



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO  
DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA EN LOS  
COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO, RUBRO  
ABARROTES DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2016.**

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

**AUTORA:**

**Br. VIANEY YESENIA CHAHUA SALCEDO**

**ASESOR:**

**Mgtr. CPC MARÍA YESENIA SALAS ORDOÑEZ**

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2017**

**1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LA  
OBLIGACION TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO  
MODELO, RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2016.

## **HOJA DEL JURADO EVALUADOR**

CPCC. Elías Agripino Castillo Quispe

Presidente

CPCC. Aiichira Yelma Sinche Anaya

Secretaria

Mgtr. Julio Pardavé Brancacho

Miembro

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por moldear perfil profesional en todos estos años de estudio.

A los docentes de la Escuela Contabilidad por sus enseñanzas y ejemplo de superación y de una manera especial a nuestra asesora a la Mgtr. María Yesenia Salas Ordoñez.

De igual forma, al personal jerárquico y administrativo del mercado modelo de Huánuco por habernos brindado las facilidades necesarias para la aplicación de este trabajo de investigación.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mis padres quienes fueron un gran apoyo incondicional durante estos años de estudiante, a ellos con mucho amor y cariño por son mi inspiración.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación estuvo dirigido a determinar de qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito de Huánuco, 2016. El estudio fue de tipo cuantitativo con un diseño de investigación correlacional - descriptivo. Se trabajó con una población muestral de 70 comerciantes del mercado modelo, para lo cual se utilizó el muestreo no probabilístico intencional, por intención y necesidad de la investigadora. Para la prueba de hipótesis se utilizó la correlación de Pearson para demostrar el grado de relación entre las variables de estudio. Los resultados demostraron que entre la variable cultura tributaria y la variable cumplimiento de la obligación tributaria su relación es de positiva moderada y esto es lo que experimentan las dos variables de estudio. Con los resultados obtenidos se concluye no aceptando la hipótesis de investigación que sustenta la influencia significativa entre las variables de estudio.

**Palabras clave:** Cultura, tributaria, obligación tributaria.

## **ABSTRACT**

The present research was aimed at determining how the tax culture influences the compliance with the tax obligation in the model market traders, grocery category of the district of Huánuco, 2016. The study was of a quantitative type with a research design Correlational - descriptive. A sample population of 70 traders from the model market was used, for which intentional non-probabilistic sampling was used, due to the researcher's intention and need. For the hypothesis test, the Pearson correlation was used to demonstrate the degree of relationship between the study variables. The results showed that between the variable tax culture and the variable compliance of the tax obligation, their relationship is moderate and this is what the two variables of study experience. With the results obtained it is concluded not accepting the research hypothesis that sustains the significant influence between the study variables.

**Keywords:** Culture, tax, tax obligation.

## INDICE

TÍTULO DE LA TESIS .....	ii
HOJA DE FIRMA DE JURADO .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
INDICE .....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA</b>	
2.1 Antecedentes.....	17
2.2 Base teórica .....	27
2.2.1 Teoría de la tributación.....	27
2.2.2. Teoría del impuesto.....	29
2.2.3. La cultura tributaria .....	35
2.2.4. Importancia de la cultura tributaria .....	37
2.2.5. Determinantes del cumplimiento tributario .....	39
2.2.6. Conciencia tributaria .....	43
2.2.7. El sistema tributario nacional.....	42
2.2.8. El código tributario.....	43
2.2.9. El tributo .....	44
2.2.10. Presentación de la declaración jurada .....	50
<b>III. HIPÓTESIS</b>	
3.1. Hipótesis General .....	56
3.2. Hipótesis Nula .....	56
3.3. Hipótesis Específicos .....	56

<b>IV. METODOLOGÍA</b>	
4.1. Diseño de investigación.....	57
4.2. Población y muestra.....	58
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	59
4.4. Técnicas e instrumentos.....	59
4.5. Plan de análisis.....	60
4.6. Matriz de consistencia.....	60
4.7. Principios éticos.....	63
<b>V. RESULTADOS</b>	
4.1 Resultados.....	65
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>86</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>87</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>89</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> .....	53
Nivel de educación de los comerciantes	
<b>Tabla 2</b> .....	54
Comerciantes no pagan sus impuestos	
<b>Tabla 3</b> .....	55
Los servicios que otorga el estado le incentiva a realizar sus pagos de impuestos	
<b>Tabla 4</b> .....	56
Cree que la forma de difusión que utiliza el estado llega a todos Uds.	
<b>Tabla 5</b> .....	57
Para Ud. Por qué es importante pagar impuestos	
<b>Tabla 6</b> .....	58
En qué debería gastar el estado los impuestos recaudados	
<b>Tabla 7</b> .....	59
Cree que sus impuestos que paga, el estado lo revierte en obras públicas de interés de la población	
<b>Tabla 8</b> .....	60
Qué necesita Ud. Para pagar sus impuestos voluntariamente	
<b>Tabla 9</b> .....	61
Por qué considera Ud. Que paga sus impuestos	
<b>Tabla 10</b> .....	62
Cree Ud., que los tributos que paga son	
<b>Tabla 11</b> .....	63
Si conoce Ud. De tributos, ¿de qué forma ha obtenido dicho conocimiento?	
<b>Tabla 12</b> .....	64
Considera que la página web de la SUNAT brinda información comprensible a los contribuyentes para el cumplimiento de sus obligaciones	
<b>Tabla 13</b> .....	65
Si el estado no controlaría el pago de impuestos y no le multaría por no hacerlo, ¿Ud. Pagaría sus impuestos en forma voluntaria y consciente?	

<b>Tabla 14</b> .....	66
En sus ventas entrega usted comprobante de pago a sus clientes	
<b>Tabla 15</b> .....	67
En sus compras solicita usted comprobantes de pago	
<b>Tabla 16</b> .....	68
De los clientes suyos que le compran en el día cuantos le solicitan comprobantes de pago	
<b>Tabla 17</b> .....	69
De las ventas realizadas en el día que no ha entregado comprobante de pago, Ud. Gira el comprobante de pago respectivo al final del día	

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> .....	53
Nivel de educación de los comerciantes	
<b>Gráfico 2</b> .....	54
Comerciantes no pagan sus impuestos	
<b>Gráfico 3</b> .....	55
Los servicios que otorga el estado le incentiva a realizar sus pagos de impuestos	
<b>Gráfico 4</b> .....	56
Cree que la forma de difusión que utiliza el estado llega a todos Uds.	
<b>Gráfico 5</b> .....	57
Para Ud. Por qué es importante pagar impuestos	
<b>Gráfico 6</b> .....	58
En qué debería gastar el estado los impuestos recaudados	
<b>Gráfico 7</b> .....	59
Cree que sus impuestos que paga, el estado lo revierte en obras públicas de interés de la población	
<b>Gráfico 8</b> .....	60
Qué necesita Ud. Para pagar sus impuestos voluntariamente	
<b>Gráfico 9</b> .....	61
Por qué considera Ud. Que paga sus impuestos	
<b>Gráfico 10</b> .....	62
Cree Ud., que los tributos que paga son	
<b>Gráfico 11</b> .....	63
Si conoce Ud. De tributos, ¿de qué forma ha obtenido dicho conocimiento?	
<b>Gráfico 12</b> .....	64
Considera que la página web de la SUNAT brinda información comprensible a los contribuyentes para el cumplimiento de sus obligaciones	

<b>Gráfico 13</b> .....	65
Si el estado no controlaría el pago de impuestos y no le multaría por no hacerlo, ¿Ud. Pagaría sus impuestos en forma voluntaria y consciente?	
<b>Gráfico 14</b> .....	66
En sus ventas entrega usted comprobante de pago a sus clientes	
<b>Gráfico 15</b> .....	67
En sus compras solicita usted comprobantes de pago	
<b>Gráfico 16</b> .....	68
De los clientes suyos que le compran en el día cuantos le solicitan comprobantes de pago	
<b>Gráfico 17</b> .....	69
De las ventas realizadas en el día que no ha entregado comprobante de pago, Ud. Gira el comprobante de pago respectivo al final del día	

## **I. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación denominado LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO, RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2016, nos hace referencia a la cultura tributaria y la implica que deben tener los contribuyentes; para que el estado pueda cumplir con su obligación constitucional de velar por el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que este requiere.

Así pues, el pago de los impuestos puede llevarse a cabo, utilizando la coerción o apelando a la razón. La fuerza se manifiesta en las leyes y en su cumplimiento obligatorio, mientras que la razón solo puede estar dada por una cultura tributaria con bases sólidas.

En este contexto, no puede obviarse que un estímulo o desestímulo importante para la tributación lo constituye el manejo y destino de los fondos públicos.

Cabe señalar que uno de los objetivos de la educación fiscal debe ser, precisamente, romper ese círculo vicioso y crear conciencia de que la tributación no solo es una obligación legal, sino un deber de cada persona ante la sociedad. Además, se le debe convencer que cumplir con tal obligación le otorga el derecho de exigir al estado el uso correcto y transparente de los recursos del estado.

Por ello, a efecto de fortalecer la cultura tributaria (entendida esta como el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que rigen, los cual conduce al cumplimiento permanente de las obligaciones fiscales), se requiere que la población tenga conocimientos sobre el tema y comprenda sobre la responsabilidad de su obligación tributaria.

Para realizar este estudio se hizo una investigación correlacional - descriptivo, haciendo uso del tipo de estudio cuantitativo. Este trabajo consta de V capítulos:

En el capítulo I se formula el problema de investigación, los objetivos, justificación.

El capítulo II se menciona algunos trabajos que se han realizado tratando de solucionar el mismo problema. Esboza el marco teórico elaborando los elementos teórico – conceptuales que enmarcan y guían el problema e hipótesis formulados.

En el capítulo III se diseña la Metodología de la Investigación izando las variables, identificando la población y analizando los instrumentos de recolección de datos.

En el capítulo IV se realiza el tratamiento de los resultados, para poder determinar la relación entre las variables de estudio, se presentará mediante gráficos y tablas.

En el capítulo V se presenta las conclusiones del trabajo de investigación.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se ha formulado el siguiente enunciado:

¿De qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito del distrito de Huánuco, 2016?

Para lo cual se formuló el objetivo general: Determinar de qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito del distrito de Huánuco, 2016.

Y como objetivos específicos:

Determinar de qué manera los conocimientos de tributación influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito del distrito de Huánuco, 2016.

Determinar de qué manera la valoración de tributos influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito del distrito de Huánuco, 2016.

## II. REVISIÓN DEL MARCO TEORICO

### 2.1 Antecedentes

Burga (2015) en cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales es un tema importantes en estos tiempos a nivel general y tiene como objeto comprometer a las empresas a participar en charlas sobre la cultura tributaria, en conocer para ser utilizado los tributos que aportan ,comprender la importancia de los tributos y aprender respecto a las sanciones que implantan la administración tributaria debido a que si se cuenta con estos conocimientos los contribuyentes van a obtener un mejor planeamiento tributario consiguiendo así el cumplimiento correcto de las obligaciones tributaria evitando evasiones o elusiones por parte de las personas.

Regalado (2013), manifiesta que la cultura tributaria es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.

Uno de los problemas que ha limitado las posibilidades de desarrollo de nuestra economía ha sido la tendencia al desequilibrio fiscal; es decir, los gastos del estado han sido mayores que sus ingresos. Por ello, la recaudación tributaria y el desempeño de los órganos administradores de los impuestos tienen una importancia fundamental para nuestro país.

Un elemento clave para lograr una mayor recaudación es el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los ciudadanos.

Para ello es necesario que las personas asuman la tributación como un compromiso que forma parte de sus deberes y derechos como ciudadanos integrantes de una comunidad, como agente activo del proceso y no en forma pasiva.

Un agente activo es un ciudadano que toma conciencia de su modo de actuar en sociedad, es más participativo y crítico, acepta las normas y cumple con sus obligaciones por convicción, lo que faculta a exigir el respeto y el cumplimiento de sus derechos. En este sentido toma conciencia que tiene participación activa en el futuro de su sociedad y del país, asumiendo responsabilidades sociales y aportando al desarrollo de la comunidad. Dentro de estas responsabilidades está incluida la tributación.

BANFI, D. (2013), en su tesis, “LA CULTURA TRIBUTARIA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA” Realizado en Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, Venezuela. Llegando a las siguientes conclusiones:

Una vez analizados los resultados obtenidos se procederá a dar respuestas a cada uno de los objetivos específicos que luego de desarrollada dará una

contestación final al objetivo general del trabajo de investigación. Esto es posible una vez que se hayan obtenido las informaciones a través de documentos, textos, revistas, in situ, las comparaciones realizadas con los autores y la posición del investigador.

