptivo correlacional



Nota la figura representa el nivel descriptivo correlacional

Dónde:

M: Muestra de estudio

Diseño de investigación

Hernández et al (2014), define a la investigación no experimental como: “podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto”. (p. 152). El presente trabajo de investigación se realizó por medio de un

diseño no experimental de corte transversal, con la finalidad de no modificar ni alterar ninguna de las variables sino por el contrario se describió y analizó la incidencia, además de que la información se recolectó en un solo momento y tiempo único.

4.3. Unidad de análisis

Para el presente estudio de investigación se tomó como unidad de análisis a los empresarios del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022, en este estudio de investigación, se consideró a 55 comerciantes del mercado Mayorista Vinocanchón.

4.4. Población de estudio

Hernández et al (2014), es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas específicas, así comenta al respecto una vez que se ha definido la unidad de análisis, se delimitara la población a estudiar y se generalizaran los resultados (p.174). Para el presente estudio se consideró los empresarios del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022

4.5. Tamaño de muestra

Hernández et al (2014), la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población (p.174). En tal sentido para el presente trabajo de investigación se consideró como muestra a 55 comerciantes del sector mayorista del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.

4.6. Técnicas de selección de muestra

Hernández et al (2014), “El muestreo cualitativo es propositivo. Las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionamos el

contexto, en el cual esperamos encontrar los casos que nos interesan” (p, 190). La técnica de muestreo que se utilizó en este trabajo de investigación fue por medio de un muestreo no probabilístico es decir que para seleccionar la muestra no fue necesario el utilizar ninguna fórmula estadística sino se realizó de forma intencional y convencional.

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Técnicas

Hernández et al (2014), “señala que las técnicas son los recursos de que dispone el investigador para su trabajo, las técnicas necesitan los instrumentos para su realización”. (p.217). La encuesta fue la técnica seleccionada para la recopilación de información en este estudio, fundamentada en procedimientos estandarizados de investigación, esta elección permitió analizar datos diversos y relevantes para el alcance de la investigación de manera sistemática y estructurada, la encuesta ofreció una visión detallada y representativa de las percepciones, opiniones y comportamientos de los participantes en relación con los aspectos abordados en el estudio, la aplicación de esta técnica aseguró la obtención de datos cuantitativos valiosos, sometidos a un análisis riguroso, reforzando así la validez y confiabilidad de los resultados.

Instrumentos

Hernández et al (2014), “señala que el instrumento es cuando en la investigación disponemos de múltiples tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de los datos”. (p.217). El instrumento que se utilizó en el estudio fue el cuestionario el cual estuvo conformado por una serie de interrogantes donde se les aplicó a los empresarios del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022, a quienes se consideraron como colaboradores.

Cuadro 2

Ficha técnica

Técnica	Encuesta
Instrumento	Cuestionario
Extensión	Tendremos 18 ítems, 9 ítems para la primera variable y 9 ítems para la segunda variable.
Interpretación	Se tendrá como contenido preguntas referente a las dimensiones e indicadores de cada variable.
Escala Likert	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
Duración	Se tomará un criterio de 20 minutos
Aplicación	Es esta investigación no se aplicará fórmula, dada a que la población es pequeña, pero si tomaremos el muestreo no probabilístico o por conveniencia.

Nota el cuadro representa la ficha técnica del cuestionario

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Las técnicas de análisis e interpretación de la información fueron realizadas mediante el Microsoft office Word, Excel y SPSS 27.

4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas

Para realizar el análisis de datos cuantitativos se realizaron los siguientes pasos:

Cuadro 3

Procedimientos de los datos

Ordenamiento y clasificación	Esta técnica se aplicará para tratar la información cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.
Registro manual	Se aplicará esta técnica para digitar los datos obtenidos del instrumento aplicado para luego procesarlos.
Proceso computarizado se realizará con el programa SPSS versión 25	Para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad para la investigación.

Nota el cuadro muestra los procedimientos de los datos

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

5.1.1. Prueba de confiabilidad

Confiabilidad de la variable 01 – Cultura tributaria

Cuadro 4

Prueba de confiabilidad de cultura tributaria

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.798	0.791	10

Nota el cuadro representa la prueba de confiabilidad de cultura tributaria

Interpretación

La evaluación de la confiabilidad del estudio se llevó a cabo mediante el empleo de la prueba de Alfa de Cronbach, revelando un resultado de (0.798) para la variable 01 relacionada con la cultura tributaria, este valor cercano a la unidad sugiere que el estudio posee una confiabilidad sustancial, indicando su idoneidad y fiabilidad para su aplicación.

Confiabilidad de la variable 02 – Obligaciones tributarias

Cuadro 5

Prueba de confiabilidad de obligaciones tributarias

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.680	0.654	10

Nota el cuadro representa la prueba de confiabilidad de obligaciones tributarias

Interpretación

La confiabilidad del estudio fue evaluada a través del uso de la prueba de Alfa de Cronbach, revelando un resultado de (0.680) para la variable 02, la cual se centra en las obligaciones tributarias, este valor, al acercarse a la unidad, sugiere que el trabajo es confiable y adecuado para su implementación.

5.1.2. Análisis de las variables y dimensiones

Análisis descriptivo relacionado con la cultura tributaria

Cuadro 6

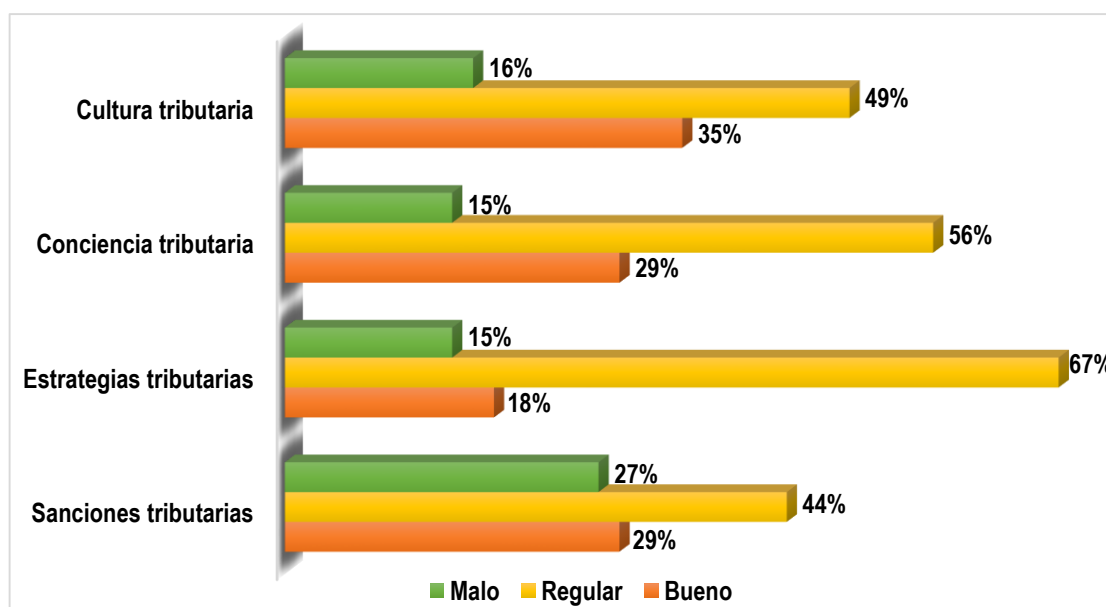
Análisis descriptivo de la cultura tributaria y sus dimensiones

	V1		D1		D2		D3	
	Cultura tributaria		Conciencia tributaria		Estrategias tributarias		Sanciones tributarias	
Nivel	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Malo	19	35%	16	29%	10	18%	16	29%
Regular	27	49%	31	56%	37	67%	24	44%
Bueno	9	16%	8	15%	8	15%	15	27%
Total	55	100%	55	100%	55	100%	55	100%

Nota el cuadro representa el análisis descriptivo de la cultura tributaria y sus dimensiones

Figura 3

Análisis descriptivo de la cultura tributaria y sus dimensiones



Nota la figura representa el análisis descriptivo de la cultura tributaria y sus dimensiones

Interpretación

La evaluación a través del cuadro y la figura revela que la cultura tributaria en el mercado de Vinocanchón se sitúa en un rango que va desde regular hasta malo, este hallazgo genera preocupación, ya que se observa un aumento tanto en la evasión como en la elusión tributaria. con el propósito de elevar la cultura tributaria entre los comerciantes mayoristas,

resulta esencial promover la conciencia tributaria, una estrategia clave para mejorar la conciencia tributaria implica considerar la ampliación de los conocimientos tributarios entre los comerciantes, así como informar claramente sobre el destino de los tributos, además, es imperativo impulsar la educación tributaria para fortalecer la comprensión de la importancia de cumplir con las obligaciones fiscales.

Para abordar esta problemática, se sugiere que la administración tributaria lleve a cabo campañas de sensibilización, mejore su plan de comunicación y realice verificaciones e inspecciones de forma continua, la sensibilización a través de campañas puede ser un instrumento eficaz para fomentar una mayor responsabilidad fiscal, finalmente, es crucial que los comerciantes estén plenamente informados acerca de las posibles sanciones tributarias, tales como cierres temporales, imposición de multas y la incautación de mercaderías, que podrían aplicarse en caso de incumplimiento con sus obligaciones tributarias, este enfoque integral busca no solo abordar la falta de cultura tributaria, sino también establecer medidas preventivas y correctivas para fortalecer la integridad fiscal en el mercado de Vinocanchón.

Análisis descriptivo relacionado con las obligaciones tributarias

Cuadro 7

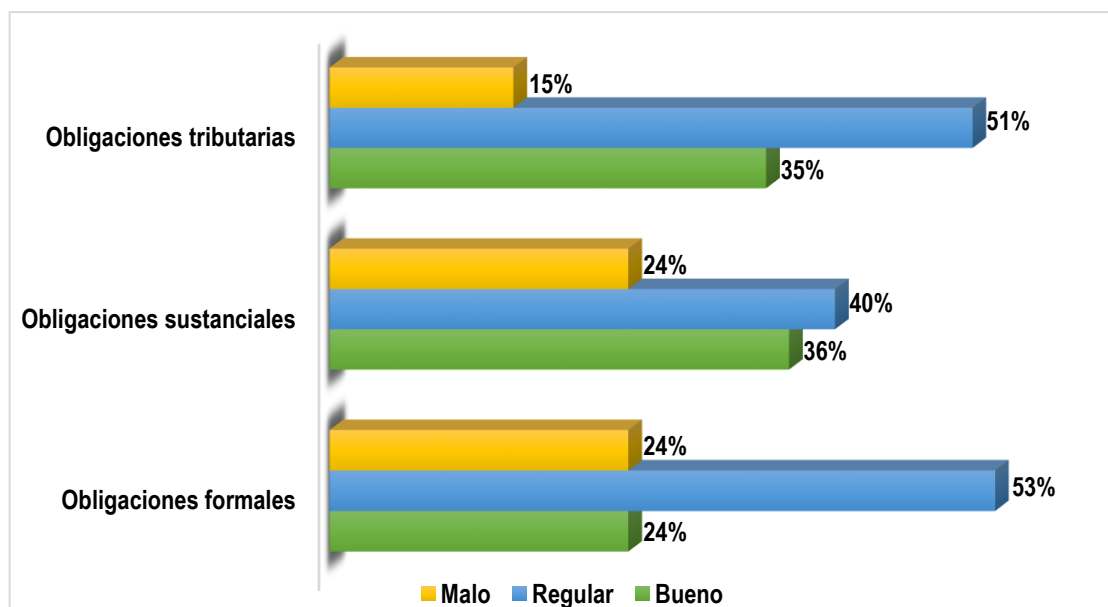
Análisis descriptivo de las obligaciones tributarias y sus dimensiones

	V2		D1		D2	
	Obligaciones tributarias		Obligaciones sustanciales		Obligaciones formales	
Nivel	fi	%	fi	%	fi	%
Malo	19	35%	20	36%	13	24%
Regular	28	51%	22	40%	29	53%
Bueno	8	15%	13	24%	13	24%
Total	55	100%	55	100%	55	100%

Nota el cuadro representa el análisis descriptivo de las obligaciones tributarias y sus dimensiones

Figura 4

Análisis sobre descriptivo de las obligaciones tributarias y sus dimensiones



Nota la figura representa el análisis sobre descriptivo relacionado de las obligaciones tributarias y sus dimensiones

Interpretación

Según el análisis presentado en el cuadro y la figura, se observa que la cumplimentación de las obligaciones tributarias en el mercado de Vinocanchón se encuentra en una categoría que oscila entre regular y deficiente. Esta situación es motivo de preocupación, ya que el incumplimiento en el pago de los tributos puede resultar en la imposición de sanciones tributarias. Por lo tanto, es de suma importancia que los comerciantes mayoristas se adhieran a sus obligaciones formales.

Una estrategia clave para mejorar la situación es asegurar que los comerciantes cumplan con sus obligaciones formales, como la actualización de información, la emisión adecuada de comprobantes de pago, el mantenimiento de libros y registros contables actualizados, y la presentación puntual de declaraciones informativas y determinativas. Estos aspectos son fundamentales para mantener una base fiscal sólida y evitar posibles sanciones.

Asimismo, es crucial que los comerciantes cumplan con sus obligaciones sustanciales, como realizar el pago oportuno de sus tributos. En caso de dificultades financieras, se les insta a solicitar fraccionamientos o aplazamientos, con el objetivo de prevenir posibles infracciones o sanciones tributarias.

La conciencia y cumplimiento riguroso de ambas categorías de obligaciones, formales y sustanciales, se erigen como pilares fundamentales para garantizar la integridad fiscal en el mercado de Vinocanchón y evitar consecuencias desfavorables. La implementación de medidas proactivas en este sentido puede no solo mejorar la situación actual, sino también prevenir futuras complicaciones tributarias para los comerciantes mayoristas.

