

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **CONTABILIDAD Y FINANZAS**

“LA CULTURA TRIBUTARIA Y LA
FORMALIZACIÓN EN LOS NEGOCIOS DEL
MERCADO SAN ANTONIO EN LA CIUDAD DE
CAJAMARCA, 2023”

Tesis para optar el título profesional de:

CONTADORA PÚBLICA

Autora:

Mirely Anali Bravo Ayay

Asesor:

M.Cs. Gilmer Chuquiruna Chávez

<https://orcid.org/0000-0001-7776-0727>

Cajamarca - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	Melva Linares Guerrero	26704185
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Juan Romelio Mendoza Sánchez	43679106
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Segundo José Ispilco Bolaños	26731482
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Cultura Tributaria

INFORME DE ORIGINALIDAD

9% INDICE DE SIMILITUD	9% FUENTES DE INTERNET	0% PUBLICACIONES	1% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
----------------------------------	----------------------------------	----------------------------	--------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upsc.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	retos.ups.edu.ec Fuente de Internet	2%
4	repositorio.upp.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.upeu.edu.pe:8080 Fuente de Internet	1%

Excluir citas Activo Excluir coincidencias Apagado
 Excluir bibliografía Activo

DEDICATORIA

A DIOS

Quien me dio la vida, sabiduría,
salud y fortaleza para alcanzar mis
sueños.

A MI MAMÁ LORENZA

Por ser la mejor, por su apoyo
incondicional porque sin ella yo no
hubiera hecho realidad mis sueños.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida y guiar mis pasos y poder culminar satisfactoriamente el proceso de aprendizaje en la carrera que me apasiona y que estoy segura me permitirá lograr muchas metas, doy gracias a mis docentes quienes con mucha paciencia y dedicación me transmitieron todos sus conocimientos. finalmente, a mí mamita Lorenza que siempre me fortaleció para continuar y no abandonar frente a las adversidades de la vida cotidiana en la elaboración de esta tarea de investigación

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	25
CAPÍTULO III: RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS	50
ANEXOS	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Prueba de normalidad	35
Tabla 2 Relación entre la cultura tributaria y la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.	37
Tabla 3 Relación entre la conciencia tributaria y la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.....	38
Tabla 4 Relación entre la educación tributaria y la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.....	40
Tabla 5 Relación entre la obligación tributaria y la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.....	41
Tabla 6 Matriz de consistencia	55
Tabla 7 Matriz de operacionalización de variables	57
Tabla 8 Estadísticas de fiabilidad: cultura tributaria	68
Tabla 9 Estadísticas de fiabilidad: formalización.....	68
Tabla 10 Base de datos: cultura tributaria	69
Tabla 11 Base de datos: formalización de negocios.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diseño de investigación	26
Figura 2 Nivel de las dimensiones de la cultura tributaria en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.	30
Figura 3 Nivel de cultura tributaria en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.	32
Figura 4 Nivel de las dimensiones de la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.	33
Figura 5 Nivel de la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.	34

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023. El estudio se realizó con enfoque mixto, es de tipo aplicada, con diseño de investigación no experimental, transversal, correlacional; la población fue 587 negocios y la muestra fue probabilística, siendo 83 negocios, a quienes se les aplicó los instrumentos de recolección de datos. Como principales resultados se encontró que del total de negocios, 62.7% tienen bajo nivel de cultura tributaria, 56.6% tienen bajo nivel de la formalización, además se encontró un coeficiente Rho de Spearman de 0.768 ($p=0.000$) para la relación entre la cultura tributaria y la formalización, un coeficiente Rho de Spearman de 0.797 ($p=0.000$) para la relación entre la conciencia tributaria y la formalización, un coeficiente Rho de Spearman de 0.812 ($p=0.000$) para la relación entre la educación tributaria y la formalización y un coeficiente Rho de Spearman de 0.178 ($p=0.107$) para la relación entre la obligación tributaria y la formalización. Por tanto, la investigación llega a la conclusión que existe una relación positiva y significativa entre la cultura tributaria y la formalización de negocios.

PALABRAS CLAVES: Cultura tributaria, formalidad en los negocios.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Una suposición común entre los formuladores de políticas es que una vez que se reduzcan los costos de formalización, los negocios prosperarán. Aunque existe evidencia de que la disminución de los niveles de complejidad de los requisitos regulatorios ayuda a la formalización, esto no significa que esos requisitos sean los únicos incentivos que promuevan la formalidad, ya que muchos negocios formales que actúan dentro de la informalidad, esto se evidencia en términos de contratación de bienes o servicios de empresas informales, la no posesión de licencias, beneficios que no asignan a su mano de obra, impuestos que evaden, entre otras expresiones de informalidad (Alva, 2016).

Algunas empresas pueden no tener la capacidad y los recursos para responder a los requisitos del mercado formal en términos de tiempo, cantidad y calidad. Es posible que requieran capacitación para incorporarse completamente a la economía formal. Las costumbres del mercado, las formas de hacer negocios y las demandas de los clientes pueden ser un desafío para las empresas informales. En algunos países se impulsan programas para fomentar la cooperación y la creación de clústeres de negocios informales, al mismo tiempo que se reducen los costos de incorporación y se incrementan los beneficios. Pero una incorporación repentina de negocios informales a la economía formal podría ser traumática y crear la sensación entre otros que aún permanecen en la informalidad de que el sector formal no vale la pena el sacrificio.

El problema más citado que afecta el éxito de la formalización de negocios es la falta de beneficios. Los costos de ingresar o salir de las estructuras formales para varios propósitos pueden ser altos, pero si los beneficios de hacerlo superan ese costo, lo más probable es que se formalice. Si a cambio de la formalización los agentes ganan más dinero o reciben mejores servicios, protección o acceso a crédito y capacitación, la ecuación puede favorecer la formalización. En la mayoría de los casos, la falta de beneficios es tan palpable que los negocios no tienen otra opción que ser informales (Bardales & Troncos, 2018)

Las reformas que pretenden fomentar la formalización de negocios deben considerar igualmente la reducción de costos y la provisión de beneficios, sin embargo, existe un dilema: algunos gobiernos no están en condiciones de invertir en servicios públicos si no pueden recaudar impuestos del sector informal (Schneider & Enste, 2016). Por otro lado, los incentivos negativos, como las sanciones por no formalizarse, no parecen tener mucho efecto en las decisiones de formalizarse. Según Fleming, Roman y Farell (2015), en Guatemala y México, la imposición de sanciones por no registrar una empresa existente no ha disminuido el nivel de informalidad y ha creado temor entre los actores de que serán sancionados retroactivamente o se les pedirá sobornos durante el proceso de formalización, todo lo cual contribuye negativamente en los empresarios informales para formalizarse.

Así mismo, en muchos lugares, los negocios no conocen las ventajas de la formalidad y los pasos necesarios para formalizarse. En estas situaciones, los países podrían emprender reformas sustanciales y beneficiosas dirigidas a eliminar los obstáculos para convertirse en

formales. A pesar de estas reformas, a menudo existe la creencia popular de que la formalización es difícil y costosa (Armas & Colmenares, 2016).

Los negocios informales forman parte de una gran sociedad y, cuando están debidamente motivados, es probable que hagan su parte por el bienestar de los demás. Jorratt (2017) agrega que a través de la información de los beneficios más amplios de la formalización para los negocios y la sociedad (es decir, mejor infraestructura, servicios estatales, etc. a partir de una mejor recaudación de impuestos resultante de un mayor registro de empresas), los estados pueden apelar a sus ciudadanos para que hagan su parte por la sociedad, al tiempo que se ayudan a sí mismos, en este sentido Rosas (2018) menciona que en Egipto se realizó una campaña muy exitosa que apeló a las empresas a pagar sus impuestos (que se habían reducido recientemente), esto significa que es posible.

No todos los agentes informales son similares, el sector informal es heterogéneo y necesita ser tratado como tal. Las políticas que promueven la formalización en áreas urbanas pueden no funcionar tan bien en áreas rurales. Lo que funciona para microempresas en la industria del mueble podría no funcionar para una persona que trabaja por cuenta propia en la industria agrícola. Las políticas de formalización deben adaptarse a las realidades del sector informal específico mientras se incrementa la productividad, se mejoran las condiciones de trabajo y las regulaciones y restricciones, cuando sea necesario, se reducen al mínimo.

Según Bardales (2015), los dueños de negocios en los mercados comparten ciertas características comunes relacionadas a la cultura tributaria, como el desconocimiento del

funcionamiento del sistema tributario, ya que creen que las mismas normas y reglas de las grandes empresas se aplican a ellos y como no cuentan con los medios para pagar asesores tributarios, prefieren omitir sus obligaciones tributarias. Además, generalmente no están considerados dentro de los programas de incentivos tributarios, por lo tanto, su cultura tributaria no está desarrollada, ya que sus objetivos se basan principalmente en alcanzar una consolidación económica financiera, mas no en insertarse por sí mismo en el sistema tributario.

Los dueños de pequeños negocios en los mercados tampoco poseen los conocimientos básicos de finanzas, contabilidad, tributación y comercialización, la mayoría de estos empresarios utilizan el método de ensayo y error, por lo que su limitada capacidad de gestión les imposibilita avanzar. Al ser informales no puede acceder a servicios y productos bancarios como empresa, y quienes si pueden acceder a créditos no saben cómo endeudarse. Los negociantes que no son formales, además de su incumplimiento con las entidades estatales, faltan a las normas esenciales como el buen trato al cliente, al trabajador, deficiencias en calidad de servicio o producto, cumplimiento con plazos, etc.