De acuerdo con los resultados desarrollados, con base en la cultura tributaria como manifestación del comportamiento social, se observó que los valores representan una conducta primordial desarrollada en las etapas iniciales de la vida para poder convivir con los demás miembros de una comunidad.

De esta forma, es posible compenetrarse con las personas facilitando la interacción entre ellos, logrando así actualizarse de los avances tecnológicos, impositivos, culturales, sociales, entre otros, lo que provoca que los seres humanos actúen dentro de las normas legales establecidas, cumpliendo así con las distintas obligaciones no solo en materia tributaria sino a nivel social evitando sanciones y conductas contrarias al deber ser.

Una vez analizado el comportamiento social en materia tributaria, es importante la aplicación correcta tanto de los deberes formales como materiales, de lo contrario se estaría ante la presencia de los ilícitos tributarios, considerados así por violar una norma estipulada en las normativas legales, lo que trae como consecuencia un riesgo tributario mediante el cual los sujetos pasivos conviven con ella, alterando así el

funcionamiento de cada una de las actividades llevadas a cabo por los contribuyentes.

Una vez detectado el(los) problema(s) se imponen las sanciones respectivas, generándose en la mayor parte de los casos la multa y la pérdida momentánea de sus funciones a través del cierre de un establecimiento.

Del mismo modo, el ente tributario también establece sanciones para aquellos contribuyentes que comercian con bienes adquiridos, esta es una situación particular porque la administración tributaria no establece como causa de falta, el cierre del establecimiento sino que se posesiona de los objetos adquiridos de forma ilegal, para su posterior destrucción o administración de las cosas.

Otro ilícito producido es dado por la colaboración del sujeto pasivo en la comisión de un acto indebido y para este caso la sanción impuesta es la inhabilitación de sus funciones. Una vez observada estas conductas por parte del contribuyente el ente encargado en materia tributaria toma la decisión de suspender o revocar las actividades ejercidas anteriormente.

Por último, la sanción más grave que puede acarrear un contribuyente es la prisión, la cual es producida por una conducta desarrollada fuera de las leyes tributarias, y mediante la cual no tiene ninguna reparación, ocasionando así al

sujeto pasivo la imposibilidad de ejercer sus funciones por un tiempo prolongado.

ANCHALUISA D. (2015): en su tesis “LA CULTURA TRIBUTARIA Y LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA DEL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE AMBATO”. El investigador llegó a las siguientes conclusiones:

De acuerdo a la percepción obtenida de los contribuyentes encuestados como muestra estadística representativa del sector comercial de la ciudad de Ambato se pudo inferir que aún falta una mayor cultura tributaria especialmente en este sector tan dinámico en la economía local y nacional.

Fue evidente que las prácticas de evasión y elusión aún son aplicadas a todo nivel tanto en lo económico como en lo social y que a pesar de los esfuerzos del Servicio de Rentas Internas por conseguir una verdadera ciudadanía fiscal todavía ese trabajo aún no ha arrojado el resultado esperado.

En base a la información suministrada por el Servicio de Rentas Internas se determinó que si bien es cierto en términos absolutos existe un crecimiento en la recaudación del Impuesto a la Renta en el período analizado respecto al año anterior, estos valores no necesariamente representan la realidad del sector. Fue necesario un análisis del tipo

impositivo efectivo (TIE) en relación al impuesto a la renta causado y el total de ingresos de los contribuyentes del sector comercial de Ambato donde se evidenció que una razón de 0.67% obtenido de los datos reales de renta distan de los valores esperados para el mencionado grupo de contribuyentes, el cual es 1.21%, esto ha permitido concluir que evidentemente existe una disminución en la recaudación del impuesto a la renta respecto a lo esperado en este sector. Esta conclusión permitiría realizar un posterior análisis el cual permita afirmar o descartar el ocultamiento de ingresos, sobrevaloración de gastos, poca o nula facturación, etc.

Es necesario el diseño e implementación de una herramienta informática que permita lograr un mejor cumplimiento tributario al incluir como una de las opciones más importantes e interesantes la emisión de alertas tributarias, las mismas que permiten que el usuario del software conozca de primera mano el plazo de vencimiento para cumplir con sus deberes formales y de cierta manera tener en mente esas fechas máximas lo que dará como consecuencia que sus declaraciones y anexos serán enviados en los plazos previstos por la normativa tributaria.

MARQUINA C. (2013): en su tesis titulada “INCIDENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CONTRIBUYENTES ANTE UNA VERIFICACIÓN DE OBLIGACIONES FORMALES SUNAT – INTENDENCIA LIMA EN EL PERIODO 2013”. Llegó a las siguientes conclusiones:

El conocimiento de los contribuyentes del cercado de Lima verificados por la Administración Tributaria – Intendencia Lima, respecto al cumplimiento de sus obligaciones formales es deficiente y tiene incidencia en los resultados de la verificación de manera negativa para el contribuyente.

El grado de cultura con respecto al cumplimiento de sus obligaciones formales de los contribuyentes del cercado de Lima es Débil y es percibido como falta de difusión y/o capacitación por parte de la SUNAT.

En la mayoría de los casos el motivo de la infracción cometida por los contribuyentes, es originada frecuentemente por llevar con atraso mayor al permitido por las normas vigentes los Libros y/o Registros contables y por no exhibir la información solicitada. Siendo este último de doble efecto, ya que a pesar de ser multados también es sancionado por la vía administrativa con el Ingreso a recaudación de la cuenta de detracciones.

La falta de cultura y/o conocimiento de los contribuyentes del cercado de Lima sobre el cumplimiento de sus obligaciones formales,

incide Negativamente en la situación economía del contribuyente e indirectamente en la recaudación fiscal, ya que permite a la Administración tributaria cumpla con sus objetivos institucionales (presión tributaria 17% PBI).

MIRANDA S. (2015), en su tesis titulada “LA CULTURA TRIBUTARIA Y SUS EFECTOS EN LA RECAUDACIÓN FISCAL EN LA REGIÓN DE TUMBES, 2015”. Llegó a las siguientes conclusiones:

Una de las principales conclusiones que se pueden extraer de los resultados obtenidos es que la Cultura Tributaria tiene efectos en la recaudación fiscal en la región de Tumbes, estos efectos pueden ser positivos o negativos dependiendo del nivel de educación tributaria, llegando a concluir que a mayor nivel de cultura tributaria mayor recaudación fiscal y a menor nivel de cultura tributaria menor recaudación fiscal.

Un bajo nivel de Cultura Tributaria en los contribuyentes de la región de Tumbes tiene como consecuencias baja recaudación fiscal manifestada principalmente por la informalidad, la evasión tributaria y el incumplimiento de obligaciones tributarias en la región de Tumbes.

El nivel de estudios en los contribuyentes de la región de Tumbes está relacionado con el nivel de cultura tributaria. La cultura tributaria es un

proceso que viene creciendo en la región de Tumbes, se inicia con la educación tributaria, continua con la generación de conciencia tributaria y termina en la cultura tributaria, es decir con la manifestación de un comportamiento positivo frente al cumplimiento de obligaciones tributarias.

A mayor nivel de estudios mayor nivel de cultura tributaria y a menor nivel de estudios menor nivel de cultura tributaria.

Los contribuyentes de la región de Tumbes pagan sus tributos de manera voluntaria, consideran que este aporte es importante para que el estado cumpla con sus actividades presupuestadas, dentro de las cuales está la inversión e indican que se debería invertir en más y mejores servicios públicos, mejor educación y servicios de salud.

La oficina Zonal de la SUNAT de la región de Tumbes no realiza difusión necesaria para motivar que los contribuyentes paguen sus tributos. Sin embargo, el conocimiento que los contribuyentes de la región de Tumbes tienen sobre cultura tributaria se debe a las difusiones que realiza el estado a nivel nacional mediante difusión por los medios de comunicación, encuentros universitarios en coordinación con universidades e institutos de educación superior, públicos y privados del ámbito nacional.

La recaudación tributaria en la región de Tumbes ha sido progresiva en los últimos 5 años, entre los años 2011 al 2015 ha incrementado en un 48.61%, en cada año fiscal el grado de participación en la recaudación tributaria de la región de Tumbes es ascendente con respecto al total de recaudación a nivel nacional; por lo tanto la región de Tumbes tiene un buen grado de recaudación tributaria.

CASTRO Y QUIROZ (2012), en su tesis titulada “LAS CAUSAS QUE MOTIVAN LA EVASIÓN TRIBUTARIA EN LA EMPRESA CONSTRUCTORA LOS CIPRESES S.A.C EN LA CIUDAD DE TRUJILLO EN EL PERIODO 2012 ”. Llegaron a las siguientes conclusiones:

En la empresa constructora Los Cipreses S.A.C en el periodo 2012, según la investigación bibliográfica, por ley los principales impuestos que debe pagar son: Impuesto General a las Ventas, Impuesto a la Renta, Sencico, AFP Conafovicer.

En la empresa constructora Los Cipreses S.A.C en el periodo 2012, según el análisis documental realizado el impuesto que evade la empresa es el de Conafovicer.

Según la encuesta realizada llegamos a la conclusión de que existe una deficiente conciencia tributaria, lo que motiva a evadir, como lo

demuestra el resultado de algunas interrogantes en el cuestionario realizado. Asimismo para la constructora Los Cipreses S.A.C, cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias, es atentar contra su liquidez, debido a que la competencia desleal originada, obliga a asumir el impuesto como costo del producto, para poder mantenerse en el mercado y así para obtener más utilidades en beneficio propio.

Las dimensiones en que puede expresarse el efecto de la cultura tributaria en la aplicación del cuestionario a las personas encuestadas son: valores, creencias y actitudes.

La hipótesis de investigación propuesta se cumplió, las causas que motiva la evasión tributaria en la empresa constructora Los Cipreses S.A.C, en el Distrito de Trujillo en el periodo 2012 ; son : económicas, culturales y elevada imposición tributaria.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Teoría de la tributación**

Señala que; “el problema principal de la economía política, consiste en determinar las leyes que regulan la distribución entre los propietarios de la tierra, los del capital necesario para cultivarla y los trabajadores que la cultivan”. Es por ello, que el principal problema que observó Ricardo en su época, fue la distribución de la riqueza, puesto que la realidad

observada, era el enriquecimiento de unos y el empobrecimiento de otros, a veces en el mismo tiempo.

En concordancia con lo citado anteriormente, el mismo autor señala, que el reparto o distribución de la riqueza, es precisamente la cuestión más susceptible de ser influida por las ideas políticas y sociales, ya que se pone en ella de manifiesto la pugna entre los intereses económicos de las distintas clases sociales. Y por ello, estableció la importancia de los impuestos, puesto que son una parte del producto de la tierra y del trabajo de un país, que se pone a disposición del Gobierno, y su importe se paga, deduciéndolo del capital o de las rentas del país.

Ahora bien, esa capacidad para pagar los impuestos, no depende del valor total en dinero de la masa de mercancías, ni del valor en dinero de los ingresos netos de los capitalistas, sino del valor en dinero de los ingresos de cada individuo, comparados con el valor en dinero de las mercancías que consume habitualmente.

Por lo tanto, debiera ser tarea de los gobiernos (previa recaudación eficiente de los tributos) estimular al sector privado, para que aumenten sus capitales y rentas, con la finalidad de diversificar el aparato productivo, dar incentivos para incrementar la producción, a través de mejoras en la productividad, para así generar nuevas fuentes de trabajo,

con el objeto de aumentar el consumo, el ahorro y la inversión, a fin de crear mayores niveles de satisfacción a la población

### **2.2.2. Teoría del Impuesto**

Son cinco los conceptos más importantes que se han dado sobre la naturaleza del impuesto y son los siguientes:

- El impuesto es el precio de los servicios prestados por el Estado a los particulares (Teoría de la Equivalencia).
- El impuesto es una prima de seguros que se paga como garantía de la seguridad individual que está obligado a proporcionar el Estado (Teoría del Seguro).
- El impuesto representa la cantidad necesaria para cubrir los gastos que demanda la aplicación y explotación del capital nacional (Teoría del Capital Nacional).
- El impuesto es un sacrificio. Es lo que se llama teoría del sacrificio complementada con la teoría del mínimo sacrificio. El impuesto debe significar el menor sacrificio posible.
- El impuesto es solo un deber que no necesita un fundamento jurídico especial (Teoría de Eberberg).

#### **Teoría de la Equivalencia**

Pufendorf sostenía que el impuesto es el precio de la protección de vidas y haciendas por lo que debe de existir una capitación moderada.

Madame Clemence decía que el impuesto es la parte de poder productivo bajo la forma de servicios personales o de contribuciones de toda naturaleza que cada ciudadano debe a la comunidad en cambio de los servicios que ha recibido, recibe y recibirá por el hecho de su participación social y a título de restitución de las ventajas alcanzadas por las generaciones pasadas en provecho de las generaciones futuras.

