

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

“La cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica, 2024”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR: Pickman Gutiérrez, Juan Luis

ASESORA: Espinoza Chávez, Lucy Janet

HUÁNUCO – PERÚ

2025

U

D

H

**TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional ()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión de la teoría contable

AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias Sociales

Sub área: Economía y Negocios

Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Contador Público

Código del Programa: P12

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 40940296

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 22507319

Grado/Título: Maestra en ciencias contables con mención en: "Auditoría y Tributación"

Código ORCID: 0000-0001-9096-3967

DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Toledo Martínez, Juan Daniel	Maestro en ciencias administrativas con mención en: "Gestión pública"	22510018	0000-0003-2906-9469
2	De la Cruz Ramos, Ross Mery	Maestro en tributación	46270666	0000-0001-9445-0456
3	Borja Bruno, Denisse Verenisse	Maestro en banca y finanzas	45442599	0000-0002-5601-8723



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **15:00 horas del día 12 del mes de diciembre del año 2025**, en el Auditorio "San Juan Pablo II" de la Facultad de Ciencias Empresariales, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtro. Juan Daniel Toledo Martínez	(Presidente)
Mtra. Ross Mery de la Cruz Ramos	(Secretaria)
Mtra. Denisse Verenisse Borja Bruno	(Vocal)

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N° 2154-2025-D-FCOMP-UDH**, para evaluar la Tesis intitulada: **"LA CULTURA TRIBUTARIA Y LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DE VENTA DE ABARROTÉS DEL MERCADO MODELO DE LA CIUDAD DE ICA, 2024"**; presentada por el Bachiller, **PICKMAN GUTIERREZ, Juan Luis**; para optar el **título Profesional de Contador Público**.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo APROBADO con el calificativo cuantitativo de 16 - DIECISEN y cualitativo de BUENO (Art.47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las 16:00 horas del día **12 del mes de diciembre del año 2025**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mg. Juan Daniel Toledo Martínez
DNI: 22510018
Código ORCID: 0000-0003-2906-9469
PRESIDENTE



Mtra. Ross Mery de la Cruz Ramos
DNI: 46270666
Código ORCID: 0000-0001-9445-0456
SECRETARIA



Mtra. Denisse Verenisse Borja Bruno
DNI: 45442599
Código ORCID: 0000-0002-5601-8723
VOCAL



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación del estudiante: JUAN LUIS PICKMAN GUTIÉRREZ, de la investigación titulada "LA CULTURA TRIBUTARIA Y LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DE VENTA DE ABARROTES DEL MERCADO MODELO DE LA CIUDAD DE ICA, 2024", con asesor(a) LUCY JANET ESPINOZA CHÁVEZ, designado(a) mediante documento: RESOLUCIÓN N° 2142-2023-D-FCOMP-PACF-UDH del P. A. de CONTABILIDAD Y FINANZAS.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 24 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 10 de noviembre de 2025



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

51. Pickman Gutiérrez Juan Luis.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	distancia.udh.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	es.scribd.com Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	1%



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

DEDICATORIA

A mis queridos padres, Lucía Hilda y Juan Luis, por su invaluable apoyo moral, por guiarme y alentarme en todo momento de mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi mayor gratitud a la Mg. Lucy Janet Espinoza Chávez, por su constante y cuidadoso asesoramiento, quien me ha guiado a través de todo el diseño y desarrollo de esta pesquisa.

A los negociantes de venta de abacerías del mercado Modelo de Ica, por facilitarme en la aplicación de la encuesta; y de esta manera hacer posible el presente trabajo de investigación.

Finalmente, a todos los docentes y profesionales de la Escuela de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco que de alguna manera me guiaron durante la elaboración de la presente investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPÍTULO I.....	11
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	11
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2.1. PROBLEMA GENERAL:	13
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS:	13
1.3. OBJETIVO GENERAL.....	13
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	14
1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	14
1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	14
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
CAPÍTULO II.....	17
MARCO TEÓRICO	17
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	17
2.2. BASES TEÓRICAS	22
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES	34
2.4. HIPÓTESIS.....	36
2.5. VARIABLES.....	37
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	38
CAPÍTULO III.....	39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	39

3.1.1. ENFOQUE.....	39
3.1.2. ALCANCE O NIVEL	39
3.1.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	40
3.2.1. POBLACIÓN	40
3.2.2. MUESTRA.....	41
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ...	42
3.3.1. PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	42
3.3.2. PARA LA PRESENTACIÓN DE DATOS.....	43
3.3.3. PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	43
CAPÍTULO IV.....	44
RESULTADOS.....	44
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS	44
CAPÍTULO V.....	74
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	74
5.1. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	74
CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES.....	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	79
ANEXOS	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Regímenes tributarios.....	27
Tabla 2 Segmentación de los vendedores en el mercado Modelo de Ica....	40
Tabla 3 Criterios de inclusión y exclusión para determinar la muestra de estudio	41
Tabla 4 Validación del instrumento por juicio de expertos	43
Tabla 5 Actitudes tributarias en el mercado Modelo de la ciudad de Ica	44
Tabla 6 Valores tributarios en el mercado Modelo de la urbe de Ica	46
Tabla 7 Valorización de los tributos en el mercado Modelo de la urbe de Ica	48
Tabla 8 Normas tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica.....	50
Tabla 9 Regímenes tributarios en el mercado Modelo de la urbe de Ica	52
Tabla 10 Responsabilidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica	54
Tabla 11 Honestidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica	56
Tabla 12 Puntualidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica	58
Tabla 13 Inscripción en el RUC en el mercado Modelo de la urbe de Ica ...	60
Tabla 14 Comprobante de pago en el mercado Modelo de la ciudad de Ica.	62
Tabla 15 Libros contables en el mercado Modelo de la urbe de Ica.....	64
Tabla 16 Impuesto a la renta en el mercado Modelo de la urbe de Ica	66
Tabla 17 Impuesto general a las ventas en el mercado Modelo de la urbe de Ica.....	68
Tabla 18 Infracciones tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica..	70
Tabla 19 Sanciones tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Actitudes tributarias en el mercado Modelo de la ciudad de Ica	44
Figura 2 Valores tributarios en el mercado Modelo de la urbe de Ica	46
Figura 3 valorización de los tributos en el mercado Modelo de la urbe de Ica	48
Figura 4 Normas tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica.....	50
Figura 5 Regímenes tributarios en el mercado Modelo de la urbe de Ica....	52
Figura 6 Responsabilidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica	54
Figura 7 Honestidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica.....	56
Figura 8 Puntualidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica	58
Figura 9 Inscripción en el RUC en el mercado Modelo de la urbe de Ica	60
Figura 10 Comprobante de pago en el mercado Modelo de la ciudad de Ica	62
Figura 11 Libros contables en el mercado Modelo de la urbe de Ica.....	64
Figura 12 Impuesto a la renta en el mercado Modelo de la urbe de Ica	66
Figura 13 Impuesto general a las ventas en el mercado Modelo de la urbe de Ica	68
Figura 14 Infracciones tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica.	70
Figura 15 Sanciones tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica ...	72

RESUMEN

Esta investigación analizó la cultura fiscal de los vendedores de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024, identificando una dualidad crítica: el 93% cumple formalidades como la inscripción en el RUC y emisión y entrega de comprobantes, pero el 56.7% evade impuestos al subdeclarar ingresos y el 73.3% desconoce sanciones tributarias. Mediante un enfoque cuantitativo-descriptivo, con encuestas a 30 comerciantes del régimen Nuevo RUS, se revela una cultura tributaria frágil, donde el cumplimiento se impulsa por coerción (76.7% paga por temor a multas), no por valores éticos o comprensión del impacto social de los impuestos.

El estudio contrasta estos hallazgos con teorías previas (Amasifuén, 2015; Ardiles, 2022), confirmando que la formalización administrativa no garantiza adhesión genuina a las obligaciones fiscales. Como conclusión, se propone un enfoque integral: Educación tributaria contextualizada con talleres en lenguas locales (español y quechua) y material didáctico simplificado. Transparencia activa, vinculando el pago de impuestos a mejoras visibles en el mercado. Simplificación tecnológica, mediante una plataforma digital para trámites del Nuevo RUS.

En síntesis, la solución radica en combinar educación, transparencia y accesibilidad, transformando el cumplimiento reactivo en uno basado en responsabilidad cívica, tal como recomiendan la OCDE (2023) y experiencias exitosas en contextos similares.

Palabras claves: Cultura tributaria, obligaciones tributarias, comerciantes de abarrotes, mercado Modelo de Ica, Nuevo RUS.

ABSTRACT

This research analyzed the tax culture among grocery sellers in the Model market in the city of Ica (2024), identifying a critical duality: 93% comply with formalities such as registration in the Single Taxpayer Registry (RUC) and issuing receipts, yet 56.7% evade taxes by underreporting income, and 73.3% are unaware of tax penalties. Using a quantitative-descriptive approach, with surveys of 30 merchants under the New Simplified Tax Regime (Nuevo RUS), the study reveals a fragile tax culture, where compliance is driven by coercion (76.7% pay out of fear of fines), not by ethical values or an understanding of the social impact of taxes.

The findings are contrasted with theories such as those of (Amasifuén, 2015; Ardiles, 2022), confirming that administrative formalization does not guarantee genuine adherence to tax obligations. As a conclusion, an integrated approach is proposed: Contextualized tax education through workshops in local languages (Spanish/Quechua) and simplified educational materials. Active transparency, linking tax payments to visible market improvements (e.g., infrastructure or security). Technological simplification, via a digital platform for Nuevo RUS procedures.

In summary, the solution lies in combining education, transparency, and accessibility, transforming reactive compliance into one rooted in civic responsibility, as recommended by the OECD (2023) and successful experiences in similar contexts.

Keywords: Tax culture, Tax obligations, grocery merchants, Model market of Ica, new RUS

INTRODUCCIÓN

La cultura tributaria en América Latina enfrenta un desafío persistente: la brecha entre el cumplimiento formal y la internalización de valores fiscales. En Perú, este fenómeno se manifiesta con particular intensidad en sectores comerciales informales, como los mercados tradicionales, donde coexisten altos niveles de desconfianza institucional y desconocimiento normativo. El presente estudio se centra en los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de Ica, 2024, con el propósito de analizar cómo se caracterizan su cultura tributaria y obligaciones fiscales, identificando las causas profundas de la evasión y proponiendo estrategias para fortalecer la responsabilidad fiscal. La investigación se dividió en cinco capítulos los cuales son los siguientes:

El Capítulo I, consigna la descripción del problema, formulación del problema, objetivo general y específicos, justificaciones, limitaciones y viabilidad de la investigación.

El Capítulo II, contiene el marco teórico, donde se hallan los antecedentes de la investigación, bases teóricas, definiciones conceptuales, las variables y la operacionalización de variables.

El Capítulo III, consigna la metodología de la investigación mostrando el tipo, el enfoque, el alcance, el diseño, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y procesamiento de la información.

El Capítulo IV, estipula los resultados mostrando el procesamiento de datos a través de tablas y figuras.

El Capítulo V, consigna la discusión de resultados, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos de la investigación.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En la ciudad de Ica, esta problemática es evidente en el proceder tributario de los vendedores del mercado Modelo, quienes, debido a condiciones económicas adversas y bajos ingresos, optan por la informalidad. Esto impacta negativamente en la recaudación fiscal y reduce los recursos destinados a la infraestructura y servicios públicos en la región. Desde la perspectiva de la obligación fiscal, los vendedores de Ica enfrentan dificultades en el cumplimiento de sus deberes fiscales, lo que se evidencia en tres dimensiones: las obligaciones formales, las obligaciones sustanciales e infracciones y las sanciones tributarias. En cuanto a las obligaciones formales, muchos comerciantes desconocen los procedimientos para estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), la emisión de boletas o facturas y la declaración de impuestos. Respecto a las obligaciones sustanciales, la falta de ingresos suficientes y la percepción de una carga tributaria elevada llevan a una omisión en el pago de impuestos. Finalmente, en lo que respecta a infracciones y sanciones tributarias, se observa una alta incidencia de incumplimientos que generan multas y penalidades, lo que desincentiva aún más la formalización y el acatamiento de las normativas fiscales.

Esta situación local forma parte de un fenómeno más amplio: la cultura tributaria en América Latina se caracteriza por una profunda desconfianza de la ciudadanía hacia la Administración Tributaria, a pesar de los esfuerzos de modernización (Barreix et al., 2023; OCDE, 2023). Esta desconfianza se origina por varios factores, como la falta de transparencia en los procesos y la utilización de los recursos recaudados, la corrupción y los malos manejos en los establecimientos fiscales. Además, la percepción de un sistema fiscal injusto, donde ciertos grupos evaden impuestos o se benefician de cargas fiscales desiguales, y la complejidad del sistema, que favorece a quienes pueden pagar asesoría, también contribuyen a este ambiente de desconfianza.

Estos elementos afectan directamente la correspondencia entre cultura tributaria y cumplimiento fiscal, especialmente en contextos donde la informalidad es elevada y el sistema no ofrece garantías claras ni incentivos visibles. Para Urquiza et al. (2024), la evasión fiscal en varios países de América Latina, incluyendo específicamente a Perú, México, Brasil y Colombia, tiene como causas principales la poca conciencia fiscal, la falta de educación sobre deberes fiscales y la carencia de estrategias educativas. La baja conciencia tributaria implica que muchos contribuyentes no comprenden la importancia de tributar ni los beneficios que ello conlleva. En el caso de la educación tributaria, la ausencia de programas efectivos de formación impide el desarrollo de valores tributarios sólidos, lo que refuerza la tolerancia social hacia la evasión. La falta de formación básica en deberes ciudadanos y tributarios ha sido identificada como un factor limitante en la cultura tributaria.

Estudios previos, como el de Montiel et al. (2020), identifican factores críticos que limitan la cultura fiscal en la región, tales como la corrupción (40.7%), el mal ejemplo de la clase dirigente (23%), la falta de formación básica en deberes ciudadanos y tributarios (16.7%), la complejidad del sistema tributario y las altas tasas impositivas (8.1%), y la desconfianza en las instituciones (5.2%). Esta desconfianza se manifiesta en una alta tolerancia social hacia la evasión fiscal, la cual no es vista como un acto negativamente valorado. La percepción generalizada de que el cumplimiento de las obligaciones fiscales no es un componente esencial del ejercicio de la ciudadanía refuerza esta actitud. En este sentido, los valores tributarios se ven afectados, ya que la falta de ejemplos positivos en la sociedad y la normalización de la evasión contribuyen a una actitud permisiva frente al incumplimiento de las normas fiscales. Esto impide el fortalecimiento de una cultura fiscal basada en la responsabilidad, honestidad y el compromiso ciudadano.

El Centro de Política y Administración Tributaria de la OCDE (2023) enfatiza que una recaudación adecuada es esencial para una gestión gubernamental eficiente. Sin embargo, a pesar del aumento de ingresos tributarios en América Latina en 2021, la evasión fiscal sigue siendo un problema, especialmente en sectores con altos niveles de informalidad.

Frente a esta situación, este informe de investigación, titulado “La cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica, 2024”, pretendió examinar cómo estuvo la cultura tributaria de estos vendedores y cómo estuvo el cumplimiento de sus deberes tributarios. Los resultados de esta investigación permitieron comprender mejor las razones que llevan a la evasión tributaria en este sector y servirán de referencia para futuras investigaciones en temas similares. Además, el estudio contribuirá a diseñar estrategias para promover una cultura tributaria más sólida que permita al Estado incrementar su recaudo y, consecuentemente, el mejoramiento de los servicios públicos en la región.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL:

¿Cómo se caracterizan la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del Mercado Modelo de la ciudad de Ica en 2024?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

- ¿Cómo se caracterizan la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del Mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024?
- ¿Cómo se caracterizan la educación tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del Mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024?
- ¿Cómo se caracterizan los valores tributarios y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024?

1.3. OBJETIVO GENERAL

Describir cómo se caracterizan la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar cómo se caracterizan la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024.
- Identificar cómo se caracterizan la educación tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024.
- Identificar cómo se caracterizan los valores tributarios y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Esta investigación resultó relevante porque aportó evidencia empírica sobre la cultura tributaria de los negociantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de Ica, abordando componentes como la conciencia fiscal, la educación fiscal y los valores ciudadanos. Aunque la literatura ha identificado estos factores como claves para el cumplimiento fiscal (Urquiza et al., 2024; Montiel et al., 2020), existe un vacío en estudios aplicados al nivel local, especialmente en poblaciones con alta informalidad. El estudio se sustenta en teorías de ciudadanía fiscal (Estévez y Esper, 2009), que resaltan la relación entre percepción institucional y comportamiento tributario.