Es evidente que la falta de cultura tributaria ocasiona que los dueños de negocios pierdan oportunidades, la falta de información y conciencia tributaria ocasiona que los empresarios desaprovechen oportunidades como el acceso al crédito financiero, la oportunidad de brindar servicios al estado, oportunidades para exportar, para acceder a programas sociales, entre otros (De Soto, 2016). Por lo tanto, los negocios necesitan

formalización y capacitación para lograr alcanzar su crecimiento y desarrollo, para ello se necesita lograr crear una cultura tributaria de carácter ético y moral.

Lo argumentado anteriormente en referencia a la cultura tributaria y la formalidad se refleja en la ciudad de Cajamarca donde los negocios de pequeña escala han crecido exponencialmente en los diversos sectores económicos. En el caso del mercado San Antonio, se observa frecuentemente que los negocios que teniendo la posibilidad no emiten ningún tipo de comprobante de venta, muchos de sus trabajadores no perciben ni siquiera el sueldo mínimo y sus condiciones de trabajo son paupérrimas. Muchos de los negocios se han mantenido estancados en el tiempo, no muestran desarrollo ni sostenibilidad, debido a su baja cultura tributaria no pueden acceder a beneficios, lo cual limita su crecimiento. En tal sentido, la presente investigación busca explorar y conocer el tipo y nivel de relación existente entre la cultura tributaria y la formalización en los negocios del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca.

Al respecto existe algunos antecedentes relacionados al tema de investigación:

Ortiz (2021) en su estudio titulado “Cultura tributaria y formalización en el sector comercial” realizada en el Cantón La Libertad, Ecuador; la investigación fue básica, correlacional, se encuestó a 36 comerciantes. Como principales resultados se encontró que 61.1% de los comerciantes tienen un nivel bajo de cultura tributaria, además, 55.6% de los comerciantes tiene un nivel bajo de formalización empresarial, el autor utilizó la prueba de chi cuadrado para validar la hipótesis y con un nivel de significancia de $p=0.000$, concluye

que existe una relación estadísticamente significativa entre la cultura tributaria y formalización en el sector comercial.

Espino (2019) en su investigación denominada “Cultura tributaria en México, Chile, Perú y Colombia” realizada en Lambayeque, Perú. La investigación es cualitativa, descriptiva, realizó un análisis documental de investigaciones de bases de datos certificados. Como resultados encontró que en México los ciudadanos evaden impuestos por desconfianza en el gobierno, en Colombia los contribuyentes desconocen el destino de sus impuestos, por tal motivo prefieren no tributar, en Perú existe bajos niveles de tributación porque el nivel de informalidad en la economía es muy alto, mientras que en Chile ha aumentado la cultura tributaria ha crecido ya que el gobierno sabe administrar eficientemente sus recursos económicos, a diferencia de los anteriores países. Finalmente, la investigadora concluye que incrementado la tendencia de la evasión tributaria ha aumentado porque la cultura tributaria es baja en la mayoría de países.

Castillo y Quispe (2022) en su investigación titulada “La cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del mercado modelo de la ciudad de Bagua del mercado modelo de la ciudad de Bagua Grande 2022” realizado en Lima, Perú; la investigación fue cuantitativa, correlacional, no experimental y transversal, la muestra fue 57 dirigentes de microempresas. Como resultados encontraron un coeficiente Rho de Spearman de 0.861 ($p < 0.05$) para la relación entre la conciencia tributaria y la formalización y un coeficiente Rho de Spearman de 0.861 ($p < 0.05$) para la relación entre la cultura tributaria y la

formalización, por tanto, la investigación concluye que existe una relación positiva y significativa entre las variables de estudio.

Risco (2021) en su estudio denominado “La cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Modelo del distrito de Huaral”, realizado en Huacho, Perú, la investigación es cuantitativa, descriptiva correlacional, con diseño no experimental y transversal, la muestra fue de 247 comerciantes a quienes se les aplicó un cuestionario validado por juicio de expertos con una confiabilidad alta de 0.953 (Alfa de Cronbach). Como principales resultados se encontró una prueba de chi cuadrado de $X^2=32.49 > 16.92$ ($p < 0.05$) para la relación entre la educación tributaria y la formalización, y una prueba de chi cuadrado de $X^2= 32.97 > 26.30$ ($p < 0.05$) para la relación entre la cultura tributaria y la formalización; por lo tanto, la investigación concluye que existe una relación significativa entre cultura tributaria y la formalización en los comerciantes del Mercado Modelo del distrito de Huaral.

Rosales (2021) en su estudio titulado “La cultura tributaria y la formalización empresarial de los comerciantes del Mercado Modelo privado de la ciudad de Huánuco 2021”, realizada en Huánuco, Perú; la investigación fue descriptiva correlacional, con diseño no experimental y transversal, la muestra fue 55 empresarios del mercado modelo. Como principales resultados se encontró que el 67.2% de los empresarios tiene un nivel bajo de cultura tributaria, 69.1% de los empresarios tiene un nivel bajo de formalización empresarial, por otro lado, se encontró un coeficiente de correlación de Pearson de 0.479 ($p=0.001$) para la relación entre la educación tributaria y la formalización empresarial, un coeficiente de

correlación de Pearson de 0.543 ($p=0.000$) para la relación entre la cultura tributaria y la formalización empresarial, concluyendo que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre las variables de estudio.

Alva (2021) en su investigación titulada “Cultura tributaria y formalización en micro y pequeños empresarios del rubro comercial de Lima Metropolitana, 2021”, realizada en Lima, Perú; la investigación fue correlacional, con diseño no experimental y transversal, la muestra fue 21 representantes de Mypes a quienes se les aplicó los instrumentos de recolección de datos. La autora encontró como resultados que solo 4.8% de los representantes de Mypes tiene un nivel bajo de cultura tributaria, así mismo, 4.8% de los representantes de Mypes tiene un nivel bajo de formalización, también se encontró un coeficiente Rho de Spearman de 0.502 ($p=0.000$) para la relación entre las obligaciones tributarias y la formalización de las Mypes y un coeficiente Rho de Spearman de 0.479 ($p=0.000$) para la relación entre la cultura tributaria y la formalización de las Mypes. Concluyendo que existe una relación directa y significativa entre la cultura tributaria y la formalización.

Ortega (2019) en su estudio titulado “La cultura tributaria y su incidencia en la formalización de las Mypes de la provincia de San Pablo – Región Cajamarca, año 2018” realizado en Cajamarca, Perú; la investigación fue descriptiva correlacional, el diseño de investigación fue no experimental y transversal, la muestra fue no probabilística (60 comerciantes). Los principales resultados fue que el 58.3% de los comerciantes tiene bajos conocimientos en tributación y 68.3% de los comerciantes tiene un bajo nivel de

formalización empresarial, además, la prueba de chi cuadrada fue de $X^2 = 62.416 > 16.919$ ($p=0.000$), por tanto, la investigación concluye en que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y la formalización empresarial.

Arévalo (2019) en su investigación denominada “Cultura tributaria para la formalización de los comerciantes del mercado del Sector Fila Alta Jaén – 2017”, realizada en Pimentel, Perú; la investigación fue cuantitativa correlacional, con diseño no experimental y transversal, la muestra fue de 30 comerciantes, a quien se le aplicó un cuestionario previamente validado por juicio de expertos con un Alfa de Cronbach de 0.857. Como principal resultado se encontró un coeficiente de correlación de Pearson de 0.981 ($p=0.000$), el estudio llega a la conclusión que existe una relación positiva y significativa entre la cultura tributaria y formalización en los comerciantes del mercado.

Pérez (2019) en su estudio denominado “Influencia de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes del Mercado 28 de Julio - Jaén 2018”, realizado en Pimentel, Perú. La investigación fue de tipo básica, correlacional, no experimental y transversal, la muestra fue no probabilística, siendo un total de 40 comerciantes. Como resultados encontró que el 62.5% de los comerciantes tuvo un nivel bajo de cultura tributaria, mientras que 70.0% de los comerciantes tuvo un nivel bajo de formalización, además, encontró un coeficiente Rho de Spearman de 0.649 ($p<0.05$), por tanto, la investigación llega a la conclusión que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la cultura tributaria y la formalización en los comerciantes del mercado.

Por otro lado, se presentan las bases teóricas que sustentan la presente investigación:

Cultura Tributaria, se define como la conducta del cumplimiento permanente de los deberes tributarios, fundamentada en la confianza, la conciencia, la razón, la responsabilidad ciudadana, el respeto a la ley, ética personal y solidaridad social (León, 2016), para Velarde (2015) la cultura tributaria es una herramienta para fortalecer el sistema tributario, ya que orienta al ciudadano a cumplir voluntariamente con sus obligaciones, por ende el estado está obligado a informar, educar y proveer de servicios para promover la cultura tributaria. Además, se reconoce las siguientes categorías dentro de la cultura tributaria:

Conciencia tributaria, es un concepto que implica una extensión de la responsabilidad social, la responsabilidad ciudadana incluye además de compromisos, cargas y obligaciones de la persona hacia la sociedad, considera la expresión y desarrollo de una actitud proactiva: el rol que como ciudadanos asumimos en la comunidad donde vivimos (Ruiz, Navarro y Velandia, 2016). Además, se refiere a las decisiones de las personas de acuerdo a la educación, valores y moral de cada persona. La ética personal brinda las pautas y principios que sirven de guía para la conducta del individuo.