### **Teoría del seguro**

Esta teoría es la que considera a los impuestos como una prima de seguro por la protección de la vida y hacienda de los individuos por parte de la comunidad pública.

E. de Girardin (2008): Dice que el impuesto es la prima de seguro pagadas por aquellos que poseen para asegurarse contra todos los riesgos de ser perturbados en su posesión o en su disfrute.

### **Teoría del capital nacional**

Un impuesto es la forma de obtener la cantidad necesaria para poner en obra y cubrir los costos generales de la explotación del capital nacional.

### **Teoría del sacrificio**

John Stuart Mill (s/f) Considera el impuesto como un sacrificio solamente que no pretende con esta dar una definición sino

proporcionar un elemento para lograr una distribución equitativa de los impuestos.

Considera además que el sacrificio debe ser lo menor posible. El sacrificio está en función de dos variables; la mayor igualdad de repartición del impuesto entre los ciudadanos y el mínimo obstáculo puesto al aumento de la producción.

### **Teoría de Ekeberg**

Sostiene que debe rechazarse la idea del sacrificio y considera el deber tributario como un axioma que en sí mismo no reconoce límites pero que los tiene en cada caso particular en las razones de oportunidad que aconseja la tendencia a servir el interés general. El último fundamento jurídico del impuesto es precisamente el de que no necesita fundamento jurídico alguno.

### **Teoría de la disuasión**

Siempre se ha pensado que bastaba que el ciudadano tuviese temor a que los detecten y sancione para que estuviera convencido que era mejor pagar los tributos. Esta forma de pensar se llama la “Teoría de la Disuasión”.

De acuerdo a dicha teoría, para una persona adversa al riesgo, la disposición a pagar impuestos será mayor cuando:

- Mayor sea la probabilidad que la Administración Tributaria descubra y sancione a los evasores.
- Mayor sea la penalidad que se aplique a los evasores.

De acuerdo a la teoría de la disuasión, el pago del impuesto es resultado de una decisión económica racional: los individuos estarán dispuestos a pagar tanto perciban que el beneficio de evasión sea inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto.

### **La cultura**

La cultura es el conjunto de formas y expresiones que caracterizarán en el tiempo a una sociedad determinada. Por el conjunto de formas y expresiones se entiende e incluye a las costumbres, creencias, prácticas comunes, reglas, normas, códigos, vestimenta, religión, rituales y maneras de ser que predominan en el común de la gente que la integra.

Según Real Academia de la Lengua Española, (2001) la cultura es, “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grados de desarrollo artísticos, científico, industrial, en una época, grupo social”.

El término cultura tiene un significado muy amplio y con múltiples acepciones. Lo mismo sucede con palabras como ciencia, conocimiento o fe, vocablos concretos con diferentes valoraciones y sentidos.

Al mencionar la palabra cultura se está haciendo alusión a un conjunto amplio de conocimientos referidos a un ámbito concreto. Se puede hablar de cultura desde un enfoque personal, gremial o colectivo y también como idea referida a una globalidad de valores compartidos por una comunidad.

Decimos que un individuo tiene una amplia cultura cuando manifiesta conocimientos diversos en temas muy variados: deporte, literatura, derecho, medicina o tributos.

La variedad de culturas, así como el variado universo de formas y expresiones que estas suponen, es materia de estudio principalmente de disciplinas como la sociología y la antropología. Por ejemplo, y para ilustrar con un ejemplo esto que comentamos más arriba, el festejo que se sucede tras la obtención de un campeonato de fútbol, suele ser uno de los rituales más observados en varias culturas latinas y europeas.

Si se utiliza la noción de cultura dentro de una profesión (pongamos como ejemplo la medicina) estaríamos hablando de la cultura médica, esto es, el conjunto de conocimientos, métodos y vocabulario propios de esta actividad profesional.

En el contexto de una comunidad de personas, cultura se aplica con un sentido muy general, al hacer mención a las ideas, valores, creencias y

tradiciones que la conforman. Es lo que sucede cuando nos referimos a la cultura romana, griega o escandinava.

En un sentido general, la cultura no es una realidad acabada, sino que es totalmente dinámica y cambiante. En la cultura occidental, el conjunto de sus elementos va modificándose con el paso del tiempo, produciéndose el fenómeno de la fusión entre culturas. Este fenómeno es muy habitual y sucede cuando dos planteamientos o visiones culturales se relacionan (pensemos en oriente y occidente), provocando como resultado final una síntesis entre las dos cosmovisiones.

Respecto del origen de la palabra y como consecuencia también de la utilización que se le dará al término, más o menos, se remonta a la Edad Media, cuando se usaba para referirse al cultivo de la tierra y el ganado, ya que proviene del latín *cultus* que significa cuidado del campo y del ganado, en tanto, cuando se esté ya en el siglo XVIII o Siglo de las Luces como también se lo conoce a este, en el cual nacerá en muchos una profunda vocación por el cultivo del pensamiento, inmediatamente el término mutará hacia el sentido figurado de cultivar el espíritu.

La cultura tiene sus lugares propios; centros o instituciones en los que se desarrolla. Los museos, las escuelas o las bibliotecas son lugares

especializados en la cultura, donde las personas aprenden y se ejercitan para alcanzar un determinado nivel de conocimientos.

La cultura tiene un cariz sencillo y cotidiano cuando es de carácter popular. Y adquiere un nivel superior si es una cultura especializada. En cualquier caso, no se puede prescindir de la cultura, vivimos en ella.

### **2.2.3. La Cultura Tributaria**

La cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, actitudes y conocimientos adquiridos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación, con observancia de las leyes vigentes que rigen la conducta del ser humano, como sujeto capaz de ejercer y responder ante las obligaciones tributarias que del mismo devenga, es decir, este comportamiento debe ser visto no tanto como una obligación sino más bien como el deber de coadyuvar en función de resolver las necesidades de un país.

También la cultura tributaria se refiere entonces, al alcance del pago voluntario de los impuestos por parte del contribuyente y en la actualidad, es necesario y fundamental incrementarla. Además, en la medida en que los contribuyentes cumplan, podrán tener el derecho a reclamar los beneficios que el Estado debe otorgarles por obligación,

entre ellos, la calidad de servicios públicos tan deseados y necesitados para la sociedad.

En general, lo que busca la Administración Tributaria apoyada en las leyes tributarias, es que el cumplimiento voluntario de las obligaciones mejore. Éste es el componente más importante de la cultura tributaria, porque uno de los grandes cometidos de ésta es que el contribuyente pague espontáneamente y no tener que estar fiscalizado y presionado constantemente.

Roca Rumano (2011), respecto a la cultura tributaria, afirma: “es el conjunto de información y el grado de conocimiento que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”

Según Mendez (2006), señala que cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actividades compartido por los miembros de una sociedad respecto a tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.

Hernández (2012), en su artículo titulado, “Cultura tributaria”, señala que cultura tributaria es el comportamiento que adoptan las empresas privadas, la manifestación frente a la administración tributaria, la forma como enfrentan sus deberes y derechos frente a la administración tributaria. La cultura tributaria es el epílogo de un proceso. Dicho proceso se inicia con la educación tributaria, continua con la generación de conciencia tributaria y termina en la cultura tributaria, es decir con la manifestación de una forma de vida frente al sistema tributario del país. No es fácil tener cultura tributaria, es más algunos países no logran tenerlo. En nuestro medio la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria tiene un plan para la generación de cultura tributaria. Gran parte del plan ya se ha ejecutado, con no tan buenos resultados en la manifestación de los contribuyentes frente a los tributos.

#### **2.2.4. Importancia de la Cultura Tributaria**

El Estado para poder realizar sus funciones y afrontar sus gastos, debe contar con recursos, y los mismos se obtienen a través de los diferentes procedimientos legalmente estatuidos en principios legales constitucionales. Entre los diversos recursos, están los tributarios, como fuentes de ingreso del Estado, y éstos son aquellos que el Estado obtiene mediante el ejercicio de su poder de imperio, es decir, mediante leyes que crean obligaciones a cargo de los administrados.

El pago de los impuestos puede llevarse a cabo utilizando la coerción o apelando a la razón. La fuerza se manifiesta en las leyes y en su cumplimiento obligatorio, mientras que la razón sólo puede estar dada por una Cultura Tributaria con bases sólidas.

No puede obviarse que un estímulo (o desestímulo) importante para la tributación lo constituye el manejo y destino de los fondos públicos, aparte de que, para muchos ciudadanos, tributar es un acto discrecional, relacionado con su percepción positiva o negativa sobre el uso de los fondos.

Uno de los objetivos de la educación fiscal debe ser, precisamente, romper ese círculo vicioso y hacer conciencia de que la tributación no sólo es una obligación legal, sino un deber de cada persona ante la sociedad. Además, se le debe convencer de que cumplir con tal responsabilidad le confiere la autoridad moral necesaria para exigir al Estado que haga un uso correcto y transparente de los recursos públicos.

A efecto de fortalecer la Cultura Tributaria se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.

### **2.2.5. Determinantes del cumplimiento tributario.**

En el cumplimiento tributario no solo interviene elementos asociados a la racionalidad económica de las personas, es decir, razonar de manera que se pueda obtener el mayor beneficio al menor costo posible, como podría ser el caso de muchos contribuyentes que dejan de pagar o pagan menos impuestos cuando creen que no van a ser detectados; sino que también intervienen elementos no asociados a la racionalidad económica, como son los que se muestran a continuación:

- a) Disposiciones de efectuar el pago, políticas de disuasión, el grado de efectividad de las políticas de Disuasión aplicada por la Administración Tributaria, vinculadas a las acciones de coerción y de penalización a los evasores para inducir al cumplimiento tributario. La Conciencia Tributaria de la población, motivadas a las motivaciones intrínsecas (no económicas) del individuo para pagar voluntariamente o no los impuestos.
- b) Viabilidad de efectuar la Contribución
- c) Grado de información que tienen los contribuyentes sobre las reglas y procedimientos tributarios.
- d) Acceso a servicios de la Administración Tributaria

El acceso de los contribuyentes a los servicios de administración tributaria, es decir, la facilidad que tiene los agentes para efectuar sus contribuciones, simplificaciones administrativas, rapidez en el trámite, etc.

Cabe señalar que los dos primeros factores influyen sobre el grado de disposición a pagar impuestos por parte de los individuos.

- La Coerción, se diseña para generar un comportamiento de pago en la persona.
- La Conciencia Tributaria, es la actitud interna que se forma mediante el proceso de sociabilización del individuo.

Entonces, podemos plantear que el cumplimiento fiscal es consecuencia de dos condiciones:

- La disposición a efectuar la contribución (“querer contribuir”) es una condición que se encuentra determinada, por un lado, por la efectividad de las normas de coerción, el cálculo que hacen los agentes mediante racionalidad económica y su grado de aversión a la penalidad del fraude; por otro lado, la disposición a contribuir está determinada por la conciencia tributaria del agente, que determinan su voluntad de pago y que es fruto de los procesos de legitimación, socialización, e internalización de las obligaciones tributarias.
- La viabilidad de efectuar la contribución (“saber y poder contribuir”). Es una condición que se asocia al grado de información que tienen los contribuyentes sobre las reglas y procedimientos tributarios y, por otro lado, al acceso de los contribuyentes a los servicios de la administración tributaria, es

decir, la facilidad que tienen para efectuar sus contribuciones, simplificaciones administrativas, rapidez en el trámite, etc.

#### **2.2.6. Conciencia Tributaria**

Se entiende la conciencia tributaria como la “interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados”. Esta definición incluye varios elementos:

El primero. Es la interiorización de los deberes tributarios. Este elemento alude necesariamente a que los contribuyentes poco a poco y de manera progresiva, busquen conocer de antemano qué conductas deben realizar y cuáles no, que estén prohibidas respecto del sistema tributario. Aquí es donde normalmente se percibe el factor de riesgo, los contribuyentes observan que es mejor cumplir que faltar a la normatividad tributaria.

El segundo. Consiste en cumplir de manera voluntaria, que se refiere a que los contribuyentes deben, sin necesidad de coacción, verificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la Ley. Lo importante es que el contribuyente, en ejercicio de sus facultades, desea hacerlas. La coacción no debe intervenir aquí. Esto es aún extraño en nuestra sociedad.

Tercero. Es que el cumplir acarreará un beneficio común para la sociedad. Siendo el contribuyente un ser humano, debe pertenecer a una comunidad y disfrutar de los beneficios que ésta tiene. Por ello, cuando se paguen los tributos en el monto y tiempo respectivo, todo contribuyente necesariamente percibirá que se podrán solventar los servicios públicos, se mejorará asimismo su funcionamiento. El Estado podrá dar un eficaz cumplimiento a los servicios dirigidos a la sociedad en general.