1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Desde una perspectiva práctica, los resultados permiten diseñar estrategias de educación tributaria contextualizadas, como talleres accesibles, asesoría personalizada y materiales comprensibles, útiles para entidades como SUNAT y gobiernos locales. Estos aportes contribuyen a fortalecer la gestión tributaria y mejorar la recaudación en contextos urbanos vulnerables.

1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Se optó por un enfoque descriptivo para caracterizar con precisión las actitudes y conocimientos tributarios en una población poco

estudiada. El uso de encuestas permitió recoger información válida, basada en categorías teóricas reconocidas. Esta aproximación fue adecuada dada la escasa formalización del grupo objetivo y la necesidad de generar una línea base para futuras investigaciones explicativas o intervenciones formativas.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Esta pesquisa enfrentó diversas limitaciones que se clasifican en metodológicas, de acceso a la información y de cobertura poblacional:

Limitaciones metodológicas: El estudio se basó en encuestas a manera de instrumento principal de recolección de datos, lo que implicó el riesgo de sesgos de respuesta, especialmente en temas sensibles como las obligaciones tributarias. Algunos encuestados presentaron una baja disposición a brindar información fidedigna, lo cual pudo afectar la veracidad de los datos. Para mitigar estos efectos, se garantizó el anonimato de los participantes y se diseñó un instrumento validado por juicio de expertos, con preguntas claras y adaptadas al contexto local, reduciendo la posibilidad de respuestas evasivas o socialmente deseables.

Limitaciones de acceso a la información: Se identificó una carencia de fuentes oficiales actualizadas que permitieran contrastar directamente los niveles de cumplimiento tributario de los comerciantes del mercado Modelo. Esto limitó el alcance del análisis comparativo con registros institucionales, obligando a centrarse únicamente en los datos autodeclarados por los participantes.

Limitaciones de cobertura poblacional: El estudio se circunscribió exclusivamente a los negociantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de Ica acogidos al régimen tributario del Nuevo RUS, lo que impide la generalización de los resultados a otros sectores económicos, tipos de contribuyentes o mercados de la región.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Económica: La pesquisa fue factible económicamente, ya que se contó con los recursos humanos, materiales y financieros necesarios para su ejecución. Se dispuso de equipos básicos como computadora personal,

impresora y acceso a internet para el procesamiento de datos. Además, se utilizó software de ofimática gratuito para el diseño de encuestas y tabulación de resultados, lo que redujo costos operativos. Los desplazamientos al campo de estudio (Mercado Modelo de Ica) fueron posibles dentro del presupuesto personal del investigador, sin necesidad de financiamiento externo.

Personal: El desarrollo del estudio fue posible gracias a la formación académica previa del investigador en el campo de las ciencias sociales, con conocimientos específicos sobre cultura tributaria, informalidad y administración fiscal. Asimismo, se contó con experiencia en trabajos similares de investigación aplicada y con competencias en diseño de instrumentos de recolección de datos, lo que favoreció el manejo adecuado del proceso metodológico.

Técnica: Se emplearon herramientas tecnológicas accesibles y apropiadas para los fines del estudio, como encuestas autoadministradas y análisis estadístico descriptivo con hojas de cálculo. Los instrumentos fueron validados por juicio de expertos, lo que garantizó su pertinencia y confiabilidad.

Institucional: Se facilitó el acceso al Mercado Modelo de la ciudad de Ica gracias al contacto previo con representantes de los comerciantes y la disposición de varios de ellos a participar en el estudio. No se presentaron restricciones por parte de las autoridades locales, lo que permitió el desarrollo de las encuestas en el entorno real de trabajo de los participantes.

Temporal: La investigación se desarrolló dentro del marco de un cronograma previamente establecido, el cual permitió cumplir con cada etapa (revisión bibliográfica, diseño metodológico, recolección de datos, análisis e informe final) en los plazos previstos, sin retrasos significativos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. A NIVEL INTERNACIONAL

Pila (2022) en su trabajo de investigación: Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones en los sectores turísticos y hoteleros de la provincia de Cotopaxi; se planteó el objetivo de analizar el cumplimiento tributario por parte de los contribuyentes de los sectores turísticos y hoteleros de la provincia de Cotopaxi durante el año 2020 para medir el nivel de cultura fiscal que tienen. Metodológicamente se distingue el empleo del enfoque cuantitativo, nivel o alcance descriptivo correlacional, a modo de técnica empleó la encuesta y a modo de instrumento, el cuestionario. Concluye que: se determinó que la cultura fiscal influye significativamente en el cumplimiento de los deberes fiscales dentro de los sectores turístico y hotelero de la provincia de Cotopaxi. Esta conclusión se obtuvo a partir del contraste de hipótesis, donde al analizar las frecuencias y aplicar la prueba de chi cuadrado, se confirmó la validez de la hipótesis alterna. Los resultados evidencian que el cumplimiento sostenido de los deberes tributarios requiere fomentar conocimientos, valores y comportamientos coherentes con la realidad social y la normativa vigente. Dicho proceso debe iniciarse desde la educación tributaria, ya que esta contribuye a formar ciudadanos conscientes que, en el futuro, asumirán voluntariamente sus responsabilidades fiscales ante el Estado.

Ruiz y Segura (2021) en su trabajo de investigación titulado: Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de deberes formales y materiales de los microempresarios del Mercado Central de Alajuela, Costa Rica, durante el año 2021; tuvo como objetivo general: Demostrar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de deberes formales y materiales de los microempresarios del Mercado Central de Alajuela, a través de una investigación de los factores implícitos en el

ambiente de estos contribuyentes durante el 2021. Dentro de la metodología el enfoque empleado fue el cualitativo, el tipo de investigación fue explicativo-exploratorio, nivel correlacional, diseño de campo. La técnica fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Concluyó de esta manera: se observó que los microempresarios encuestados del Mercado Central de Alajuela tienen una amplia trayectoria en el desarrollo de sus actividades comerciales y, en su mayoría, se encuentran en una etapa de madurez. En cuanto a su nivel educativo, predominan los estudios de primaria y secundaria. No se identificaron diferencias significativas en el grado de cumplimiento tributario según el sexo, la edad, la formación académica o el tipo de actividad económica. En relación con la gestión de sus negocios, la mayoría opera como personas físicas, una característica común en este tipo de emprendimientos, que al ser menos complejos que las grandes empresas y estar bajo un solo propietario, no requieren conformar sociedades. Además, suelen contar con entre uno y tres trabajadores, perciben ingresos y realizan compras mensuales menores a un millón y medio de colones, y la gran mayoría fueron registrados en el régimen simplificado, lo cual resulta adecuado, ya que cumplen con las condiciones exigidas para pertenecer a dicho sistema tributario.

Castro y Torralba (2020) en su informe de pesquisa titulado: La cultura tributaria como factor primario de la responsabilidad fiscal en negocios multinivel y comerciantes de barrio en Bogotá, 2020; se planteó el objetivo de analizar los factores que influyen en la cultura tributaria de Bogotá por parte de los representantes de los negocios multinivel y comerciantes de barrio de las localidades de Kennedy y Bosa, a fin de entender la comprensión que tienen al presente sobre el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Metodológicamente considera el enfoque mixto, el tipo es definido como descriptivo con aspectos exploratorios. La encuesta fue usada como técnica y el cuestionario como instrumento. Concluye: los comerciantes de barrio y los representantes de negocios multinivel presentan un nivel limitado de conocimiento respecto a sus deberes fiscales y muestran escasa comprensión del entorno económico

en el que desarrollan sus actividades, así como de las obligaciones que estas conllevan. Además, se identificaron factores relevantes, entre ellos la percepción negativa sobre el uso que las entidades administradoras hacen de los recursos procedentes de los impuestos, considerando que no se reflejan adecuadamente en inversiones públicas. Asimismo, se evidenció que muchos de estos contribuyentes solo cumplen parcialmente con su deber tributario, ya que declaran sus impuestos, pero no efectúan el pago correspondiente. Esta situación los ubica en la categoría de morosos, lo que implica mayores costos para la administración local debido a los procesos de cobranza y a las gestiones que deben emprender las entidades fiscalizadoras para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

2.1.2. A NIVEL NACIONAL

Ordoñez y Quispe (2023) es su informe de pesquisa: Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Modelo Bagua Grande 2023. Propuso como objetivo: Determinar la relación de la cultura tributaria sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los 4 comerciantes del mercado modelo, Bagua Grande 2023. Este trabajo siguió la ruta metodológica siendo el enfoque cuantitativo, tipo correlacional, diseño no experimental y transversal, haciendo uso de la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Concluyó en lo siguiente: se identificó un 48,7% de correlación entre el nivel de cumplimiento de las obligaciones fiscales de los vendedores del mercado Modelo de Bagua Grande en 2023 y su cultura fiscal, lo que coincide con la hipótesis general planteada en la pesquisa. Además, se determinó que esta relación es estadísticamente significativa ($p = 0.000$), evidenciando que un incremento en la comprensión, la conciencia y las actitudes fiscales contribuye a mejorar el acatamiento de dichas obligaciones.

Ardiles (2022) presenta su tesis: Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes de abarrotes en el Mercado Mayorista de la ciudad de Lima Metropolitana – 2022. Propuso como objetivo el de determinar la relación entre cultura tributaria y obligaciones tributarias en

los comerciantes de abarrotes en el mercado mayorista de la ciudad de Lima Metropolitana, 2022. Siguió en la ruta cuantitativa, tipo aplicada y nivel o alcance correlacional. El diseño fue no experimental con corte transversal haciendo uso de la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Concluyó que: Se evidenció una significativa relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de los deberes tributarias en los vendedores de abacerías del mercado mayorista de Lima Metropolitana. El coeficiente de correlación de Spearman fue de 0,833, con un nivel de significancia de 0,01, mientras que el valor de R^2 alcanzó 0,745, indicando un alto grado de asociación entre ambas variables.

Chávez y Pineda (2022) presentaron su tesis: Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Mercado Modelo del distrito de Barranca, 2019. Tuvo a manera de objetivo general el de establecer la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el mercado modelo del distrito de Barranca, 2019. Este trabajo siguió la metodología con enfoque cuantitativo de tipo básico, nivel descriptivo correlacional, con diseño no experimental de corte transversal, haciendo uso de la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. En cuanto a sus conclusiones indican: se identificó que la mayoría de los vendedores del mercado Modelo del distrito de Barranca posee un nivel elevado de cultura fiscal (78,7%), y que un 21,3% presenta un nivel regular. En cuanto al cumplimiento de las responsabilidades tributarias, el 75% de los negociantes muestra un alto grado de cumplimiento y el 25% un nivel medio. Estos resultados indican que, a medida que acrecienta la cultura tributaria de los contribuyentes, también mejora su cumplimiento fiscal. Además, se comprobó una relación positiva y altamente significativa entre ambas variables, con un coeficiente de correlación elevado ($r = 0,677$), lo que confirma que un mayor conocimiento y conciencia fiscal se asocia claramente con un mejor acatamiento de las obligaciones fiscales.

2.1.3. A NIVEL LOCAL

Rosales (2021) en su informe final de investigación: La cultura tributaria y la formalización empresarial de los comerciantes del mercado

modelo de la ciudad de Huánuco 2021, para optar el título profesional de Contador público; tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la cultura tributaria en la formalización empresarial de los comerciantes del mercado Modelo Privado de la ciudad de Huánuco 2021. Es una tesis que hace uso del método cuantitativo, de tipo aplicada, el nivel descriptivo correlacional, el diseño no experimental, la técnica fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario. De acuerdo con los resultados del estudio, concluye: la cultura tributaria desempeña un papel fundamental en la formalización empresarial. Se evidenció una influencia positiva entre ambas variables en los negociantes del mercado Modelo privado de la ciudad de Huánuco durante el año 2021, al obtenerse un coeficiente de correlación de 0,543, lo que indica una relación positiva y de magnitud considerable.

Pecho (2021) en su informe final de investigación titulado La cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Mayorista de Jauja, 2021; planteó su objetivo general: determinar cómo la cultura tributaria se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Mayorista de Jauja, 2021. En cuanto a la metodología empleada fue la ruta cuantitativa, tipo aplicada con alcance o nivel descriptivo correlacional, el diseño no experimental transversal; empleando la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. En sus conclusiones afirma: se evidenció que la cultura tributaria se relaciona a nivel significativo con el cumplimiento de los deberes fiscales en el mercado Mayorista de Jauja durante el año 2021. Según los datos de la tabla 23, se obtuvo un factor de correlación de Spearman (r_s) de 0,657, considerado de nivel moderado, con una significancia estadística de $p \leq 0.000$. Esto demuestra una relación directa entre ambas variables. Los resultados resaltan la importancia de fomentar una sólida conciencia tributaria que motive a los contribuyentes a cumplir libremente con sus compromisos, así como la necesidad de promover la educación fiscal desde las instituciones educativas, fortaleciendo valores de responsabilidad, transparencia y compromiso ciudadano.

Godoy (2021) en su tesis: La cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en los establecimientos de hospedaje en el distrito de Huánuco 2021, para optar el título profesional de Contador público; tuvo como objetivo general: describir la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en los establecimientos de hospedaje del distrito de Huánuco 2021. Es una tesis que hace uso del método cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel correlacional, un diseño no experimental, la técnica encuesta y como instrumento un cuestionario. En sus conclusiones manifiesta: la presencia de una adecuada cultura tributaria guarda una relación positiva con el acatamiento de los deberes fiscales en los hospedajes del distrito de Huánuco. Según lo mostrado en la tabla N.º 23, el factor de correlación de Pearson alcanzó un valor de 0,887, lo que manifiesta una asociación significativa entre ambas variables y respalda la hipótesis general planteada en la investigación.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. CULTURA TRIBUTARIA

De acuerdo con Amasifuén (2015), la cultura tributaria puede entenderse como el conjunto de normas y comportamientos asumidos por una sociedad respecto al cumplimiento de sus deberes fiscales, lo cual influye directamente en el nivel de cumplimiento de estos. Generalmente, los países con mayor desarrollo presentan una cultura tributaria más sólida, caracterizada por una actitud más responsable frente a sus obligaciones fiscales. Esta cultura está influenciada por dos componentes: uno legal y otro ideológico. En cuanto al aspecto legal se refiere al riesgo perceptible de ser fiscalizado, sancionado o compelido por no cumplir con los tributos. Por otro lado, el componente ideológico está vinculado a la percepción de los ciudadanos respecto al uso adecuado de los recursos recaudados y a la satisfacción que genera saber que, al menos en parte, estos retornan a la población en forma de servicios públicos eficientes y aceptables.

Según Roca (2011), la cultura fiscal se entiende como el conocimiento disponible y accesible que tiene un país sobre los tributos;

además, comprende el conjunto de ideas, costumbres y percepciones que tienen los ciudadanos respecto a la tributación. Por ello, tanto quienes se dedican a actividades comerciales como la población en general deben estar informados sobre sus deberes fiscales.

A fin de cumplir adecuadamente con su función, la SUNAT debe buscar la mayor eficiencia y eficacia en su labor, y a su vez, enfocarse en obtener legitimidad social. Esto implica no solo centrarse en la recaudación y el control, sino también en fortalecer el vínculo con todos los contribuyentes y con la ciudadanía en su conjunto.

Tener conciencia tributaria, en cualquiera de sus niveles, favorece el cumplimiento de las responsabilidades fiscales y reduce la evasión. Sin embargo, no puede considerarse como un factor suficiente para garantizar por sí solo la adecuada recaudación de los impuestos.

2.2.1.1. Conciencia tributaria. Para Bravo (2015) la conciencia tributaria reside en el ser interior, como una capacidad cognitiva que permite al individuo desarrollar y asumir el cumplimiento de sus deberes formales hacia la nación. Esta conciencia está compuesta por factores de naturaleza cultural y moral, y se fundamenta en la comprensión de que contribuir con tributos implica colaborar con el Estado en la satisfacción de sus responsabilidades sociales.