Educación tributaria, son conocimientos, costumbres y valores relacionados al pago de los impuestos y a la tributación. Es importante porque promueve voluntariamente el cumplimiento de las obligaciones tributarias, por ese motivo el estado busca educar, apoyar y asesorar a los contribuyentes por diferentes medios, como televisión, radio, páginas web, charlas, entre otras formas de comunicación (Arias, 2016). Velarde (2015) propone que para

complementar la educación tributaria se debe mejorar el diseño de las leyes y procedimientos.

Obligación tributaria, una de las características de un estado democrático es el respeto y cumplimiento de la ley y las normas, ya que la arquitectura de los procesos judiciales, civiles y penales se basan en ello; por lo tanto, en el marco tributario el cumplimiento de las obligaciones tributarias resulta siendo fundamental (Arias, 2016).

Formalización de los negocios, es un proceso multidimensional que incluye el cumplimiento de las normas obligatorias establecidas por el Estado (Ferreira, 2018), según Loayza (2017) la formalización de los negocios es la transición de este tipo de empresas de la economía informal a la economía formal, para lo cual se requiere que las empresas se inscriban en el correspondiente registro y cumplan con sus obligaciones laborales y fiscales. La formalización empresarial genera beneficios sociales, como la inserción de los trabajadores al sistema de seguridad social (salud), el cumplimiento de normas sectoriales que buscan proteger la salud de los consumidores y además que aumenta los niveles de recaudación fiscal; el empresario por su parte, se ha convertido en acreedor de diversos beneficios como el acceso al crédito financiero, ser proveedor del estado, ser más competitivo, acceso a contratos formales, entre otras ventajas (Perry et al., 2017). Sobre la formalización se identifica los siguientes tipos:

Formalización laboral, es el proceso que debe realizar el empresario que dirige una empresa cuando decide contratar a personas para que sumen a su fuerza laboral, el proceso de formalización laboral considera un régimen, que para el caso de las MYPES corresponde

el Régimen de la micro pequeña o mediana empresa (REMYPE), bajo este régimen los trabajadores aseguran sus derechos y al mismo tiempo cumplen con obligaciones; la formalización laboral es competencia del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL) (Ruiz, Navarro y Velandia, 2016).

Formalización registral y tributaria, una empresa o sociedad para que lleve a cabo sus actividades productivas y económicas debe constituirse, por lo tanto, la formalización jurídica es el proceso de constituir una sociedad y registrarla en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), un negocio también puede ser constituido por una persona natural para realizar sus actividades económicas, sin la necesidad de crear una persona jurídica (Velarde, 2015). Por el lado tributario, se refiere al proceso de control y seguimiento que realiza la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), en la formalización tributaria el empresario planifica y proyecta el inicio de sus actividades económicas, de tal manera que define una fecha para solicitar su Registro Único del Contribuyente (RUC), además deberá definir a que régimen se acogerá, durante sus actividades económicas debe emitir comprobantes de pago (factura para empresas y boleta para consumidores finales), además está obligado a llevar los diversos libros contables y declarar y pagar sus impuestos (Ruiz, Navarro y Velandia, 2016)

Formalización municipal, forma parte del proceso de formalización de las empresas, se refiere a las gestiones y trámites que se realizan en la municipalidad de la ciudad o lugar donde operará la empresa, la formalización municipal consiste en la solicitud de la

licencia de funcionamiento municipal y es competencia de las Municipalidades Distritales. Por la parte sectorial, se refiere al proceso de formalización al cual incurren algunos negocios, la formalización sectorial depende del tipo de actividad económica que va a desempeñar la empresa, es así que algunas actividades específicas como las relacionadas a la pesca, minería y otros, necesitan de una autorización especial o concesión especial sin la cual no podrían realizar sus actividades económicas (Ruiz, Navarro y Velandia, 2016).

Por otro lado, la investigación se realiza porque busca relacionar dos conceptos: cultura tributaria y formalización, con una perspectiva integradora y comprensiva utilizando una base teórica e investigaciones previas que respaldan la relación de conceptos. Así mismo, este estudio buscó cerrar la brecha entre las teorías de lo que hace la gente con las observaciones de su comportamiento real, abordando la cultura tributaria y la formalización desde la perspectiva propia de los negocios del mercado San Antonio de la Ciudad de Cajamarca, en tal sentido la investigación amplía la base de conocimientos existentes.

En este sentido la presente investigación buscó conocer el tipo, nivel y significancia de la relación entre la cultura tributaria y la formalización en los negocios del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca. Por tanto, este estudio sirve como base a los funcionarios que toman decisiones con respecto a este sector empresarial. Finalmente, esta investigación sirve a la comunidad universitaria como antecedente para seguir investigando y profundizando sobre la relación entre la cultura tributaria y la formalización de los negocios en la ciudad de Cajamarca.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera se relaciona la cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023?

1.2.2. Problema Específicos

¿De qué manera se relaciona la conciencia tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023?

¿De qué manera se relaciona la educación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023?

¿De qué manera se relaciona la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

1.3.2. Objetivos Específicos

Determinar la relación entre la conciencia tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Determinar la relación entre la educación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Determinar la relación entre la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Existe una relación positiva y significativa entre la cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

1.4.2. Hipótesis Específicos

Existe una relación positiva y significativa entre la conciencia tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Existe una relación positiva y significativa entre la educación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Existe una relación positiva y significativa entre la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La investigación se realizó bajo el enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), las investigaciones cuantitativas recogen y procesan información mediante técnicas estadísticas y las investigaciones cualitativas describen las características o cualidades de un fenómeno (Cadena, 2017), en la presente investigación se cuantificó las variables cualitativas mediante un cuestionario, para determinar el nivel de cada variable por medio de técnicas estadísticas.

Además, la investigación es de tipo aplicada, según Lozada (2014) este tipo de investigación “tiene por objetivo la generación de conocimiento con aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en el sector productivo”, en tal sentido, la presente investigación utilizó los conocimientos de la investigación básica como los antecedentes y las bases teóricas para aplicarlos en la situación problemática y estudiar la relación entre la cultura tributaria y la formalización de negocios, aportando con conocimiento para entender mejor la problemática y a partir de ella, diseñar políticas que puedan ayudar a mejorar la situación de los negocios.

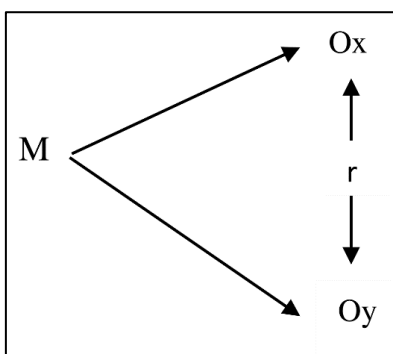
El diseño de la investigación es no experimental, de corte transversal, ya que las investigaciones no experimentales no permiten manipular arbitrariamente las variables, si no observa, analiza y registra las características de las variables en su ambiente natural, sin la necesidad de un ambiente controlado, en este caso el investigador cumple con el rol de observador (Bernal, 2010). Así mismo, en la presente investigación se realizó sin ningún tipo de intervención relacionada a las variables de estudio en los negocios del mercado San Antonio. Por otro lado, Bernal (2010) considera que, dentro de las investigaciones no

experimentales, están las investigaciones de diseño transversal, que son las investigaciones que recolectan información en un momento único, tal como se desarrollará este estudio, el cual recopilará información en un momento exacto para describir las variables y analizar su incidencia.

Además, la investigación es descriptiva y correlacional, pues según Hernández, Fernández y Baptista (2014) las investigaciones descriptivas caracterizan hechos o fenómenos y las investigaciones de tipo correlacional establecen una relación estadística entre las variables de estudio si necesidad de incluir o considerar variables externas a la investigación para llegar a conclusiones determinantes. En esta investigación se describió el nivel cada variable y a través de un coeficiente de correlación se midió el nivel de la relación entre variables y dimensiones. La investigación presenta el siguiente esquema de diseño de investigación:

Figura 1

Diseño de investigación



Nota: M es la Muestra, Ox es la variable cultura tributaria, Oy es la variable formalización y r es el estadístico de correlación

La población está constituida por 587 negocios que conforman el mercado San Antonio. Para el cálculo de la muestra se utilizó una fórmula matemática (anexo N°3) con la finalidad de asegurar una muestra representativa, por lo tanto, la muestra fue probabilística y ascendió a 83 negocios del mercado San Antonio. La unidad de análisis fueron los comerciantes del mercado San Antonio.

Para la recolección de información se empleó la técnica conocida como la encuesta, por medio del instrumento denominado cuestionario. Se aplicaron dos cuestionarios (anexo N°4) mediante los cuales se recolectó información acerca de la variable cultura tributaria y la variable formalización de los negocios.

El cuestionario n°1 sobre cultura tributaria fue tomado de Aliaga y Chancasanampa (2018) en su investigación “Cultura tributaria y evasión tributaria en las micro y pequeñas empresas del Mercado Modelo de Chupaca”, el instrumento consiste en 15 ítems que se responden marcando SI que equivale a un (1) punto o NO que equivale a cero (0) puntos, el cuestionario recoge información sobre las dimensiones y los indicadores de la variable cultura tributaria (anexo N°4). El puntaje alcanzado entre 0 a 5 puntos indica un nivel bajo de cultura tributaria, entre 6 a 10 puntos indica un nivel medio de cultura tributaria y entre 11 a 15 puntos indica un nivel alto de cultura tributaria.