Es importante hacer notar aquí la opinión de un estudioso del Derecho Tributario, nos referimos a (Mehl, 1964), nos dice con respecto a este punto que: "... la aceptación del principio del impuesto, la sumisión voluntaria a la obligación fiscal, presuponen un sentimiento de pertenencia a la comunidad, al mismo tiempo que la robustecen. Existe una clara correlación entre el grado de cohesión y estabilidad de una sociedad y la fuerza de adhesión que sus miembros manifiestan con respecto a los principios políticos que constituyen su base, y el nivel de espontaneidad y sinceridad en la ejecución de las obligaciones fiscales por otro"

La idea de comunidad está presente en nuestra definición y de igual manera en la explicación que da LUCIEN MEHL. Esto porque el hombre es un ser social por naturaleza, por ello no podría vivir solo. Por la misma razón, el aceptar que no puede vivir solo, sino en

comunidad, implícitamente acepta el impuesto que representa un gasto por parte de él para financiar los servicios públicos que la propia sociedad reclama, para poder servir a todos, inclusive al propio contribuyente que pagó sus tributos.

### **2.2.7. El sistema tributario nacional**

En mérito a facultades delegadas, el Poder Ejecutivo, mediante Decreto Legislativo No. 771 dictó la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, vigente a partir desde 1994, con los siguientes objetivos:

- Incrementar la recaudación.
- Brindar al sistema tributario una mayor eficiencia, permanencia y simplicidad.
- Distribuir equitativamente los ingresos que corresponden a las Municipalidades.

El Código Tributario constituye el eje fundamental del Sistema Tributario Nacional, ya que sus normas se aplican a los distintos tributos.

### **2.2.8. El código tributario**

Aprobado por el Decreto Legislativo N° 816, el cual entró en vigencia el día 22 de abril de 1996 vigente hasta la actualidad.

El Código Tributario es la norma rectora de los principios, instituciones y normas jurídicas que inspiran al Derecho Tributario Peruano. Nuestro Código Tributario Nacional se encuentra dividido en varias secciones: (i) el Título Preliminar que señala los principios generales o máximas de aplicación general, ya sea de cumplimiento obligatorio como de recomendación al legislador y que constituyen en muchos casos garantías de seguridad jurídica para el contribuyente; (ii) el libro primero, destinado a explicar lo relativo a la relación jurídico tributaria, describiendo a los sujetos acreedor y deudor tributario y el objeto de dicha relación; el tributo (iii) el libro que describe a los órganos de la Administración Tributaria, así como las facultades de la Administración; (iv) el Libro Tercero, que explica lo relativo a los procedimientos tributarios, y finalmente (v) el Libro Cuarto, que trata sobre las infracciones, sanciones y delitos en materia tributaria.

### **2.2.9. El tributo**

Mártin (2007), Los tributos son ingresos públicos de derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente por el Estado, exigidas por una administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la ley vincule en el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público, sin perjuicio de su posibilidad de vinculación a otros fines.

Según Villegas (2001), es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines.

El Código Tributario establece que el término TRIBUTO comprende impuestos, contribuciones y tasas, los mismo que determinan en Texto Único Ordenado del Código Tributario aprobado por el Decreto Supremo N° 135-99-EF.

Clasificación de los tributos según su administración

Gobierno Central

- Impuesto a la Renta
- Impuesto General a las Ventas
- Impuesto Selectivo al Consumo
- Impuesto Extraordinario de Solidaridad
- Derechos Arancelarios

Gobiernos Locales

- Impuesto Predial
- Impuesto de Alcabala

➤ Impuesto al Patrimonio Vehicular

Otros

➤ Contribuciones a la Seguridad Social

➤ Contribución al Servicio Nacional de Adiestramiento Técnico

Industrial – SENATI

➤ Contribución al Servicio Nacional de Capacitación para la Industria

de la Construcción – SENCICO

### **Los impuestos**

La palabra impuesto tiene su origen en el término latino impositus. El concepto hace referencia al tributo que se establece y se pide según sea la capacidad financiera de aquellos que no están exentos de abonarlo.

Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado. La característica de los impuestos es que existe independencia entre la obligación de pagarlo y la actividad que el Estado desarrolla con su producto. Tenemos por ejemplo, el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas (IGV).

### **La contribución**

Es el tributo que tiene como hecho generador los beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales, como lo es el caso de la Contribución al SENCICO.

También genera beneficios derivados de servicios colectivos específicos que realiza el Estado. Por ejemplo, las aportaciones a ESSALUD, benefician directamente en prestaciones de salud para quienes realizan esa aportación y para sus familias.

### **La tasa**

Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del Estado. Por ejemplo los derechos arancelarios de los Registros Públicos.

La ley establece la vigencia de los tributos cuya administración corresponde al Gobierno Central, los Gobiernos Locales y algunas entidades que los administran para fines específicos.

### **Obligaciones de los contribuyentes**

Las obligaciones de los contribuyentes se encuentran establecidas en el Código Tributario, Artículo 1°. La obligación tributaria es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene

por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente.

Existen dos tipos de obligaciones tributarias:

### **Obligaciones Formales**

Consiste principalmente en dar información a la SUNAT cumplir con la obligación sustancial o pago. Las principales obligaciones formales son:

#### **Inscripción en el RUC**

**Obligación de inscribirse en el Registro Único de Contribuyente**, el cual consta de un código de 11 números, en el caso de personas naturales, el número de Ruc será el mismo número del DNI agregando el número 10 al inicio del número de DNI y un último número el cual SUNAT te brinda.

En caso de personas jurídicas el número de RUC ya no es el número de DNI del Contribuyente, sino es un número que SUNAT brinda teniendo la característica de iniciar con el número 20.

La obligación comprende a todas las personas naturales o jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales, sociedades de hecho u otros entes colectivos, nacionales o extranjeros, domiciliados o no en el

país, que sean contribuyentes y/o responsables de tributos administrados y/o recaudados por SUNAT.

### **Obligación de emitir y entregar comprobantes de pago**

El comprobante de pago es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios.

- La emisión y entrega de comprobantes de pago es una obligación formal del contribuyente y un derecho del usuario o adquiriente.
  
- Es importante que el consumidor exija que se le entregue el comprobante de pago y también que el vendedor emita y entregue el comprobante de pago porque:
  - Cumple con su deber ciudadano de tributar el Impuesto General a la Ventas y el Impuesto de Promoción Municipal.
  - Evita una acción ilegal que nos afecta a todos.
  - Obligación de trasladar bienes con guías de remisión.
  
- También hay otros documentos que no son comprobantes de pago, pero que son obligatorios para el traslado de bienes como son la guía de remisión del Transportista y la guía de remisión del Remitente.

### **Comunicación de datos a la Sunat.**

Los principales datos a comunicar a la Sunat son los relacionados con el RUC, especialmente cuando se trata de actualizarlos: domicilio fiscal, cambio de actividades.

#### **2.2.10. Presentación de la Declaración Jurada**

Las declaraciones son de dos tipos, y se elaboran usando un programa de información que proporciona la SUNAT de manera gratuita y se presenta de acuerdo al cronograma de obligaciones tributarias.

Este cronograma muestra las fechas del vencimiento de la declaración según el último dígito del número de RUC.

Las Declaraciones Determinativas, son aquellas en las que el declarante determina la base imponible y, en su caso, la deuda tributaria a su cargo, de los tributos que administre la SUNAT o cuya recaudación se le encargue. Los programas para elaborar las Declaraciones Determinativas se denominan Programas de Declaración Telemática (PDT) Determinativos.

- Las Declaraciones Informativas, son aquellas en las que el declarante informa sus operaciones o las de terceros a solicitud de la Administración

Tributaria y en las cuales no se determina ninguna deuda. Los programas para elaborar estas declaraciones informativas se denominan Programas de Declaración Telemática (PDT) Informativos.

### **Llevar libros y/o registros contables**

Esta obligación varía de acuerdo al régimen al que se encuentra adscrito el contribuyente y a otros indicadores como el monto de la renta obtenida y la categoría del Impuesto a la Renta.

### **Obligación Sustancial: Pagar el Tributo**

El cumplimiento de las obligaciones formales asegura la ejecución de la obligación sustancial o de pago del tributo. El proceso se inicia con la entrega del comprobante de pago cuando se realiza una transacción. Esta acción da lugar a que el responsable del tributo registre la transacción y el tributo. Al final del mes y/o del año realizará la determinación del tributo a declarar y pagar.

El tipo de obligación sustancial o de pago que tiene el contribuyente depende de la actividad económica que realiza para generar sus ingresos. Esta debe ser permanente y durable para que dichos ingresos se encuentren afectos por las leyes que obligan a pagar impuestos. Por

ejemplo, el arrendamiento de bienes muebles e inmuebles (alquileres), ganancias de capital (préstamos o intereses), regalías o derechos de autor, producción de bienes, servicios, comercio, trabajo asalariado y el ejercicio de una profesión u oficio.

También existen otros criterios para afectar o infectar con impuestos que dependerán de la política tributaria del país, en los que radica la fuente de dichos ingresos. Por ejemplo, en China no se grava con impuestos la renta que obtienen las empresas o las personas en los cinco primeros años desde el inicio de un negocio (esto no ocurre en el Perú). Por otro lado, en nuestro país está exonerada del IGV la exportación de mercancías, mientras que en otros países de América Latina, la exportación de mercancías si está gravada con impuestos.

## **Razones que justifican el pago de los tributos**

### **Potestad tributaria**

Es la facultad que tiene el Estado de crear, modificar o suprimir unilateralmente tributos (Art. 74 Constitución Política del Perú). La creación obliga al pago por las personas sometidas a su competencia. Implica, por tanto, la facultad de generar normas mediante las cuales el Estado puede compeler a las personas para que le entreguen una porción de sus rentas o patrimonios para atender las necesidades públicas.

La potestad tributaria es importante en un país, porque si el gobierno es débil, el pueblo no lo acataría. El estado tiene que cubrir necesidades públicas como: defensa nacional, seguridad interna, salud, educación, otros por lo que necesita recursos económicos, en virtud de su poder imperio exige a los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones de carácter monetario.

### **Principios Jurídicos de la Tributación**

Es importante señalar que el poder tributario está configurado por una limitación de carácter general, dada por los principios jurídicos de la tributación, de ello resulta que estos principios adoptan la forma de principios constitucionales, estos son:

Reserva de Ley: Según este principio –que está vinculado al principio de legalidad algunos temas de la materia tributaria deben ser regulados estrictamente a través de una ley y no por reglamento.

El complemento al principio de reserva de la ley, es el principio de Legalidad el cual se puede resumir como el uso del instrumento legal permitido por su respectivo titular en el ámbito de su competencia.

Señala el doctor Medrano, H. (1987). que en virtud al principio de legalidad, los tributos sólo pueden ser establecidos con la aceptación de quienes deben pagarlos, lo que modernamente significa que deben ser

creados por el Congreso en tanto que sus miembros son representantes del pueblo y, se asume, traducen su aceptación.

**Igualdad:** Según el principio de igualdad tributaria los contribuyentes con homogénea capacidad contributiva deben recibir el mismo trato legal y administrativo frente al mismo supuesto de hecho tributario.

El doctor Bravo, J. (2003). Señala lo siguiente: El principio de igualdad es un límite que prescribe que la carga tributaria debe ser aplicada de forma simétrica y equitativa entre los sujetos que se encuentran en una misma situación económica, y en forma asimétrica o desigual a aquellos sujetos que se encuentran en situaciones económicas diferentes. El principio bajo mención supone que a iguales supuestos de hecho se apliquen iguales consecuencias jurídicas, debiendo considerarse iguales dos supuestos de hecho cuando la utilización o introducción de elementos diferenciadores sea arbitraria o carezca de fundamento racional.

Este principio se estructura en el principio de capacidad contributiva, formulada dentro del marco de una política económica de bienestar y que no admite las comparaciones intersubjetivas.

**No Confiscatoriedad:** Por este principio los tributos no pueden exceder la capacidad contributiva del contribuyente pues se convertirían en

confiscatorios. Hay lo que nosotros llamamos el mundo de lo tributable (y nos podemos imaginar una línea horizontal), y aquello que podría convertirse en confiscatorio, bajo esta misma línea horizontal. Lo que tenemos que aprender a diferenciar es cuanto lo tributario está llegando al límite, de tal manera que no cruce la línea al confiscatorio.

El principio de No Confiscatoriedad defiende básicamente el derecho a la propiedad, ya que el legislador no puede utilizar el mecanismo de la tributación para apropiarse indirectamente de los bienes de los contribuyentes.

Este principio tiene una íntima conexión con el derecho fundamental a la propiedad pues en muchos casos, ya tratándose de tributos con una tasa irrazonable o de una excesiva presión tributaria, los tributos devienen en confiscatorios cuando limitan o restringen el derecho de propiedad pues para poder hacer frente a las obligaciones tributarias ante el Fisco el contribuyente se debe desprender de su propiedad.