Por su parte, Bonell (2015) señala que la conciencia tributaria implica que los ciudadanos asuman de manera internalizada sus deberes y responsabilidades en la sostenibilidad del gasto estatal a través del pago de impuestos. En el caso de personas como niños, jóvenes o adultos mayores, al reconocer su desconocimiento sobre el sistema tributario, buscan activamente instruirse. De este modo, pasan de una incompetencia inconsciente a una competencia consciente, adquiriendo habilidades para comprender y promover la educación tributaria cívica exigida por la sociedad contemporánea.

A partir de estas definiciones, puede afirmarse que la conciencia tributaria surge del juicio individual de cada persona

frente al tributo, expresado a través de actitudes conscientes y voluntarias en el cumplimiento de sus deberes fiscales, contribuyendo así al bienestar colectivo. Desde la perspectiva del investigador, se añade que esta conciencia se ve influenciada tanto por el entorno familiar como por el contexto social en el que se desarrolla el individuo.

Actitudes. La actitud tributaria, refiere el Colegio de Psicólogos de Argentina (s.f.), a la disposición mental y emocional que tiene una persona hacia el cumplimiento de sus compromisos tributarias. La actitud positiva involucra estar consciente de la importancia de pagar impuestos, entender que es un deber ciudadano y tener la disposición de cumplir con las normas tributarias establecidas.

Una actitud tributaria positiva no solo beneficia al país en términos de recaudación de impuestos, sino también a nivel individual. Cumplir con las obligaciones tributarias genera confianza y credibilidad ante las autoridades fiscales, evita problemas legales y contribuye al crecimiento y desarrollo personal.

Valores. Para Fischman (2009), los valores representan modelos de conducta deseables que aspiramos a incorporar en nuestra vida personal y que suelen influir significativamente en nuestras acciones.

De igual forma, Robbins (2004) señala que se trata de creencias fundamentales que consideran una manera específica de comportamiento o un momento final de existencia como más deseable, ya sea a nivel individual o social, en comparación con su opuesto o alternativa.

Valorización. Entendida según la Real Academia Española (s.f.-a) como la acción o efecto de valorizar; es decir, aumentar, reconocer o determinar el valor, precio o utilidad. La valorización relacionada a la cultura tributaria es la práctica de reconocer la utilidad de los tributos, asignar valor social a los mismos.

La valorización tributaria busca valorar las contribuciones con el fin de distribuir los beneficios en forma equitativa entre la población; en el caso de ejecución de obras públicas, por ejemplo.

2.2.1.2. Educación tributaria. Con base a Castro y Narváez (2024) la educación tributaria incluye la acción de inculcar valores, la construcción de ciudadanía y el desarrollo de una cultura tributaria sólida, que se basa en la comprensión de la necesidad de los impuestos y su impacto en el crecimiento económico nacional. Además, destacan la importancia de la educación tributaria a modo de una herramienta clave a fin de fomentar la responsabilidad financiera y mitigar la evasión tributaria en la región; y que puede ser implementada a través de iniciativas tanto gubernamentales como del sector privado, buscando fomentar la gestión financiera responsable y la formalización de los contribuyentes.

Con base a Díaz y Lindenberg (2015) la educación tributaria constituye un proceso educativo orientado a promover una ciudadanía activa, participativa y solidaria. Este proceso se basa en la comprensión tanto de los derechos relacionados con los tributos, especialmente en lo que respecta a la correcta administración del gasto fiscal por parte de las autoridades, como de las obligaciones ciudadanas, en particular el deber fundamental de contribuir mediante el pago de impuestos.

La enseñanza sobre tributos posee como objetivo primordial el de transferir valores, ideas y conductas que reflejen responsabilidad frente a las obligaciones fiscales, en contraposición a las prácticas fraudulentas. Su finalidad no radica en moralizar el contenido académico, sino en abordarlo como un componente esencial de la formación ciudadana. De este modo, se busca que los estudiantes asuman el cumplimiento tributario primero por mandato legal y, posteriormente, por convicción, resaltando las consecuencias sociales e individuales del incumplimiento de estas responsabilidades.

Normas tributarias. De acuerdo con el Instituto Hegel (2021), las normas tributarias constituyen el agrupamiento de disposiciones que administran la gestión y organización de los tributos. Estas normas tienen como función establecer, regular y suprimir los impuestos que deben ser satisfechos por los contribuyentes. Su origen se encuentra en instrumentos normativos como la Constitución, las leyes, los decretos y las resoluciones emitidas por los ministerios y gobiernos locales. El Estado, a través del Derecho, ejerce la potestad tributaria, entendida como la facultad legal para recaudar y administrar los tributos.

Entre las principales normas tributarias que conforman el marco legal en esta materia, se encuentran la Constitución Política del Perú, la Ley N° 29816 de fortalecimiento de la SUNAT, también el Decreto Supremo N° 061-2002, y el Decreto Supremo N° 133-2013-EF.

Regímenes tributarios. Los regímenes tributarios representan las clasificaciones establecidas para que una Persona Natural o Jurídica que posee o proyecta empezar una actividad empresarial se registre ante la SUNAT. Cada régimen determina la modalidad en que se deben realizar los pagos tributarios, así como los montos correspondientes a dichos pagos.

Con el fin de cumplir adecuadamente con sus obligaciones fiscales, las empresas se inscriben en un Régimen Tributario conforme al nivel de ingresos que generan. En la actualidad, el Estado peruano contempla cuatro tipos de regímenes tributarios, los cuales se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 1

Regímenes tributarios

Conceptos	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Régimen Especial de Renta – RER	Régimen MYPE Tributario - RMT	Régimen General de Renta
Persona Natural Jurídica	Sólo para Personas Naturales.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1,700 UIT en el año.	Sin límite.
Límite de compras	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Sin límite.	Sin límite.
Comprobantes de pago que pueden emitir	Boletas de venta, Guías de remisión y tickets.	Facturas, boletas y todos los demás permitidos.		
Declaración Jurada Mensual/ Anual	Con el pago de la cuota mensual se tendrá por presentada la Declaración Mensual.	Sólo Declaración Mensual.	Declaración Mensual y Anual.	
Trabajadores	Sin límite.	Máximo 10 por turno.	Sin límite.	Sin límite.
Libros registros contables que debe llevar	Ninguno	Sólo Registro de Compras y Ventas.	Según tus ingresos.	Según tus ingresos.
Valor máximo de activos fijos	S/ 70,000 (no se computan predios ni vehículos)	S/ 126,000 (no se computan predios ni vehículos)	Sin límite.	Sin límite.

Fuente: Emprender SUNAT. Recuperado: <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/regimenes-tributarios>

2.2.1.3. Valores tributarios. Se refiere a los principios que fundamentan las actitudes y comportamientos del contribuyente en materia fiscal. En apoyo a esta idea, Barberán et al. (2020) manifiestan que, con el paso del tiempo, estos valores tienden a conservarse relativamente invariables.

Responsabilidad. De acuerdo con la Real Academia Española (s.f.-b) es la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho

para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

Este valor implica la capacidad de la persona a fin de fundamentar las razones detrás de una acción determinada y asumir la responsabilidad por sus actos. Por ello, se vincula directamente con el cumplimiento de los deberes, las cuales tienen un impacto en la sociedad. Fomentar este valor en los ciudadanos contribuye a promover su participación activa, incentivándolos a involucrarse en la búsqueda del bien común y a adoptar una postura consciente frente al pago de tributos.

Honestidad. Hace referencia al comportamiento del contribuyente que debe caracterizarse por la justicia, la rectitud, la honestidad y el respeto por la verdad, manifestando una coherencia plena entre lo que piensa, expresa y realiza, según referido por la SUNAT (s.f. a).

Puntualidad. Según la RAE (s.f. a) es el cuidado y diligencia en hacer las cosas a su debido tiempo.

Constituye un valor fundamental que los contribuyentes asumen a fin de consolidar la cultura tributaria, cumpliendo de manera oportuna con sus deberes fiscales dentro de los plazos fijados por las autoridades correspondientes.

2.2.2. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Aguayo (2014) señala que la obligación tributaria representa el compromiso legal que tiene el contribuyente de realizar la liquidación de sus tributos al Estado, conforme a las normas respaldadas por la Constitución. En este sentido, se trata de un deber voluntario que recae en las personas, con el propósito de que el Estado pueda garantizar la provisión de servicios básicos a la sociedad (p. 241).

Por su parte, Flores (2013) precisa la obligación tributaria como la relación jurídica que une al Estado, en calidad de acreedor tributario, con el contribuyente, quien actúa como deudor. Este vínculo, establecido por

ley, tiene como fin asegurar el cumplimiento de la prestación fiscal, la cual puede ser reclamada mediante mecanismos coercitivos.

Conforme con el Art. 1° en el Código Tributario donde se estipula: La obligación tributaria, de naturaleza pública, es el compromiso legal que une al Estado con el contribuyente, y tiene como propósito asegurar la obediencia del pago de las contribuciones, pudiendo ser exigido por la autoridad si no se cumple voluntariamente.

2.2.2.1. Obligaciones formales. Según Flores (2013), estas obligaciones también son denominadas accesorias, pues su existencia depende directamente de la obligación principal, de manera que sin ellas esta última no podría existir. Su intención es establecer un vínculo del sujeto activo con el sujeto pasivo dentro del marco tributario, facilitando así el cumplimiento de la obligación principal. Entre las obligaciones formales se incluyen la inscripción de los contribuyentes en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), la emisión de comprobantes de pago como facturas o boletas, la llevanza de los libros contables y la presentación de declaraciones de gastos.

Inscripción en el RUC. Según el D.S. N° 133-2013-EF (2013) con sus modificaciones hasta el 27 de marzo de 2022, los contribuyentes están obligatoriamente inscritos en los registros de la Autoridad Tributaria. Asimismo, deben obtener, en el momento de la mencionada inscripción, la CLAVE SOL, que les permite acceder al buzón electrónico previsto en el artículo 86°-A de la norma mencionada, debiendo consultarlo periódicamente. Los administrados deben proporcionar toda la información requerida para estar inscritos en los registros de la Autoridad Tributaria y actualizar estos datos conforme a los procedimientos y plazos establecidos en la normativa vigente. De igual manera, deberán modificar su residencia fiscal en los casos que señala el artículo 11° de la misma disposición legal.

Comprobantes de pago. Es obligatorio que los contribuyentes emitan y entreguen los comprobantes de pago o los documentos complementarios correspondientes, cumpliendo con las exigencias formales establecidas por la ley y en los asuntos previstos por la normativa vigente.

Además, deberán portar dichos documentos o facilitar a la SUNAT, mediante cualquier medio y bajo las circunstancias que ésta determine, la información necesaria para que se identifique la documentación que respaldan el traslado de bienes. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF, 2013 y sus modificaciones hasta el 27 de marzo de 2022).

Libros contables. Los administrados están obligados a mantener los libros contables u otros registros requeridos por la legislación vigente, reglamentos o resoluciones emitidas por la SUNAT. También pueden utilizar programas, sistemas, soportes en microformas, medios magnéticos u otros formatos electrónicos que sustituyan estos libros, donde deberán registrar todas las operaciones relacionadas con la tributación conforme a la normativa aplicable.

Estos libros y otros registros deben llevarse en idioma español y expresarse en moneda nacional, excepto en el caso de administrados que reciban o realicen inversión extranjera directa en divisa extranjera, quienes, cumpliendo con los requisitos establecidos mediante Decreto Supremo aprobado por el Ministerio de Economía y Finanzas, y tras contratar con el Estado, podrán llevar su contabilidad en dólares estadounidenses.

2.2.2.2. Obligaciones sustanciales. Según Flores (2013) la obligación sustancial, también denominada obligación principal, se refiere al deber de cumplir con una prestación de naturaleza patrimonial. Esta prestación puede adoptar dos formas: por un lado, implica la entrega de una suma de dinero, y por otro, contempla la posibilidad de transferir bienes, dado que el marco jurídico nacional

permite que el cumplimiento en especie de una obligación pecuniaria sea considerado en casos excepcionales.

Este tipo de obligaciones se distingue por el acto de efectuar el pago exigido por la autoridad tributaria. Para ello, el contribuyente debe cumplir con ciertos requisitos previos que permitan acreditar el pago realizado. Dentro de estas obligaciones fiscales sustanciales se incluyen los pagos por conceptos de percepción y retención, el abono efectivo del Impuesto a la Renta (IR), el Impuesto General a las Ventas (IGV), así como las sanciones derivadas del incumplimiento de las normas tributarias.

Impuesto a la renta (IR). Es el tributo que grava las rentas procedentes del trabajo, del aprovechamiento del capital o de la combinación de ambos. El IR se determina anualmente. En el Perú, se reconocen cinco categorías de renta: desde la primera categoría, generada por el arrendamiento de inmuebles, hasta la quinta categoría, correspondiente a ingresos obtenidos por trabajo dependiente. (Decreto Supremo N° 179-2004-EF, 2004).

Impuesto general a las ventas (IGV). Se trata del impuesto que recae sobre las operaciones de venta e importación de bienes, sobre determinadas prestaciones de servicios comerciales, los contratos de construcción y la primera enajenación de bienes inmuebles. El IGV es asumido económicamente por el consumidor final y usualmente está incluido en el precio de los productos o servicios adquiridos. (D.S. N° 055-99-EF, 1999).

2.2.2.3. Infracciones y sanciones tributarias.

Infracciones tributarias. Es cualquier acción u omisión que infrinja las normas fiscales, siempre que esté tipificada como tal en el Código Tributario u otras leyes o decretos legislativos, conforme al Art. 164° del D.S. N° 133-2013-EF, 2013 y sus modificatorias al 27.03.2022. Las infracciones fiscales se establecen de manera objetiva.

Según el Código Tributario, estas transgresiones se producen por el incumplimiento de las siguientes obligaciones:

- Registrarse, actualizar, acreditar la inscripción, conforme al artículo 172 del Código Tributario.
- Requerir acreditación o difundir el número de registro otorgado, conforme al artículo 173 del Código Tributario.
- Efectuar la emisión, entrega y exigencia de comprobantes de pago u otras documentaciones, conforme al artículo 174 del Código Tributario.
- Cumplir con llevar libros, registros o disponer de informes u otras documentaciones, conforme al artículo 175 del Código Tributario.
- Mostrar declaraciones y comunicaciones, conforme al artículo 176 del Código Tributario.
- Admitir la fiscalización de la Autoridad Tributaria, comunicar y comparecer ante ésta, conforme al artículo 177 del Código Tributario.
- Cumplir otras responsabilidades fiscales, conforme al artículo 178 del Código Tributario.

Sanciones tributarias. Constituyen las consecuencias jurídicas derivadas de la falta de cumplimiento de las responsabilidades tributarias; es decir, la pena que se aplica a quienes vulneran las normas tributarias. En lo que respecta a las infracciones fiscales, las sanciones están especificadas en el Código Tributario. En el caso de los delitos tributarios, las sanciones están estipuladas en la Ley Penal Tributaria que incluyen la pena privativa de libertad. (SUNAT, 2023).

La Autoridad Tributaria posee la facultad discrecional para establecer objetivamente y sancionar administrativamente dichas infracciones. Con base al artículo 180° del Código Tributario, las sanciones se tipifican en:

Multas: se refieren a las sanciones económicas fijadas en función a:

- *Unidad impositiva tributaria (UIT):* Se aplica la UIT vigente a la fecha en que se cometió la infracción y cuando no sea posible establecerla, la que se encuentre vigente cuando se reveló la infracción.
- *Ingreso neto (IN):* Definido como el total de ventas netas y/o ingresos en un ejercicio anualizado. Si no se verifica la información o sea cero, se aplica el 40% de la UIT. Existiendo omisión a la presentación de las declaraciones, se aplicará el 80% de la UIT.
- *Ingreso (I):* Se aplica solo en el caso del Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS). Se considera como cuatro veces el término máximo de cada categoría de los ingresos brutos al mes del NRUS. Por ejemplo, si el contribuyente se ubica en la categoría 1 del NRUS, donde el límite es S/. 5,000, el ingreso de referencia es S/. 20,000 (S/. 5,000 x 4).

Las multas pueden acogerse al régimen de gradualidad, lo cual permite una reducción al momento del pago, incluyendo los intereses. Asimismo, en ciertos casos, se aplica la facultad discrecional, lo que implica que no se imponga la multa correspondiente. Las normas que regulan la aplicación de la discrecionalidad y la gradualidad son aprobadas y difundidas por la SUNAT mediante su publicación a través del diario oficial El Peruano.