5.1.3. Cuadros y figuras de distribución por pregunta

P-01: Los conocimientos tributarios que poseen los comerciantes son suficientes para que puedan cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias

Cuadro 8

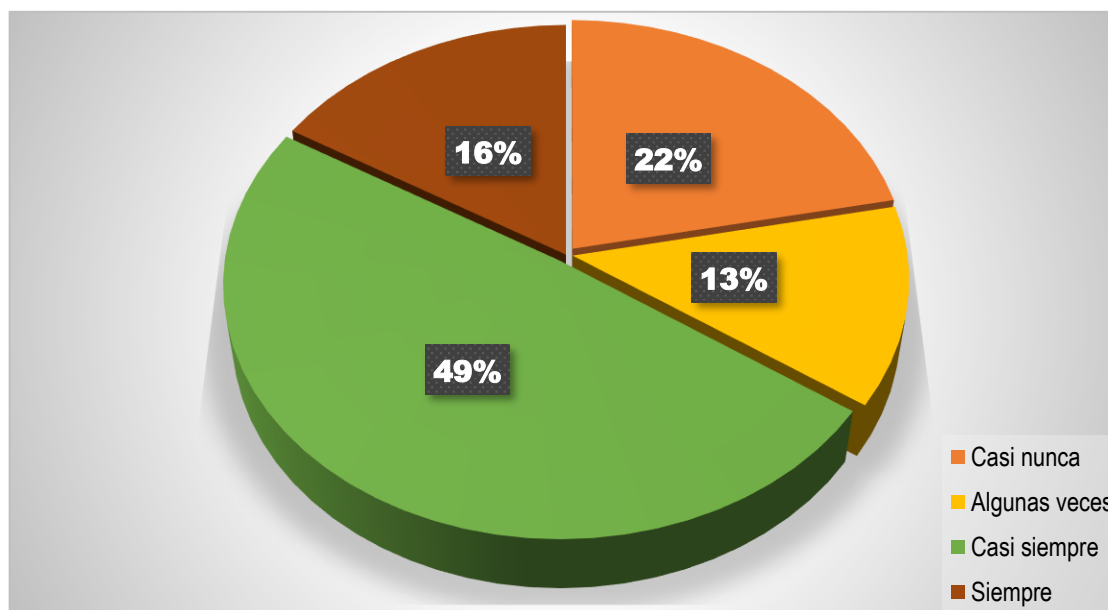
Conocimientos tributarios suficientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	12	22	22	22
Algunas veces	7	13	13	35
Válido Casi siempre	27	49	49	84
Siempre	9	16	16	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa los conocimientos tributarios suficientes

Figura 5

Conocimientos tributarios suficientes



Nota la figura representa los conocimientos tributarios suficientes

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 01 de la siguiente manera: el 22% casi nunca, el 13% algunas veces, el 49% casi siempre y el 16% siempre.

P-02: Es importante que los comerciantes tengan conocimiento acerca del destino del pago de sus tributos

Cuadro 9

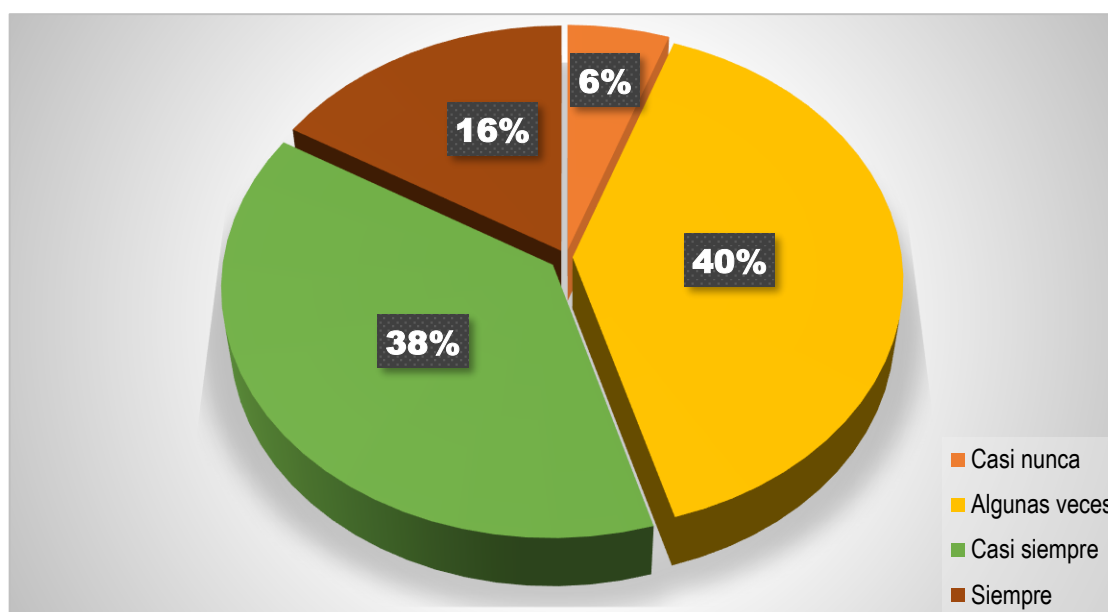
Conocimiento acerca del destino del pago de sus tributos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	5	5	5
Algunas veces	22	40	40	45
Válido Casi siempre	21	38	38	84
Siempre	9	16	16	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa el conocimiento acerca del destino del pago de sus tributos

Figura 6

Conocimiento acerca del destino del pago de sus tributos



Nota la figura representa el conocimiento acerca del destino del pago de sus tributos

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 02 de la siguiente manera: el 5% casi nunca, el 40% algunas veces, el 38% casi siempre y el 16% siempre.

P-03: Para mejorar la conciencia tributaria es importante impulsar la educación tributaria

Cuadro 10

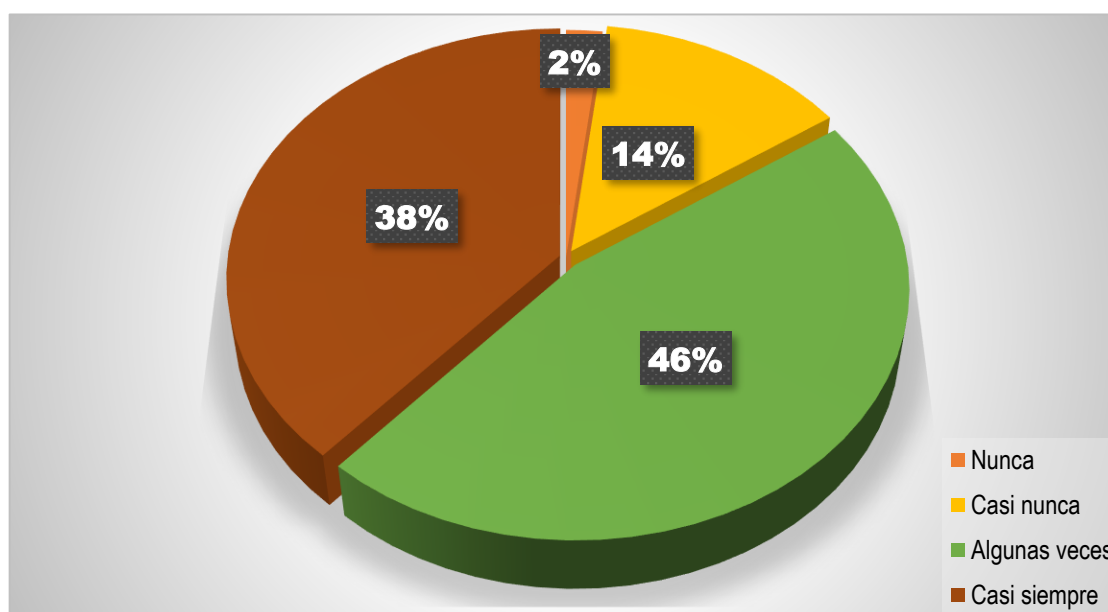
Conciencia tributaria para impulsar la educación tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2	2	2
Casi nunca	7	13	13	15
Algunas veces	24	44	44	58
Casi siempre	20	36	36	95
Siempre	3	5	5	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa la conciencia tributaria para impulsar la educación tributaria

Figura 7

Conciencia tributaria para impulsar la educación tributaria



Nota la figura representa la conciencia tributaria para impulsar la educación tributaria

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 03 de la siguiente manera: el 2% nunca, el 13% casi nunca, el 44% algunas veces, el 36% casi siempre y el 5% siempre.

P-04: Considera usted que las campañas de sensibilización efectuadas por la administración tributaria son adecuadas

Cuadro 11

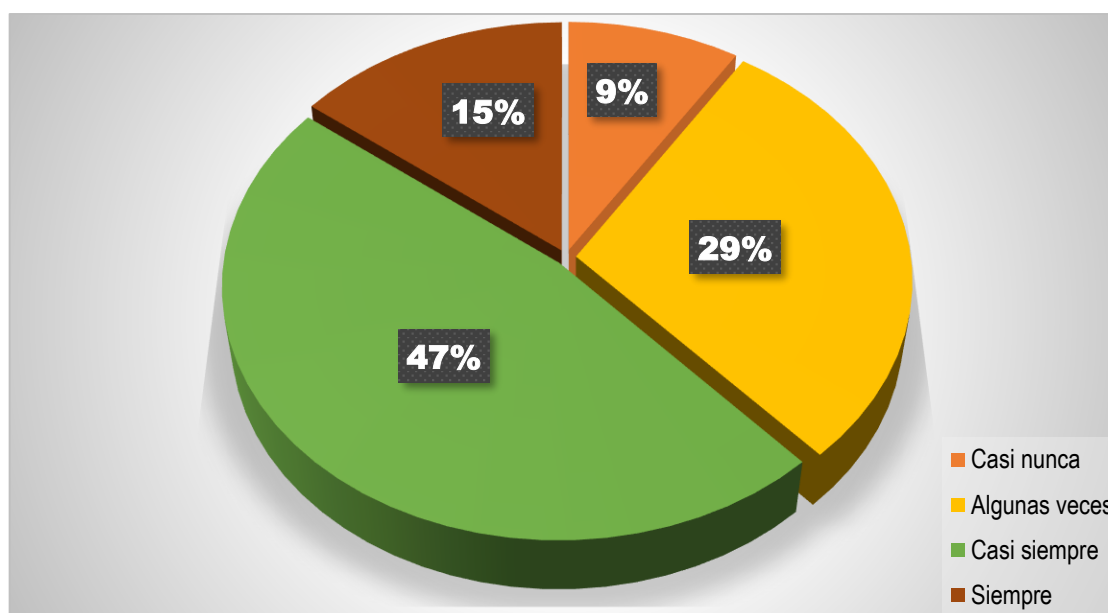
Campañas de sensibilización efectuadas por la administración tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	5	9	9	9
Algunas veces	16	29	29	38
Válido Casi siempre	26	47	47	85
Siempre	8	15	15	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa las campañas de sensibilización efectuadas por la administración tributaria

Figura 8

Campañas de sensibilización efectuadas por la administración tributaria



Nota la figura representa las campañas de sensibilización efectuadas por la administración tributaria

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 04 de la siguiente manera: el 9% casi nunca, el 29% algunas veces, el 26% casi siempre y el 8% siempre.

P-05: El plan de comunicación implementado por la SUNAT para dar información a los empresarios respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias es el adecuado

Cuadro 12

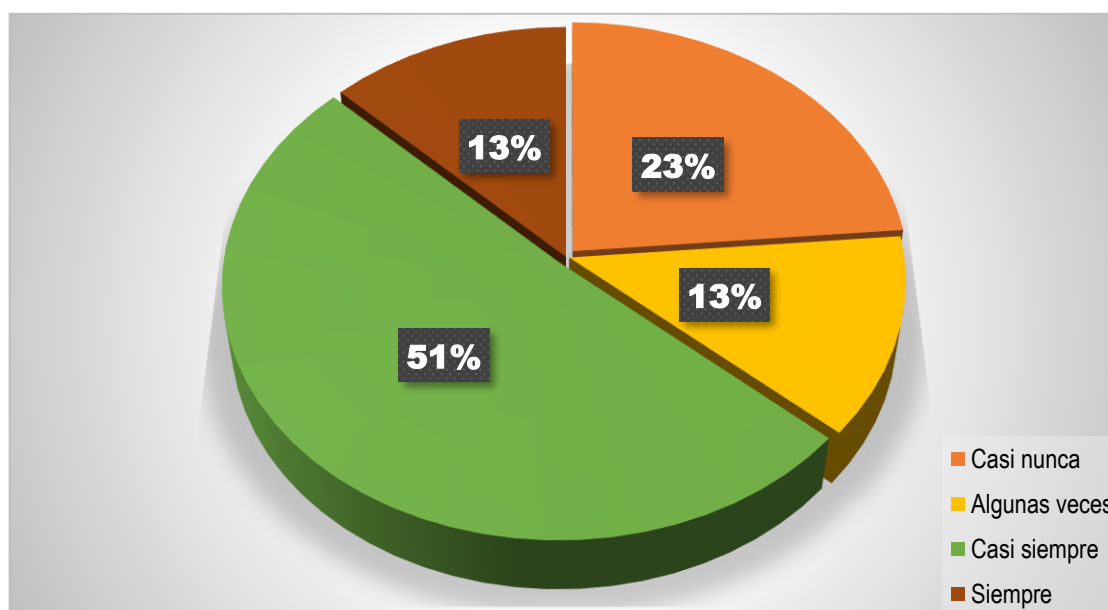
Plan de comunicación implementado por la SUNAT

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	13	24	24	24
Algunas veces	7	13	13	36
Válido Casi siempre	28	51	51	87
Siempre	7	13	13	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa el plan de comunicación implementado por la SUNAT

Figura 9

Plan de comunicación implementado por la SUNAT



Nota la figura representa el plan de comunicación implementado por la SUNAT

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 05 de la siguiente manera: el 24% casi nunca, el 13% algunas veces, el 51% casi siempre y el 13% siempre.