Respeto a los Derechos Fundamentales: El respeto a los derechos humanos no es un “principio” del Derecho Tributario, pero sí un límite al ejercicio de la potestad tributaria.

### **III. HIPÓTESIS**

#### **3.1. Hipótesis General (Hi)**

La cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito de Huánuco 2016.

#### **3.2. Hipótesis Nula (Ho)**

La cultura tributaria no influye significativamente en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito de Huánuco 2016.

#### **3.3. Hipótesis Específicas**

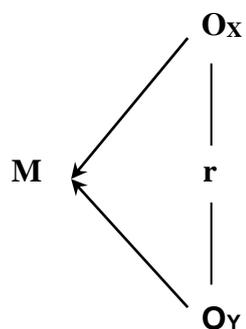
Los conocimientos de tributación influye significativamente en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito de Huánuco 2016.

La valoración de tributos influye significativamente en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito de Huánuco 2016.

## IV. METODOLOGIA

### 4.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la presente investigación es correlacional – descriptivo por que observan las variables de estudio, asumiendo que las variables una y otra influyen entre sí. El esquema es la siguiente:



#### **Dónde:**

$M$  = es la muestra de estudio.

$O_x$  = observación a la variable: cultura tributaria.

$O_y$  = observación a la variable: cumplimiento de la obligación tributaria.

$r$  = relación entre las variables de estudio.

## **4.2. LA POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **Población**

Se define a la población al conjunto total de individuos, objeto o medida que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

La población para el presente trabajo de investigación está constituida por 70 comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes.

### **Muestra**

Para la muestra se determinó utilizando el muestreo no probabilístico y estaría compuesto por 70 comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes.

**LA MUESTRA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO RUBRO  
ABARROTES– HUÁNUCO, 2016.**

<b>COEMRCIANTES - ABARROTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
INTERNO	50	50
EXTERNOS	20	20
<b>TOTAL</b>		<b>70</b>

**Fuente: Administración del mercado modelo - Huánuco, 2016.**

**Elaboración: Propia**

#### **4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES**

<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
<b>Variable Independiente</b>  Cultura tributaria	Conocimientos de tributación.        Valoración de tributos.	Nivel de educación  Algunos comerciantes no pagan impuestos Reversión de impuesto.  El impuesto que estado lo revierte en obras públicas es de interés de la población.  Los servicios otorgados por el estado incentiva al pago de impuestos.  Importancia de pagar impuestos.  La inversión de los impuestos recaudados por el estado.	Si/No -  Lickert
<b>Variable Dependiente</b>  Cumplimiento de la obligación tributaria	Inscripción en el registro único de contribuyentes.      Emitir y recibir comprobante de pago.	Cumplimiento con el régimen tributario.  Formalización ante la SUNAT.  Cumplimiento en la emisión de comprobante de pago.  Exigir comprobante de pago.	

#### **4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

##### **A. Técnicas**

Las principales técnicas que se utilizaron en la presente investigación fueron entrevistas, encuestas, análisis documental y observación, las que serán aplicadas a los comerciantes del mercado modelo rubro abarrotes del distrito de Huánuco.

##### **B. Instrumentos**

Los principales instrumentos que se utilizaron en la presente investigación fueron los siguientes:

- Guía de entrevista
- Cuestionario

#### **4.5 PLAN DE ANÁLISIS**

Para contrastar las hipótesis se usará el coeficiente de Pearson, donde se analizará el tipo de correlación que existe entre las variables de estudio

#### **4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA**

### 3.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO:

#### LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO, RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2016.

Título	Enunciado del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables - operacionalización	DISEÑO METODOLÓGICO				
					Tipo de Investigación	Población	Muestra	Métodos	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO, RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2016.	¿De qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarros del distrito de Huánuco, 2016?  <b>Específicos</b> De qué manera los conocimientos de tributación influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarros del distrito del	<b>Objetivo General</b> Determinar de qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarros del distrito de Huánuco, 2016.  <b>Objetivos Específicos</b> Determinar de qué manera los conocimientos de tributación influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarros del distrito de Huánuco, 2016.  Determinar de qué manera la valoración de tributos influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarros del distrito de Huánuco, 2016.	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b> La cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarros del distrito de Huánuco 2016.  <b>HIPÓTESIS NULA (Ho)</b> La cultura tributaria no influye significativamente en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarros del distrito de Huánuco 2016.  <b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b> Los conocimientos de tributación influye significativament	<b>Variable Independiente</b> <b>Cultura tributaria</b>  <b>Dimensiones</b> - Conocimientos de tributos. - Valoración de tributos.  <b>Variable Dependiente</b> <b>Cumplimiento de la obligación tributaria</b> <b>Dimensiones</b> - Inscripción en el registro único de contribuyentes. - Emitir y recibir comprobante de pago.	Nuestra investigación como se centra en la aplicación de la teoría en la solución de problemas prácticos, se considera una investigación aplicada que tiene como finalidad la aplicación concreta de un saber.	La población para el presente trabajo de investigación está constituida por 70 comerciantes del mercado modelo, rubro abarros.	Para la muestra se determinó utilizando el muestreo no probabilístico y estaría compuesto por 70 comerciantes del mercado modelo, rubro abarros.	Método teórico de análisis y síntesis	<b>Técnicas:</b> Las principales técnicas que se utilizaron en la presente investigación fueron entrevistas, encuestas, análisis documental y observación, las que serán aplicadas a los comerciantes del mercado modelo rubro abarros del distrito de Huánuco.  <b>Instrumentos</b> Guía de entrevista  Cuestionario

	<p>distrito de Huánuco, 2016?</p> <p>De qué manera la valoración de tributos influye en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito de Huánuco, 2016?</p>		<p>e en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito de Huánuco 2016.</p> <p>La valoración de tributos influye significativamente e en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito de Huánuco 2016.</p>						
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

#### **4.7. ASPECTOS ÉTICOS**

Como principio ético en el presente trabajo de investigación se considera el principio de equidad.

Los principios fundamentales y universales de la ética de la investigación con seres humanos son: respeto por las personas, beneficencia y justicia. Los investigadores, las instituciones y, de hecho, la sociedad están obligados a garantizar que estos principios se cumplan cada vez que se realiza una investigación con seres humanos.

##### **Respeto por las personas**

Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad. El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor “participantes” que “sujetos”, puesto esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado, que se detalla más adelante. Es importante tener una atención especial a los grupos vulnerables, como pobres, niños, marginados, prisioneros... Estos grupos pueden tomar decisiones empujados por su situación precaria o sus dificultades para salvaguardar su propia dignidad o libertad.

## **Justicia**

El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios.

## V. RESULTADOS

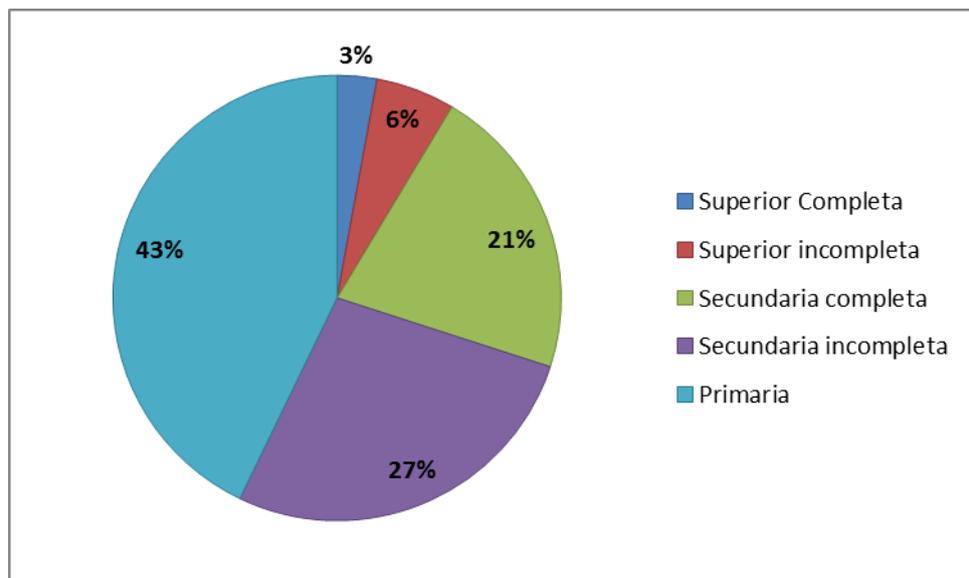
### 5.1 Resultados

**TABLA N° 01**  
**NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS COMERCIANTES**

<b>CATEGORIA</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Superior Completa	2	3%
Superior incompleta	4	6%
Secundaria completa	15	21%
Secundaria incompleta	19	27%
Primaria	30	43%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.  
Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 01**  
**NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS COMERCIANTES**



Fuente: Tabla N° 01  
Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 01 se observa que:

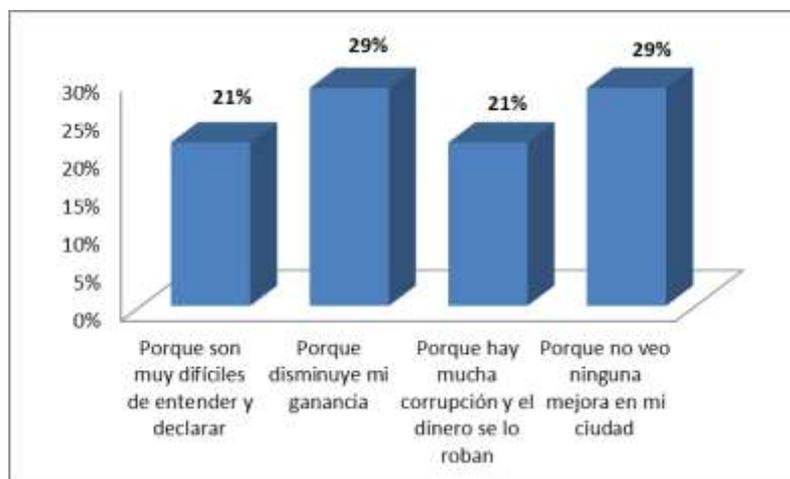
El 43% de los comerciantes encuestados respondieron que tienen estudios de primaria, el 27% de los comerciantes encuestados respondieron que tienen secundaria incompleta, el 21% de los comerciantes encuestados respondieron que tienen secundaria completa, el 6% de los comerciantes encuestados respondieron que tienen superior incompleta y el 3% de los comerciantes encuestados respondieron que tienen superior completa.

**TABLA N° 02**  
**COMERCIANTES NO PAGAN SUS IMPUESTOS**

CATEGORIA	fi	%
Porque son muy difíciles de entender y declarar	15	21%
Porque disminuye mi ganancia	20	29%
Porque hay mucha corrupción y el dinero se lo roban	15	21%
Porque no veo ninguna mejora en mi ciudad	20	29%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.  
Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 02**  
**COMERCIANTES NO PAGAN SUS IMPUESTOS**



Fuente: Tabla N° 02  
Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 02 se observa que:

Los comerciantes encuestados respondieron porque no pagan sus impuestos de la siguiente manera el 21% de los comerciantes porque son muy difíciles de entender y declarar, el 29% de los comerciantes porque disminuye mi ganancia, el 21% de los comerciantes porque hay mucha corrupción y el dinero se lo roban y el 29% de los comerciantes porque no veo ninguna mejora en mi ciudad.