Comiso de bienes: consiste en que los bienes son retenidos por la SUNAT hasta que se demuestre la propiedad o posesión de los mismos (Art. 184° del Código Tributario).

Cierre temporal de establecimiento: impide que el local sancionado realice actividades comerciales o económicas durante un periodo máximo de diez días calendario (Art. 183° del Código Tributario).

Internamiento temporal de vehículos: supone que los automóviles sean llevados a los almacenes indicados por la SUNAT, donde

permanecerán hasta que se compruebe la propiedad, aplicándose durante un plazo máximo de treinta días calendario (Art. 182° del Código Tributario).

Adherido de carteles, sellos o letreros: se trata de sanciones complementarias a las preliminares, mediante las cuales la SUNAT informa sobre el incumplimiento de responsabilidades tributarias (SUNAT, 2023).

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

1. Acreedor tributario

Refiere al ente que recibe el pago o beneficio del tributo. En el Perú, esta función corresponde a los Gobiernos Central, Regionales y Locales. También pueden serlo las entidades de derecho público con personería jurídica propia, mientras que la ley les otorgue explícitamente esa facultad. (D.S. N° 133-2013-EF, 2013 y sus modificatorias al 27.03.2022).

2. Coactivo

Según SUNAT (2023), es una forma mediante el cual la autoridad tributaria obliga al contribuyente a pagar sus deudas pendientes. Este proceso se inicia cuando, después de recibir documentos como órdenes de pago o resoluciones de determinación, la persona no cumple con cancelar su deuda o multa dentro del plazo señalado.

3. Código Tributario

Con base al Decreto Supremo N°133-2013-EF, se puede definir como un conjunto de disposiciones legales tributarias que existen en el país, dispuestos sistemáticamente a fin de regular las relaciones existentes entre el Estado y los Contribuyentes para tal efecto, instaura los principios generales, institucionales, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico tributario.

3. Contribuyente

Refiere a la persona que lleva a cabo, o en quien recae, el hecho que origina la responsabilidad fiscal, con base a lo determinado en el Art. 8 del Código Tributario. (D.S. N° 133-2013-EF, 2013 y sus modificatorias al 27.03.2022).

4. Declaración tributaria

Es la expresión de hechos informados a la Autoridad Tributaria conforme a la manera y lugar que instauren la Ley, el Reglamento, Resoluciones de Superintendencia u otras normas de similar jerarquía. Dicha manifestación puede servir como base para determinar la obligación tributaria, según lo indicado en el Art. 88º del Código Tributario. (D.S. N° 133-2013-EF, 2013 y sus modificatorias al 27.03.2022).

5. Deudor tributario

Es quien está obligado a cumplir la prestación fiscal, como contribuyente o como responsable. Se considera contribuyente a la persona que efectúa o respecto de la cual ocurre el hecho generador de la responsabilidad fiscal. Se denomina responsable a quien, sin ser contribuyente, debe cumplir con la responsabilidad atribuida a este último. (D.S. N° 133-2013-EF, 2013 y modificatorias al 27.03.2022).

6. Ejercicio Grabable

Es definido por el Ministerio Público Fiscalía de la Nación (s.f.) como aquel lapso en el cual se calcula la renta de una persona natural o jurídica.

7. Evasión Tributaria

SUNAT (2009), se refiere a la omisión intencionada y deliberada que busca eludir o disminuir, de forma sistemática y en beneficio de si mismo o de terceros, el cumplimiento de las responsabilidades fiscales. Esta conducta involucra la ejecución de actos que contravienen las disposiciones legales vigentes.

8. Prestación

Según la Real Academia Española (s.f.) en su diccionario panhispánico del español jurídico, es un objeto o servicio que alguien recibe o debe recibir de otra persona en virtud de un contrato o de una obligación legal.

9. Régimen de gradualidad

Régimen que admite a la SUNAT emplear su facultad discrecional al momento de establecer y aplicar sanciones, instaurando para ello parámetros o criterios objetivos, según refiere Ministerio de Economía y Finanzas (s.f.).

10. Tributo

Se define como una prestación pecuniaria que el Estado demanda en ejercicio de su potestad normativa, fundamentada en el principio de capacidad contributiva y respaldada por una ley, con el propósito de financiar los gastos necesarios para el cumplimiento de sus funciones y objetivos. (SUNAT, s.f. b).

11. Sucesión indivisa

La sucesión indivisa se refiere a un período de transición en el que el patrimonio de una persona fallecida pasa a manos de sus herederos. Este proceso comienza con el deceso de la persona y concluye cuando se distribuye su patrimonio entre los sucesores designados. (MEF, s.f. b).

12. Unidad Impositiva Tributaria (UIT)

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (s.f. c), es la cantidad en moneda nacional fijada por el Estado para calcular impuestos, sanciones, multas y otras cuestiones relacionadas con la tributación. Algunas cifras se expresan en términos de unidades impositivas tributarias (UIT), ya sea en valores específicos (por ejemplo, 5 UIT) o como porcentajes (por ejemplo, 20% de la UIT). Es importante destacar que el valor de la UIT cambia anualmente, aplicándose desde el primero de enero hasta el 31 de diciembre, y es determinado por el Ministerio de Economía y Finanzas.

2.4. HIPÓTESIS

La formulación de hipótesis depende del tipo y propósito inicial del estudio, el cual se define a partir de la pregunta de investigación. Solo las investigaciones de enfoque cuantitativo, especialmente aquellas con carácter correlacional o explicativo, pueden plantear hipótesis cuando buscan anticipar un dato, una cifra o un hecho específico. (Hernández et al., 2014).

En este caso la pesquisa fue de nivel descriptivo, no trató de pronosticar ningún dato, cifra o hecho, sino describir cómo la cultura tributaria

afecta al cumplimiento de las responsabilidades tributarias de los negociantes de venta de abacerías del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024.

2.5. VARIABLES

2.5.1. VARIABLE 1

X_1 = Cultura tributaria.

Dimensiones:

- Conciencia tributaria
- Educación tributaria
- Valores tributarios

2.5.2. VARIABLE 2

X_2 = Obligación tributaria.

Dimensiones:

- Obligaciones formales
- Obligaciones sustanciales
- Infracciones y sanciones tributarias

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
Variable X1: Cultura tributaria	Conciencia Tributaria	Actitudes	¿Cree que cumplir con las obligaciones tributarias es una acción importante para el bienestar del país?	Encuesta
		Valores	¿Usted aplica conscientemente las normas tributarias para el pago de sus impuestos?	
		Valorización	¿Usted conoce el destino final de los impuestos recaudados por la SUNAT?	
	Educación tributaria	Normas tributarias	¿Conoce las normas tributarias que debe cumplir como comerciante para el pago de sus impuestos?	
		Regímenes tributarios	¿Está usted informado sobre el régimen tributario más adecuado para su tipo de negocio?	
	Valores tributarios	Responsabilidad	¿Cumple usted con sus responsabilidades tributarias como contribuyente?	
		Honestidad	¿Usted realiza el pago de su cuota tributaria de acuerdo a sus ingresos reales?	
		Puntualidad	¿Realiza usted puntualmente el pago de su cuota tributaria de acuerdo al cronograma de pagos determinado por la SUNAT?	
	Variable X2 Obligaciones tributarias	Obligaciones formales	Inscripción en el RUC	
Comprobante de pago			¿Emite usted comprobantes de pago por las ventas que realiza?	
Libros de contabilidad			¿Sabe usted que, al estar acogido al Nuevo RUS, no está obligado a llevar libros contables ni registros de ventas?	
Obligaciones sustanciales		Impuesto a la renta	¿Conoce usted que es el impuesto a la renta?	
		Impuesto general a las ventas	¿Conoce usted que es el IGV y quienes lo pagan?	
Infracciones y sanciones tributarias		Infracciones tributarias	¿Conoce usted las omisiones que se consideran como infracción tributaria?	
		Sanciones tributarias	¿Conoce usted cuáles son las sanciones que podrían imponerle por las infracciones que pueda cometer como contribuyente?	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este estudio se considera de tipo aplicada porque utilizó conocimientos previos y resultados de otras investigaciones para abordar un problema real. En otras palabras, se centró en medir, evaluar y recopilar información sobre diversos conceptos, dimensiones o elementos relacionados con la realidad objeto de estudio. (Londoño et al., 2014).

3.1.1. ENFOQUE

Esta pesquisa adoptó la ruta cuantitativa, ya que recolectó datos numerales mediante un cuestionario y realizó un análisis estadístico. Con base a Hernández et al. (2014), esta ruta se caracteriza por la recolección de datos basada en la medición numérica y el análisis estadístico, con el propósito de instaurar patrones de comportamiento y probar hipótesis.

3.1.2. ALCANCE O NIVEL

Esta investigación tuvo un alcance descriptivo como refiere Hernández et al. (2014), ya que buscó identificar y detallar las propiedades y características relevantes de la cultura fiscal y las responsabilidades tributarias entre los negociantes de venta de abacerías en el mercado Modelo de la ciudad de Ica. La investigación se centró en describir las tendencias y actitudes de este grupo frente a los tributos, sin buscar establecer relaciones causales, sino describir su situación.

3.1.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Presentó el diseño no experimental de corte transversal. El esquema tiene las siguientes características:

M → O

Donde:

M: Muestra

O: Observación de las variables

No experimental. Como señala Hernández et al. (2014) se trata de estudios que se ejecutan sin la modificación intencional de variables y en los que únicamente se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

De corte transversal. En este diseño de pesquisa transeccional o transversal se recogen datos en un solo instante, en un tiempo único (Hernández et al., 2014). Su intención es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un instante dado.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

Definido como la agrupación de todos los casos que coinciden con una serie de especificaciones (Hernández y Mendoza, 2018)

Estuvo constituida por la agrupación de comerciantes de diferentes giros comerciales que, según la información proporcionada por la administración del mercado, son 198 miembros registrados

$$N = 198$$

En el mercado Modelo de la urbe de Ica se puede apreciar que los comerciantes están segmentados de la siguiente forma:

Tabla 2

Segmentación de los vendedores en el mercado Modelo de Ica

Segmento	Número de Comerciantes
Abarrotes	34
Carnes y pescados	23
Frutas y verduras	66
Alimentos preparados	13
Vestimentas	27
Plásticos y accesorios para el hogar	16
Plantas	10
Juguetes	9
Total	198

3.2.2. MUESTRA

Corresponde a un grupo específico dentro de la población de interés del que se obtuvieron los datos. Este grupo debe estar claramente definido, delimitado y representar adecuadamente las características de la población total. (Hernández y Mendoza, 2018).

Para hallar la muestra de estudio de la población de trabajo, se efectuó mediante muestreo no probabilístico de manera intencionada. De acuerdo con la administración del mercado, son 30 los negociantes del rubro de abarrotes registrados en el régimen tributario del Nuevo RUS, los cuales fueron elegidos por considerar este rubro con mayores indicios de formalidad a diferencia de los negocios de otros giros del mismo establecimiento comercial. De esta forma, el subgrupo de análisis fueron los negociantes (dueños) que reunieron características específicas para esta pesquisa y fueron ellos los que respondieron el cuestionario elaborado.

Donde:

$$n = 30$$

Tabla 3

Criterios de inclusión y exclusión para determinar la muestra de estudio

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión	Número de Comerciantes (n)
Comerciantes que venden productos de abarrotes en el Mercado Modelo de Ica.	Comerciantes de otros rubros (no abarrotes) dentro del mismo mercado.	30
Comerciantes que sean propietarios del negocio (dueños).	Comerciantes que no sean propietarios del negocio.	30
Comerciantes que cumplan con los requisitos formales del mercado (registro, pago de impuestos).	Comerciantes informales que no estén registrados o que no cumplan con los requisitos legales.	30
Comerciantes que acepten participar voluntariamente en la investigación.	Comerciantes que no deseen participar o que no puedan ser localizados.	30
Comerciantes registrados al régimen tributario Nuevo RUS	Comerciantes registrados a regímenes tributarios diferentes al Nuevo RUS	30

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La encuesta fue la técnica empleada para la recolección de datos que se utilizó con los negociantes de venta de abacerías del mercado Modelo de la ciudad de Ica. Básicamente, esta técnica implica entregar un conjunto limitado de preguntas a un número amplio de personas y pedirles que marquen sus respuestas (Ponce y Dalla, 2018).

El propósito fue recolectar información precisa y estandarizada sobre un determinado tema.

Asimismo, el instrumento seleccionado fue el cuestionario que se caracteriza por la inclusión de preguntas con categorías de respuesta cerradas, en las cuales se suele proporcionar al encuestado un número limitado de alternativas de respuesta para que señale cuáles reflejan mejor su respuesta, aunque también puede haber preguntas abiertas, especialmente, cuando el investigador conoce poco del tema (Ponce y Dalla, 2018).

3.3.1. PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

La investigación, de enfoque cuantitativo-descriptivo, se centró en analizar la cultura fiscal y el cumplimiento de responsabilidades tributarias de 30 negociantes del giro de abarrotes registrados en el régimen tributario del Nuevo RUS (Régimen Único Simplificado) en el mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024. Este rubro fue seleccionado por presentar mayores indicios de formalidad en comparación con otros giros del mismo establecimiento comercial, lo que permite explorar patrones de cumplimiento asociados a estructuras empresariales más organizadas.

La unidad de análisis fueron los dueños de estos negocios, quienes reunieron los criterios de inclusión necesarias para el estudio. Como técnica de recolección, se aplicó una encuesta mediante un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y escalas validadas en estudios previos sobre cultura tributaria.

El instrumento fue sometido a validación por tres expertos en tributación y contabilidad, quienes evaluaron la coherencia de los ítems con las variables del estudio.

Tabla 4*Validación del instrumento por juicio de expertos*

Experto	Grado	Valoración
Villagra Barrios, Amanda Esther	Doctor en ciencias contables y financieras	Aprobado
Sinche Anaya, Aiichira Yelma	Maestro en educación, Contador Público	Aprobado
Rojas García, José Domingo	Doctor en contabilidad y finanzas	Suficiente

3.3.2. PARA LA PRESENTACIÓN DE DATOS

Los resultados se presentaron mediante tablas de frecuencias, complementadas con porcentajes que reflejan la cultura tributaria y el cumplimiento de la responsabilidad tributaria de los negociantes.

Asimismo, se hizo uso de gráficos de barras para visualizar la distribución de respuestas sobre percepciones clave. El uso de Microsoft Excel permitió generar representaciones visuales precisas.

3.3.3. PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

El análisis se basó en estadística descriptiva, con énfasis en: medidas de tendencia central y distribuciones de frecuencia:

La interpretación se articuló en dos dimensiones: cuantitativa y contextual. Estos hallazgos se contrastaron con teorías y normativas sobre cultura tributaria. Destacando, por ejemplo, los retrasos en pagos podrían vincularse a percepciones de complejidad administrativa, pese a la simplificación que promueve el régimen.

Al no plantear hipótesis, el estudio priorizó describir realidades concretas, como la coexistencia de formalidad registral (estar en el Nuevo RUS) con prácticas informales en el cumplimiento. Esto aporta insumos para diseñar capacitaciones focalizadas por la SUNAT o gremios empresariales, orientadas a fortalecer la educación fiscal en este sector.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

Variable 1: Cultura tributaria

Tabla 5

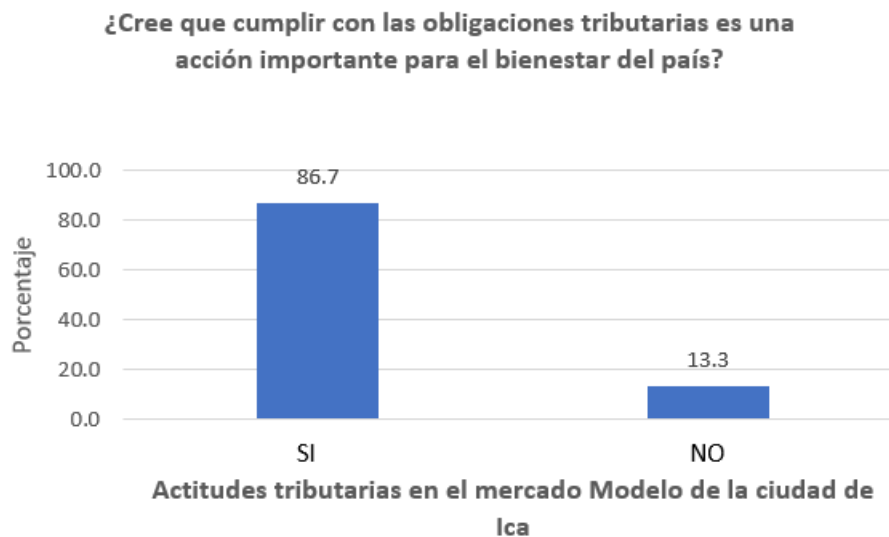
Actitudes tributarias en el mercado Modelo de la ciudad de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	26	86.7	86.7	86.7
	NO	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 1

Actitudes tributarias en el mercado Modelo de la ciudad de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según los datos de la Tabla 5 y la Figura 1, indican que el 86.7% de los negociantes del mercado Modelo considera que cumplir con las

responsabilidades tributarias es importante para el bienestar del país, mientras que un 13.3% no comparte esta idea.