P-06: Las estrategias de verificación impulsado por la administración tributaria son efectivos

Cuadro 13

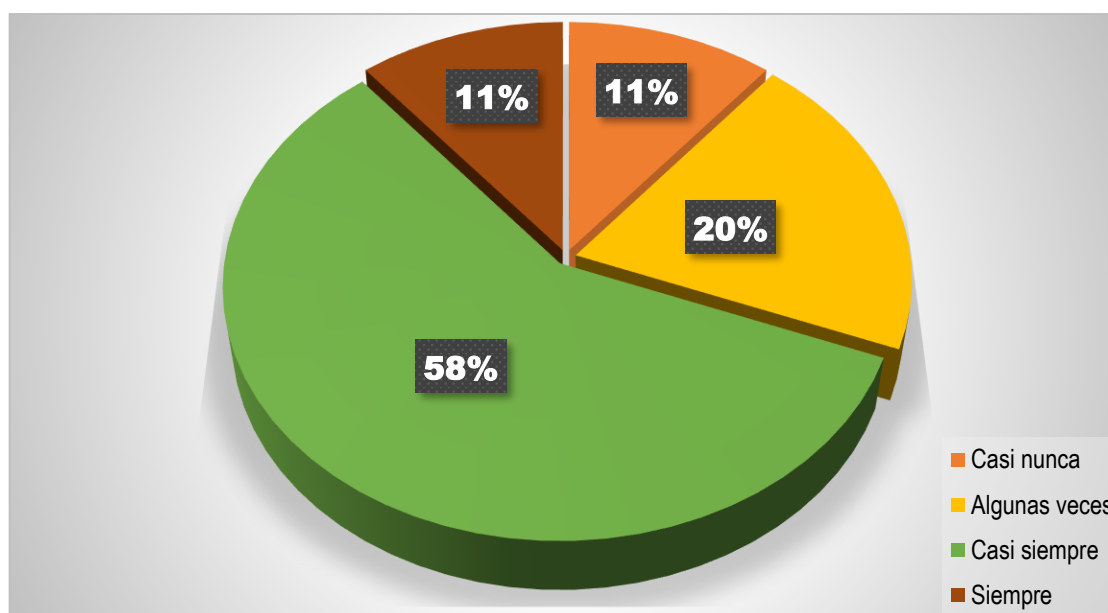
Estrategias de verificación impulsado por la administración tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	6	11	11	11
Algunas veces	11	20	20	31
Válido Casi siempre	32	58	58	89
Siempre	6	11	11	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa las estrategias de verificación impulsado por la administración tributaria

Figura 10

Estrategias de verificación impulsado por la administración tributaria



Nota la figura representa las estrategias de verificación impulsado por la administración tributaria

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 06 de la siguiente manera: el 11% casi nunca, el 20% algunas veces, el 58% casi siempre y el 11% siempre.

P-07: Las estrategias de inspección impulsado por la administración tributaria son efectivos

Cuadro 14

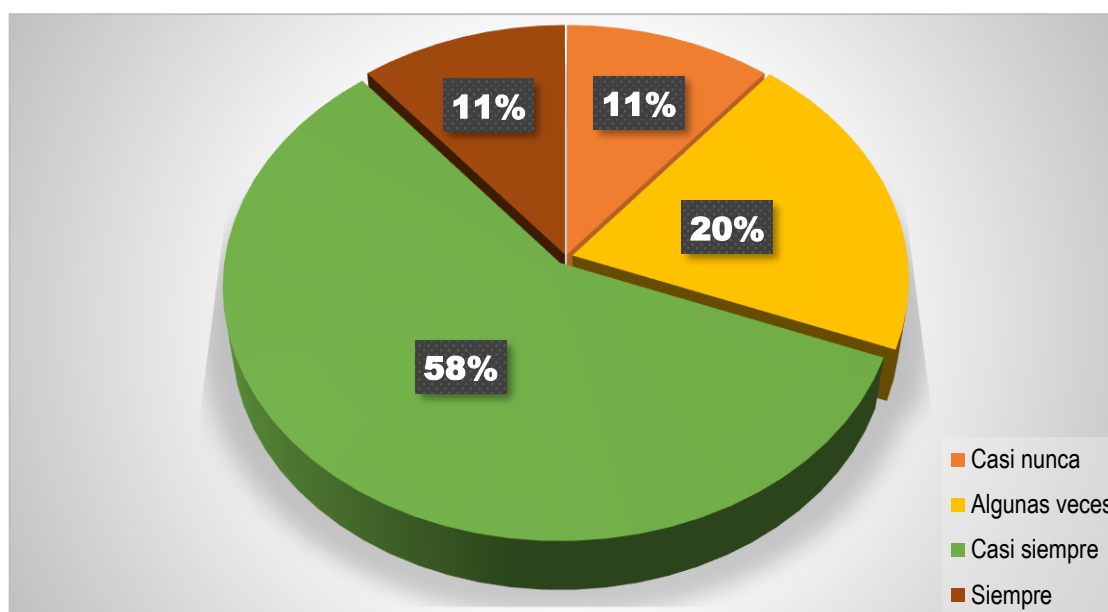
Estrategias de inspección impulsado por la administración tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	6	11	11	11
Algunas veces	11	20	20	31
Válido Casi siempre	32	58	58	89
Siempre	6	11	11	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa las estrategias de inspección impulsado por la administración tributaria

Figura 11

Estrategias de inspección impulsado por la administración tributaria



Nota la figura representa las estrategias de inspección impulsado por la administración tributaria

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 07 de la siguiente manera: el 11% casi nunca, el 20% algunas veces, el 58% casi siempre y el 11% siempre.

P-08: Los comerciantes tienen conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el cierre temporal que pueden incurrir con sus obligaciones tributarias

Cuadro 15

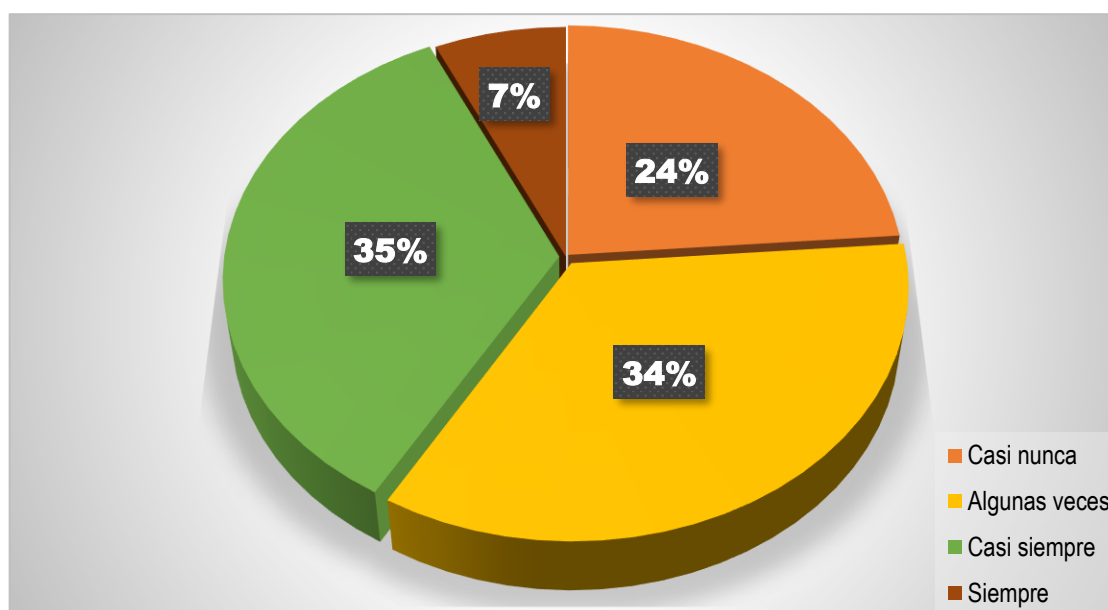
Conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el cierre temporal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	13	24	24	24
Algunas veces	19	35	35	58
Válido Casi siempre	19	35	35	93
Siempre	4	7	7	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa el conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el cierre temporal

Figura 12

Conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el cierre temporal



Nota la figura representa el conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el cierre temporal

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 08 de la siguiente manera: el 24% casi nunca, el 35% algunas veces, el 35% casi siempre y el 7% siempre.

P-09: Para evitar cualquier tipo de multa es esencial que se realicen las declaraciones y pagos en las fechas establecidas

Cuadro 16

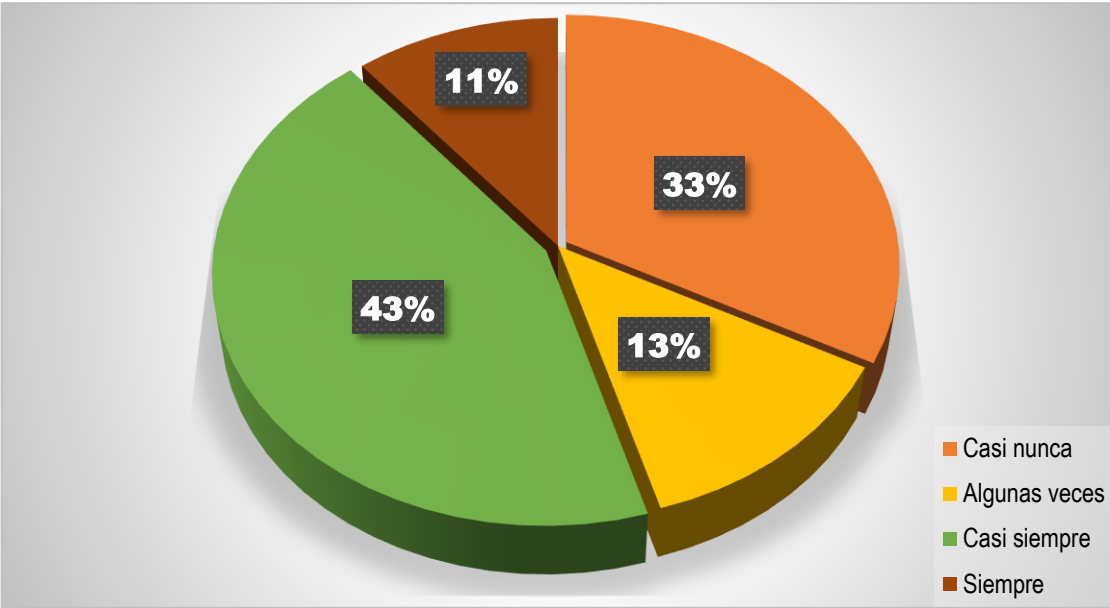
Para evitar multa las declaraciones y pagos deben realizarse en las fechas establecidas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	18	33	33	33
Algunas veces	7	13	13	45
Válido Casi siempre	24	44	44	89
Siempre	6	11	11	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa el evitar multa las declaraciones y pagos deben realizarse en las fechas establecidas

Figura 13

Para evitar multa las declaraciones y pagos deben realizarse en las fechas establecidas



Nota la figura representa el evitar multa las declaraciones y pagos deben realizarse en las fechas establecidas

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 09 de la siguiente manera: el 33% casi nunca, el 13% algunas veces, el 44% casi siempre y el 11% siempre.

P-10: Los comerciantes tienen conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el comiso de mercadería que pueden incurrir con sus obligaciones tributarias

Cuadro 17

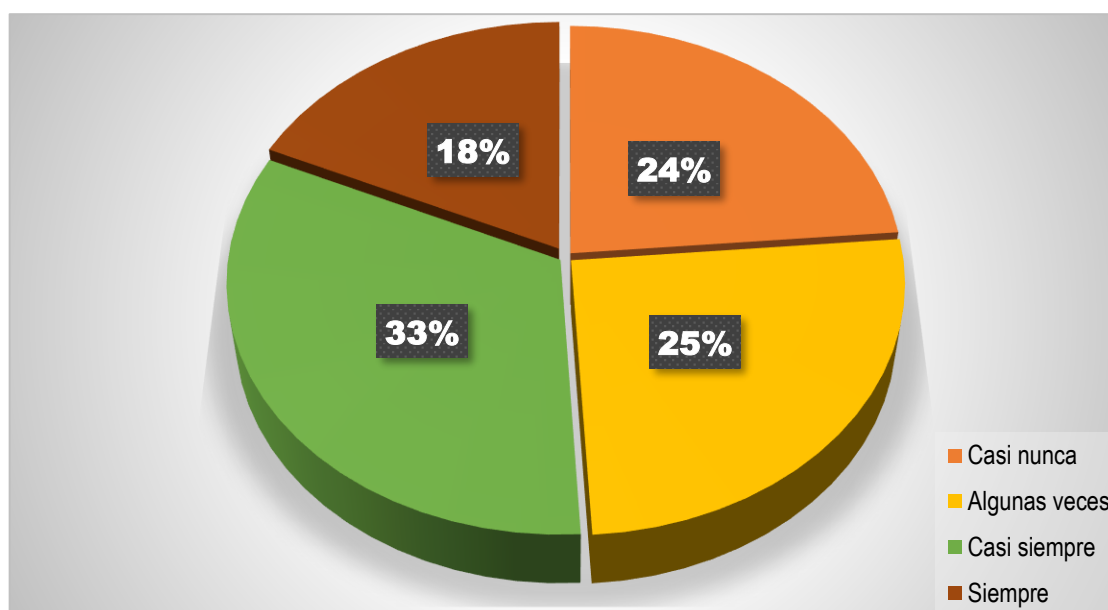
Conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el comiso de mercadería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	13	24	24	24
Algunas veces	14	25	25	49
Válido Casi siempre	18	33	33	82
Siempre	10	18	18	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa el conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el comiso de mercadería

Figura 14

Conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el comiso de mercadería



Nota la figura representa el conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el comiso de mercadería

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 10 de la siguiente manera: el 24% casi nunca, el 25% algunas veces, el 33% casi siempre y el 18% siempre.