**TABLA N° 03**

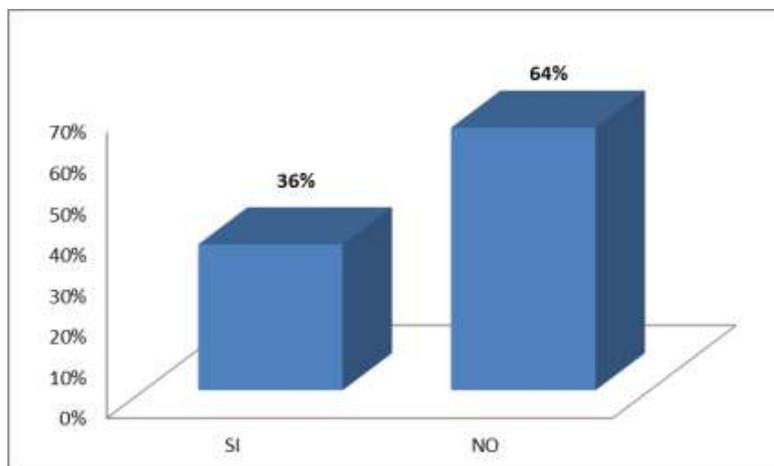
**LOS SERVICIOS QUE OTORGA EL ESTADO LE INCENTIVA A  
REALIZAR SUS PAGOS DE IMPUESTOS**

<b>CATEGORIA</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	25	36%
<b>NO</b>	45	64%
<b>Total</b>	70	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.  
Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 03**

**LOS SERVICIOS QUE OTORGA EL ESTADO LE INCENTIVA A  
REALIZAR SUS PAGOS DE IMPUESTOS**



Fuente: Tabla N° 03  
Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 03 se observa que:

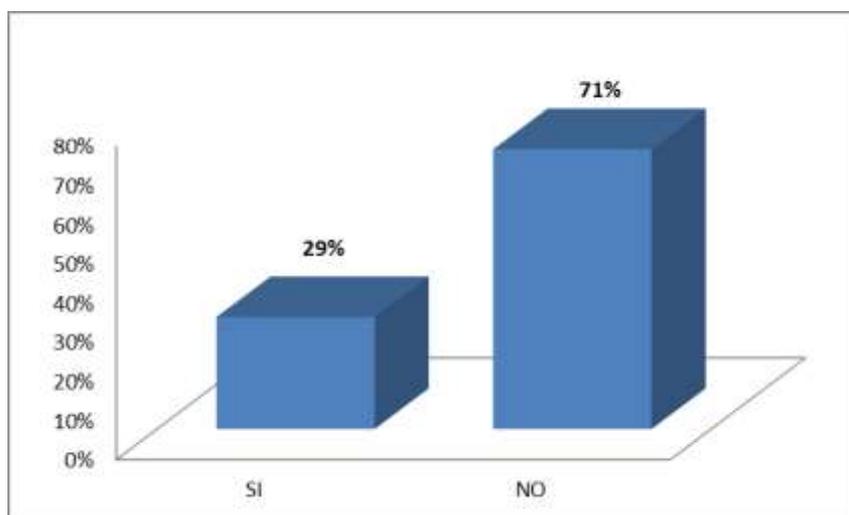
El 36% de los comerciantes encuestados respondieron que los servicios que otorga el estado le incentiva a realizar sus pagos de impuestos y el 64% respondieron que los servicios que otorga el estado no les incentivan a realizar sus pagos de impuestos.

**TABLA N° 04**  
**CREE QUE LA FORMA DE DIFUSIÓN QUE UTILIZA EL ESTADO**  
**LLEGA A TODOS Uds.**

CATEGORIA	fi	%
SI	20	29%
NO	50	71%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.  
Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 04**  
**CREE QUE LA FORMA DE DIFUSIÓN QUE UTILIZA EL ESTADO**  
**LLEGA A TODOS Uds.**



Fuente: Tabla N° 04  
Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 04 se observa que:

El 29% de los comerciantes encuestados respondieron que si cree que la forma de difusión que utiliza el estado llega a todos os comerciantes y el 71% respondieron que no cree que la forma de difusión que utiliza el estado llega a todos os comerciantes.

**TABLA N° 05**

### PARA UD. POR QUÉ ES IMPORTANTE PAGAR IMPUESTOS

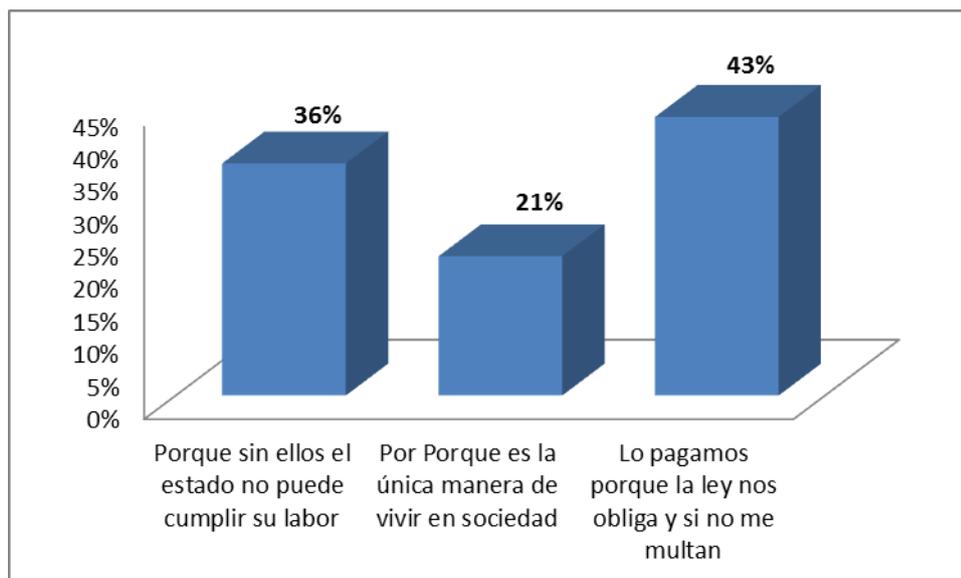
CATEGORIA	fi	%
Porque sin ellos el estado no puede cumplir su labor	25	36%
Por Porque es la única manera de vivir en sociedad	15	21%
Lo pagamos porque la ley nos obliga y si no me multan	30	43%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 05**

### PARA UD. POR QUÉ ES IMPORTANTE PAGAR IMPUESTOS



Fuente: Tabla N° 05

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 05 se observa que:

Los comerciantes encuestados respondieron porque es importante pagar impuestos de la siguiente manera el 36% de los comerciantes porque sin ellos el estado no puede cumplir su labor, el 21% de los porque es la única manera de vivir en sociedad, el 43% de los comerciantes lo pagamos porque la ley nos obliga y si no me multan.

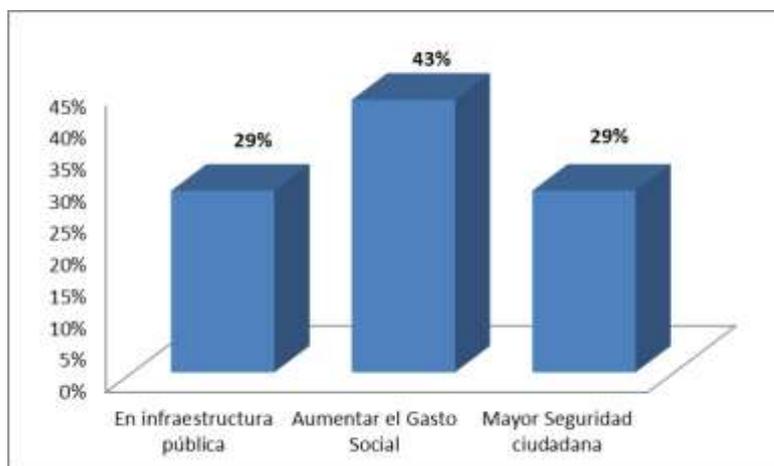
**TABLA N° 06**  
**EN QUÉ DEBERÍA GASTAR EL ESTADO LOS IMPUESTOS RECAUDADOS**

CATEGORIA	fi	%
En infraestructura pública	20	29%
Aumentar el Gasto Social	30	43%
Mayor Seguridad ciudadana	20	29%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 06**  
**EN QUÉ DEBERÍA GASTAR EL ESTADO LOS IMPUESTOS RECAUDADOS**



Fuente: Tabla N° 06

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 06 se observa que:

Los comerciantes encuestados respondieron en qué debería gastar el estado los impuestos recaudados de la siguiente manera el 29% de los comerciantes en infraestructura pública, el 43% para aumentar los gastos públicos, el 29% de los comerciantes mencionaron para mayor seguridad ciudadana.

**TABLA N° 07**

### **CREE QUE SUS IMPUESTOS QUE PAGA, EL ESTADO LO REVIERTE EN OBRAS PÚBLICAS DE INTERÉS DE LA POBLACIÓN**

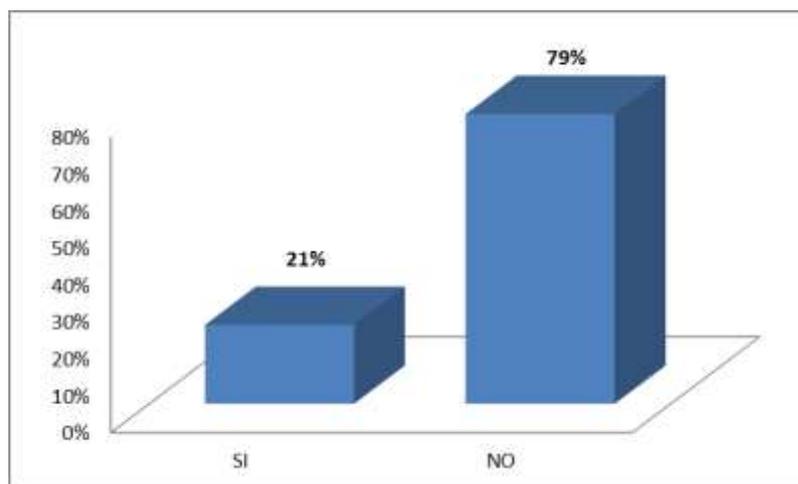
<b>CATEGORIA</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
<b>SI</b>	15	21%
<b>NO</b>	55	79%
<b>Total</b>	70	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 07**

### **CREE QUE SUS IMPUESTOS QUE PAGA, EL ESTADO LO REVIERTE EN OBRAS PÚBLICAS DE INTERÉS DE LA POBLACIÓN**



Fuente: Tabla N° 07

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 07 se observa que:

El 21% de los comerciantes encuestados respondieron que si cree que sus impuestos que paga, el estado lo revierte en obras públicas de interés de la población y el 79% respondieron que no cree que sus impuestos que paga, el estado lo revierte en obras públicas de interés de la población.

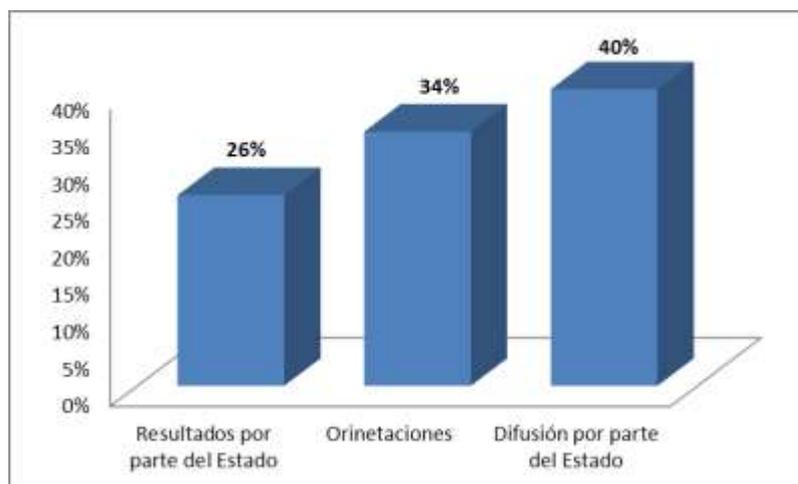
**TABLA N° 08**  
**QUÉ NECESITA UD. PARA PAGAR SUS IMPUESTOS VOLUNTARIAMENTE**

CATEGORIA	fi	%
Resultados por parte del Estado	18	26%
Orinetaciones	24	34%
Difusión por parte del Estado	28	40%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 08**  
**QUÉ NECESITA UD. PARA PAGAR SUS IMPUESTOS VOLUNTARIAMENTE**



Fuente: Tabla N° 08

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 08 se observa que:

Los comerciantes encuestados respondieron qué necesita Ud. para pagar sus impuestos voluntariamente de la siguiente manera el 26% de los comerciantes resultados por parte del Estado, el 34% falta de orientaciones, el 40% de los comerciantes mencionaron poca difusión por parte del Estado.

**TABLA N° 09**

### **POR QUÉ CONSIDERA UD. QUE PAGA SUS IMPUESTOS**

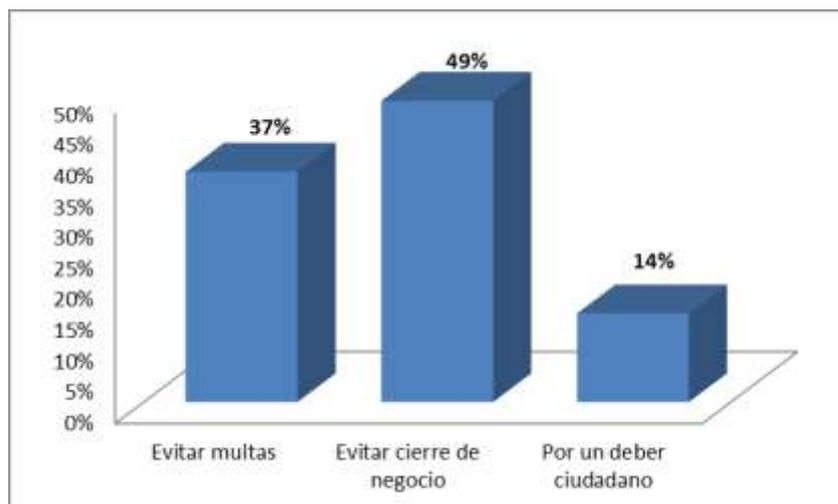
<b>CATEGORIA</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Evitar multas	26	37%
Evitar cierre de negocio	34	49%
Por un deber ciudadano	10	14%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 09**

### **POR QUÉ CONSIDERA UD. QUE PAGA SUS IMPUESTOS**



Fuente: Tabla N° 09

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 09 se observa que:

Los comerciantes encuestados respondieron por qué considera Ud. que paga sus impuestos de la siguiente manera el 37% de los comerciantes para evitar multas, el 49% evitar cierre de negocio, el 14% de los comerciantes mencionaron por un deber ciudadano.