El cuestionario n°2 sobre formalización de negocios fue tomado de Arévalo (2019) en su investigación “Cultura tributaria para la formalización de los comerciantes del mercado del sector fila alta jaén – 2017”, el instrumento consiste en 19 ítems que se responden marcando SI que equivale a un (1) punto o NO que equivale a cero (0) puntos, el cuestionario

recoge información sobre las dimensiones y los indicadores de la variable formalización (anexo N°4). El puntaje alcanzado entre 0 a 6 puntos indica un nivel bajo de formalización, entre 7 a 13 puntos indica un nivel medio de formalización y entre 14 a 19 puntos indica un nivel alto de formalización.

Los cuestionarios considerados anteriormente fueron validados por medio de juicio de expertos (anexo N°5) y el análisis de confiabilidad se realizó por medio del estadístico alfa de Cronbach (anexo N°6).

Luego de la selección de los instrumentos para medir las variables, se aplicaron los cuestionarios a los negocios del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca en un periodo de 15 días, de manera aleatoria hasta llegar a cubrir el número total de la muestra. Todos los datos obtenidos se tabularon y se formó una base de datos en SPSS v.25. Se realizó el análisis de confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos, mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Luego, se utilizó conjuntamente los softwares estadísticos Microsoft Excel y SPSS V25 para el procesamiento, ordenamiento, sistematización y análisis de resultados. Se realizó la Prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov, el cual indicó que la distribución de la muestra no es normal, por tanto, se utilizó estadística no paramétrica para el análisis de datos, con el cálculo del coeficiente Rho de Spearman para la correlación de las variables. Finalmente, se utilizó el procesador de textos Microsoft Word para ordenar toda la información y elaborar el informe final de tesis.

Finalmente, como consideraciones éticas se tuvo en cuenta la confidencialidad, ya que se ha asegurado la confidencialidad tanto de los participantes en la investigación como de

los datos que han proveído para la realización de la presente investigación, siendo el uso de los datos con fines académicos. Otro aspecto ético fue la originalidad, ya que la presente investigación utilizó fuentes de información para la elaboración de la parte introductora, todos los autores han sido citados y referenciados cumpliendo el estilo de las Normas APA 7ma edición y el protocolo de la Universidad Privada del Norte.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

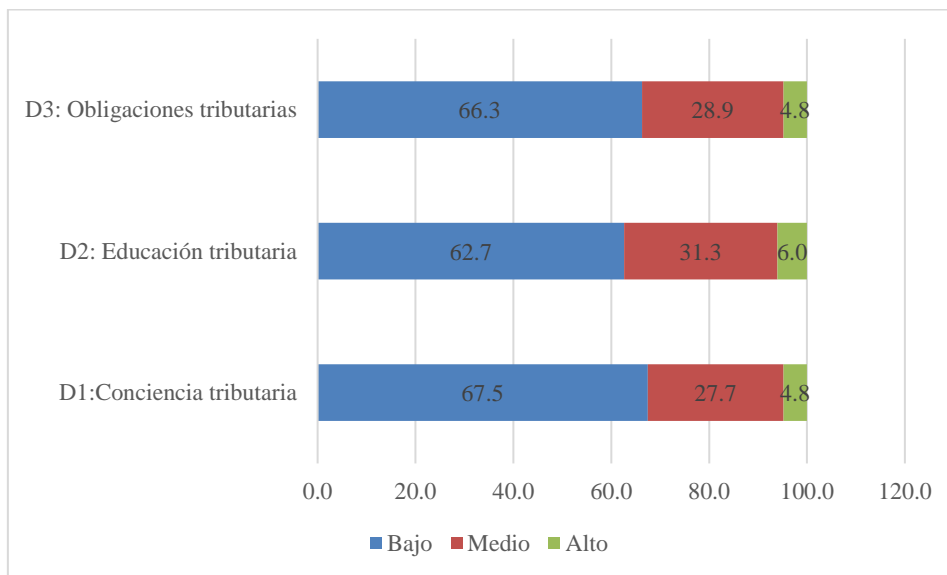
En el presente capítulo se describe, analiza e interpreta los resultados de la aplicación de los instrumentos de recojo de información realizado en el mercado San Antonio.

3.1. Resultados descriptivos

La primera variable viene a ser la cultura tributaria, esta variable está formada por tres dimensiones, los cuales se describen, analizan e interpretan a continuación:

Figura 2

Nivel de las dimensiones de la cultura tributaria en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.



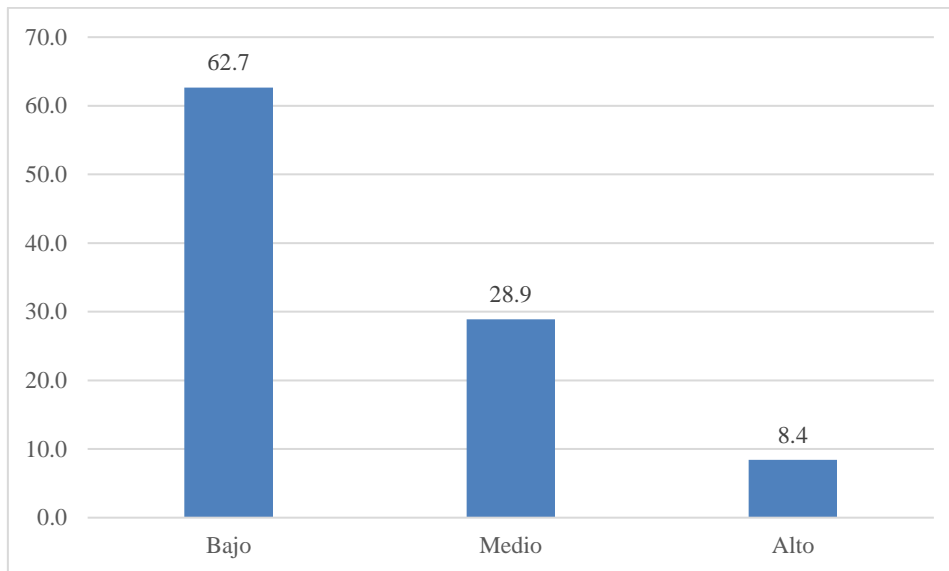
Nota: Síntesis de los resultados obtenidos por la aplicación de los instrumentos de recolección de datos (anexo N°7)

En la figura 2 se presenta los resultados obtenidos se las dimensiones de la cultura tributaria, donde se observa que el 66.3% de los negocios tienen mala percepción sobre las obligaciones tributarias, por otro lado, el 62.7% de los comerciantes tiene un nivel bajo de educación tributaria y el 67.5% de los comerciantes tiene un nivel bajo de conciencia tributaria.

Los resultados indican con más detalle el problema del bajo nivel de cultura tributaria, los bajos niveles en estas dimensiones se deben a deficiencias desde las instituciones educativas (primaria y secundaria) que no han desempeñado un papel importante en mejorar el cumplimiento tributario y aumentar la moral tributaria. La promoción de la cultura tributaria y sus dimensiones por parte de las instituciones educativas y las autoridades competentes es más que garantizar que los ciudadanos paguen sus impuestos a tiempo, se trata de construir una cultura de ética y cumplimiento. Por otro lado, las políticas deben estar diseñadas para educar sobre los impuestos y cómo afectan nuestras vidas.

Figura 3

Nivel de cultura tributaria en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.



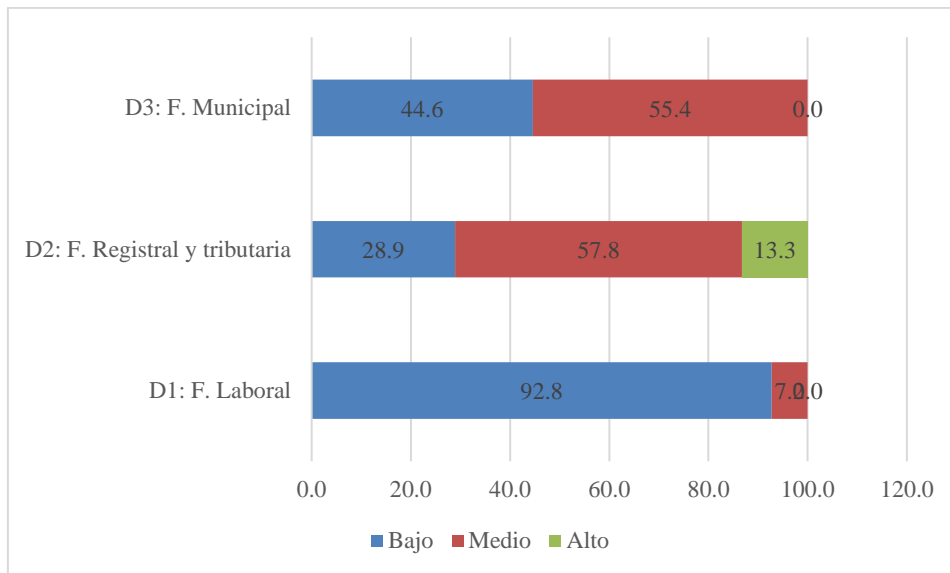
Nota: Síntesis de los resultados obtenidos por la aplicación de los instrumentos de recolección de datos (anexo N°7)

En la figura 3 se observa que, del total de los negocios, el 62.7% de ellos tiene un nivel bajo de cultura tributaria, el 28.9% de comerciantes tiene un nivel medio de cultura tributaria y el 8.4% tiene un nivel alto de cultura tributaria.