P-11: Como parte del cumplimiento de sus obligaciones tributarias está el inscribir y actualizar el RUC en la plataforma de la SUNAT

Cuadro 18

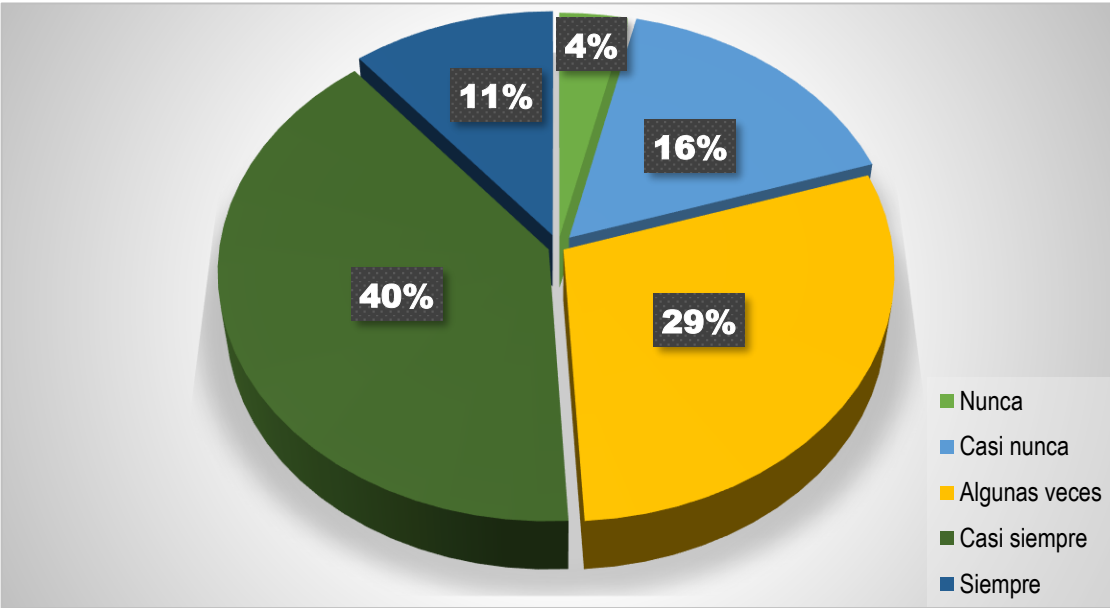
Inscribir y actualizar el RUC en la plataforma de la SUNAT

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4	4
	Casi nunca	9	16	20
	Algunas veces	16	29	49
	Casi siempre	22	40	89
	Siempre	6	11	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa el inscribir y actualizar el RUC en la plataforma de la SUNAT

Figura 15

Inscribir y actualizar el RUC en la plataforma de la SUNAT



Nota la figura representa el inscribir y actualizar el RUC en la plataforma de la SUNAT

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 11 de la siguiente manera: el 4% nunca, el 16% casi nunca, el 29% algunas veces, el 40% casi siempre y el 11% siempre.

P-12: La emisión y entrega de comprobantes de pago es importante para fortalecer su cultura tributaria

Cuadro 19

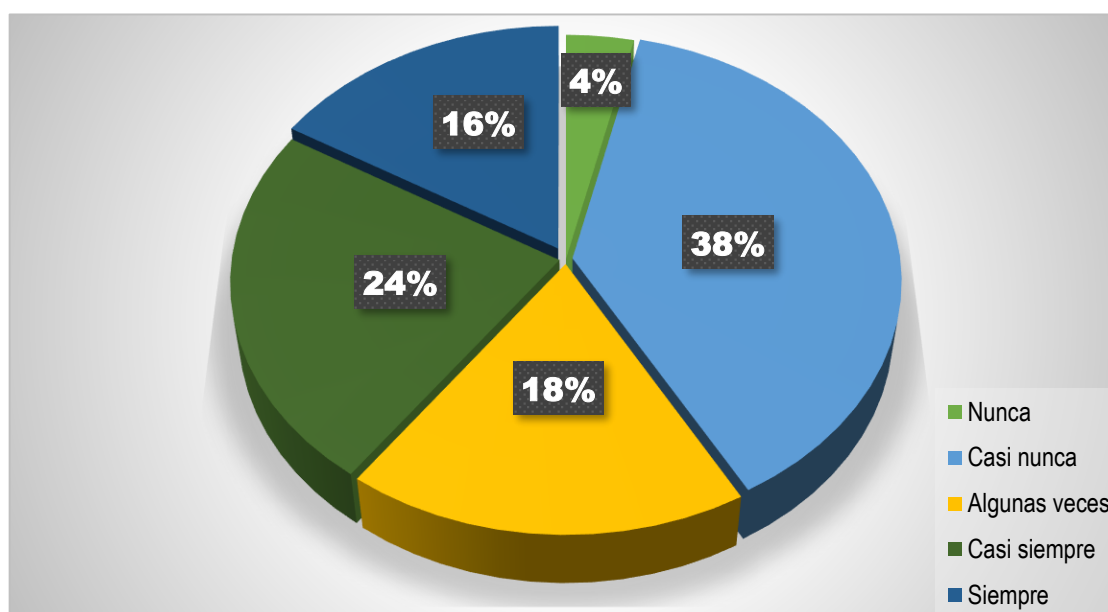
Emisión y entrega de comprobantes de pago para fortalecer su cultura tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	4	4	4
Casi nunca	21	38	38	42
Algunas veces	10	18	18	60
Casi siempre	13	24	24	84
Siempre	9	16	16	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa la emisión y entrega de comprobantes de pago para fortalecer su cultura tributaria

Figura 16

Emisión y entrega de comprobantes de pago para fortalecer su cultura tributaria



Nota la figura representa la emisión y entrega de comprobantes de pago para fortalecer su cultura tributaria

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 12 de la siguiente manera: el 4% nunca, el 38% casi nunca, el 18% algunas veces, el 24% casi siempre y el 16% siempre.

P-13: Es importante el contar con los registros y libros contables actualizados

Cuadro 20

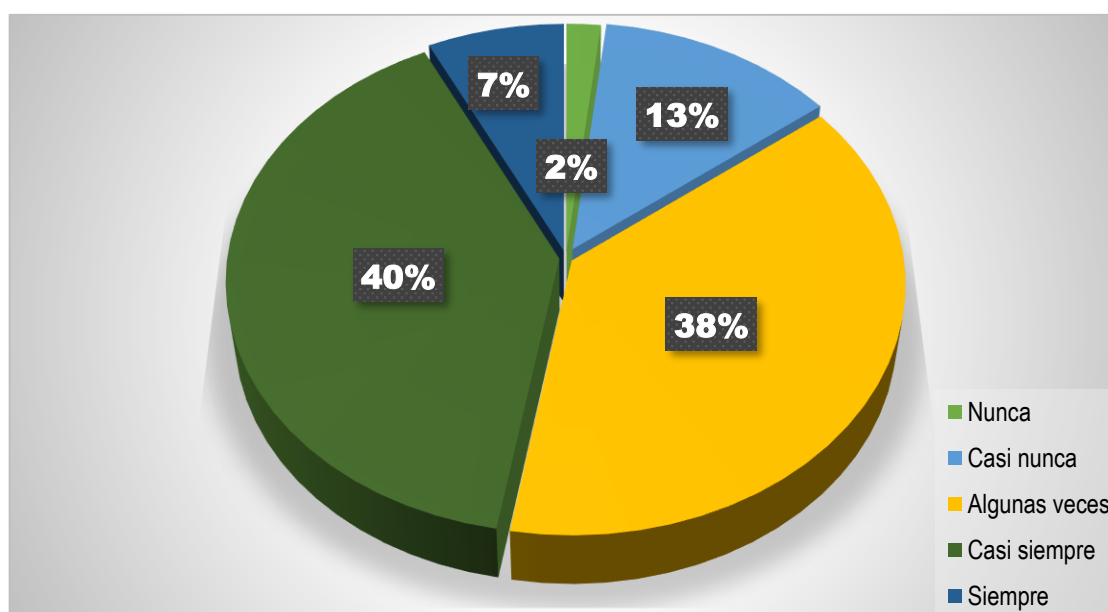
Registros y libros contables actualizados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2	2	2
Casi nunca	7	13	13	15
Algunas veces	21	38	38	53
Casi siempre	22	40	40	93
Siempre	4	7	7	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa los registros y libros contables actualizados

Figura 17

Registros y libros contables actualizados



Nota la figura representa los registros y libros contables actualizados

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 13 de la siguiente manera: el 2% nunca, el 13% casi nunca, el 38% algunas veces, el 40% casi siempre y el 7% siempre.

P-14: Es importante que las declaraciones informativas realizadas por los empresarios acerca de sus actividades comerciales deben realizarse en los plazos establecidos

Cuadro 21

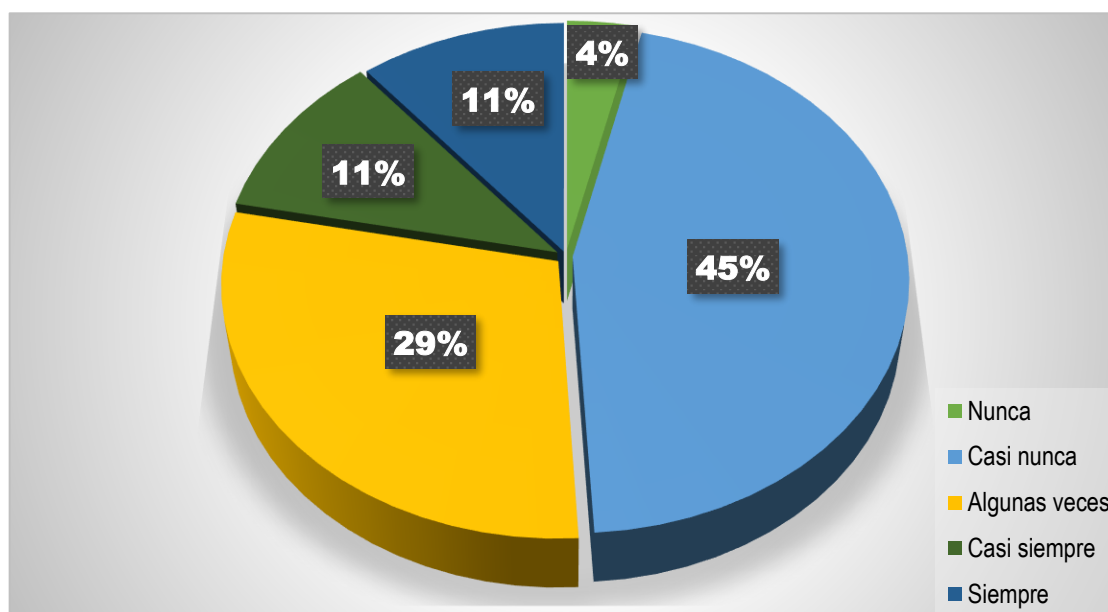
Declaraciones informativas realizados en los plazos establecidos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	4	4	4
Casi nunca	25	45	45	49
Algunas veces	16	29	29	78
Casi siempre	6	11	11	89
Siempre	6	11	11	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa las declaraciones informativas realizados en los plazos establecidos

Figura 18

Declaraciones informativas realizados en los plazos establecidos



Nota la figura representa las declaraciones informativas realizados en los plazos establecidos

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 14 de la siguiente manera: el 4% nunca, el 45% casi nunca, el 29% algunas veces, el 11% casi siempre y el 11% siempre.

P-15: En su opinión es importante que las declaraciones determinativas realizadas por los empresarios acerca de sus actividades comerciales deben realizarse en los plazos establecidos

Cuadro 22

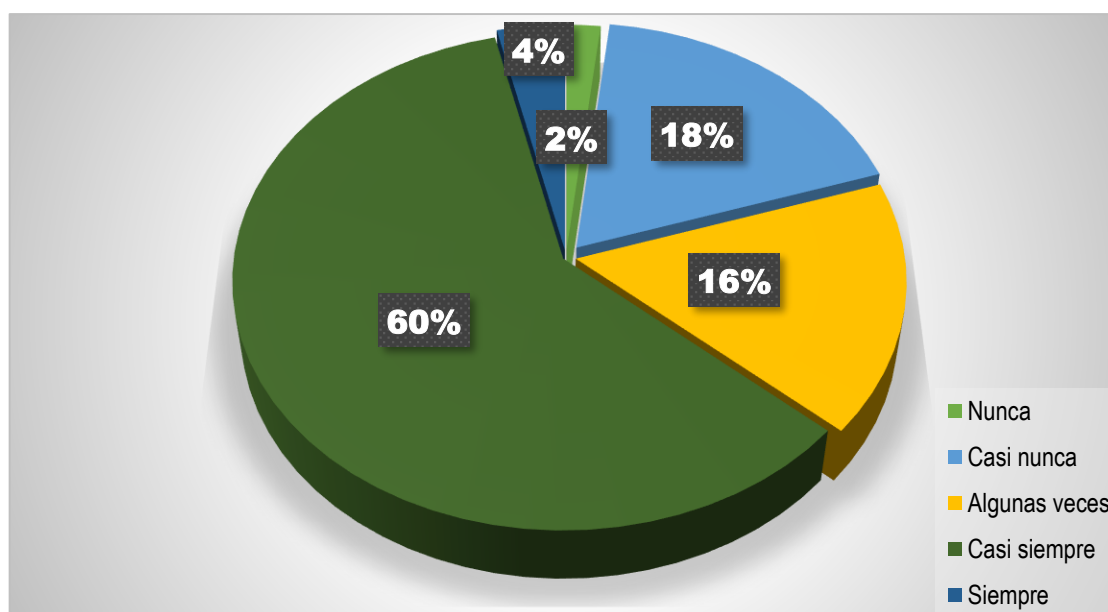
Declaraciones determinativas realizados en los plazos establecidos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2	2	2
Casi nunca	10	18	18	20
Algunas veces	9	16	16	36
Casi siempre	33	60	60	96
Siempre	2	4	4	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa las declaraciones determinativas realizados en los plazos establecidos

Figura 19

Declaraciones determinativas realizados en los plazos establecidos



Nota la figura representa las declaraciones determinativas realizados en los plazos establecidos

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 15 de la siguiente manera: el 2% nunca, el 18% casi nunca, el 16% algunas veces, el 60% casi siempre y el 4% siempre.