**TABLA N° 10**

**CREE UD., QUE LOS TRIBUTOS QUE PAGA SON:**

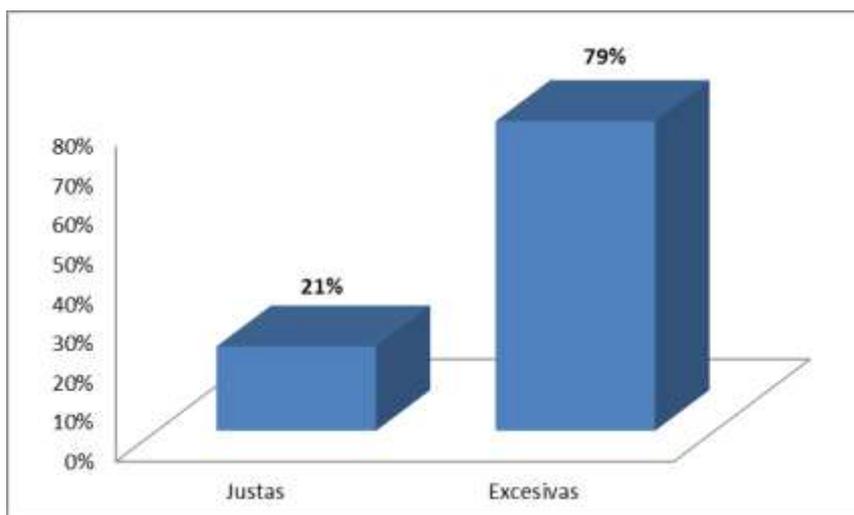
CATEGORIA	fi	%
Justos	15	21%
Excesivos	55	79%
Total	70	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 10**

**CREE UD., QUE LOS TRIBUTOS QUE PAGA SON:**



Fuente: Tabla N° 10

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 10 se observa que:

El 21% de los comerciantes encuestados respondieron que cree que los tributos que paga son justos y el 79% respondieron que cree que los tributos que paga son excesivos.

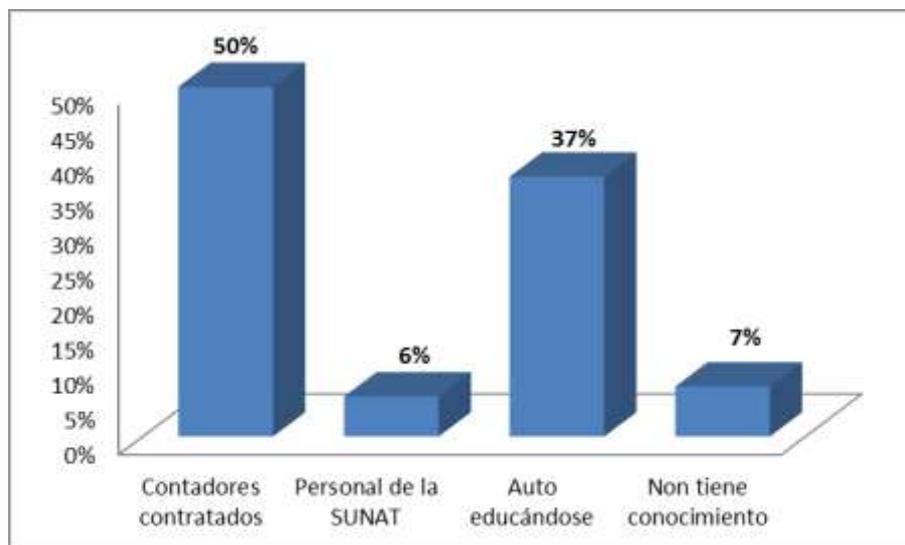
**TABLA N° 11**  
**SI CONOCE UD. DE TRIBUTOS, ¿DE QUÉ FORMA HA OBTENIDO DICHO CONOCIMIENTO?**

CATEGORIA	fi	%
Contadores contratados	35	50%
Personal de la SUNAT	4	6%
Auto educándose	26	37%
Non tiene conocimiento	5	7%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 11**  
**SI CONOCE UD. DE TRIBUTOS, ¿DE QUÉ FORMA HA OBTENIDO DICHO CONOCIMIENTO?**



Fuente: Tabla N° 11

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 11 se observa que:

Los comerciantes encuestados si conoce Ud. de tributos, ¿de qué forma ha obtenido dicho conocimiento? de la siguiente manera el 50% lo obtuvo por contadores contratados, el 6% lo obtuvo por el personal de la SUNAT, el 37% lo obtuvo auto educándose y el 7% no tiene conocimiento.

**TABLA N° 12**

**CONSIDERA QUE LA PÁGINA WEB DE LA SUNAT BRINDA INFORMACIÓN COMPRESIBLE A LOS CONTRIBUYENTES PARA EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES**

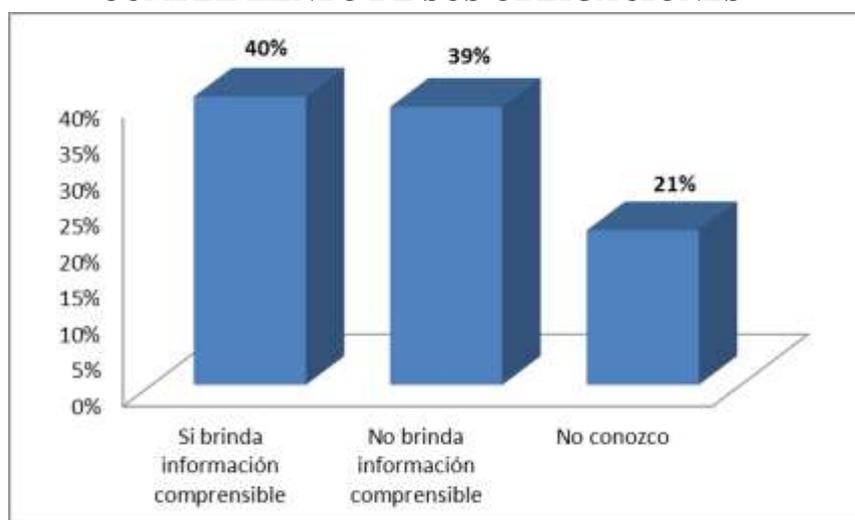
CATEGORIA	fi	%
Si brinda información comprensible	28	40%
No brinda información comprensible	27	39%
No conozco	15	21%
<b>Total</b>	70	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 12**

**CONSIDERA QUE LA PÁGINA WEB DE LA SUNAT BRINDA INFORMACIÓN COMPRESIBLE A LOS CONTRIBUYENTES PARA EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES**



Fuente: Tabla N° 12

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 12 se observa que:

Los comerciantes encuestados considera que la página web de la SUNAT brinda información comprensible a los contribuyentes para el cumplimiento de sus obligaciones de la siguiente manera el 40% si brinda información comprensible, el 39% no brinda información comprensible, el 21% menciona que no tiene conocimiento.

**TABLA N° 13**

**SI EL ESTADO NO CONTROLARÍA EL PAGO DE IMPUESTOS Y NO LE MULTARÍA POR NO HACERLO, ¿UD. PAGARÍA SUS IMPUESTOS EN FORMA VOLUNTARIA Y CONSCIENTE?**

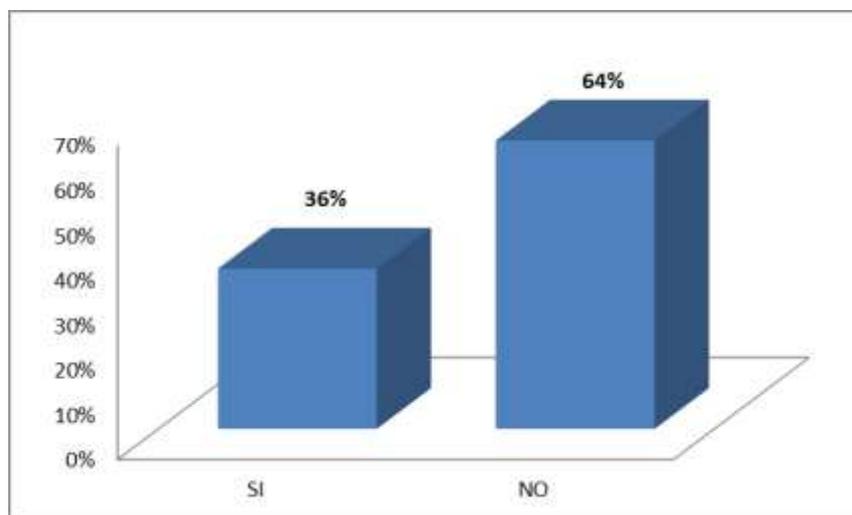
CATEGORIA	fi	%
SI	25	36%
NO	45	64%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 13**

**SI EL ESTADO NO CONTROLARÍA EL PAGO DE IMPUESTOS Y NO LE MULTARÍA POR NO HACERLO, ¿UD. PAGARÍA SUS IMPUESTOS EN FORMA VOLUNTARIA Y CONSCIENTE?**



Fuente: Tabla N° 13

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 13 se observa que:

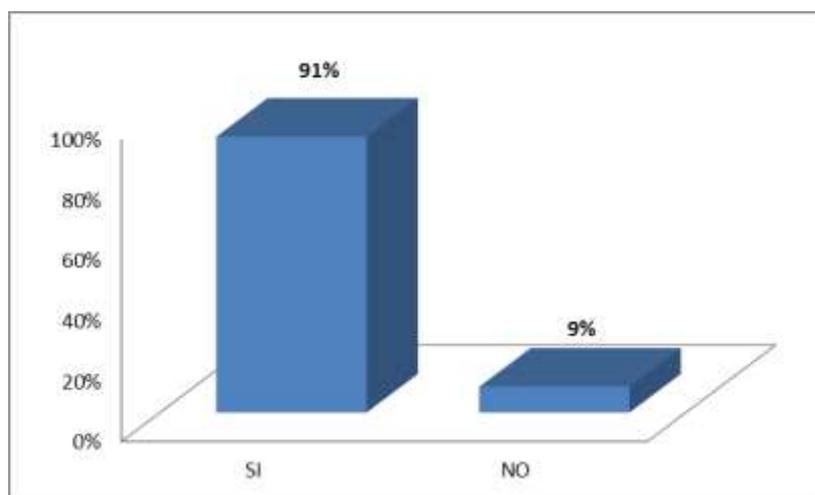
El 36% de los comerciantes encuestados respondieron que si pagaría sus impuestos si el estado no controlaría el pago de impuestos y no le multaría por no hacerlo y el 64% respondieron que no pagaría sus impuestos si el estado no controlaría el pago de impuestos y no le multaría por no hacerlo.

**TABLA N° 14**  
**EN SUS VENTAS ENTREGA USTED COMPROBANTE DE PAGO A SUS CLIENTES**

CATEGORIA	fi	%
SI	64	91%
NO	6	9%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.  
Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 14**  
**EN SUS VENTAS ENTREGA USTED COMPROBANTE DE PAGO A SUS CLIENTES**



Fuente: Tabla N° 14  
Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 14 se observa que:

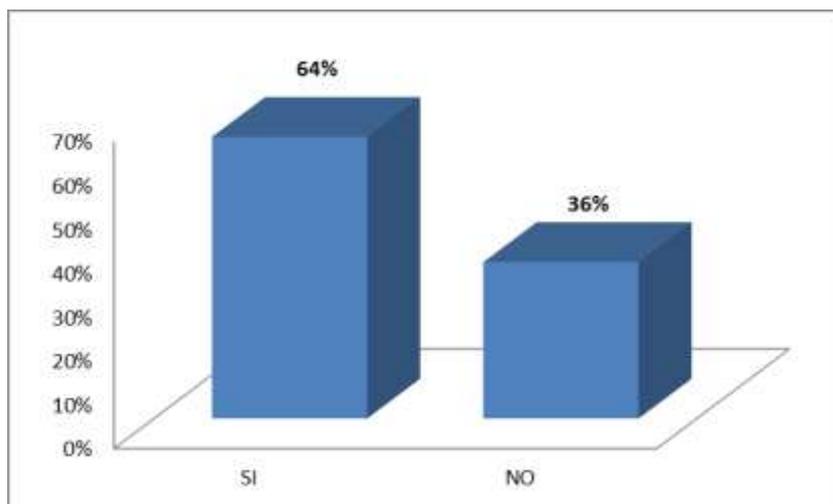
El 91% de los comerciantes encuestados respondieron que en sus ventas si entrega comprobante de pago a sus clientes y el 9% respondieron que en sus ventas no entrega comprobante de pago a sus clientes.