La razón de los bajos niveles de cultura tributaria radica en el tamaño de las empresas, además, los comerciantes son personas que trabajan de esta manera por muchos años, por otro lado, no han recibido capacitaciones sobre temas tributarios por parte de ninguna autoridad competente, si ni siquiera en la educación escolar básica.

Figura 4

Nivel de las dimensiones de la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.



Nota: Síntesis de los resultados obtenidos por la aplicación de los instrumentos de recolección de datos (anexo N°7)

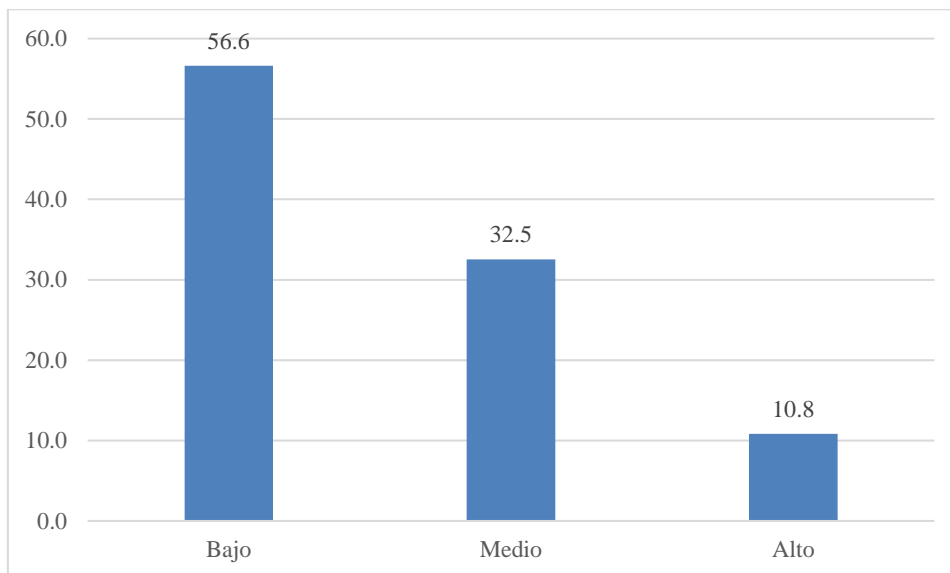
En la figura 4 se observa los niveles de formalidad según sus dimensiones, se muestra que el 55.4% de los comerciantes tienen un nivel medio en relación a la formalización municipal, mientras que la percepción que tienen los comerciantes frente a la formalización registral y tributaria es del 57.8% de nivel bajo y el 92.8% de los comerciantes tiene un nivel bajo de formalización laboral.

Los bajos niveles de formalización en las dimensiones estudiadas se deben a las malas decisiones racionales y éticas de quienes dirigen las empresas formales, además de un

bajo compromiso con el ámbito público como "ciudadanos activos y buenos". Como consecuencia las empresas no se encuentran registradas, no pagan impuestos ni ofrecen contratos de trabajo formales o protecciones sociales a sus empleados. Sin embargo, debe mencionarse que a menudo, las empresas no son totalmente formales ni informales, sino que muestran distintos niveles de formalización.

Figura 5

Nivel de la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.



Nota: Síntesis de los resultados obtenidos por la aplicación de los instrumentos de recolección de datos (anexo N°7)

En cuanto al nivel de formalización de los negocios (figura 5), se ha encontrado que el 44.6% de los comerciantes tiene un nivel bajo de formalización, el 36.1% de los

comerciantes del mercado San Antonio tiene un nivel medio de formalización y solo el 19.3% de los comerciantes tiene un nivel alto de formalización.

El bajo nivel de percepción sobre la formalización de los empresarios dirigentes de se debe a que el estrato empresarial en los negocios se caracteriza por ser una incubadora de empresas informales, la mayoría de emprendimientos empiezan en este estrato empresarial, por tanto, los dirigentes no están informados de los beneficios y ventajas de ser formal; además, su entorno al ser caracterizado por la informalidad, se convierte en un incentivo para estar en el sector informal permanentemente.

3.2. Resultados inferenciales

Tabla 1

Prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov

		Cultura tributaria	Formalización empresarial
N		83	83
Parámetros normales^{a,b}	Media	4,17	7,51
	Desv.		
	Desviación	3,453	3,129
Máximas diferencias extremas	Absoluto	0,217	0,251
	Positivo	0,217	0,251
	Negativo	-0,114	-0,151
Estadístico de prueba		0,217	0,251
Sig. asintótica(bilateral)		0,000 ^c	0,000 ^c

Nota: a. La distribución de prueba es normal. b. Se calcula a partir de datos. c. Corrección de significación de Lilliefors.

De la tabla 1 se observa que la significancia en todos los casos es menor a 0.05, por lo tanto, se deduce que la distribución de la muestra no es normal y que se utilizará estadística no paramétrica para el análisis de información, en ese sentido se ha utilizado el coeficiente Rho de Spearman para correlacionar las variables de estudio.

3.3. Contrastación de hipótesis de las variables cultura tributaria y formalización de negocios.

- H_a : Existe una relación significativa y directa entre la cultura tributaria y el nivel de formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.
- H_0 : No existe una relación significativa y directa entre la cultura tributaria y el nivel de formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Tabla 2

Relación entre la cultura tributaria y la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Rho de Spearman		Cultura tributaria	Formalización de negocios
Cultura tributaria	Coeficiente de correlación	1.000	0,768**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	83	83
Formalización empresarial	Coeficiente de correlación	0,768**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	83	83

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 2 se observa la relación entre la cultura tributaria y la formalización en los negocios del mercado San Antonio, la relación es estadísticamente significativa ($p < 0.05$), además, el coeficiente Rho de Spearman de 0.768 indica una relación positiva fuerte; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H_a) planteada en la investigación.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de acuerdo a los objetivos e hipótesis específicas planteados en el capítulo I.

Para comprobar la hipótesis que señala que existe una relación significativa y directa entre la dimensión conciencia tributaria de la variable cultura tributaria con la formalización

en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se presenta la tabla 3.

- H_a : Existe una relación significativa y directa entre conciencia tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.
- H_o : No existe una relación significativa y directa entre conciencia tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Tabla 3

Relación entre la conciencia tributaria y la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Rho de Spearman		Conciencia tributaria	Formalización de negocios
Conciencia tributaria	Coeficiente de correlación	1.000	0,797**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	83	83
Formalización empresarial	Coeficiente de correlación	0,797**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	83	83

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 3 se observa que el nivel de significancia es menor a 0.05, por lo tanto, existe una relación estadísticamente significativa entre la variable y la dimensión, esto quiere decir que el coeficiente de correlación logra medir con veracidad la relación, en este sentido el coeficiente Rho de Spearman (0.797) indica una relación positiva fuerte entre dimensión conciencia tributaria de la variable cultura tributaria con la formalización de negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca, lográndose demostrar la hipótesis alterna (H_a) planteada.

Para probar la hipótesis que afirma que existe una relación significativa y directa entre la dimensión educación tributaria de la variable cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se ha elaborado la tabla 4:

- H_a : Existe una relación significativa y directa entre la educación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023,
- H_o : No existe una relación significativa y directa entre la educación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023,

Tabla 4

Relación entre la educación tributaria y la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Rho de Spearman		Educación tributaria	Formalización de negocios
Educación tributaria	Coeficiente de correlación	1.000	0,812**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	83	83
Formalización empresarial	Coeficiente de correlación	0,812**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	83	83

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 4 se observa que existe una relación estadísticamente significativa ($p < 0.05$) entre la variable con la dimensión, además, el coeficiente de correlación Rho de Spearman (0.812) señala una relación positiva muy fuerte entre la dimensión educación tributaria de la variable cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H_a) específica de la investigación.

Por otro lado, para comprobar la hipótesis que señala que existe una relación significativa e indirecta entre la dimensión obligación tributaria de la variable cultura

tributaria se relaciona con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se presenta la tabla 5.

- H_a : Existe una relación significativa e indirecta entre la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.
- H_o : No existe una relación significativa e indirecta entre la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Tabla 5

Relación entre la obligación tributaria y la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Rho de Spearman		Obligaciones tributarias	Formalización de negocios
Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	1.000	0.178
	Sig. (bilateral)		0.107
	N	83	83
Formalización empresarial	Coeficiente de correlación	0.178	1.000
	Sig. (bilateral)	0.107	
	N	83	83

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 5 el nivel de significancia de la relación es mayor a 0.05, por lo tanto, el coeficiente Rho de Spearman de 0.178 no es estadísticamente significativo, por tanto, se acepta la hipótesis nula que afirma que no existe una relación significativa e indirecta entre la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Los resultados indican que el 62.7% de los negocios del Mercado San Antonio tienen una percepción de nivel bajo de cultura tributaria y el 56.6% de los negocios del Mercado San Antonio tienen un nivel bajo de formalización, por lo tanto, se coincide con los resultados encontrados por Ortiz (2021), Rosales (2021), Ortega (2019), Pérez (2019) y Espino (2019), que en sus respectivas investigaciones encontraron porcentajes similares, demostrando que tanto el nivel de cultura tributaria como el de formalización empresarial es bajo en los negocios; sin embargo, no se coincide con los resultados encontrados por Alva (2021), que en su investigación encontró que solo 4.8% de los representantes de Mypes tiene un nivel bajo de cultura tributaria, así mismo, 4.8% de los representantes de Mypes tiene un nivel bajo de formalización.