P-16: Considera usted que es importante cumplir con el pago de sus tributos en las fechas establecidas

Cuadro 23

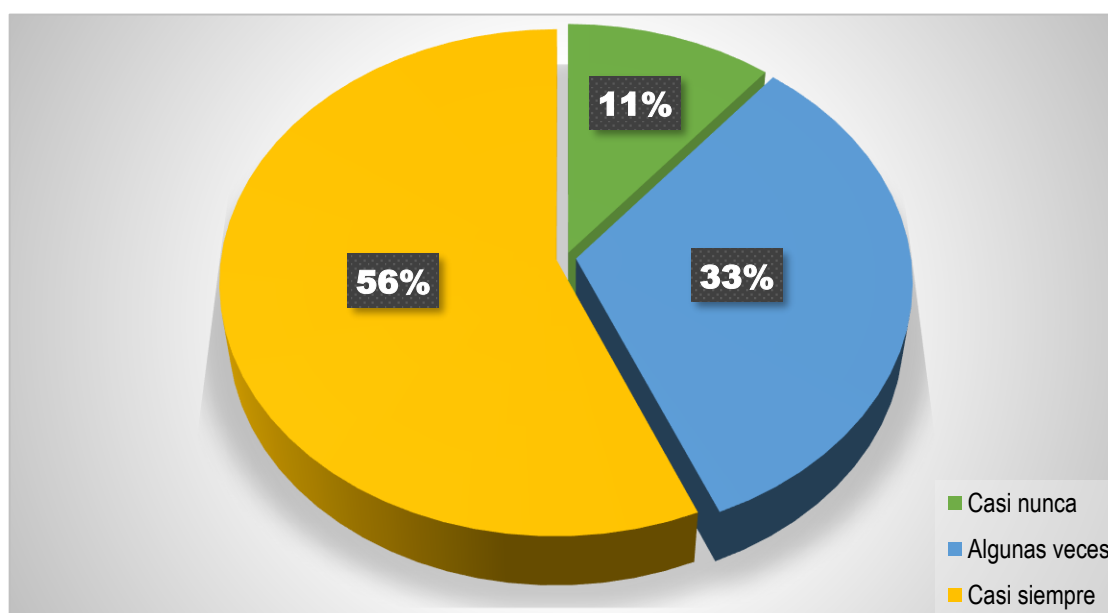
Cumplir con el pago de sus tributos en las fechas establecidas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	11	11
	Algunas veces	18	33	44
	Casi siempre	31	56	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa el cumplir con el pago de sus tributos en las fechas establecidas

Figura 20

Cumplir con el pago de sus tributos en las fechas establecidas



Nota la figura representa el cumplir con el pago de sus tributos en las fechas establecidas

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 16 de la siguiente manera: el 11% casi nunca, el 33% algunas veces y el 56% casi siempre.

P-17: En su opinión el conocimiento con el que cuentan los empresarios para acceder al fraccionamiento de la deuda tributaria es adecuado

Cuadro 24

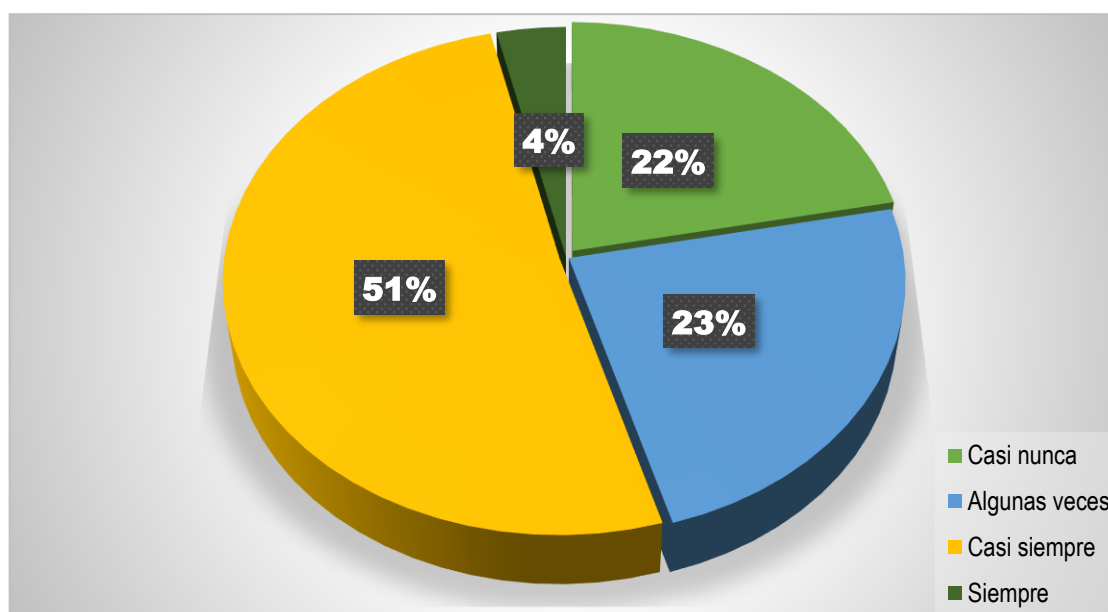
Acceso al fraccionamiento de la deuda tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	12	22	22	22
Algunas veces	13	24	24	45
Válido Casi siempre	28	51	51	96
Siempre	2	4	4	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa el acceso al fraccionamiento de la deuda tributaria

Figura 21

Acceso al fraccionamiento de la deuda tributaria



Nota la figura representa el acceso al fraccionamiento de la deuda tributaria

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 17 de la siguiente manera: el 22% casi nunca, el 24% algunas veces, el 51% casi siempre y el 4% siempre.

P-18: En su opinión el conocimiento con el que cuentan los empresarios para acceder al aplazamiento de la deuda tributaria es adecuado

Cuadro 25

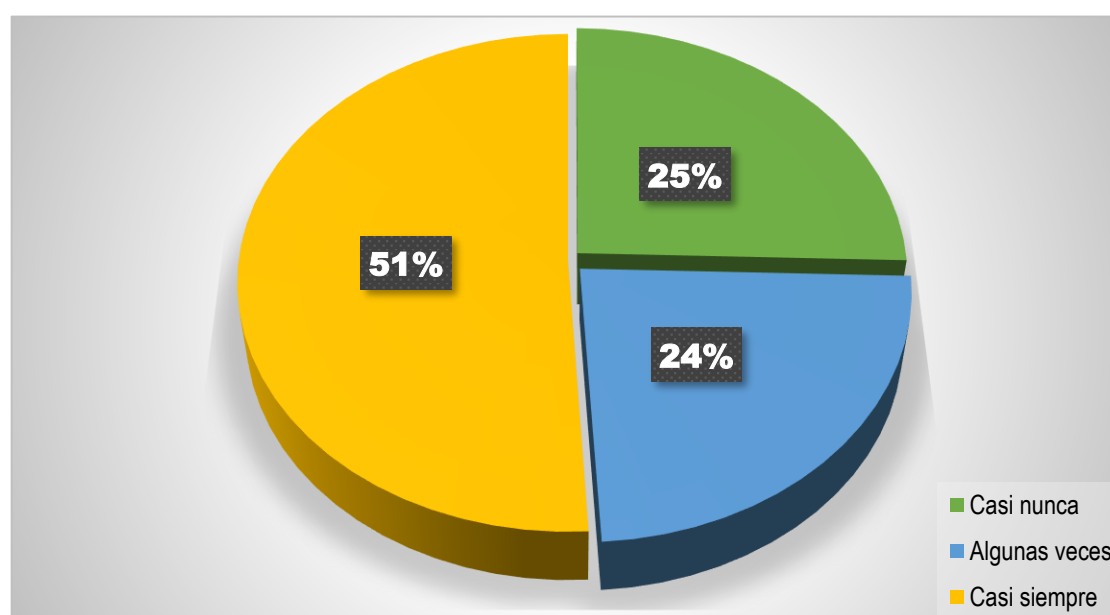
Acceso al aplazamiento de la deuda tributaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	14	25	25
	Algunas veces	13	24	49
	Casi siempre	28	51	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa el acceso al aplazamiento de la deuda tributaria

Figura 22

Acceso al aplazamiento de la deuda tributaria



Nota la figura representa el acceso al aplazamiento de la deuda tributaria

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 19 de la siguiente manera: el 25% casi nunca, el 24% algunas veces y el 51% casi siempre.

P-19: Las estrategias tributarias impulsadas por la SUNAT para informar a los comerciantes acerca de las infracciones tributarias por no cumplir con el pago de sus tributos es adecuado

Cuadro 26

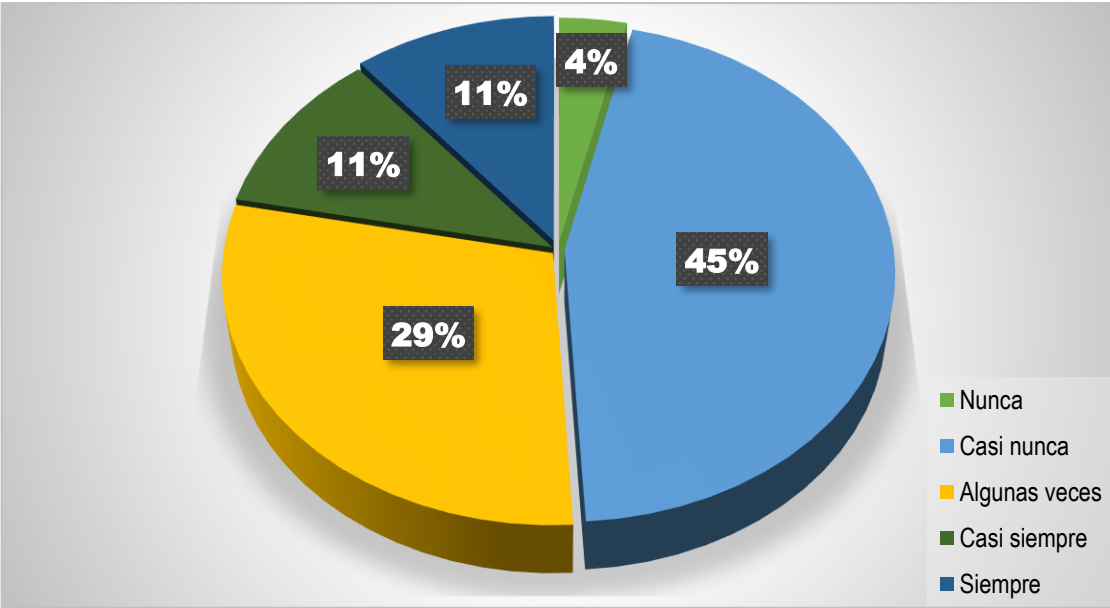
Infracciones tributarias por no cumplir con el pago de sus tributos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	4	4	4
Casi nunca	25	45	45	49
Algunas veces	16	29	29	78
Casi siempre	6	11	11	89
Siempre	6	11	11	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa las infracciones tributarias por no cumplir con el pago de sus tributos

Figura 23

Infracciones tributarias por no cumplir con el pago de sus tributos



Nota la figura representa las infracciones tributarias por no cumplir con el pago de sus tributos

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 19 de la siguiente manera: el 4% nunca, el 45% casi nunca, el 29% algunas veces, el 11% casi siempre y el 11% siempre.

P-20: Considera usted que es importante que la administración tributaria dé a conocer las posibles sanciones en el que pueden incurrir por lo cumplir con sus obligaciones tributarias

Cuadro 27

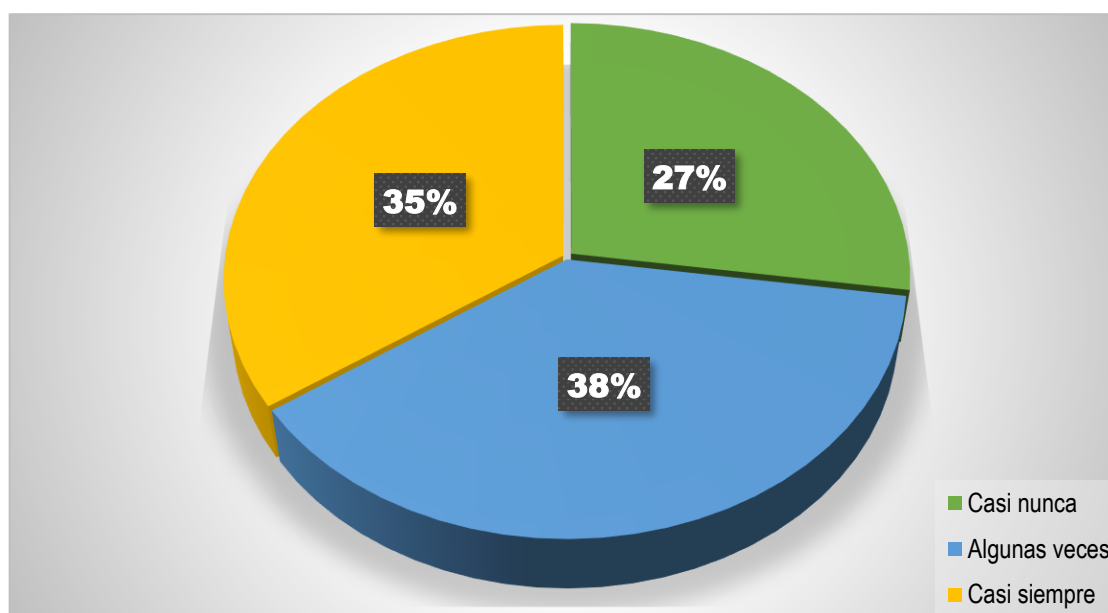
Posibles sanciones por lo cumplir con sus obligaciones tributarias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	15	27	27	27
Algunas veces	21	38	38	65
Casi siempre	19	35	35	100
Total	55	100	100	

Nota el cuadro representa las posibles sanciones por lo cumplir con sus obligaciones tributarias

Figura 24

Posibles sanciones por lo cumplir con sus obligaciones tributarias



Nota la figura representa las posibles sanciones por lo cumplir con sus obligaciones tributarias

Interpretación

Los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón respondieron a la pregunta 20 de la siguiente manera: el 27% casi nunca, el 38% algunas veces y el 35% casi siempre.

5.2. Pruebas de hipótesis

Prueba de normalidad

H₀: Los datos tienen distribución normal

H₁: Los datos no tienen distribución normal

Cuadro 28

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura tributaria	0.258	55	0.000
Obligaciones tributarias	0.271	55	0.000
Conciencia tributaria	0.298	55	0.000
Estrategias tributarias	0.343	55	0.000
Sanciones tributarias	0.219	55	0.000
Obligaciones sustanciales	0.235	55	0.000
Obligaciones formales	0.264	55	0.000

Nota el cuadro representa la prueba de normalidad

Interpretación

La prueba de normalidad, expuesta en el cuadro, indica que los datos relacionados con los grados de libertad (gl) están asociados al tamaño de la muestra, este hecho condujo a la realización de la prueba de Kolmogorov-Smirnov^a, además, a través del valor "sig", se llevó a cabo una evaluación de la distribución de los datos, basándonos en este análisis, se consideraron las variables de estudio junto con sus dimensiones, al obtener un valor inferior a 0.05, se confirma que los datos no siguen una distribución normal, es decir, son de naturaleza no paramétrica, por consiguiente, se opta por emplear la prueba no paramétrica Kendall Tau_b de Kendall para examinar el grado de incidencia y verificar tanto las hipótesis generales como las específicas.