Lo que vemos aquí es que la mayoría de comerciantes sí entiende que pagar impuestos es una forma de aportar al país, lo cual muestra un nivel aceptable de conciencia tributaria. Sin embargo, el hecho de que todavía exista un grupo, aunque pequeño (13.3%), que no lo perciba de esa manera revela un problema de fondo: la desconfianza hacia el Estado y la poca claridad sobre el empleo de los tributos. En otras palabras, muchos cumplen más por obligación o por miedo a sanciones que por convicción ciudadana. Esto conecta directamente con el problema central de la investigación, pues confirma que, aunque existe un reconocimiento de la importancia de los tributos, la cultura tributaria no está del todo consolidada.

Tabla 6

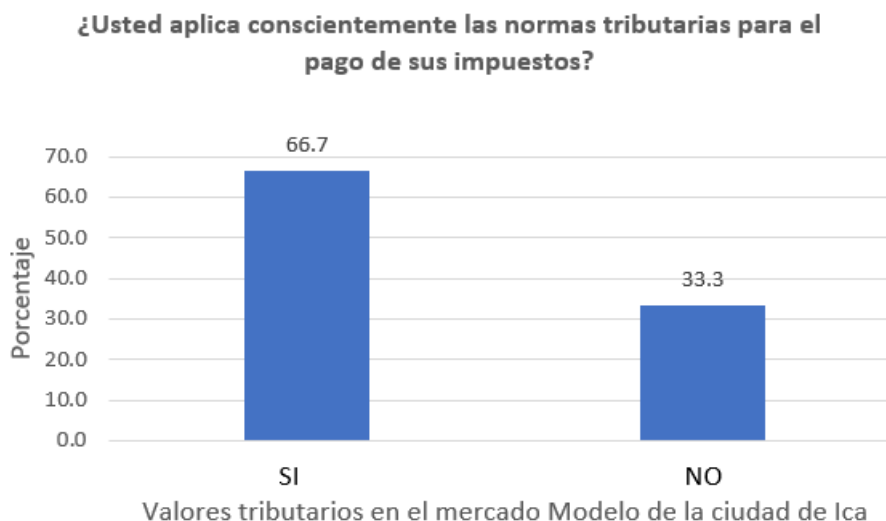
Valores tributarios en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	20	66.7	66.7	66.7
	NO	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 2

Valores tributarios en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 6 y la Figura 2, muestran que un 66.7% de los negociantes afirma aplicar conscientemente las normas tributarias en el pago de sus impuestos, mientras que un 33.3% reconoce que no lo hace.

El resultado evidencia un avance relevante, dado que dos de cada tres comerciantes afirman cumplir de manera consciente con las normas tributarias. No obstante, también se observa una brecha significativa: un tercio de ellos no lo hace, lo que refleja debilidad en los valores tributarios predominantes en el sector. Esta situación se explica, en parte, porque algunos comerciantes asumen el pago de impuestos únicamente como una

obligación legal y no como un deber ciudadano. Asimismo, la limitada educación tributaria y la percepción de que los tributos no generan beneficios inmediatos en su entorno contribuyen a este comportamiento. En relación con el problema de investigación, los hallazgos confirman que la cultura fiscal en el mercado Modelo de Ica es frágil y heterogénea, por lo que resulta necesario fortalecerla mediante programas de formación y políticas de transparencia institucional que consoliden la responsabilidad y honestidad fiscal.

Tabla 7

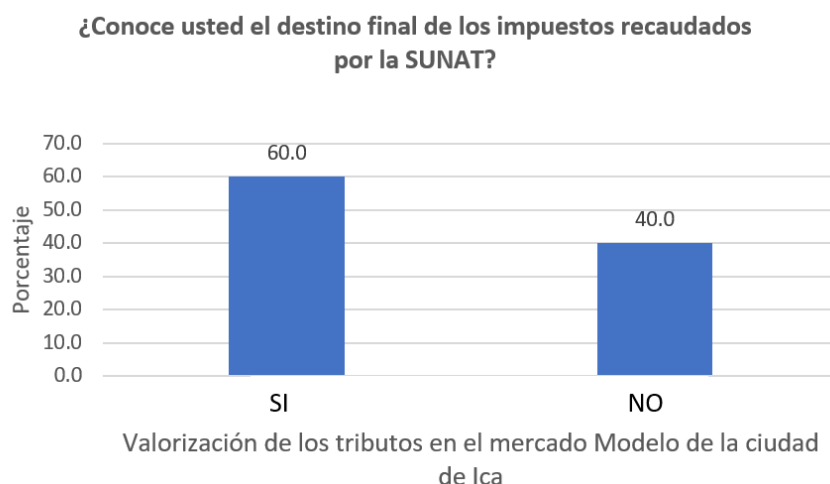
Valorización de los tributos en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	18	60.0	60.0	60.0
	NO	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 3

Valorización de los tributos en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 7 y la Figura 3, el 60% de los comerciantes encuestados afirma conocer el destino final de los impuestos recolectados por la SUNAT, mientras que un 40% reconoce no tener claridad al respecto.

El resultado revela que más de la mitad de los comerciantes posee cierta noción sobre el destino de los tributos, lo que constituye un aspecto positivo en términos de cultura tributaria. No obstante, preocupa que alrededor del 40 % desconozca en qué se emplean los recursos, situación que alimenta la desconfianza hacia la autoridad y refuerza la percepción de que pagar impuestos no genera beneficios reales para la comunidad. Este hallazgo se relaciona con el problema de investigación, ya que la debilidad de la cultura

fiscal no solo responde al desconocimiento normativo, sino también a la limitada transparencia y comunicación del Estado respecto al uso de los recursos. En consecuencia, muchos comerciantes cumplen con pagar únicamente por obligación y no valoran su aporte, lo que evidencia la necesidad de aplicar políticas públicas que fortalezcan la educación fiscal y la rendición de cuentas.

Tabla 8

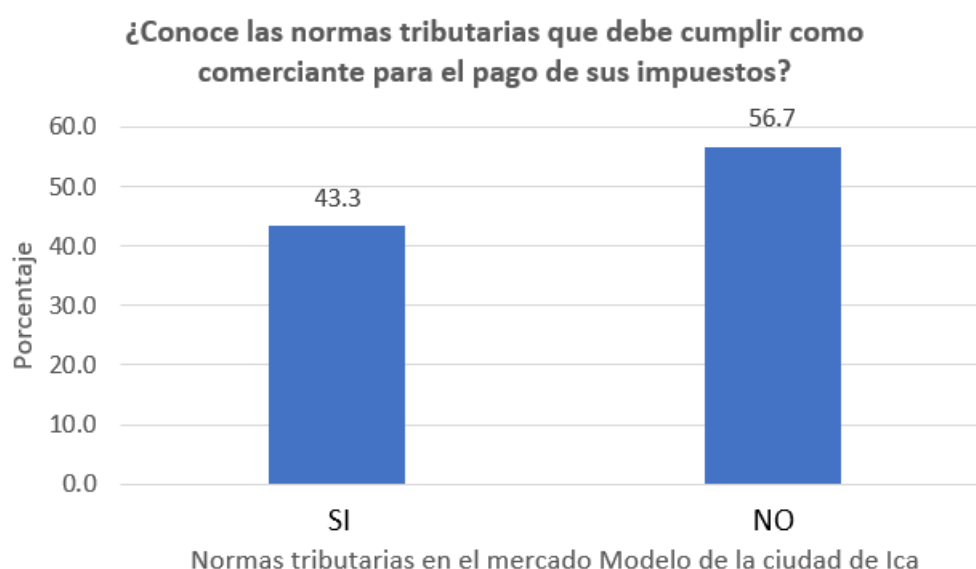
Normas tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	13	43.3	43.3	43.3
	NO	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 4

Normas tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 8 y la Figura 4, muestran que solo el 43.3% de los negociantes encuestados afirma conocer las normas tributarias que debe cumplir, mientras que un 56.7% reconoce no tener conocimiento de ellas.

El hallazgo evidencia una debilidad significativa en la cultura fiscal de los negociantes del mercado Modelo de Ica, pues más de la mitad desconoce las normas que regulan su actividad, lo que genera un cumplimiento parcial o meramente formal de las obligaciones fiscales. Esta situación no necesariamente refleja una intención de evadir, sino la carencia de educación y capacitación en materia tributaria. Si bien muchos comerciantes cumplen con requisitos básicos como inscribirse en el RUC o emitir comprobantes, su

desconocimiento del marco normativo impide un cumplimiento integral. Este hecho se vincula con el problema de investigación, al demostrar que la informalidad no responde únicamente a la evasión deliberada, sino también a la falta de estrategias educativas y de información clara. La ausencia de formación limita la posibilidad de consolidar una cultura tributaria sólida y dificulta mejorar la recaudación de manera sostenible.

Tabla 9

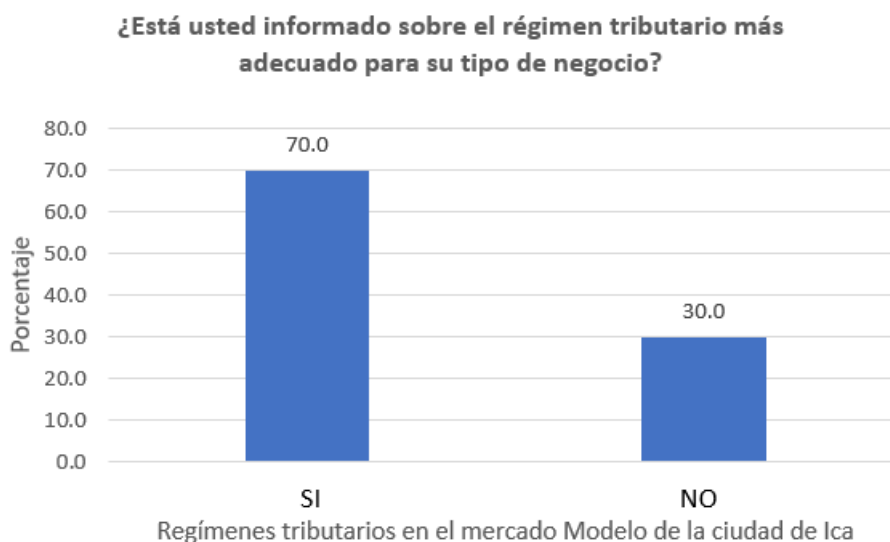
Regímenes tributarios en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	21	70.0	70.0	70.0
	NO	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 5

Regímenes tributarios en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 9 y la Figura 5, el 70% de los comerciantes encuestados manifestó conocer el régimen tributario en el que se encuentra inscrito, mientras que el 30% admitió no tener claridad al respecto.

El resultado refleja un avance relativo, pues la mayoría de comerciantes conoce el régimen tributario al que pertenece, lo que les permite ubicarse dentro de un marco legal y administrativo. Sin embargo, persiste una brecha importante: cerca de tres de cada diez desconocen bajo qué régimen tributan, lo que puede derivar en errores en la declaración de ingresos, incumplimientos involuntarios o incluso sanciones. Esto evidencia que el conocimiento sigue

siendo parcial y heterogéneo. En relación con el problema de investigación, el hallazgo confirma que la cultura fiscal en el mercado Modelo de Ica es frágil, ya que los avances en inscripción y formalización no se acompañan de una comprensión integral de las obligaciones. La falta de claridad sobre el régimen aplicable responde a carencias en educación tributaria y a una limitada articulación institucional, lo que hace necesaria una estrategia de capacitación práctica y acompañamiento constante.

Tabla 10

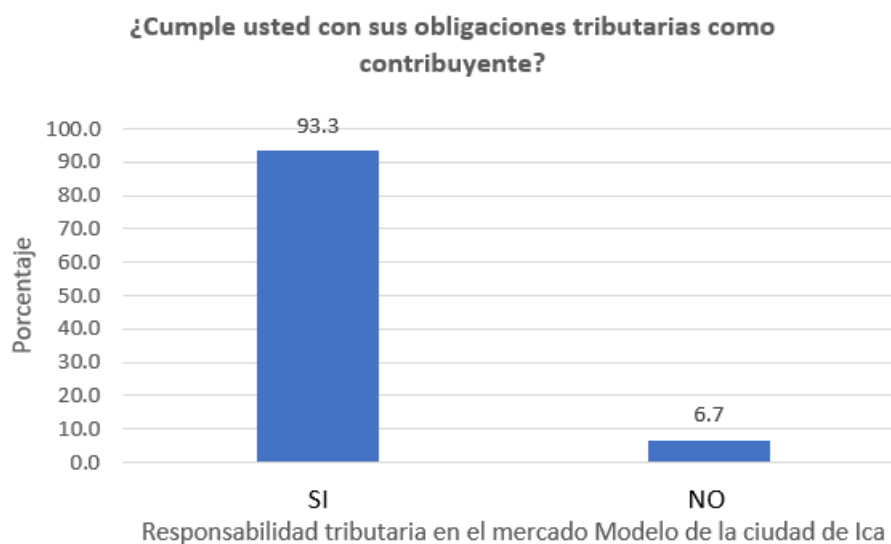
Responsabilidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	28	93.3	93.3	93.3
	NO	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 6

Responsabilidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 10 y la Figura 6, el 93.3% de los negociantes encuestados afirma cumplir de manera responsable con sus obligaciones tributarias, mientras que solo el 6.7% reconoce no hacerlo.

El resultado muestra que casi la totalidad de comerciantes se perciben como responsables en el cumplimiento tributario, lo cual aparenta reflejar un elevado nivel de compromiso con sus obligaciones. No obstante, esta autopercepción puede estar condicionada por la deseabilidad social, es decir, la tendencia a brindar respuestas socialmente aceptadas ante el encuestador. Al contrastar este hallazgo con otros resultados, como los de la honestidad

tributaria, se observa una discrepancia: más de la mitad reconoce no declarar de acuerdo con sus ingresos reales, lo que revela que la responsabilidad declarada no siempre corresponde a un cumplimiento íntegro. En este sentido, el dato debe interpretarse con cautela, ya que muchos comerciantes asumen la responsabilidad en un sentido formal o parcial, sin que ello se traduzca en prácticas de veracidad tributaria. Esto confirma que la cultura tributaria presenta fragilidades que limitan un cumplimiento auténtico.

Tabla 11

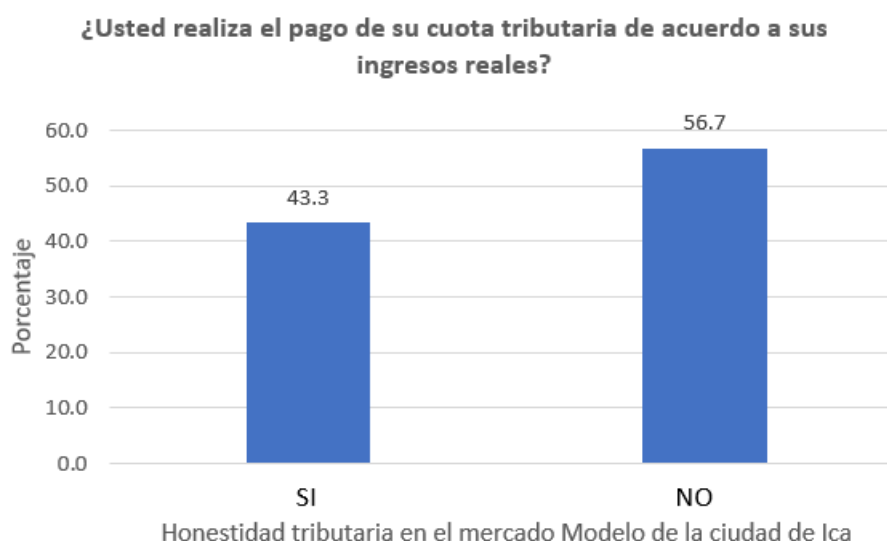
Honestidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado ($\Sigma\%$)
Válido	SI	13	43.3	43.3	43.3
	NO	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 7

Honestidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 11 y la Figura 7, El 43.3% de comerciantes declara pagar su cuota de acuerdo con ingresos reales, mientras que el 56.7% reconoce que no lo hace.