El problema de la cultura tributaria recae en sus bajos niveles, porque no se ha desarrollado o cultivado adecuadamente a lo largo de la vida de las personas, partiendo desde la educación primaria, que en el Perú son temas que no se tratan comúnmente, por lo tanto, no se logra formar un buen nivel de cultura tributaria en el Perú; este problema trae como consecuencia que los empresarios carezcan de información y actúen de manera improvisada en ocasiones y decidan operar en el sector informal, privándose de ciertas ventajas y beneficios que ofrece el sector formal.

Al determinar de qué manera la cultura tributaria se relaciona con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se encontró un coeficiente de Rho de Spearman de 0.768 ($p < 0.05$) que señala que existe una relación significativa, positiva y fuerte entre las variables de estudio; en ese sentido se acepta la afirmación de Ortiz (2021), Risco (2021) y Ortega (2019) quienes utilizaron la prueba de chi cuadrado y determinaron una relación significativa, así mismo, Castillo y Quispe (2022), Alva (2021) y Pérez (2019) utilizaron el coeficiente Rho de Spearman y llegaron a la conclusión de que existe una relación estadísticamente significativa y positiva entre las variables. También coincide con la afirmación de Rosales (2021) y Arévalo (2019), que por medio del coeficiente de correlación de Pearson señalaron que la cultura tributaria está estrechamente relacionada con la decisión de formalizarse en los dirigentes de negocios.

La falta de cultura tributaria implica no saber aprovechar adecuadamente y oportunamente los incentivos tributarios que diseña el estado, los empresarios que tienen buen nivel de cultura tributaria y optan por formalizarse pueden explotar las múltiples oportunidades, como ser proveedor del estado, acceder a financiamiento bancario formal a tasas de interés bajas con respecto a otras formas de crédito, les permite un mejor desarrollo empresarial, ampliar el número de clientes, tener la opción de exportar bienes o servicios, entre otras oportunidades que ofrece el sector empresarial formal, que solo pueden aprovechar las empresas que han optado por ser formales.

Por otro lado, en referencia a la relación entre la dimensión conciencia tributaria de la variable cultura tributaria con la formalización de los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se calculó un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.797 ($p < 0.05$) el cual señala que existe una relación significativa, positiva y fuerte entre la dimensión y la variable de estudio; en tal sentido los autores Castillo y Quispe (2022) en su investigación encontraron un coeficiente Rho de Spearman de 0.861 ($p < 0.05$), que coincide con el resultado encontrado en esta investigación.

La conciencia tributaria es un aspecto relacionado a lo ético y moral, es un factor relacionado a la cultura tributaria que se desarrolla paralelamente con otros valores. La conciencia tributaria solo puede mejorarse por medio de la educación, y su influencia en las decisiones de formalización empresarial son elevadas, ya que si el empresario carece de conciencia tributaria solo pensara en su bienestar personal antes que, en aspectos sociales, en tal caso la formalización de su empresa es poco probable. Las políticas deben estar orientadas a crear conciencia tributaria, por medio de la implementación de un régimen tributario simple y con programas de capacitación constante.

Con respecto a la relación de la dimensión educación tributaria de la variable cultura tributaria con la formalización de los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se encontró un coeficiente Rho de Spearman de 0.812 ($p < 0.05$) que establece una relación significativa, positiva y muy fuerte entre la variable y dimensión. En tal sentido se acepta lo encontrado por Risco (2021) que en su estudio realizó la prueba de chi cuadrado y encontró $X^2 = 32.49 > 16.92$ ($p < 0.05$) y Rosales (2021) que en su

investigación encontró un coeficiente de Pearson de 0.479 ($p=0.001$), ambos autores afirman que existe una relación estadísticamente significativa entre la educación tributaria y la formalización.

La relación de la educación tributaria con la formalización de las empresas, se basa en que el conocimiento de las normas e incentivos tributarios, descarta la creencia de que la formalización es costosa, además, cambia el enfoque en que el proceso de formalización no es un gasto sino más bien una inversión, es parte de los activos de una empresa, este costo económico se recupera en el futuro por medio de las decisiones empresariales del dirigente del negocio que tiene un abanico de oportunidades por el hecho de ser formal. La educación tributaria es importante, por ese motivo la SUNAT gasta recursos para realizar programas de capacitación para los empresarios con la finalidad de mejorar esta dimensión y que como consecuencia aumente los niveles de formalización. La educación tributaria permite aprovechar los incentivos tributarios, por parte de una empresa formal, en este sentido, se considera que los incentivos tributarios son elementales para para fomentar la formalización empresarial.

Al respecto de la relación entre la dimensión obligación tributaria de la variable cultura tributaria con la formalización de los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se halló una correlación Rho de Spearman de 0.178 con una significancia $p=0.107$, lo cual indica que no existe una relación estadísticamente significativa entre las obligaciones tributarias con la formalización de los negocios; este resultado difiere con lo encontrado por Alva (2021), quién encontró una relación positiva y significativa a

través del estadístico Rho de Spearman de 0.502 ($p=0.000$), para la relación entre las obligaciones tributarias y la formalización de los negocios.

La razón por la cual no se demostró una relación significativa en la presente investigación, es porque las obligaciones tributarias son responsabilidades que los comerciantes no quieren asumir, por lo tanto, se convierte en un desincentivo. Solucionar este problema se puede dar por medio de la educación, ya que a mayor conocimiento sobre las obligaciones tributarias aumenta las decisiones de formalización de las empresas, sin embargo, el cumplimiento de las obligaciones tributarias también depende de la confianza y credibilidad que ofrezca el Estado.

El conocimiento de las obligaciones tributarias puede jugar un papel importante en la formalización empresarial, dependiendo de las perspectivas del empresario, si considera que las obligaciones tributarias es un gasto representativo sobre sus ingresos, no optará por formalizarse, la presión tributaria juega un papel importante también, en ese sentido, los incentivos tributarios deben estar diseñados adecuadamente. Las tasas impositivas para empresarios que se recientemente se incorporan al mercado formal deben ser mínimas, además, se deben otorgar periodos de gracia y ofrecer la información necesaria para resolver las dudas relacionadas a las obligaciones tributarias de los empresarios.

La informalidad tributaria nace de la poca información que los empresarios tienen acerca del sistema tributario existente en el Perú, y en aspectos sociales está relacionado a la poca confianza que tiene los empresarios en las instituciones públicas del estado y en como

estas instituciones utilizan el dinero para gastarlo. Los procesos burocráticos son claves para los empresarios, al momento de optar o no por ser formal.

Las limitaciones de la investigación están relacionadas básicamente a los antecedentes con similar desarrollo metodológico que la presente investigación, ya que se han encontrado investigaciones que tratan el tema de la formalización empresarial desde un enfoque cualitativo principalmente y desde perspectivas macroeconómicas, en el caso de la variable cultura tributaria existen estudios que analizan la variable de manera cuantitativa pero relacionando la variable con otras variables de estudio. En tal sentido que la existencia de estudios que relacionen la variable formalización empresarial con la variable cultura tributaria es a nivel cualitativo. Aunque los aportes son importantes, no se puede realizar comparaciones precisas en relación a los resultados de las variables y dimensiones del presente estudio.

4.2. Conclusiones

Se concluye que existe una relación positiva y significativa entre la cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Se concluye que existe una relación positiva y significativa entre la conciencia tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Se concluye que existe una relación positiva y significativa entre la educación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Se concluye que existe una relación positiva y significativa entre la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

REFERENCIAS

- Alva, E. (2016). *El impacto que producen los beneficios tributarios en la formalización de las microempresas. El caso de lima cercado, Perú*. Universidad de Deusto. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=119486>
- Alva, L. (2021). *Cultura tributaria y formalización en micro y pequeños empresarios del rubro comercial de Lima Metropolitana, 2021* [Tesis de Titulación, Universidad Peruana de las Américas]. Repositorio digital UPA.
- Arévalo, M. (2019). *Cultura tributaria para la formalización de los comerciantes del mercado del Sector Fila Alta Jaén – 2017* [Tesis de Titulación, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio digital USS.
- Arias, L. A. (2016). *Política Tributaria para el 2011-2016*. Lima. INDE Consultores: Consorcio de Investigación Económica y Social.
- Armas, M. y Colmenares, M. (2016). *Educación para el desarrollo de la cultura tributaria*. RED-HECS, 6(4), 122-141.
- Bardales, J. (2015). *Cultura tributaria para ampliar la base tributaria en el sector de micro y pequeñas empresas, generando valor público*. Perú: Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES). Obtenido de Investigaciones en empresa y finanzas: http://old.cies.org.pe/investigaciones/empresa_finanzas.