Hipótesis general

La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.

Valores para aceptar o rechazar la hipótesis

P-valor menor a 0.05 – se acepta la hipótesis alterna o de investigación

P-valor mayor a 0.05 – se acepta la hipótesis nula

Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis general

Cuadro 29

Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis general

			Cultura tributaria	Obligaciones tributarias
Tau_b de Kendall	Cultura tributaria	Coefficiente de correlación	1.000	,647**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	55	55
	Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	,647**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	55	55

Nota el cuadro representa la prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis general

Interpretación

Con base en los datos recopilados del cuestionario y procesados a través del sistema estadístico SPSS, se llevó a cabo la prueba de Tau_b de Kendall, mediante esta prueba, se pudo corroborar la hipótesis general, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.647), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada.

Hipótesis específica 1

La conciencia tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.

Valores para aceptar o rechazar la hipótesis

P-valor menor a 0.05 – se acepta la hipótesis alterna o de investigación

P-valor mayor a 0.05 – se acepta la hipótesis nula

Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 1

Cuadro 30

Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 1

			Conciencia tributaria	Obligaciones tributarias
Tau_b de Kendall	Conciencia tributaria	Coefficiente de correlación	1.000	,459**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	55	55
	Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	,459**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	55	55

Nota el cuadro representa la prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 1

Interpretación

Con base en los datos recopilados del cuestionario y procesados a través del sistema estadístico SPSS, se llevó a cabo la prueba de Tau_b de Kendall, mediante esta prueba, se pudo corroborar la hipótesis específica 1, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.459), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada.

Hipótesis específica 2

Las estrategias tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.

Valores para aceptar o rechazar la hipótesis

P-valor menor a 0.05 – se acepta la hipótesis alterna o de investigación

P-valor mayor a 0.05 – se acepta la hipótesis nula

Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 2

Cuadro 31

Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específico 2

			Estrategias tributarias	Obligaciones tributarias
Tau_b de Kendall	Estrategias tributarias	Coefficiente de correlación	1.000	,446**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	55	55
	Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	,446**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	55	55

Nota el cuadro representa la prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 2

Interpretación

Con base en los datos recopilados del cuestionario y procesados a través del sistema estadístico SPSS, se llevó a cabo la prueba de Tau_b de Kendall, mediante esta prueba, se pudo corroborar la hipótesis específica 2, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.446), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada.

Hipótesis específica 3

Las sanciones tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.

Valores para aceptar o rechazar la hipótesis

P-valor menor a 0.05 – se acepta la hipótesis alterna o de investigación

P-valor mayor a 0.05 – se acepta la hipótesis nula

Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 3

Cuadro 32

Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 3

			Sanciones tributarias	Obligaciones tributarias
Tau_b de Kendall	Sanciones tributarias	Coefficiente de correlación	1.000	,665**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	55	55
	Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	,665**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	55	55

Nota el cuadro representa la prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específica 3

Interpretación

Con base en los datos recopilados del cuestionario y procesados a través del sistema estadístico SPSS, se llevó a cabo la prueba de Tau_b de Kendall, mediante esta prueba, se pudo corroborar la hipótesis específica 3, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.665), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada.

5.3. Discusión de resultados

Con el fin de recopilar información crucial para la ejecución del proyecto, se llevó a cabo una encuesta mediante un cuestionario aplicado a los comerciantes mayoristas del mercado Vinocanchón. Una vez obtenidos estos datos, se procedió a evaluar la confiabilidad del instrumento a través del coeficiente Alfa de Cronbach. Los resultados revelaron un valor de (0.798 y 0.680) para cada variable respectiva, indicando que el instrumento utilizado es confiable.

Para corroborar la hipótesis general se llevó a cabo la prueba de Tau_b de Kendall, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.647), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada.

Así también se realizó un análisis descriptivo que revela una cultura tributaria preocupante, fluctuando entre regular y deficiente, con un aumento en la evasión y elusión tributaria. Se enfatiza la necesidad de promover la conciencia tributaria, ampliar conocimientos y fomentar la educación fiscal entre los comerciantes mayoristas, se propone que la administración tributaria realice campañas de sensibilización, mejore la comunicación y realice inspecciones continuas para fortalecer la responsabilidad fiscal, es crucial informar a los comerciantes sobre sanciones potenciales, como cierres temporales y multas, buscando no solo abordar la falta de cultura tributaria, sino también implementar medidas preventivas y correctivas para fortalecer la integridad fiscal en Vinocanchón, así también el análisis del cumplimiento de obligaciones tributarias en Vinocanchón muestra una situación que va de regular a deficiente, generando preocupación por posibles sanciones, es crucial que los comerciantes mayoristas cumplan con sus obligaciones formales, incluyendo la actualización de información, emisión adecuada de comprobantes de pago y presentación

puntual de declaraciones, además, se destaca la importancia de cumplir con obligaciones sustanciales, como el pago oportuno de tributos, ante dificultades financieras, se recomienda solicitar fraccionamientos o aplazamientos para prevenir infracciones, la conciencia y cumplimiento de ambas categorías se presentan como fundamentales para garantizar la integridad fiscal en Vinocanchón, siendo necesario implementar medidas proactivas para mejorar la situación actual y prevenir futuras complicaciones tributarias.

Los resultados son corroborados por: Bobadilla y Urquía (2020) concluye que la cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los contribuyentes del régimen especial de renta Ucayali no se relaciona en su totalidad, porque hay un 33.33% de relación y un 66.66% de no relación entre la cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias, hay mucho desconocimiento de los contribuyentes sobre cultura tributaria y las obligaciones tributarias y los contribuyentes que cumplen con la obligación tributaria lo hacen en su mayoría por temor a que les caiga un multa, y esto fue demostrado por los contribuyente. Castro y Torralba (2020) concluye que la falta de cultura tributaria se pudo evidenciar que si cada contribuyente toma la decisión de actuar como lo considere “justo” fundamentalmente se está afectando así mismo, pues no es solo que se señale que los dineros no son invertidos adecuadamente, sino que también se debe analizar desde una perspectiva más amplia, dado que, si el pago de impuestos es escaso, el Estado va a tener un rango de capacidad bajo para cubrir las necesidades del país. Rosales y Córdova (2020) concluye que existe una relación positiva entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes en la provincia de Barranca en el año 2018, estadísticamente esto quedó demostrado con una correlación de Spearman de $\rho: 0.338$, el cual indica una correlación baja entre dichas variables, en el cual se percibe débil la aplicación de las charlas tributarias y capacitaciones elaboradas por la Administración Tributaria a causa que no han tenido mucha acogida y no cuenta con una adecuada difusión,

sin embargo las orientaciones tienen una mejor atmósfera frente a los contribuyentes a quienes se les proporciona información esencial para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en la provincia de Barranca. Huamani (2019) concluye que para verificar esta relación o incidencia directa se examinaron los factores principales de incumplimiento de pago del IGV de análisis de estos factores se determina que estos obedecen a diversos factores, como los valores cívicos, conocimientos y actitudes de los contribuyentes frente al cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias, podemos destacar uno de los factores predominantes en esta investigación, la cual está dirigida al quiebre entre los impuestos que se pagan y como estos se invierten o redistribuyen en el país, ya que la desazón sobre los que no pagan sus impuestos es una brecha por trabajar, en relación con la cultura tributaria de los principales contribuyentes de la Región del Cusco y su influencia en el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias, se encontró que efectivamente están relacionadas de forma directa, ya que a mayor cultura tributaria mayor cumplimiento del pago de impuesto como el IGV.

Para corroborar la hipótesis específica 01 se llevó a cabo la prueba de Tau_b de Kendall, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.459), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada.

Los resultados son corroborados por: Arias y Orihuela (2022) concluye que cuando aumenta la cultura tributaria mejora el cumplimiento con sus obligaciones tributaria. Veintimilla (2020) concluye que la cultura tributaria no se logra de un día para otro, para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y el estado con respecto a la importancia y necesidad que puedan tener los impuestos para que permitan cubrir las necesidades colectivas. Avalos y Loyola (2019) concluye que una de las

medidas que promueve el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es la educación tributaria. Incluso, existen estudios que confirman que hay una relación positiva entre estas dos variables. Es una herramienta que busca que los ciudadanos conozcan sus derechos y entiendan cuáles son las leyes y los procedimientos con los que deben cumplir los contribuyentes. Ríos (2018) concluye que la cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial El Molino I, es bajo y tiene una incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributaria de renta de primera categoría, puesto que, el nivel de desconocimiento conlleva a que no cumplan con sus obligaciones tributarias, esto debido a la falta de orientación, información y/o capacitación por parte de la Sunat.

Para corroborar la hipótesis específica 02 se llevó a cabo la prueba de Tau_b de Kendall, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.446), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada.

Los resultados son corroborados por: Tene (2019) concluye que el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Gran Colombia de la Ciudad de Loja, se realiza de forma parcial, ya que existe un porcentaje significativo de sujetos pasivos que no cumplen con su contribución con el estado a través de la cancelación de sus impuestos. Batallanos y Torres (2018) concluye que la cultura tributaria está estrechamente relacionada con el comportamiento ético de un país, se alimenta de los usos, costumbres, actitudes y comportamientos de una sociedad. Es decir, cumplir con las obligaciones tributarias depende mucho de la persona y en qué sociedad se desarrolla. Onofre y Murillo (2017) concluye que la formación de la cultura tributaria está estrechamente referida a la calidad de la información disponible sobre lo político y a su implicación en la visión de la ciudadanía sobre el Estado y sus instituciones, los individuos informados sobre lo político

tienden a mostrar mayor información sobre lo tributario, la calidad del conocimiento sobre los impuestos autoriza a pensar que se trata especialmente del resultado de la transacción tributaria, donde el contribuyente sabe lo que paga y reconoce las razones del pago. Mestas (2017) concluye que los resultados de la investigación indican que el 45% de la población comercial del mercado 24 de octubre tiene algún tipo de conocimiento de las normas tributarias y el 54% de la población comercial desconoce las normas tributarias (Según Cuadro N° 01,02, 03 y 04), por lo tanto, la gran mayoría de la población de los comerciantes del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca, Carecen de conocimiento adecuado de las normas tributarias y es por dicha razón que no realizan el pago respectivo de los impuestos que les corresponde y prefieren mantenerse fuera del marco legal tributario y evadir sus obligaciones.

Para corroborar la hipótesis específica 03 se llevó a cabo la prueba de Tau_b de Kendall, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.665), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada.

Los resultados son corroborados por: Condorhuanca (2021) concluye que si los contribuyentes tuvieran más conocimientos sobre cultura tributaria más personas cumplirían con sus obligaciones tributarias, por ende, el Estado tendría más ingresos y podría destinar estos recursos a la atención de las necesidades de la población en general. Muñoz y Zárate (2018) concluye que la evasión de impuestos es una acción que afecta a cada uno de los contribuyentes del cantón Bucay, pues al no realizar la cancelación de los tributos se está cooperando a que el país no progrese y se quede estancado en el subdesarrollo del cual nuestra nación ha sido partícipe durante mucho tiempo. En promedio el 35% de los contribuyentes encuestados de habitantes del cantón Bucay han incumplido en el pago de

sus impuestos, lo cual se considera como un nivel de incumplimiento elevado para la administración tributaria. Llacolla y Sinchi (2019) concluye que el poco interés y los escasos conocimientos en materia tributaria, la equivocada percepción hacia la administración tributaria; todo ello, rebasada por la corrupción en el estado a gran escala, que genera desconfianza y rechazo a la contribución voluntaria por parte de los comerciantes del centro comercial Señor de Torrechayoc. García (2017) concluye que los contribuyentes de la ciudadela el recreo necesita ayudas continuas de actualización sobre el área tributaria ya que es muy versátil, además de una enseñanza clara de cómo realizar sus declaraciones de impuestos vía internet.

CONCLUSIONES

1. La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, el cual es corroborado por medio de la prueba de Tau_b de Kendall, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.647), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada, por lo que se requiere atención inmediata y un enfoque integral que combine conciencia, educación, acciones administrativas y medidas preventivas para lograr una mejora sostenible en la cultura tributaria, siendo pequeño o micro empresario es valido tener conocimiento respecto a las obligaciones tributarias para tener como resultado una recaudacion mas eficaz, idealizar un plan de capacitacion en cultura tributaria para los contribuyentes en general respecto al mercado modelo y asi enriquecer y motivar a los contribuyentes de tributar, no desmotivarlos para tener como consecuencia la disminucion de ingresos tributarios.
2. La conciencia tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes el cual es corroborado por medio de la prueba de Tau_b de Kendall, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.459), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada, la promoción de la conciencia tributaria se presenta como un componente fundamental para abordar la situación, enfocarse en ampliar los conocimientos tributarios y en la educación fiscal es esencial para cambiar la percepción y comportamiento de los contribuyentes.

3. Las estrategias tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes el cual es corroborado por medio de la prueba de Tau_b de Kendall, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.446), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada, por lo que es importante que la administración tributaria emprender acciones inmediatas, como campañas de sensibilización, mejoras en la comunicación y la implementación de inspecciones continuas son estrategias esenciales para revertir la tendencia negativa
4. Las sanciones tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes el cual es corroborado por medio de la prueba de Tau_b de Kendall, dado que el valor de significancia resultó ser inferior a 0.05, lo que lleva a la aceptación de la hipótesis alterna, además, para evaluar el nivel de incidencia entre las unidades de estudio, se consideró el coeficiente de correlación, obteniendo un valor de (0.665), lo que indica una incidencia positiva de magnitud moderada, por lo que es importante los comerciantes tengan conocimiento acerca de las posibles sanciones tributarias que puedan tener por no cumplir con sus obligaciones tributarias.