La mayoría que responde “No” sugiere presencia de subdeclaración de ingresos, un rasgo clave de informalidad que erosiona la recaudación y genera competencia desleal. Este patrón es coherente con una cultura tributaria frágil, donde el cumplimiento no está plenamente guiado por valores éticos de honestidad, sino por criterios prácticos y percepciones de bajo control. En relación con el problema y pregunta de investigación, este resultado indica

que la adhesión formal (por ejemplo, tener RUC o emitir comprobantes) no garantiza un cumplimiento sustantivo basado en la veracidad de la información.

Tabla 12

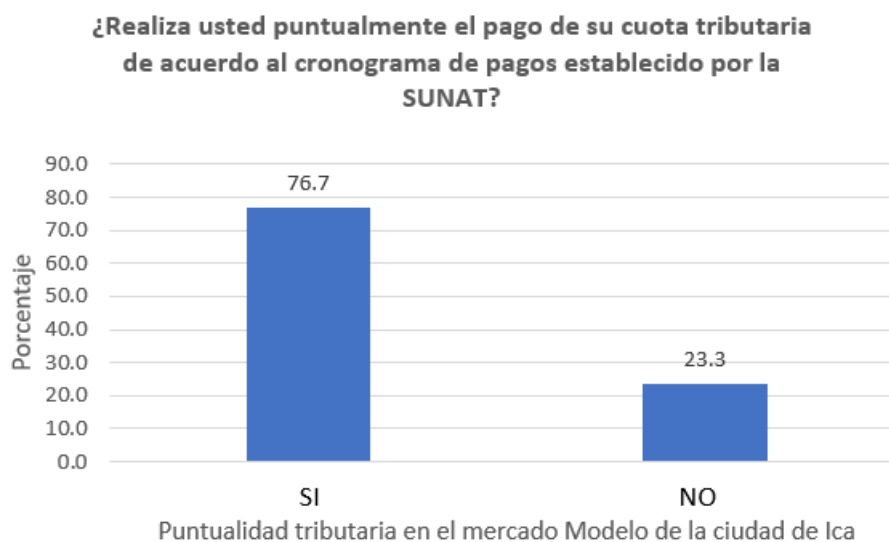
Puntualidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	23	76.7	76.7	76.7
	NO	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 8

Puntualidad tributaria en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 12 y la Figura 8, el 76.7% de los comerciantes afirma pagar sus impuestos puntualmente según el cronograma de la SUNAT, y el 23.3% reconoce no hacerlo.

Este resultado sugiere que la mayoría cumple en tiempo, lo cual es positivo desde la perspectiva de flujo de caja para la administración pública; sin embargo, la puntualidad puede estar motivada más por evitar sanciones que por una convicción cívica. En combinación con la Tabla 11 (alta subdeclaración), la puntualidad pierde valor si los pagos no reflejan la realidad de ingresos. Por tanto, la puntualidad no debe interpretarse como prueba de

buena cultura tributaria por sí sola: es necesario complementarla con medidas que aseguren veracidad en la declaración (controles, formación práctica y mecanismos de incentivos) para que la puntualidad se convierta en cumplimiento genuino.

Variable 2: Obligaciones tributarias

Tabla 13

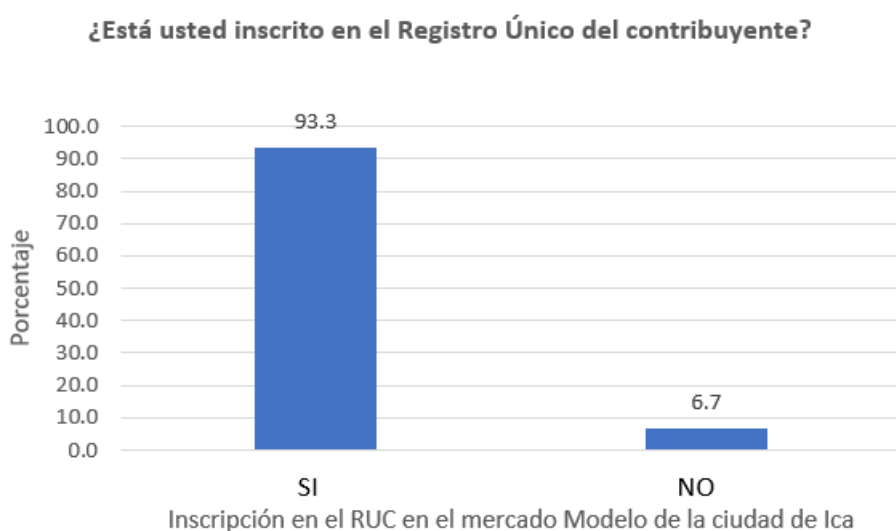
Inscripción en el RUC en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	28	93.3	93.3	93.3
	NO	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 9

Inscripción en el RUC en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 13 y la Figura 9 muestran que el 93.3% de los comerciantes sí están inscritos en el RUC, mientras que un 6.7% no lo está.

El resultado es favorable en la medida que la mayoría de los comerciantes ha cumplido con el paso inicial hacia la formalización: inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Este dato refleja un avance en el proceso de incorporación al sistema tributario, aunque debe interpretarse con cautela, ya que la inscripción no garantiza un cumplimiento integral de las

obligaciones fiscales. Como muestran otros resultados del estudio, muchos comerciantes desconocen normas básicas o no declaran sus ingresos reales, lo que debilita el impacto de esta formalidad inicial. En ese sentido, la inscripción en el RUC responde más a la necesidad de evitar sanciones que a una auténtica conciencia tributaria. Ello se vincula directamente con el problema de investigación, al evidenciar que la cultura tributaria es aún frágil y superficial: se cumplen formalidades mínimas, pero sin un compromiso real con la veracidad ni con la función social de los impuestos.

Tabla 14

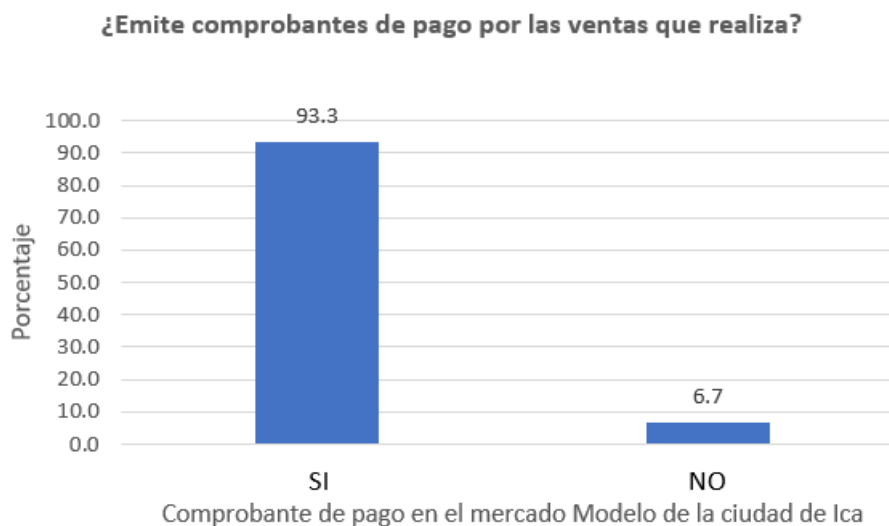
Comprobante de pago en el mercado Modelo de la ciudad de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	28	93.3	93.3	93.3
	NO	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 10

Comprobante de pago en el mercado Modelo de la ciudad de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 14 y la Figura 10 muestran que el 93.3% de los comerciantes sí emiten comprobantes de pago en sus ventas, mientras que un 6.7% no lo hace.

El resultado es favorable porque muestra que la mayoría de los comerciantes cumple con la obligación formal de emitir comprobantes de pago, lo que constituye un avance en el proceso de formalización al permitir que la SUNAT registre las operaciones comerciales. Sin embargo, este cumplimiento debe interpretarse con cautela, ya que no siempre responde a una conciencia tributaria auténtica, sino a la necesidad de evitar sanciones o

a la exigencia de los clientes. En muchos casos, la emisión de comprobantes se realiza de manera esporádica y no como parte de una práctica constante y responsable. Este hallazgo se conecta con el problema de investigación al confirmar que la cultura fiscal en el mercado Modelo de Ica se sostiene más en la coerción normativa y no en la convicción ciudadana. Así, aunque la formalidad avanza, persisten debilidades en la declaración veraz de ingresos y en la valorización de los impuestos.

Tabla 15

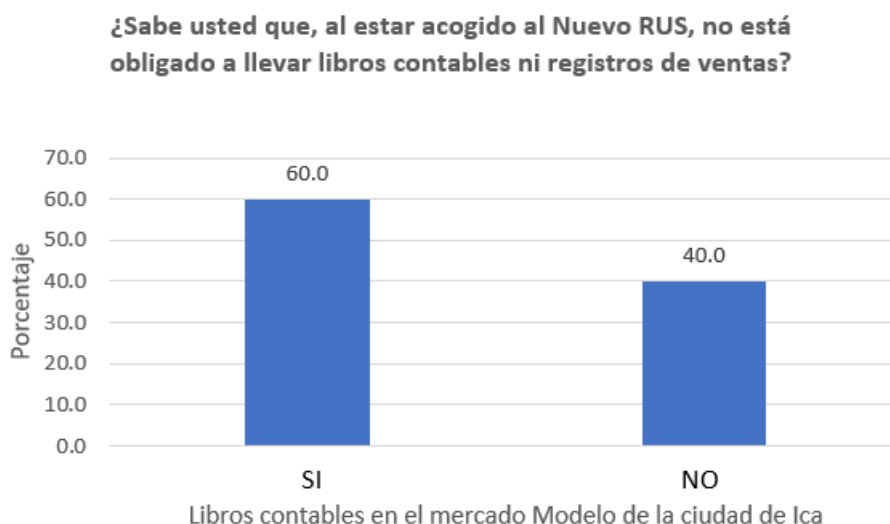
Libros contables en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	18	60.0	60.0	60.0
	NO	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 11

Libros contables en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la Tabla 15 y la Figura 11, el 60 % de los comerciantes sabe que no está obligado a llevar libros contables porque pertenece al Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS).

El resultado es favorable porque evidencia que la mayoría de comerciantes conoce la disposición tributaria que los exonera de llevar libros contables y ajusta su comportamiento a la normativa vigente, evitando así cargas administrativas innecesarias y enfocando sus esfuerzos en obligaciones como estar inscrito en el RUC o la emisión de comprobantes de pago. Sin embargo, el 40 % desconoce esta exoneración, lo cual es

desfavorable, pues refleja vacíos de información que pueden llevarlos a intentar registros inadecuados o a permanecer confundidos sobre sus deberes formales. Este contraste confirma la problemática central de la investigación: la cultura fiscal en el mercado Modelo de Ica es frágil y desigual, ya que mientras un sector cumple con las reglas mínimas, otro carece de claridad normativa. Esta situación demuestra que el cumplimiento no es homogéneo y exige mayor difusión y capacitación para fortalecer la formalización tributaria de manera integral.

Tabla 16

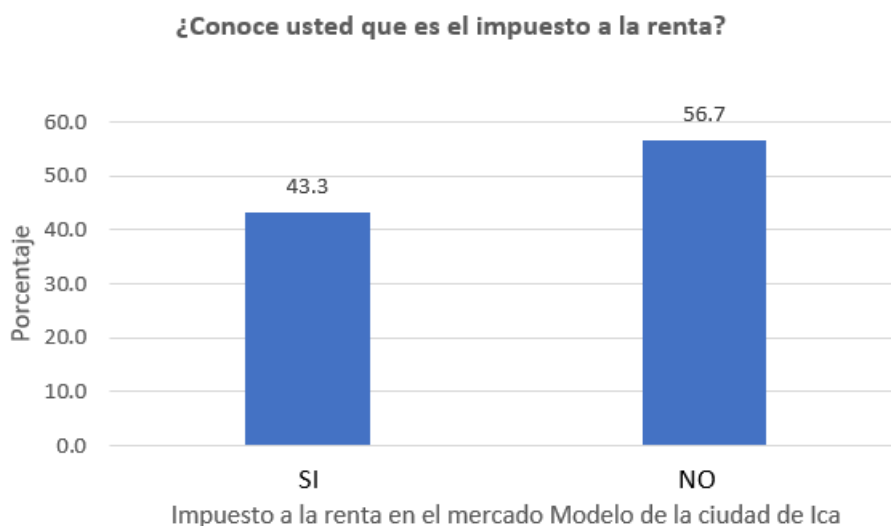
Impuesto a la renta en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	13	43.3	43.3	43.3
	NO	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 12

Impuesto a la renta en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Los resultados de la Tabla 16 y la Figura 12 evidencian que solo el 43.3 % de los negociantes conoce qué es el Impuesto a la Renta, mientras que el 56.7 % lo desconoce.

El resultado muestra un aspecto favorable en la medida que una parte de los comerciantes reconoce la importancia del Impuesto a la Renta y comprende la necesidad de declarar sus ingresos, lo que constituye un avance frente a otros indicadores, considerando que se trata de uno de los tributos más relevantes para la recaudación nacional. Sin embargo, la mayoría (56.7 %) desconoce esta obligación, lo cual es claramente desfavorable, pues

refleja la ausencia de una cultura tributaria sólida. Este desconocimiento puede generar errores en la declaración, evasión involuntaria o incumplimientos deliberados, con efectos negativos en la recaudación y en la legitimidad del sistema tributario. El hallazgo se vincula con el problema de investigación al confirmar que el cumplimiento en el mercado Modelo de Ica es parcial y heterogéneo: se cumplen aspectos visibles como el RUC o los comprobantes, pero se descuidan obligaciones sustanciales de mayor impacto fiscal.

Tabla 17

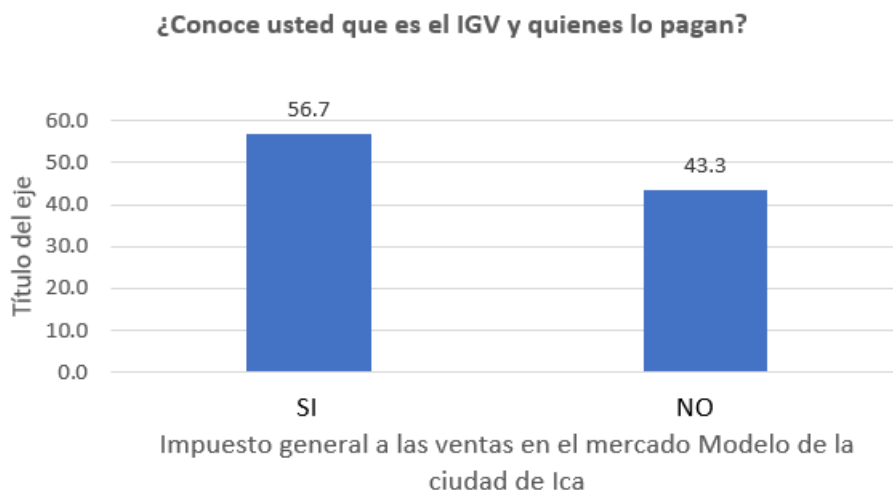
Impuesto general a las ventas en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	17	56.7	56.7	56.7
	NO	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 13

Impuesto general a las ventas en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la tabla 17 y figura 13 se muestran que el 56.7 % de los comerciantes sí conoce el Impuesto General a las Ventas (IGV), lo cual es un aspecto favorable, ya que representa un nivel de información relativamente mayor respecto a otros tributos como el Impuesto a la Renta.