- Bardales, L. y Troncos, M. (2018). *Incentivos para ampliar la base tributaria en el sector de micro y pequeñas empresas, generando valor público*. Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Bernal C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación de México S.A.
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., Cruz, F., y Sangerman, D. (2017). *Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales*. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 8(7), 1603 - 1617. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342017000701603&lng=es&tlng=es.
- Castillo, C. & Quispe, L. (2022). La cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del mercado modelo de la ciudad de Bagua del mercado modelo de la ciudad de Bagua Grande 2022 [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio digital UCV.
- De Soto, M. (2016). *El otro Sendero – La Revolución Informal*. Instituto Libertad y Democracia.
- Espino, M. (2019). *Cultura tributaria en México, Chile, Perú y Colombia*. [Tesis de Grado, Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo]. Repositorio digital UCSTM.
- Ferreira, G. (2018). *La economía informal y los ciclos de negocios*. *Journal of Applied Economics*, Vol. 11, pp. 91-117.

- Fleming, M.; Román, J. y Farell, G. (2015). *Economía informal*. Journal of International Affairs, Vol. 53, pp. 387-412.
- Hernández S. R., Fernández C. C. y Baptista L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Jorratt, M. (2017). *Imposiciones tributarias y cultura tributaria en América Latina*. Chile: Naciones Unidas.
- León, C. (2016). *Cultura Tributaria*. Disponible en: [mail.ups.edu.ec/emprendedor/publicaciones/emprendedor1/con tenidos](mailto:mail.ups.edu.ec/emprendedor/publicaciones/emprendedor1/con%20tenidos).
- Loayza, N. (2017). *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*. Publicado por el Banco Central de Reserva del Perú. Consultado el 12 de mayo de 2020: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/15/Estudios-Economicos-15-3.pdf>
- Lozada J. (2014). Investigación Aplicada. Definición, Propiedad Intelectual e Industria, *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*. 3(1); 47-50. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Ortega, I. (2019). La cultura tributaria y su incidencia en la formalización de las Mypes de la provincia de San Pablo – Región Cajamarca, año 2018 [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio digital UNC.

- Ortiz, C. (2021). Cultura tributaria y formalización en el sector comercial [Tesis de Grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio digital UEPSE.
- Pérez, D. (2019). Influencia de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes del mercado 28 de julio- jaén 2018 [Tesis de Titulación, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio digital USS.
- Perry, G.; Maloney, W.; Arias, O.; Fajnzylber, P.; Mason, A. y Saavedra, J. (2017). *Informalidad: salida y exclusión en Latinoamérica y El Caribe*: Estados Unidos: Banco mundial.
- Risco, R. (2021). La cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Modelo del distrito de Huaral [Tesis de Maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio digital UNJFSC.
- Rosales, T. (2021). La cultura tributaria y la formalización empresarial de los comerciantes del Mercado Modelo privado de la ciudad de Huánuco 2021 [Tesis de Titulación, Universidad de Huánuco]. Repositorio digital UDH.
- Rosas, M. (2018). *Análisis de régimen MYPE tributario, como estrategia de ampliación de la base tributaria e incentivo a la formalización* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]
- Ruiz V., M. A.; Navarro M., O. S. y Velandia S., J. M. (2016). *Incidencia de la política de incentivos tributarios sobre la inversión en el sector minero energético colombiano*:

un análisis exploratorio de su efectividad. Cuadernos de Contabilidad, 17(43), 109-126. <https://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cc17-43.ipit>

Schneider, F. y Enste, D. (2016). *Economías en la sombra: tamaño, causas y consecuencias*. *Journal of Economic Literature*, Vol. 38 (1), pp. 77-114.

Velarde, J. (2015). *Estrategias educativas para el desarrollo de una "cultura tributaria" en América Latina. Experiencias y líneas de acción*. *Revista del Clad Reforma y Democracia*.

ANEXOS

Anexo N°1. Matriz de consistencia metodológica

Tabla 6

Matriz de consistencia

Problema de investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables	Diseño, población y muestra
<p><i>Problema general</i> ¿De qué manera se relaciona la cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023?</p> <p><i>Problema Específicos</i> -¿De qué manera se relaciona la conciencia tributaria con la</p>	<p><i>Objetivo general</i> Determinar la relación entre la cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.</p> <p><i>Objetivos Específicos</i> -Determinar la relación entre la conciencia tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la</p>	<p><i>Hipótesis general</i> Existe una relación positiva y significativa entre la cultura tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.</p> <p><i>Hipótesis Específicos</i> -Existe una relación positiva y significativa entre la conciencia tributaria con la formalización en los negocios del mercado</p>	<p><i>Variable 1</i> Cultura tributaria</p> <p><i>Variable 2</i> Formalización de negocios</p>	<p><i>Enfoque</i> mixto</p> <p><i>Tipo de investigación</i> Aplicada</p> <p><i>Diseño de investigación</i> No experimental, transversal, correlacional.</p> <p><i>Población</i></p>

Problema de investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables	Diseño, población y muestra
<p>formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023? -¿De qué manera se relaciona la educación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023? -¿De qué manera se relaciona la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023?</p>	<p>ciudad de Cajamarca en el año 2023. -Determinar la relación entre la educación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023. -Determinar la relación entre la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.</p>	<p>San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023. -Existe una relación positiva y significativa entre la educación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023. -Existe una relación positiva y significativa entre la obligación tributaria con la formalización en los negocios del mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.</p>		<p>587 negocios</p> <p><i>Muestra</i> 83 negocios</p> <p><i>Técnica de recolección de datos</i> Encuesta</p> <p><i>Instrumento de recolección de datos</i> Cuestionario</p>

Anexo N°2. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 7

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Variable 1: Cultura Tributaria	Se define como la conducta del cumplimiento permanente de los deberes tributarios, fundamentada en la confianza, la conciencia, la razón, la responsabilidad ciudadana, el respeto a la ley, ética personal y solidaridad social (León, 2016).	Se mide en base a 5 elementos, la confianza, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana, educación tributaria y ética personal	Conciencia tributaria Educación tributaria Obligación tributaria	Nivel de compromiso, en que los contribuyentes y la ciudadanía tienen como fin el desarrollo del país Nivel de conocimiento sobre temas de tributación Nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias, respetando la normatividad vigente	1 - 7 8 - 11 12 - 15	Cuestionario (anexo N°4)

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Variable 2 Formalización de negocios	Es un proceso multidimensional que incluye el cumplimiento de las normas obligatorias establecidas por el Estado (Ferreira, 2018),	Se mide en base a 5 elementos: formalización jurídica, formalización tributaria, formalización laboral, formalización sectorial y formalización municipal.	Formalización laboral Formalización registral y tributaria Formalización municipal	Registro de libro planillas, Cumplimiento de beneficios sociales Registro en SUNARP Inscripción RUC Licencia de funcionamiento Autorizaciones especiales Registro sanitario	1 - 6 7 - 13 14 - 19	Cuestionario (anexo N°4)

Anexo N°3. Cálculo de la muestra

La muestra es probabilística y se calculó mediante la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = es el tamaño de la muestra;

Z= es el nivel de confianza: 95% = 1.96

p= es la variabilidad positiva (0.5)

q= es la variabilidad negativa (0.5)

N= es el tamaño de la población (587)

E= es la precisión o el error (0.1)

Reemplazando

$$n = \frac{587 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(587 - 1) * 0.1^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 82.6571 = 83 \text{ negocios}$$

Por tanto, la muestra para el estudio estuvo conformada por 83 negocios del Mercado San Antonio.

Anexo N°4. Instrumentos de recolección de información

Cuestionario n°1 sobre cultura tributaria en los negocios en el mercado San Antonio

El objetivo del siguiente cuestionario es obtener información sobre el nivel de cultura tributaria del Mercado San Antonio, la información que se obtenga es solo con fines académicos y se asegura la confidencialidad y privacidad tanto del encuestado como de la información que se obtenga. Por lo tanto, se pide su más sincera respuesta, considere que no existen respuestas mejores que otras.

A continuación, llene y complete con la información solicitada:

Número de trabajadores (sin incluir al o los propietarios): _____

Antigüedad del negocio (en años):

- Menor a un año
- Mayor a un año (indicar el número de años): _____

Régimen Tributario:

- Régimen Único Simplificado (RUS)
- Régimen Especial
- Régimen MYPE
- Régimen General

A continuación, se presenta una serie de ítems o cuestiones, utilice la siguiente escala para responder:

Marque con un aspa (X) la respuesta que mejor se adecue a su percepción.

Ítems		
Conciencia tributaria		
1. ¿Cree que es necesario que se recauden tributos para el beneficio y progreso del país?	NO	SÍ
2. ¿Considera que es mejor cumplir con sus obligaciones tributarias que incumplir la normatividad tributaria?	NO	SÍ
3. ¿Considera que es necesario la formación de la conciencia tributaria en los contribuyentes del mercado San Antonio?	NO	SÍ
4. ¿Considera que es necesario exigir comprobantes de pago en las operaciones comerciales?	NO	SÍ
5. ¿Considera que el pago de los tributos sirve para lograr los fines del estado, que significa proporcionar bienes y servicios públicos a la sociedad?	NO	SÍ
6. ¿Considera necesario el cumplimiento del pago de los tributos de los contribuyentes del mercado San Antonio?	NO	SÍ
7. ¿Considera que los valores personales ayudan al cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias?	NO	SÍ
Educación tributaria		
8. ¿Considera que la educación tributaria se deba enseñar y fomentar desde el nivel primario en las instituciones educativas?	NO	SÍ
9. ¿Considera que sensibilización y capacitaciones por parte de la SUNAT en el mercado San Antonio ayudaría a formalizar a los comerciantes?	NO	SÍ
10. ¿Considera que la educación tributaria ayuda a tener conciencia de la importancia de tributar para el sostenimiento y desarrollo del país?	NO	SÍ
11. ¿Considera que la forma de tributación para los mercados debe ser entendible, fácil y cómoda?	NO	SÍ

Ítems		
<i>Obligaciones tributarias</i>		
12. ¿Considera que los comerciantes del mercado de San Antonio deben pagar impuestos?	NO	SÍ
13. ¿Considera que pagar impuestos no es un gasto para su negocio?	NO	SÍ
14. ¿Considera que los comerciantes del mercado San Antonio deben pagar impuestos de acuerdo al nivel de sus ingresos?	NO	SÍ
15. Está de acuerdo que los tributos son obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el estado	NO	SÍ

Cuestionario n°2 sobre formalización en los negocios en el mercado San Antonio

El objetivo del siguiente cuestionario es obtener información sobre el nivel de formalización del Mercado San Antonio, la información que se obtenga es solo con fines académicos y se asegura la confidencialidad y privacidad tanto del encuestado como de la información que se obtenga. Por lo tanto, se pide su más sincera respuesta, considere que no existen respuestas mejores que otras.