RECOMENDACIONES

1. La Administración Tributaria dentro de su política institucional debe implementar mecanismos para la implementación de capacitaciones segmentadas por nivel de conocimiento, respecto a la educación, acciones administrativas y medidas preventivas de los contribuyentes; el mismo, que permitiera mejorar la sostenibilidad de la cultura tributaria, en las pequeñas y micro empresas; toda vez, que es válido el conocimiento de las obligaciones tributarias para un resultado de recaudación más eficiente.
2. La Administración Tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias eficientes debe sensibilizar a los contribuyentes respecto a la conciencia tributaria; toda vez, que su incidencia es significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias al ser este un componente fundamental para cambiar la percepción y comportamiento de los contribuyentes.
3. La Administración Tributaria debe emprender acciones inmediatas, mediante estrategias tributarias, que permitan desarrollar campañas de sensibilización, mejoras en la comunicación, capacitaciones, orientaciones y la implementación de inspecciones continuas de forma preventiva para revertir la tendencia negativa en la recaudación tributaria.
4. Se recomienda que los empresarios fortalezcan su cultura tributaria, conciencia tributaria y estrategias tributarias para cumplir correctamente con sus obligaciones fiscales, el cual permitiera evitar sanciones tributarias, por lo que es importante que los contribuyentes tengan conocimiento acerca de las posibles sanciones tributarias que puedan tener por no cumplir correctamente con sus obligaciones tributarias.

BIBLIOGRÁFICAS

- Roldán, P. N. (2019). *economipedia.com*. Obtenido de *economipedia.com*:
<https://economipedia.com/definiciones/multa.html>
- Arias Mandujano, R. W., & Orihuela Ninahuaman, S. G. (2022). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los Microempresarios del Sector de Prendas de Vestir del Mercado Modelo de Huancayo 2021*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96009/Arias_MRW-Orihuela_NS-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Arizaga Veintimilla, C. E. (2020). “*Cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de sus obligaciones en el sector informal de la ciudad de Loja*”. Ecuador - Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Avalos Carhuamaca, K. J., & Loyola Davila, J. A. (2019). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Chaupimarca - 2018*. Cerro de Pasco - Perú: Universidad Nacional Daniel Alcides Carrion.
- Batallanos Polanco, J., Rodriguez Jurado, M. R., & Torres Moreno, C. M. (2018). “*Revisión De Los Factores Que Intervienen En La Cultura Tributaria De Los Contribuyentes En La Region Cusco*”. Cusco: Neumann Business School. Obtenido de
https://repositorio.epnewman.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12892/101/TRABAJO%20DE%20INVEST_MDE_BATALLANOS_RODRIGUEZ_TORRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bobadilla Guerrero, F. Y., & Urquía Hoyos, E. K. (2020). “*Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los contribuyentes del régimen especial de renta del mercado minorista Ucayali*”. Perú: Universidad Peruana Unión.
- Calameo. (2019). *Uned*. Obtenido de <https://www.uned.ac>.
- Carrasco, S. (2019). *Metodologia de la Investigacion Cientifica* (Vol. 2da Edicion). Lima Peru: San Marcos. Obtenido de
https://www.academia.edu/26909781/Metodologia_de_La_Investigacion_Cientifica_Carrasco_Diaz_1
- Castro Garzón, L. A., & Torralba Marín, K. Y. (2020). *La Cultura Tributaria como Factor Primario de la Responsabilidad Fiscal en Negocios Multinivel y Comerciantes de Barrio en Bogotá*. Bogotá:

- https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/3176/Castro_Torralba_2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y.
- Chávez Gonzales, M. (06 de Enero de 2016). *Conexionesam*. Obtenido de Conexionesam: www.esam.edu.pe
- Condorhuanca Catunta, G. (2021). *Cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los hoteles turísticos de Machupicchu - Cusco, 2020*. Cusco: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63493/Condorhuanca_CG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Donoso Sánchez, A. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/libros-contables.html>
- Gaber, S., & Grueyski, I. (2017). *The Influence of Tax Culture in Improving the Tax Compliance*. Krste Misirkov.
- García Torres, G. L. (2017). *Impacto de la falta de cultura tributaria de contribuyentes en el recreo*. Guayaquil-Ecuador: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19982/1/TESIS%20IMPACTO%20DE%20LA%20FALTA%20DE%20CULTURA%20TRIBUTARIA%20DE%20CONTRIBUY.pdf>.
- García, J. (Junio de 13 de 2017). Elevemos La cultura Tributaria en el Perú. *Noticias UCH en medios*.
- Gerencie. (2019). Obtenido de <https://www.gerencie.com/diferencia-entre-obligacion-sustancial-y-formal.html>
- Gerencie. (29 de Agosto de 2022). *gerencie*. Obtenido de [gerencie.com: https://www.gerencie.com/sanciones-tributarias.html](https://www.gerencie.com/sanciones-tributarias.html)
- Gerencie. (22 de Agosto de 2022). *gerencie*. Obtenido de [gerencie.com: https://www.gerencie.com/obligaciones-tributarias-formales.html](https://www.gerencie.com/obligaciones-tributarias-formales.html)
- Gilcondeasociados. (28 de Setiembre de 2021). *gilcondeasociados*. Obtenido de [gilcondeasociados.bibusite.com: https://gilcondeasociados.bibusite.com/2021/09/28/que-es-una-estrategia-fiscal/](https://gilcondeasociados.bibusite.com/2021/09/28/que-es-una-estrategia-fiscal/)
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación 6TA Edición*. Mexico: MCGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Huamani Alonso, L. Z. (2019). *Influencia de la cultura tributaria de los principales contribuyentes afectos al régimen general de renta en el cumplimiento tributario del*

- impuesto general a las ventas, del departamento del cusco, 2017*. Cusco: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Obtenido de <https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4797/253T20191186.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Llacolla Champi, R. T., & Sinchi Echami, N. (2019). *Estudio de la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial Señor de Torrechayoc-Urubamba-201*. Cusco: Universidad Peruana Austral. Obtenido de <http://190.232.151.170/bitstream/handle/UAUSTRAL/42/2018%20CONTABILIDAD%20-%20LLACOLLA%20Y%20SINCHI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lopez Cabia, D. (13 de Setiembre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/obligacion-tributaria.html>
- Mamani, P., Susy, A., Pariapaza Rumiche, M. d., & Torres Serrano, J. C. (2021). *Control interno y cuentas por cobrar en la empresa Metrocomunicaciones SAC*. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1150>
- Mestas Monteagudo, F. K. (2017). “*Nivel de cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca periodo 2015*”. Puno- Perú: Universidad nacional de Antiplano .
- Montano , J. (2019). Obtenido de <https://www.lifeder.com/cultura-tributaria/>
- Muñoz Muñiz, A. A., & Zárate Quinde, J. E. (2018). “*Evaluación del nivel de cultura tributaria de los comerciantes minoristas en el cantón Bucay, provincia del Guayas*”. Ecuador - Guayaquil: Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil.
- Onofre Zapata, R. F., Aguirre Rodriguez, C., & Murillo-Torres, K. (2017). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos. *Dialnet*, 3-23. Obtenido de <file:///C:/Users/Pc/Downloads/Dialnet-LaCulturaTributariaYSuIncidenciaEnLaRecaudacionDeL-6326643.pdf>
- Panta , O. (2018). Obtenido de <https://elblogdelcontador.com/infraccion-y-sancion-tributaria/>
- Panteleiev , N. M. (2018). Tax Culture of Employees of the Enterprise. *Research Gate*. doi:doi: 10.31767/nasoa.4.2018.06
- Pedrosa, S. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/pago.html>

- Ríos Duran, J. J. (2018). *Cultura Tributaria Y Su Incidencia En El Cumplimiento De Rentas De Primera Categoría En Los Comerciantes Del Centro Comercial El Molino I De La Ciudad Del Cusco - 2017*. Cusco: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5379/R%c3%ados%20Duran%2c%20Javier%20Jes%c3%bas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rosales Falcón, F. V., & Cordova Flores, J. M. (2020). “*Programa de difusión tributaria SUNAT y su Incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes provincia Barranca 2018*”. Barranca - Perú: Universidad Nacional de Barranca.
- Simba Falcon, G. A., & Salazar, R. (2018). *La Capacitación al Personal de ventas y su incidencia en la Atención al Cliente del Comercial Lascano Sánchez en la ciudad de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/8054>
- Soscia. (2 de Agosto de 2023). *soscia.pe*. Obtenido de *soscia*: <https://soscia.pe/Consultas/como-estructurar-estrategia-tributaria-integral-peru/>
- SUNAT. (2018). *Fraccionamiento de deudas*. Obtenido de Fraccionamiento de deudas: <https://emprender.sunat.gob.pe/tributando/declaro-pago/fraccionamiento-deudas>
- SUNAT. (11 de SETIEMBRE de 2019). *Portal de la SUNAT*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro1/libro.pdf>
- SUNAT. (27 de 10 de 2021). *sunat.go*. Obtenido de <http://www2.sunat.gob.pe/pdt/index.htm>
- Tene Pucha, T. E. (2019). “*Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja*”. Loja - Ecuador: Universidad Nacional de Loja.
- Urquijo Garcia, J. (2018). *La Remuneracion Del Trabajo*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=m7ZKTMMtYZ8C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

ANEXOS

ANEXO I. MATRIZ DE CONSISTENCIA

La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchon del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
¿Cómo la cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022?	Describir la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.	La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.	Variable 01 Cultura Tributaria Dimensiones	Enfoque Cuantitativo Tipo Básico-aplicado Nivel Descriptivo Correlacional Diseño No experimental Corte: trasversal
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Cómo la conciencia tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022?	Describir la incidencia de la conciencia tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.	La conciencia tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.	Conciencia Tributaria Estrategias tributarias Sanciones tributarias Variable 02 Obligaciones Tributarias Dimensiones	Población los empresarios del mercado Vinocanchon 6. Técnica Encuesta 7. Instrumento Cuestionario 8. Análisis de datos Spss v27 – Excel
¿Cómo las estrategias tributarias inciden en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022?	Describir la incidencia de las estrategias tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.	Las estrategias tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.	Obligaciones Sustanciales Obligaciones formales	
¿Cómo las sanciones tributarias inciden en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022?	Describir la incidencia de las sanciones tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.	Las sanciones tributarias inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022.		

ANEXO II. MATRIZ OPERACIONAL

La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchon del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Cultura tributaria	García (2017) Define la cultura tributaria como una serie de conductas que la población asume respecto al pago de tributos en un país, la cultura tributaria se basa en los principios de prudencia, confianza donde todo ciudadano expresa el cumplimiento adecuado de su deberes y obligaciones que impliquen un carácter tributario.	García (2017) Define la cultura tributaria como una serie de conductas que la población asume respecto al pago de tributos en un país, la cultura tributaria se basa en los principios de prudencia, confianza donde todo ciudadano expresa el cumplimiento adecuado de su deberes y obligaciones que impliquen un carácter tributario.	Conciencia tributaria	Conocimientos tributarios Destino del tributo Educación tributaria
			Estrategias tributarias	Campañas de sensibilización Plan de comunicación Verificación Inspección
			Sanciones tributarias	Cierre Multa Comiso de mercaderías
Obligaciones tributarias	Calameo (2019) Señala que las obligaciones tributarias son 2 la primera son las obligaciones tributarias sustanciales que hacen referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto, y las obligaciones tributarias formales hacen referencia al procedimiento que se debe seguir para cumplir con la obligación sustancial de pagar el tributo.	Calameo (2019) Señala que las obligaciones tributarias son 2 la primera son las obligaciones tributarias sustanciales que hacen referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto, y las obligaciones tributarias formales hacen referencia al procedimiento que se debe seguir para cumplir con la obligación sustancial de pagar el tributo.	Obligaciones formales	Actualización de información Comprobantes de pago Libros de contabilidad Declaraciones informativas Declaraciones determinativas
			Obligaciones sustanciales	Pago de tributos Fraccionamiento Aplazamiento Infracciones Sanciones

ANEXO III. MATRIZ INSTRUMENTAL RELACIONADO CON LA CULTURA TRIBUTARIA

La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchon del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022

Variable 01	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Cultura tributaria	Conciencia Tributaria	Conocimientos tributarios	¿Considera usted que los conocimientos tributarios que poseen los comerciantes son suficientes para que puedan cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias?
		Destino del tributo	¿Considera usted que es importante que los comerciantes tengan conocimiento acerca del destino del pago de sus tributos?
		Educación tributaria	¿Considera usted que para mejorar la conciencia tributaria es importante impulsar la educación tributaria?
	Estrategias tributarias	Campañas de sensibilización	¿Considera usted que las campañas de sensibilización efectuadas por la administración tributaria son adecuadas? ¿En su opinión el plan de comunicación implementado por la SUNAT para dar información a los empresarios respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias es el adecuado?
		Plan de comunicación	¿Considera usted que las estrategias de verificación impulsado por la administración tributaria son efectivos?
		Verificación	¿Considera usted que las estrategias de inspección impulsado por la administración tributaria son efectivos?
		Inspección	
	Sanciones tributarias	Cierre	¿Cree usted que los comerciantes tienen conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el cierre temporal que pueden incurrir con sus obligaciones tributarias?
		Multa	¿Considera usted que para evitar cualquier tipo de multa es esencial que se realicen las declaraciones y pagos en las fechas establecidas?
		Comiso de mercaderías	¿Cree usted que los comerciantes tienen conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el comiso de mercadería que pueden incurrir con sus obligaciones tributarias?

ANEXO IV. MATRIZ INSTRUMENTAL RELACIONADO CON LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los contribuyentes del mercado Vinocanchon del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco, periodo 2022

Variable 02	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Obligaciones tributarias	Obligaciones formales	Actualización de información	¿Cree usted que como parte del cumplimiento de sus obligaciones tributarias está el inscribir y actualizar el RUC en la plataforma de la SUNAT?
		Comprobantes de pago	¿Considera usted que la emisión y entrega de comprobantes de pago es importante para fortalecer su cultura tributaria?
		Libros de contabilidad	¿Considera usted que es importante el contar con los registros y libros contables actualizados?
		Declaraciones informativas	¿En su opinión es importante que las declaraciones informativas realizadas por los empresarios acerca de sus actividades comerciales deben realizarse en los plazos establecidos?
		Declaraciones determinativas	¿En su opinión es importante que las declaraciones determinativas realizadas por los empresarios acerca de sus actividades comerciales deben realizarse en los plazos establecidos?
	Obligaciones sustanciales	Pago de tributos	¿Considera usted que es importante cumplir con el pago de sus tributos en las fechas establecidas?
		Fraccionamiento	¿En su opinión el conocimiento con el que cuentan los empresarios para acceder al fraccionamiento de la deuda tributaria es adecuado?
		Aplazamiento	¿En su opinión el conocimiento con el que cuentan los empresarios para acceder al aplazamiento de la deuda tributaria es adecuado?
		Infracciones	¿Las estrategias tributarias impulsadas por la SUNAT para informar a los comerciantes acerca de las infracciones tributarias por no cumplir con el pago de sus tributos es adecuado?
		Sanciones	¿Considera usted que es importante que la administración tributaria dé a conocer las posibles sanciones en el que pueden incurrir por lo cumplir con sus obligaciones tributarias?