Este porcentaje refleja que más de la mitad de los comerciantes entiende la existencia de este impuesto y su impacto en las operaciones comerciales, lo que contribuye a que el cumplimiento tributario no se limite únicamente a formalidades básicas como la inscripción en el RUC o la emisión de comprobantes. Sin embargo, el 43.3 % que desconoce el IGV resulta desfavorable, pues evidencia que una parte importante de los comerciantes

sigue operando con vacíos de información sobre obligaciones sustanciales. Este desconocimiento puede traducirse en incumplimientos o evasión, intencional o no, y afecta directamente la recaudación y la equidad fiscal. En relación con el problema de investigación, este resultado confirma que la cultura fiscal en el mercado Modelo de Ica es desigual: mientras algunos comerciantes muestran avances en la comprensión de sus deberes, otros aún carecen de nociones básicas sobre tributos fundamentales, lo que limita la consolidación de un cumplimiento tributario integral.

Tabla 18

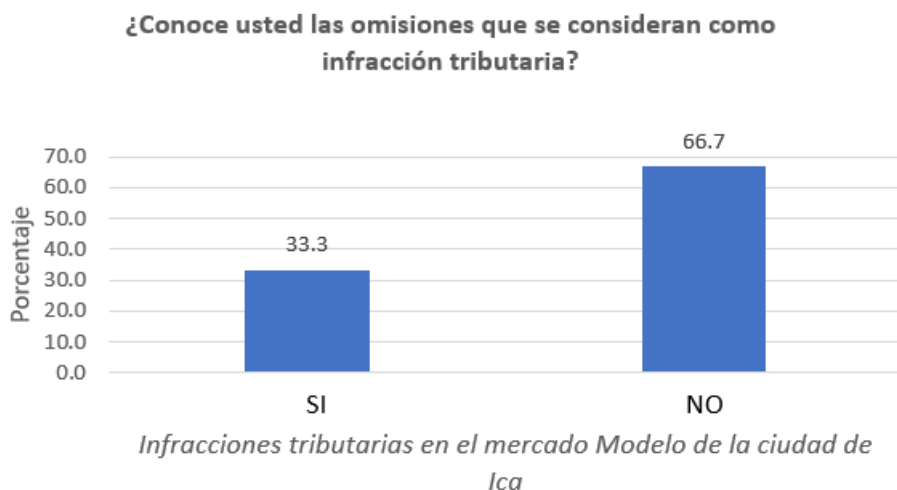
Infracciones tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	10	33.3	33.3	33.3
	NO	20	66.7	66.7	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 14

Infracciones tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Con base a la tabla 18 y figura 14 muestran que solo el 33.3 % de los negociantes conoce cuáles son las infracciones tributarias, lo que constituye un aspecto favorable en tanto refleja que existe un grupo con nociones preventivas sobre las consecuencias de incumplir sus obligaciones. Este conocimiento les permite actuar con mayor cautela y reducir la probabilidad de cometer errores que generen sanciones.

Sin embargo, el 66.7 % que desconoce estas infracciones es un resultado claramente desfavorable, ya que evidencia una cultura tributaria débil y poco preventiva. La mayoría de comerciantes no identifica qué acciones son sancionables, lo cual los expone a incumplimientos involuntarios

y a mantener una actitud pasiva frente a sus deberes fiscales. Este hallazgo se conecta con el problema central de la investigación: el cumplimiento fiscal en el mercado Modelo de Ica es parcial y desigual, y la falta de comprensión sobre infracciones limita la consolidación de una cultura de responsabilidad y cumplimiento auténtico.

Tabla 19

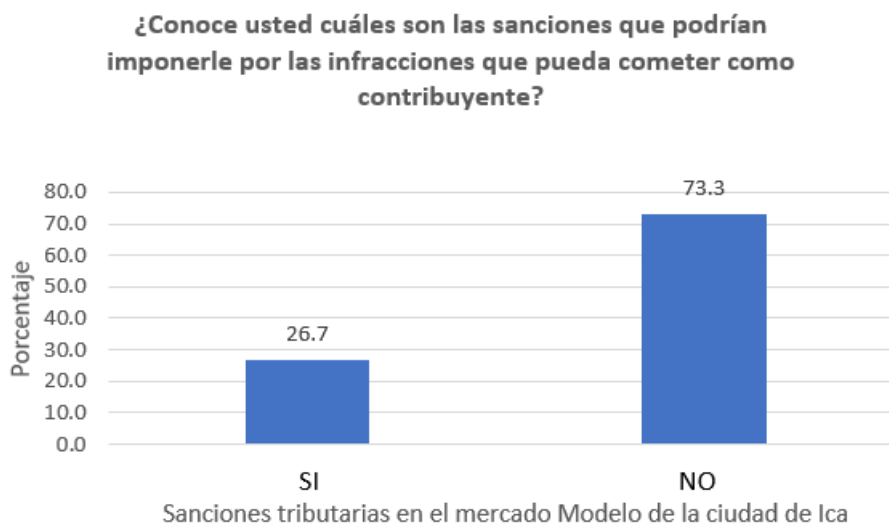
Sanciones tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica

	Respuesta (X)	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%v)	Porcentaje acumulado (Σ%)
Válido	SI	8	26.7	26.7	26.7
	NO	22	73.3	73.3	100.0
	Total	30	100	100.0	

Fuente: Encuesta 2024

Figura 15

Sanciones tributarias en el mercado Modelo de la urbe de Ica



Fuente: Encuesta 2024

Análisis e interpretación

Según la tabla 19 y figura 15 evidencian que solo el 26.7 % de los comerciantes conoce las sanciones tributarias, lo cual es favorable, ya que este pequeño grupo tiene claridad sobre las consecuencias económicas y legales que puede generar el incumplimiento de las normas fiscales. Este conocimiento contribuye a la adopción de conductas más responsables y puede funcionar como un factor disuasivo frente a la evasión.

No obstante, el hecho de que el 73.3 % desconozca las sanciones es un resultado desfavorable, pues refleja una cultura tributaria poco sólida y reactiva. La mayoría de los comerciantes ignora los costos y riesgos de

incumplir, lo que limita la prevención y aumenta la probabilidad de que adopten conductas informales. Este hallazgo se conecta con el problema central: la tributación en el mercado Modelo de Ica se cumple más por coerción que por convicción. La falta de información sobre sanciones profundiza esa fragilidad, ya que, sin conocimiento de las consecuencias, los incentivos para cumplir de manera integral se reducen considerablemente.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

La investigación permitió caracterizar la correspondencia entre la cultura fiscal y el cumplimiento de obligaciones fiscales entre los negociantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de Ica, alcanzando los objetivos planteados mediante un análisis integral de los hallazgos. A continuación, se discuten los resultados en función de cada objetivo:

En correspondencia al objetivo general: Describir cómo se caracterizan la cultura tributaria y las obligaciones tributarias. Los resultados revelan una dualidad: por un lado, el 93.3% de negociantes se encuentran inscritos en el RUC (Tabla 13) y emite comprobantes de pago (Tabla 14); sin embargo, un 56.7% subdeclara sus ingresos (Tabla 11) y un 73.3% desconoce las sanciones tributarias (Tabla 19). Esta situación refleja un cumplimiento formal elevado pero un bajo nivel de cumplimiento sustancial, lo cual es favorable en términos administrativos, pero desfavorable en cuanto a la consolidación de una cultura tributaria sólida. Estos hallazgos coinciden con lo reportado por Ardiles (2022), quien en Lima Metropolitana encontró que la adhesión a regímenes simplificados no asegura un cumplimiento real de las obligaciones fiscales. Asimismo, la OCDE (2023) advierte que, en América Latina, la coerción estatal incrementa la recaudación, pero no genera una cultura tributaria sostenible. Teóricamente, Amasifuén (2015) sostiene que la cultura tributaria tiene dos dimensiones: el aspecto legal, basado en el temor a sanciones, y el ideológico, sustentado en la confianza en el uso de los tributos. En el caso de Ica, los resultados confirman que predomina el primer componente, pues el cumplimiento es reactivo y no está sustentado en valores ciudadanos.

En correspondencia al objetivo específico 1: Identificar cómo se caracterizan la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias. Los resultados muestran que el 86.7% de comerciantes considera importante

cumplir con las obligaciones tributarias (Tabla 5), lo cual constituye un aspecto favorable al reflejar una actitud positiva frente a la tributación. No obstante, solo el 60% conoce el destino de los impuestos recaudados (Tabla 7), lo cual resulta desfavorable porque revela limitaciones en el nivel de información y en la interiorización de la función social de los tributos. Este hallazgo se relaciona con Rosales (2021), quien en Huánuco concluyó que la conciencia tributaria influye positivamente en la formalización empresarial. En contraste, en Ica la falta de información sobre el uso de los impuestos debilita esa conciencia y limita la formalización plena. Desde el sustento teórico, Bravo (2015) afirma que la conciencia tributaria implica asumir voluntariamente el cumplimiento fiscal como parte del deber ciudadano. Sin embargo, los resultados de esta investigación confirman que la conciencia tributaria en los comerciantes es parcial: existe una actitud positiva, pero no un conocimiento profundo que los lleve a un cumplimiento auténtico.

En relación al objetivo específico 2: Identificar cómo se caracterizan la educación tributaria y las obligaciones tributarias. Los datos evidencian que el 56.7% de comerciantes desconoce las normas tributarias vigentes (Tabla 8) y que el 30% de ellos no sabe a qué régimen debería acogerse (Tabla 9). Este resultado es claramente desfavorable, pues muestra un déficit significativo en la educación tributaria, que se traduce en incumplimientos y en la permanencia de la informalidad. En coherencia, Pila (2022), en su estudio con comerciantes de Cotopaxi (Ecuador), demostró que la educación tributaria es un factor decisivo para consolidar la responsabilidad fiscal. En Ica, la falta de programas de capacitación impide que los comerciantes asuman sus obligaciones de manera consciente. En el plano teórico, Díaz y Lindemberg (2015) sostienen que la educación tributaria constituye un proceso fundamental para formar ciudadanos activos y responsables. La ausencia de esta formación en Ica explica la tendencia de los comerciantes a limitarse al cumplimiento coercitivo, sin desarrollar una comprensión integral de la importancia social de tributar.

En correspondencia al objetivo específico 3: Identificar cómo se caracterizan los valores tributarios y las obligaciones tributarias. Los resultados muestran que, en relación con la responsabilidad tributaria (Tabla

10), existe un grupo mayoritario de comerciantes, 93.3% que reconoce la importancia de asumir las consecuencias de sus actos tributarios, lo cual constituye un aspecto favorable. Sin embargo, persiste un porcentaje considerable que no asume plenamente esta responsabilidad, lo que genera un cumplimiento parcial y condicionado. En cuanto a la honestidad tributaria (Tabla 11), se evidenció que el 56.7% de comerciantes no declara sus ingresos reales, lo que refleja una práctica desfavorable y evidencia una disociación entre el cumplimiento legal y los valores éticos. Este hallazgo es preocupante porque confirma que la veracidad en la declaración de tributos sigue subordinada al temor a sanciones, más que a la convicción ética de contribuir al bien común. Respecto a la puntualidad tributaria (Tabla 12), un 76.7% cumple con pagar en las fechas establecidas, lo que a primera vista parece favorable. Sin embargo, este comportamiento se explica, principalmente, por la intención de evitar multas, y no por la interiorización de un valor cívico auténtico. Estos resultados se asemejan a lo señalado por Montiel et al. (2020), quienes observaron que, en contextos de alta informalidad, la evasión y el cumplimiento parcial se normalizan socialmente. Asimismo, Amasifuén (2015) afirma que en la cultura tributaria peruana los valores cívicos tienden a ser desplazados por motivaciones coercitivas, lo cual se refleja claramente en el caso del mercado Modelo de Ica. Desde el plano teórico, la SUNAT (s.f.) resalta la responsabilidad, honestidad y puntualidad como pilares de la cultura tributaria. En el estudio realizado, dichos valores aparecen debilitados, ya que se cumplen de manera parcial y motivados por el temor a sanciones más que por convicción ciudadana.

CONCLUSIONES

1. Según los resultados de la investigación, en cuanto al objetivo general, se concluye que, la cultura tributaria de los negociantes de abarrotes del mercado Modelo de Ica 2024 se caracteriza por un cumplimiento formal elevado (93% inscritos en el RUC y emiten comprobantes), pero con desconocimiento significativo de obligaciones sustanciales y sanciones. Se configura así una cultura tributaria frágil, sostenida por el temor a sanciones y no por la internalización de valores fiscales.
2. Según los resultados de la pesquisa, en correspondencia con el primer objetivo, se concluye que el 86.7% de los comerciantes reconoce la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias; sin embargo, un 56.7% desconoce deberes sustanciales como la declaración del Impuesto a la Renta. Esto demuestra que la conciencia tributaria es parcial, pues se limita a lo formal (inscripción en RUC, emisión de comprobantes), pero no se extiende a obligaciones de mayor impacto fiscal.
3. Según los resultados de la investigación, respecto al segundo objetivo, los resultados evidencian que el 73.3% de los comerciantes desconoce las sanciones tributarias y que gran parte carece de información adecuada sobre regímenes fiscales. Esto confirma que la educación tributaria es deficiente, limitando la capacidad de los contribuyentes para cumplir correctamente sus deberes.
4. Según los resultados de la investigación, en relación con el tercer objetivo, se observó que el 76.7% paga impuestos por temor a sanciones más que por convicción ética. Esto refleja que valores como honestidad y responsabilidad se encuentran debilitados, predominando un cumplimiento tributario condicionado por la coerción más que por compromiso ciudadano.

RECOMENDACIONES

1. Se propone a la SUNAT y Municipalidad de Ica diseñar un plan integral de fortalecimiento de cultura tributaria que articule educación, transparencia y simplificación de trámites. Este plan debe asegurar que los impuestos pagados se traduzcan en beneficios visibles, motivando un cumplimiento tributario sostenido por convicción ciudadana.
2. Se recomienda a la SUNAT – Gerencia de Orientación y Servicio al Contribuyente y a la Administración del Mercado Modelo fortalecer la difusión de las obligaciones sustanciales, mediante charlas directas y material simplificado, para que los comerciantes no solo cumplan con lo formal, sino también con la declaración y pago de tributos sustanciales.
3. Se sugiere a la Gerencia de Administración Tributaria de la Municipalidad Provincial de Ica en coordinación con la SUNAT implementar programas permanentes de educación tributaria, con talleres en idiomas español y quechua, uso de materiales gráficos y aplicativos digitales que reduzcan el desconocimiento normativo y de sanciones.
4. Se recomienda a las asociaciones de comerciantes y gremios del Mercado Modelo organizar campañas de cultura cívico-tributaria, resaltando los valores de responsabilidad y honestidad, vinculando el pago de tributos con mejoras concretas en la infraestructura, limpieza y seguridad del mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguayo, L. J. (2014). *La Obligación Tributaria y el Pago: Antes del Inicio de la Cobranza Coactiva- en la Legislación Peruana*. Apuntes y Disquisiciones. Derecho & Sociedad, p.241.
- Amasifuén, M. (2015). *Importancia de la Cultura Tributaria en el Perú*. Accounting power for business, p.23.
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898
- Ardiles, C. (2022). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes de abarrotes en el Mercado Mayorista de la ciudad de Lima Metropolitana – 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Las Américas].
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/2473/1.TESIS%20-%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barberán, N., Bastidas, T., Santillán, R., Manosalvas, C., y Peña, M. (2020). *Factores que inciden en la intención del cumplimiento tributario de las microempresas*. Revistas Espacios, 41(1974), 19.
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n08/a20v41n08p19.pdf>
- Barreix, A., Bès, M., Roca, J., Díaz, S. y Zambrano, R. (2023) *¿Quo vadis, administración tributaria?* Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT)
<https://www.ciat.org/Biblioteca/DocumentosTecnicos/Espanol/2023-Quo-vadis-CIAT.pdf>
- Bravo, F. (2015). *Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: Experiencia en el Perú*. Editorial CIAT. Perú.
- Bonell, R. (2015). *Concienciación cívico-tributaria en el S. XXI. Just Culture*. Anuario Jurídico y Económico Escurialense.
<https://publicaciones.rcumariacristina.net/AJEE/article/view/226/pdf>
- Chávez, Y y Pineda, A. (2022). *Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Mercado Modelo del distrito de Barranca, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Barranca] Repositorio institucional – Universidad Nacional de Barranca.