A continuación, se presenta una serie de ítems o cuestiones, marque con un aspa (X) si su respuesta es SI o NO en el recuadro.

Ítems		
Formalización laboral		
1. ¿El negocio está inscrito en el Registro de la micro y pequeña empresa (REMYPE) o se encuentra en el régimen laboral general?	NO	SÍ
2. ¿Se tiene a todos los trabajadores en planilla?	NO	SÍ
3. ¿Los trabajadores cuentan con seguro de salud?	NO	SÍ
4. ¿Los trabajadores aportan a un sistema previsional (AFP, ONP)?	NO	SÍ
5. ¿Los trabajadores cuentan con los beneficios sociales de acuerdo a Ley o según la Ley MYPE? (vacaciones, gratificaciones, CTS)	NO	SÍ
6. ¿Se cumplen con las normas laborales en materia de seguridad y salud en el trabajo?	NO	SÍ
Formalización registral y tributaria		
7. ¿El negocio se encuentra registrado en SUNARP?	NO	SÍ
8. ¿Se emite comprobante de pago por sus ingresos por ventas o servicios mayores a cinco soles?	NO	SÍ
9. ¿El negocio cuenta con RUC?	NO	SÍ
10. ¿Se realizan las declaraciones mensuales de acuerdo al cronograma de SUNAT?	NO	SÍ

Ítems		
11. ¿Se realizan pagos puntuales de impuestos con SUNAT?	NO	SÍ
12. ¿Se ha evitado tener multas y/o sanciones de SUNAT en el último año?	NO	SÍ
13. ¿Se cuenta con toda la documentación referente al negocio como comprobantes, libros contables, etc. de los últimos cuatro años?	NO	SÍ
<i>Formalización municipal</i>		
14. ¿El negocio cuenta con licencia de funcionamiento?	NO	SÍ
15. ¿Se cumple con la presentación oportuna de documentos requeridos por la Municipalidad de Cajamarca respecto al negocio?	NO	SÍ
16. ¿Se cumplen las obligaciones con la Municipalidad de Cajamarca, respecto a la salubridad (de ser el caso) y defensa civil?	NO	SÍ
17. ¿Se cumplen las obligaciones con la Municipalidad de Cajamarca, respecto a no invadir las áreas públicas?	NO	SÍ
18. ¿Se cumplen con los pagos requeridos por la Municipalidad de Cajamarca?	NO	SÍ
19. ¿Se ha evitado tener multas y/o sanciones con la Municipalidad de Cajamarca en el último año?	NO	SÍ

Anexo N°5. Validación por juicio de expertos



FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto : Gilmer Chuquiruna Chávez
 1.2. Especialidad : Tributación
 1.3. Cargo actual : Docente universitario
 1.4. Grado académico : Maestro en Ciencias
 1.5. Institución : UPN
 1.6. Tipo de instrumento : Cuestionario
 1.7. Lugar y fecha : Cajamarca, 23 de febrero de 2023
 1.8. Título de la tesis : " La cultura tributaria y la formalización en los negocios del Mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca, 2023"

II. TABLA DE VALORES POR EVIDENCIA

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	x					
2	Formulado con lenguaje apropiado	x					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	x					
4	Facilita la prueba de hipótesis	x					
5	Suficiencia para medir la variable	x					
6	Facilita la interpretación del instrumento		x				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	x					
8	Expresado en hechos perceptibles	x					
9	Tiene secuencia lógica	x					
10	Basado en aspectos teóricos	x					
TOTAL		45	4				

Coefficiente de valoración porcentual: 49/50



M.Cs. Gilmer Chuquiruna Chávez



FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto : Rogello Regalado Villegas
- 1.2. Especialidad : Tributación
- 1.3. Cargo actual : Docente universitario
- 1.4. Grado académico : Maestro en Ciencias
- 1.5. Institución : UPN
- 1.6. Tipo de instrumento : Cuestionario
- 1.7. Lugar y fecha : Cajamarca, 23 de febrero de 2023
- 1.8. Título de la tesis : " La cultura tributaria y la formalización en los negocios del Mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca, 2023"

II. TABLA DE VALORES POR EVIDENCIA

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	x					
2	Formulado con lenguaje apropiado	x					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	x					
4	Facilita la prueba de hipótesis	x					
5	Suficiencia para medir la variable	x					
6	Facilita la interpretación del instrumento		x				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	x					
8	Expresado en hechos perceptibles	x					
9	Tiene secuencia lógica	x					
10	Basado en aspectos teóricos	x					
TOTAL		45	4				

Coficiente de valoración porcentual: 49/50

M.Cs. Rogello Regalado Villegas

FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto : Reynaldo Mendoza Huaripata
 1.2. Especialidad : Tributación
 1.3. Cargo actual : Docente universitario
 1.4. Grado académico : Doctor en Ciencias
 1.5. Institución : UPN
 1.6. Tipo de instrumento : Cuestionario
 1.7. Lugar y fecha : Cajamarca, 23 de febrero de 2023
 1.8. Título de la tesis : " La cultura tributaria y la formalización en los negocios del Mercado San Antonio en la ciudad de Cajamarca, 2023"

II. TABLA DE VALORES POR EVIDENCIA

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	x					
2	Formulado con lenguaje apropiado	x					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	x					
4	Facilita la prueba de hipótesis	x					
5	Suficiencia para medir la variable	x					
6	Facilita la interpretación del instrumento		x				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	x					
8	Expresado en hechos perceptibles	x					
9	Tiene secuencia lógica	x					
10	Basado en aspectos teóricos	x					
	TOTAL	45	4				

Coefficiente de valoración porcentual: 49/50



 Dr. Reynaldo Mendoza Huaripata

Anexo N°6. Análisis de confiabilidad

Tabla 8

Estadísticas de fiabilidad: cultura tributaria

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,803	15

Tabla 9

Estadísticas de fiabilidad: formalización

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,862	19

Anexo N°7. Base de datos

Tabla 10

Base de datos: cultura tributaria

N°	D1: Conciencia tributaria							D2: Educación tributaria				D3: Obligaciones tributarias				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	
2	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	
3	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
6	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	
7	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	
8	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	
9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
10	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	
11	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	
12	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	
14	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	
15	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	
16	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
18	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	
19	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	
20	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	
21	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	
22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	
23	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	
24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
25	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	

N°	D1: Conciencia tributaria							D2: Educación tributaria				D3: Obligaciones tributarias			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
26	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
27	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0
28	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0
29	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1
32	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1
33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
36	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
38	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1
39	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0
40	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
41	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
42	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
43	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
44	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
46	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
47	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0
48	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
51	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
52	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
53	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
54	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1
55	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1
56	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0

N°	D1: Conciencia tributaria							D2: Educación tributaria				D3: Obligaciones tributarias			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
57	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0
58	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0
59	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
60	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0
61	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
62	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
63	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
64	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
65	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
66	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
67	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
69	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
70	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
71	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
73	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
75	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
76	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
77	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
78	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
79	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
80	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
81	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
82	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
83	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0

Tabla 11

Base de datos: formalización de negocios

Nº	D1: F. Laboral					D2: F. Registral y tributaria					D3: F. Municipal								
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19
1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1
3	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
4	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
5	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0
6	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
8	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
10	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1
11	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0
13	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
15	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1
16	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0
17	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
18	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1
19	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1

N°	D1: F. Laboral					D2: F. Registral y tributaria					D3: F. Municipal								
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19
21	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
22	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
23	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1
24	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
25	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1
26	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0
27	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
28	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1
29	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
30	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0
31	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1
32	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1
33	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1
34	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1
35	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0
36	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
38	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
39	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1
40	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
42	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1
43	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1

Nº	D1: F. Laboral					D2: F. Registral y tributaria					D3: F. Municipal								
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19
44	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1
45	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
46	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
47	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
48	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
49	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
50	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
51	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
52	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
53	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
54	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0
55	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
56	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
57	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
58	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
59	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1
60	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0
62	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0
63	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1
64	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0
65	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
66	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1

N°	D1: F. Laboral					D2: F. Registral y tributaria					D3: F. Municipal								
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19
67	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1
68	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
69	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1
70	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0
71	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
72	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
73	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1
74	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0
75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1
76	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0
77	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0
78	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
79	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1
80	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
81	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1
82	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0
83	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1