ANEXO IV. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS TIPO

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información referida a: “**Elusión tributaria y el crecimiento empresarial de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchon del distrito de San Jerónimo, 2021**”; para lo cual solicitamos responder con la mayor sinceridad del caso.

Escala valorativa					
1	2	3	4	5	
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	

Nº	Ítems	Escala				
1	¿Considera usted que los conocimientos tributarios que poseen los comerciantes son suficientes para que puedan cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias?	1	2	3	4	5
2	¿Considera usted que es importante que los comerciantes tengan conocimiento acerca del destino del pago de sus tributos?	1	2	3	4	5
3	¿Considera usted que para mejorar la conciencia tributaria es importante impulsar la educación tributaria?	1	2	3	4	5
4	¿Considera usted que las campañas de sensibilización efectuadas por la administración tributaria son adecuadas?	1	2	3	4	5
5	¿En su opinión el plan de comunicación implementado por la SUNAT para dar información a los empresarios respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias es el adecuado?	1	2	3	4	5
6	¿Considera usted que las estrategias de verificación impulsado por la administración tributaria son efectivos?	1	2	3	4	5
7	¿Considera usted que las estrategias de inspección impulsado por la administración tributaria son efectivos?	1	2	3	4	5
8	¿Cree usted que los comerciantes tienen conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el cierre temporal que pueden incurrir con sus obligaciones tributarias?	1	2	3	4	5
9	¿Considera usted que para evitar cualquier tipo de multa es esencial que se realicen las declaraciones y pagos en las fechas establecidas?	1	2	3	4	5
10	¿Cree usted que los comerciantes tienen conocimiento de las posibles sanciones tributarias como el comiso de mercadería que pueden incurrir con sus obligaciones tributarias?	1	2	3	4	5
11	¿Cree usted que como parte del cumplimiento de sus obligaciones tributarias está el inscribir y actualizar el RUC en la plataforma de la SUNAT?	1	2	3	4	5
12	¿Considera usted que la emisión y entrega de comprobantes de pago es importante para fortalecer su cultura tributaria?	1	2	3	4	5
13	¿Considera usted que es importante el contar con los registros y libros contables actualizados?	1	2	3	4	5

14	¿En su opinión es importante que las declaraciones informativas realizadas por los empresarios acerca de sus actividades comerciales deben realizarse en los plazos establecidos?	1	2	3	4	5
15	¿En su opinión es importante que las declaraciones determinativas realizadas por los empresarios acerca de sus actividades comerciales deben realizarse en los plazos establecidos?	1	2	3	4	5
16	¿Considera usted que es importante cumplir con el pago de sus tributos en las fechas establecidas?	1	2	3	4	5
17	¿En su opinión el conocimiento con el que cuentan los empresarios para acceder al fraccionamiento de la deuda tributaria es adecuado?	1	2	3	4	5
18	¿En su opinión el conocimiento con el que cuentan los empresarios para acceder al aplazamiento de la deuda tributaria es adecuado?	1	2	3	4	5
19	¿Las estrategias tributarias impulsadas por la SUNAT para informar a los comerciantes acerca de las infracciones tributarias por no cumplir con el pago de sus tributos es adecuado	1	2	3	4	5
20	¿Considera usted que es importante que la administración tributaria dé a conocer las posibles sanciones en el que pueden incurrir por lo cumplir con sus obligaciones tributarias?	1	2	3	4	5

Gracias

ANEXO V. BASE DE DATOS DE LA ENCUESTA

Nº	Cultura tributaria										Obligaciones tributarias									
	Conciencia tributaria			Estrategias tributarias				Sanciones tributarias			Obligaciones sustanciales					Obligaciones formales				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	4	3	3	5	4	4	3	5	5	4	2	5	2	4	4	4	4	2	4
2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	5	2	4	4	4	4	2	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	3	5	2	3	2
5	2	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	5	3	4	4	4	2	3	2
6	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2
7	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
8	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	1	2	4	4	4	4	2	4
9	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
10	2	4	3	4	2	4	4	2	2	4	1	2	4	2	4	4	4	4	2	4
11	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	5	4	3	3	2	5	4
12	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	2
13	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	3
14	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	2	2	4	2	4	2	2	3
15	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	2	3	3	4	2	2
16	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	1	3	2	3	2	3
17	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3
18	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
19	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	2	3	4	4	3	2	4
20	4	4	2	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3	2	3	3	4
21	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	2	3	2
22	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	4	2	4	4	1	2
23	4	3	4	2	4	2	2	2	4	3	2	5	4	2	2	4	4	4	2	3
24	2	4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	2	3
25	2	2	3	2	2	4	4	5	2	3	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3

26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	4	4	3	4	3	3
27	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3
28	4	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4
29	2	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4
30	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
31	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	2	5	4
32	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	2
33	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	3
34	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2	4	2	4	2	2	3
35	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	4	2	2
36	5	4	3	3	5	4	4	3	5	5	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4
37	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	4	4	4	5	4
39	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	2	3	2
40	5	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2
41	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2
42	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3
43	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	2
44	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	3
45	2	4	3	5	2	4	4	2	2	4	1	2	4	2	4	4	4	4	2	3
46	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
47	5	4	3	4	4	3	3	3	2	2	4	4	2	3	3	4	4	2	3	2
48	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	1	4	2	4	4	1	2
49	4	3	4	5	4	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	4	2	4	2	3
50	4	4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	2	3	2	4	4	3	4	2	3
51	2	2	3	2	2	4	4	5	2	3	4	2	3	2	3	4	2	4	2	3
52	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
53	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3
54	4	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4
55	2	3	3	4	5	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4

ANEXO VI. REPORTE DEL SPSS

base de datos - UNSAAC - CT Y OT 12.01.24.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos																											
Visible: 27 de 27 variables																											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	v1	v2	d1	d2	d3	d4	d5
1	5	4	3	3	5	4	4	3	5	5	4	2	5	2	4	4	4	4	2	4	3	2	2	2	3	2	3
2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	5	2	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	3	5	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2
5	2	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	5	3	4	4	4	2	3	2	2	2	1	2	2	3	2
6	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1
7	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3
8	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	1	2	4	4	4	4	2	4	2	1	2	2	2	1	3
9	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	2	2	2	2	2	2	3
10	2	4	3	4	2	4	4	2	2	4	1	2	4	2	4	4	4	4	2	4	1	2	1	2	1	1	3
11	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	5	4	3	3	2	5	4	3	3	2	3	3	3	2
12	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	2	1	2	1	2	2	2	2
13	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	3	1	1	1	2	1	2	1
14	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	2	2	4	2	4	2	2	3	1	1	2	2	1	1	1
15	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	2	3	3	4	2	2	1	1	2	1	1	1	1
16	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	1	3	2	3	2	3	1	1	1	1	2	1	1
17	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2
18	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3
19	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	2	3	4	3	2	4	2	2	1	2	3	2	2
20	4	4	2	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2
21	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2
22	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	4	2	4	4	1	2	2	1	2	2	2	1	1
23	4	3	4	2	4	2	2	2	4	3	2	5	4	2	2	4	4	4	2	3	1	2	2	1	2	2	2
24	2	4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	2	3	1	2	1	2	1	1	2
25	2	2	3	2	2	4	4	5	2	3	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3	1	2	1	1	2	2	2
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	3	1	2
27	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2
28	4	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4	2	2	2	1	2	2	1
29	2	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	1	1	1	2	1	1	2
30	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3
31	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	2	5	4	3	3	2	3	3	3	2
32	2	3	4	4	2	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	3	4	4	2	1	2	1	2	2	2	2
33	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	3	1	1	1	2	1	2	1
34	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2	4	2	4	2	2	3	1	1	2	2	1	1	1
35	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	4	2	2	1	1	2	1	1	1	1
36	5	4	3	3	5	4	4	3	5	5	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	3	2	2	2	3	2	3
37	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	1	3
Vista de datos Vista de variables																											
Área de información																											
IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON																											
11:39 12/01/2024																											

ANEXO VII. REPORTE DE PERSONAS ENCUESTADAS

Nº DE ENCUESTADO	SECTOR	PABELLON	STAND	APELLIDOS Y NOMBRES	M2
ENCUESTADO 1	MAYORISTA	A	1	Arenas Taipe Ceferina	9
ENCUESTADO 2	MAYORISTA	A	3	Quispe Letona Riene	15
ENCUESTADO 3	MAYORISTA	A	7	Ccasa Chacon Juana	12
ENCUESTADO 4	MAYORISTA	A	10	Salas Fernandez Doris	12
ENCUESTADO 5	MAYORISTA	A	11	Ñahui Cuela Hector	12
ENCUESTADO 6	MAYORISTA	A	12	Paucar Tapara Tomasa	9
ENCUESTADO 7	MAYORISTA	A	18	Quispe Huaman Mirian Yovana	9
ENCUESTADO 8	MAYORISTA	B	1	Quispe Benavides Jackelyn	15
ENCUESTADO 9	MAYORISTA	B	2	Benavides Yañez Aquelina	15
ENCUESTADO 10	MAYORISTA	B	5	Cavero Daza Washington	15
ENCUESTADO 11	MAYORISTA	B	6	Daza Miranda Andrea	15
ENCUESTADO 12	MAYORISTA	B	8	Valencia Valencia Sandra	15
ENCUESTADO 13	MAYORISTA	B	10	Valencia Gimenez Eugenia	12
ENCUESTADO 14	MAYORISTA	B	11	Quispe Fernandez Julia	9

ENCUESTADO 15	MAYORISTA	B	12	Apaza Ochoa Agustina	9
ENCUESTADO 16	MAYORISTA	B	14	Mamani Apaza Elizabeth	9
ENCUESTADO 17	MAYORISTA	B	16	Camala Laura Giovanna	9
ENCUESTADO 18	MAYORISTA	B	17	Huillca Huisa Teresa	9
ENCUESTADO 19	MAYORISTA	B	20	Jimenez Sanchez Maria Jesus	9
ENCUESTADO 20	MAYORISTA	B	22	Choquemamani Quispe Luz Marina	6.2
ENCUESTADO 21	MAYORISTA	C	1	Quispe arapa Marlina	15
ENCUESTADO 22	MAYORISTA	C	3	Quispe de sicos Felicitas	15
ENCUESTADO 23	MAYORISTA	C	7	Flores Jaillita Josefa	15
ENCUESTADO 24	MAYORISTA	C	8	Huaman Torres Mercedes	15
ENCUESTADO 25	MAYORISTA	C	13	Condori Sanac Melquiades	9
ENCUESTADO 26	MAYORISTA	C	14	Cordero Mendoza Natividad	9
ENCUESTADO 27	MAYORISTA	C	16	Huaman Rojas Maria	9
ENCUESTADO 28	MAYORISTA	C	17	Ccoscco Aroni Robertina	9
ENCUESTADO 29	MAYORISTA	C	19	Mamani Zarate Nicanor	9
ENCUESTADO 30	MAYORISTA	D	3	Chavez Huanto Flora Maruja	15

ENCUESTADO 31	MAYORISTA	D	4	Chile Ocros Emperatriz	15
ENCUESTADO 32	MAYORISTA	D	9	Amau Calvo Lisbeth	12
ENCUESTADO 33	MAYORISTA	D	12	Huambo Quispe Marleni	9
ENCUESTADO 34	MAYORISTA	D	13	Yupanqui Cusihuaman Maritza	9
ENCUESTADO 35	MAYORISTA	D	17	Concha Ccorihuaman Rosa	9
ENCUESTADO 36	MAYORISTA	D	21	Espinoza De Quispe Rosa	12
ENCUESTADO 37	MAYORISTA	D	24	Gongora De Calderon Salome	6.8
ENCUESTADO 38	MAYORISTA	E	2	Apaza Lacuta Dionicio	15
ENCUESTADO 39	MAYORISTA	E	3	Gamarra Paucar Adela Lucrecia	15
ENCUESTADO 40	MAYORISTA	E	9	Caceres Quispe Hilda	12
ENCUESTADO 41	MAYORISTA	E	13	Ariza Corrales Genaro	9
ENCUESTADO 42	MAYORISTA	E	17	Aragon Olivos Yannet Rocio	9
ENCUESTADO 43	MAYORISTA	E	18	Quispe Quillahuaman Adelaida	12
ENCUESTADO 44	MAYORISTA	E	21	Apaza Delgado Valentina	9
ENCUESTADO 45	MAYORISTA	F	2	Baca Chacon Jose Alan	15
ENCUESTADO 46	MAYORISTA	F	3	Tapia Chilo Mario	15

ENCUESTADO 47	MAYORISTA	F	8	Huanca Percca Willian	15
ENCUESTADO 48	MAYORISTA	F	12	Alagon Santoyo Marleny	15
ENCUESTADO 49	MAYORISTA	F	16	Huanca Cutipa Martha	12
ENCUESTADO 50	MAYORISTA	F	17	Romoacca Huaman Luz Marina	12
ENCUESTADO 51	MAYORISTA	F	20	Bocangel Rodriguez Antonia	9
ENCUESTADO 52	MAYORISTA	G	2	Paucar Tito Lourdes Pilar	15
ENCUESTADO 53	MAYORISTA	G	6	Nuñoncca Laura Hilda	15
ENCUESTADO 54	MAYORISTA	G	11	Choquepuma de Huillca Natividad	15
ENCUESTADO 55	MAYORISTA	G	15	Quispe Garcia Judith	12