- Castro, D. y Narváez, X. (2024). Educación tributaria y reducción de la economía informal en América Latina. *Revista Conrado*, 20(96), 77-91. <http://www.scielo.sld.cu/pdf/rc/v20n96/1990-8644-rc-20-96-77.pdf>
- Castro, L. y Torralba, K. (2020) *La cultura tributaria como factor primario de la responsabilidad fiscal en negocios multinivel y comerciantes de barrio en Bogotá, 2020* [Tesis de pregrado, Fundación Universitaria los Libertadores] <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/3176>
- Centro de Política y Administración Tributaria de la OCDE (2023). *Estadísticas tributarias en América Latina y el Caribe 2023*. <http://oe.cd/RevStatsLAC>
- Colegio de Psicólogos de Argentina (s.f.). *La importancia de la cultura tributaria: actitud y conducta tributaria*. https://colegiodepsicologossj.com.ar/psicologia-tributaria/#google_vignette
- Decreto Supremo N°133-2013-EF Apruébese el Texto Único Ordenado del Código Tributario. (2013, 22 de junio). Ministerio de Economía y Finanzas. <https://www.gob.pe/institucion/mef/normas-legales/228243-133-2013-ef>
- Decreto Supremo N.° 179-2004-EF Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta. (2004, 8 de diciembre). Ministerio de Economía y Finanzas. <https://www.gob.pe/institucion/mef/normas-legales/2898142-179-2004-ef>
- Decreto Supremo N.° 055-99-EF Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo. (1999, 14 de abril). Ministerio de Economía y Finanzas. <https://www.gob.pe/institucion/mef/normas-legales/225875-055-99-ef>
- Díaz, B. y Lindemberg, A. (2015). *Educación Fiscal y construcción de ciudadanía en América Latina*. *Revista de Administración Tributaria CIAT/AEAT/IEF* (38), 50-78. http://educacionfiscal.org/files/2015-05/2015_rivillas_baltazar.pdf
- Estévez, A. y Esper, S. (2009). *Ciudadanía fiscal y nuevas formas de relación entre contribuyentes y administración tributaria*. Universidad

Nacional del Rosario.

https://saberes.unr.edu.ar/index.php/revista/article/view/5/pdf_4

Fischman, D. (2009). *Cuando el liderazgo no es suficiente*. Lima. Editorial UPC.

Flores, A. (2013). *Derecho tributario I*. Ediciones Jurídicas. Lima

Godoy, G. (2021). *La cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en los establecimientos de hospedaje en el distrito de Huánuco 2021* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional – Universidad de Huánuco.

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: McGraw Hill Education

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill Education.

Instituto Hegel (2021, julio 23). *Qué son las normas tributarias*. Instituto de Ciencias Hegel. <https://hegel.edu.pe/blog/que-son-las-normas-tributarias-en-tiempos-del-covid-19-en-peru/>

Londoño, O., Maldonado, L., & Calderón, L. (2014). *Guía para construir estados del arte*. Bogotá Colombia: International Corporation of Networks of Knowledge.

Ministerio de Economía y Finanzas. (s.f. a). *Régimen de gradualidad*. https://mef.gob.pe/defensoria/boletines/Exp_defensoria_06052022.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas. (s.f. b). *Sucesión indivisa*. <https://www.gob.pe/13068-sucesion-indivisa>

Ministerio de Economía y Finanzas. (s.f. c). *Valor de la UIT*. <https://www.gob.pe/435-valor-de-la-uit>

Ministerio Público Fiscalía de la Nación. (s.f.). *Ejercicio grabable*. https://www.mpf.n.gob.pe/escuela/contenido/actividades/docs/2201_11_impuesto_a_la_renta_pers_jurid.pdf

- Montiel, S., Peña, A. y Martínez C. (2020). *Cultura tributaria: formas de mejorarla*. Universidad Libre. Cartagena de Indias.
https://www.researchgate.net/publication/370068469_cultura_tributaria_FORMAS_DE_MEJORARLA_AUTORES
- Ordoñez, F. y Quispe, F. (2023) *Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Modelo Bagua Grande 2023*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional – Universidad César Vallejo.
- Pecho, M. (2021). *La cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado Mayorista de Jauja, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional – Universidad de Huánuco.
- Pila, E. (2022). *Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones en los sectores turísticos y hoteleros de la provincia de Cotopaxi*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35061/1/T5313i.pdf>
- Ponce, M. y Dalla, M. (2018). *Guía de investigación en gestión*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima
- Real Academia Española. (s.f.-a). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 10 de enero de 2024, de <https://dle.rae.es/valorización?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.-b). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 10 de enero de 2024, de <https://dle.rae.es/responsabilidad?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario panhispánico del español jurídico*. Recuperado el 10 de enero de 2024, de <https://dpej.rae.es/lema/prestación>
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. Pearson. Prentice Hall.
- Roca, C. (2011). Estrategias para la formación de la cultura tributaria – Asamblea General del CIAT N° 42. *Serie Temática Tributaria, N°15*, p. 66.

- Rosales, T. (2021). *La cultura tributaria y la formalización empresarial de los comerciantes del mercado modelo de la ciudad de Huánuco 2021* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional – Universidad de Huánuco.
- Ruiz, B. y Segura, J. (2021) *Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de deberes formales y materiales de los microempresarios del Mercado Central de Alajuela, Costa Rica, durante el año 2021.* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica Nacional] <https://repositorio.utn.ac.cr/handle/20.500.13077/664>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (6 de agosto de 2023). *Cobranza coactiva.* <https://www.gob.pe/7814-cobranza-coactiva-de-una-deuda-con-la-sunat>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2009). *Evasión tributaria.* https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/informes_publicaciones/estimacion_incumpl/estimacion_incumplimiento_igv_2008.pdf
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (2023) *Infracciones y sanciones tributarias.* https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Guia_infracciones-sanciones-tributarias_2023.pdf
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (2020). *Glosario de términos sobre cultura tributaria y aduanera.* <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (s.f. a). *Quiénes somos.* SUNAT <https://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/valores.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (s.f. b). *¿Qué entiende por tributo?* SUNAT. http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario_entiende.html

Urquizo, J., Narváez, C. y Jaramillo, C. (2024). *Cultivando conciencia tributaria: estrategias educativas y colaborativas en América Latina*. *Universidad y Sociedad*, 16(2), 282-292.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v16n2/2218-3620-rus-16-02-282.pdf>

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Pickman Gutiérrez, J. L. (2025). *La cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica, 2024*. [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional UDH.

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA GENERAL Y ESPECÍFICOS	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024.	<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo se caracterizan la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica en 2024?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS - ¿Cómo se caracterizan la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024? - ¿Cómo se caracterizan la educación tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024? - ¿Cómo se caracterizan los valores tributarios y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Describir cómo se caracterizan la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS - Identificar cómo se caracterizan la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024. - Identificar cómo se caracterizan la educación tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024. - Identificar cómo se caracterizan los valores tributarios y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024.</p>	<p>HIPÓTESIS En este caso nuestra investigación será de nivel descriptivo no trata de pronosticar ningún dato, cifra o hecho, sino caracterizar la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del Mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024</p>	<p>VARIABLE 1: Cultura tributaria</p> <p>DIMENSIONES: - Conciencia tributaria - Educación tributaria - Valores tributarios</p> <p>VARIABLE 2 Obligaciones tributarias</p> <p>DIMENSIONES: - Obligaciones formales - Obligaciones sustanciales - Infracciones y sanciones tributarias</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño de la Investigación: No experimental, transversal</p> <p>M → O</p>	<p>Población de trabajo conformado por comerciantes del mercado modelo de Ica N = 198</p> <p>Muestra muestreo no probabilístico conformado por todos los comerciantes de venta de abarrotes n = 30</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

ANEXO 2
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:
CUESTIONARIO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS**

Encuesta dirigida a los comerciantes de venta de abarrotes del mercado
Modelo de la ciudad de Ica 2024

Objetivo: Describir cómo se caracterizan la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes de venta de abarrotes del mercado Modelo de la ciudad de Ica 2024.

Estimado (a) Señor (a) Comerciante, solicito su colaboración respondiendo a las preguntas de manera anónima, los cuales tienen fines netamente académicos. Asimismo, agradezco su valiosa ayuda.

SEXO: M () F ()

EDAD:

RÉGIMEN TRIBUTARIO:

Instrucciones: A continuación, sírvase marcar con un aspa (X) según sea su respuesta a cada interrogante considerando que:

1. SI
2. NO

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
		1	2
1	¿Cree que cumplir con las obligaciones tributarias es una acción importante para el bienestar del país?		
2	¿Usted aplica conscientemente las normas tributarias para el pago de sus impuestos?		
3	¿Conoce usted el destino final de los impuestos recaudados por la SUNAT?		

4	¿Conoce las normas tributarias que debe cumplir como comerciante para el pago de sus impuestos?		
5	¿Está usted informado sobre el régimen tributario más adecuado para su tipo de negocio?		
6	¿Cumple usted con sus obligaciones tributarias como contribuyente?		
7	¿Usted realiza el pago de su cuota tributaria de acuerdo a sus ingresos reales?		
8	¿Realiza usted puntualmente el pago de su cuota tributaria de acuerdo al cronograma de pagos establecido por la SUNAT?		
9	¿Está usted inscrito en el Registro Único del Contribuyente?		
10	¿Emite comprobantes de pago por las ventas que realiza?		
11	¿Sabe usted que, al estar acogido al Nuevo RUS, no está obligado a llevar libros contables ni registros de ventas?		
12	¿Conoce usted que es el impuesto a la renta?		
13	¿Conoce usted que es el IGV y quienes lo pagan?		
14	¿Conoce usted las omisiones que se consideran como infracción tributaria?		
15	¿Conoce usted cuáles son las sanciones que podrían imponerle por las infracciones que pueda cometer como contribuyente?		

¡Muchas gracias!

ANEXO 3
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
EMITIDO POR EL JUICIO DE TRES EXPERTOS
EXPERTO N° 1



Universidad de Huánuco

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de ítem	Ítem	Validez de Contenido		Validez de Constructo		Validez Criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cree que cumplir con las obligaciones tributarias es una acción importante para el bienestar del país?	x		x		x		
2	¿Usted aplica conscientemente las normas tributarias para el pago de sus impuestos?	x		x		x		
3	¿Conoce usted el destino final de los impuestos recaudados por la SUNAT?	x		x		x		
4	¿Conoce las normas tributarias que debe cumplir como comerciante para el pago de sus impuestos?	x		x		x		
5	¿Está usted informado sobre el régimen tributario más adecuado para su tipo de negocio?	x		x		x		

6	¿Cumple usted con sus obligaciones tributarias como contribuyente?	x		x		x	
7	¿Usted realiza el pago de su cuota tributaria de acuerdo a sus ingresos reales?	x		x		x	
8	¿Realiza usted puntualmente el pago de su cuota tributaria de acuerdo al cronograma de pagos establecido por la SUNAT?	x		x		x	
9	¿Está usted inscrito en el Registro Único del Contribuyente?	x		x		x	
10	¿Emite comprobantes de pago por las ventas que realiza?	x		x		x	
11	¿Sabe usted que, al estar acogido al Nuevo RUS, no está obligado a llevar libros contables ni registros de ventas?	x		x		x	
12	¿Conoce usted que es el impuesto a la renta?	x		x		x	
13	¿Conoce usted que es el IGV y quienes lo pagan?	x		x		x	
14	¿Conoce usted las omisiones que se consideran como infracción tributaria?	x		x		x	
15	¿Conoce usted cuáles son las sanciones que podrían imponerle por las infracciones que pueda cometer como contribuyente?	x		x		x	

Fuente: Universidad Peruana Cayetano Heredia, 2016.

Datos del Experto:

Firma: 
Dra. C.M. Amanda E. Villagra Barros

Apellidos y Nombres: VILLAGRA BARRIOS AMANDA ESTHER

DNI: 00474589

EXPERTO N° 2



Universidad de Huánuco

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de Ítem	Ítem	Validez de Contenido		Validez de Constructo		Validez Criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cree que cumplir con las obligaciones tributarias es una acción importante para el bienestar del país?	x		x		x		
2	¿Usted aplica conscientemente las normas tributarias para el pago de sus impuestos?	x		x		x		
3	¿Conoce usted el destino final de los impuestos recaudados por la SUNAT?	x		x		x		
4	¿Conoce las normas tributarias que debe cumplir como comerciante para el pago de sus impuestos?	x		x		x		
5	¿Está usted informado sobre el régimen tributario más adecuado para su tipo de negocio?	x		x		x		

6	¿Cumple usted con sus obligaciones tributarias como contribuyente?	x		x		x		
7	¿Usted realiza el pago de su cuota tributaria de acuerdo a sus ingresos reales?	x		x		x		
8	¿Realiza usted puntualmente el pago de su cuota tributaria de acuerdo al cronograma de pagos establecido por la SUNAT?	x		x		x		
9	¿Está usted inscrito en el Registro Único del Contribuyente?	x		x		x		
10	¿Emite comprobantes de pago por las ventas que realiza?	x		x		x		
11	¿Sabe usted que, al estar acogido al Nuevo RUS, no está obligado a llevar libros contables ni registros de ventas?	x		x		x		
12	¿Conoce usted que es el impuesto a la renta?	x		x		x		
13	¿Conoce usted que es el IGV y quienes lo pagan?	x		x		x		
14	¿Conoce usted las omisiones que se consideran como infracción tributaria?	x		x		x		
15	¿Conoce usted cuáles son las sanciones que podrían imponerle por las infracciones que pueda cometer como contribuyente?	x		x		x		

Fuente: Universidad Peruana Cayetano Heredia, 2016.

Datos del Experto:

Firma: 

Apellidos y Nombres: Mg. Sinche Anaya, Aiichira Yelma

DNI: 22703493

EXPERTO N° 3



Universidad de Huánuco

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de ítem	Ítem	Validez de Contenido		Validez de Constructo		Validez Criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cree que cumplir con las obligaciones tributarias es una acción importante para el bienestar del país?	x		x		x		
2	¿Usted aplica conscientemente las normas tributarias para el pago de sus impuestos?	x		x		x		
3	¿Conoce usted el destino final de los impuestos recaudados por la SUNAT?	x		x		x		
4	¿Conoce las normas tributarias que debe cumplir como comerciante para el pago de sus impuestos?	x		x		x		
5	¿Está usted informado sobre el régimen tributario más adecuado para su tipo de negocio?	x		x		x		

6	¿Cumple usted con sus obligaciones tributarias como contribuyente?	x		x		x	
7	¿Usted realiza el pago de su cuota tributaria de acuerdo a sus ingresos reales?	x		x		x	
8	¿Realiza usted puntualmente el pago de su cuota tributaria de acuerdo al cronograma de pagos establecido por la SUNAT?	x		x		x	
9	¿Está usted inscrito en el Registro Único del Contribuyente?	x			x		x
10	¿Emite comprobantes de pago por las ventas que realiza?	x		x		x	
11	¿Sabe usted que, al estar acogido al Nuevo RUS, no está obligado a llevar libros contables ni registros de ventas?	x			x		x
12	¿Conoce usted que es el impuesto a la renta?	x		x		x	
13	¿Conoce usted que es el IGV y quienes lo pagan?	x			x		x
14	¿Conoce usted las omisiones que se consideran como infracción tributaria?	x		x		x	
15	¿Conoce usted cuáles son las sanciones que podrían imponerle por las infracciones que pueda cometer como contribuyente?	x		x		x	

Fuente: Universidad Peruana Cayetano Heredia, 2016.

Datos del Experto:

Firma:



Apellidos y nombres: Dr. Rojas García, José Domingo

DNI: 10697348

ORCID: 0000- 0001- 6868- 5470

ANEXO 4
AUTORIZACIÓN PARA LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

**EL (LA) ADMINISTRADOR (A) DEL MERCADO MODELO DE LA CIUDAD
DE ICA,**

AUTORIZA

Al bachiller Juan Luis Pickman Gutiérrez, para que realice la aplicación de un instrumento de recolección de datos (Encuesta) en esta asociación comercial, con la finalidad de desarrollar el trabajo de investigación con fines académicos titulado: "LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DE VENTA DE ABARROTES DEL MERCADO MODELO DE LA CIUDAD DE ICA, 2024"

Se expide la presente a solicitud del interesado para los fines que crea por conveniente.

Ica, noviembre del 2024



Miguel Ángel Tito Gutiérrez.

ANEXO 5

GALERÍA FOTOGRÁFICA



Foto 1: Ingreso oeste al mercado Modelo de la ciudad de Ica



Foto 2: Encuestadora contratada por el investigador aplicando el cuestionario



Foto 3: Encuestadora contratada por el investigador aplicando el cuestionario



Foto 4: Encuestadora contratada por el investigador aplicando el cuestionario