**TABLA N° 15**  
**EN SUS COMPRAS SOLICITA USTED COMPROBANTES DE PAGO**

CATEGORIA	fi	%
SI	45	64%
NO	25	36%
<b>Total</b>	70	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.  
Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 15**  
**EN SUS COMPRAS SOLICITA USTED COMPROBANTES DE PAGO**



Fuente: Tabla N° 15  
Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 15 se observa que:

El 64% de los comerciantes encuestados respondieron que en sus compras si solicita comprobantes de pago y el 36% respondieron que en sus compras no solicita comprobantes de pago.

**TABLA N° 16**

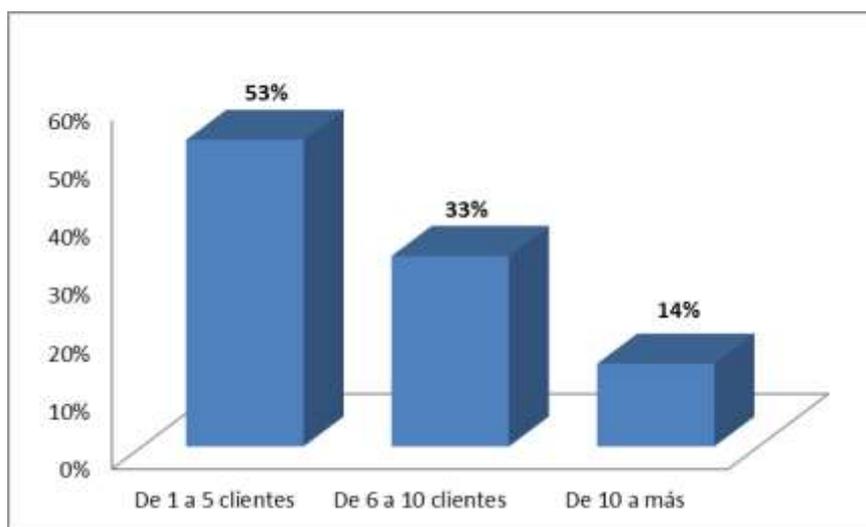
**DE LOS CLIENTES SUYOS QUE LE COMPRAN EN EL DÍA CUANTOS  
LE SOLICITAN COMPROBANTES DE PAGO**

CATEGORIA	fi	%
De 1 a 5 clientes	37	53%
De 6 a 10 clientes	23	33%
De 10 a más	10	14%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas.  
Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 16**

**DE LOS CLIENTES SUYOS QUE LE COMPRAN EN EL DÍA CUANTOS  
LE SOLICITAN COMPROBANTES DE PAGO**



Fuente: Tabla N° 16  
Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 16 se observa que:

Los comerciantes encuestados de los clientes suyos que le compran en el día cuantos le solicitan comprobantes de pago de la siguiente manera el 53% de 1 a 5 clientes, el 33% de 6 a 10 clientes, el 14% menciona de 10 a más..

**TABLA N° 17**

**DE LAS VENTAS REALIZADAS EN EL DÍA QUE NO HA ENTREGADO COMPROBANTE DE PAGO, UD. GIRA EL COMPROBANTE DE PAGO RESPECTIVO AL FINAL DEL DÍA**

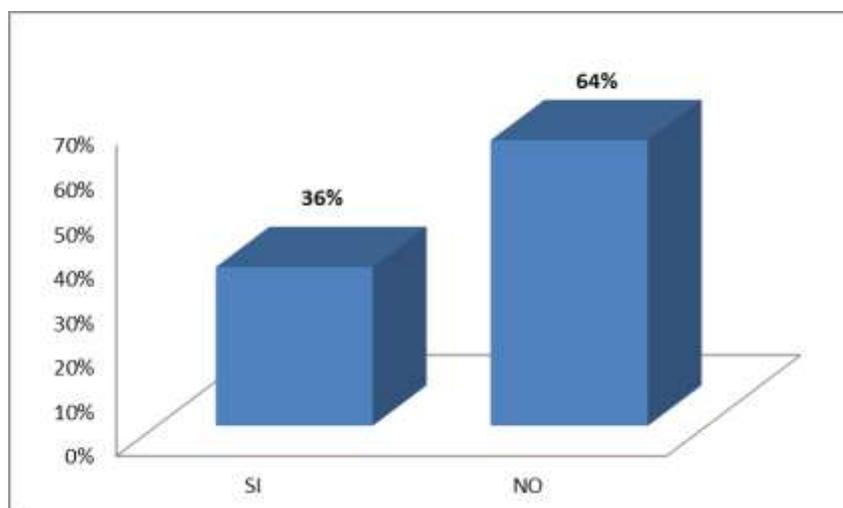
CATEGORIA	fi	%
SI	25	36%
NO	45	64%
<b>Total</b>	70	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: La investigadora

**GRÁFICO N° 17**

**DE LAS VENTAS REALIZADAS EN EL DÍA QUE NO HA ENTREGADO COMPROBANTE DE PAGO, UD. GIRA EL COMPROBANTE DE PAGO RESPECTIVO AL FINAL DEL DÍA**



Fuente: Tabla N° 17

Elaboración: La investigadora

## ANÁLISIS

En la TABLA N° 17 se observa que:

El 36% de los comerciantes encuestados respondieron de las ventas realizadas en el día que no ha entregado comprobante de pago si gira el comprobante de pago respectivo al final del día y el 64% respondieron de las ventas realizadas en el día que no ha entregado comprobante de pago no gira el comprobante de pago respectivo al final del día.

## PRUEBA DE HIPÓTESIS

### DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA.

La relación entre variables se obtiene mediante la correlación de Pearson (r).

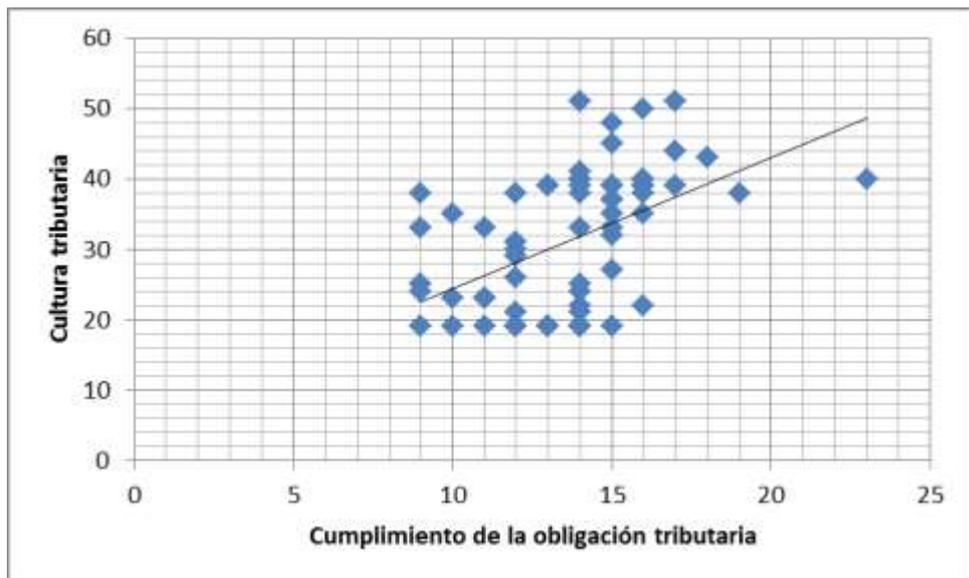
$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Para encontrar el valor de r, primero se calcula el puntaje que obtiene cada trabajador tanto en la encuesta (Cultura tributaria= x) como en la encuesta (Cumplimiento de la obligación tributaria = y) como se muestra en el cuadro:

ESTUD.	X	Y	X.Y	X*2	Y*2
1	16	22	352	256	484
2	12	31	372	144	961
3	9	25	225	81	625
4	14	24	336	196	576
5	14	33	462	196	1089
6	14	22	308	196	484
7	9	24	216	81	576

8	12	26	312	144	676
9	9	19	171	81	361
10	13	19	247	169	361
11	12	19	228	144	361
12	15	37	555	225	1369
13	14	21	294	196	441
14	15	35	525	225	1225
15	12	21	252	144	441
16	11	33	363	121	1089
17	11	19	209	121	361
18	9	33	297	81	1089
19	12	30	360	144	900
20	12	29	348	144	841
21	15	27	405	225	729
22	16	35	560	256	1225
23	10	35	350	100	1225
24	16	38	608	256	1444
25	9	38	342	81	1444
26	13	39	507	169	1521
27	11	23	253	121	529
28	15	32	480	225	1024
29	11	23	253	121	529
30	10	19	190	100	361
31	13	19	247	169	361
32	15	33	495	225	1089
33	14	25	350	196	625
34	12	19	228	144	361
35	14	19	266	196	361
36	12	19	228	144	361
37	14	19	266	196	361
38	15	19	285	225	361
39	14	19	266	196	361
40	14	19	266	196	361
41	10	23	230	100	529
42	13	19	247	169	361
43	14	19	266	196	361
44	12	19	228	144	361
45	15	39	585	225	1521
46	16	50	800	256	2500
47	13	39	507	169	1521
48	14	38	532	196	1444
49	23	40	920	529	1600

50	17	39	663	289	1521
51	14	41	574	196	1681
52	16	39	624	256	1521
53	14	40	560	196	1600
54	17	44	748	289	1936
55	17	51	867	289	2601
56	14	40	560	196	1600
57	12	38	456	144	1444
58	15	39	585	225	1521
59	15	37	555	225	1369
60	16	39	624	256	1521
61	19	38	722	361	1444
62	15	48	720	225	2304
63	18	43	774	324	1849
64	16	39	624	256	1521
65	14	51	714	196	2601
66	15	45	675	225	2025
67	15	39	585	225	1521
68	16	40	640	256	1600
69	16	40	640	256	1600
70	14	39	546	196	1521
<b>SUMA</b>	<b>963</b>	<b>2196</b>	<b>31048</b>	<b>13695</b>	<b>75442</b>



Luego, se reemplaza en la ecuación como se muestra:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

$$r = 0,489401381$$

Como  $0 < 0,4894 < 2$ , entonces la relación entre la dimensión: Cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria es positiva moderada.

#### **COEFICIENTE DE DETERMINACIÓN ( $r^2$ )**

$$R^2 = r^2 \cdot 100 \%$$

$$R^2 = 0,489401381 \cdot 100 \%$$

$$R^2 = 23,95\%$$

El 23,95% de los cambios provocados en el puntaje del cumplimiento de la obligación tributaria corresponde a la cultura tributaria, por lo tanto no se acepta la hipótesis general.

## V. CONCLUSIONES

1. La relación existente entre la cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado modelo, rubro abarrotes del distrito de Huánuco, 2016 es positiva y moderada. Esto quiere decir, que el cumplimiento de la obligación tributaria es afectado por la cultura tributaria que se pudo observar en los datos analizados, por tal razón no se acepta la hipótesis general.
2. Tras el análisis de los datos obtenidos a la muestra de estudio se determinó que los conocimientos de tributación se relaciona de una manera positiva y moderada entre el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado modelo, de tal forma no se acepta la hipótesis específica 1.
3. La valoración de los tributos tras los estudios demostraron que la relación existente con el cumplimiento de la obligación tributaria es de manera positiva y moderada en los comerciantes del mercado modelo, esto nos quiere decir que es afectada el cumplimiento de la obligación tributaria por los conocimientos sobre tributación que experimentan los comerciantes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARIAS G., F. (1999). *Técnicas*. En F. Arias G., El proyecto de Investigación (pág. 53). Caracas: Episteme.

AVILA, R. (2001). *Metodología de la Investigación*. Lima: Estudio y Ediciones R.A.

BARRETO, B. I. (2015). *La Cultura Tributaria y el efecto en el comercio informal en el distrito de Santa Anita, Periodo 2015*. Lima: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

CÁRDENAS, A. C. (2012). *La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha - Canton Quito*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.

CASTRO, F. (2003). *Muestra*. En F. Castro Márquez, El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. (pág. 69). Caracas - Venezuela: Uyapal.

QUERALTA, J. (2007). *Tributo*. En J. Martín Queralt, Derecho Financiero y Tributario (pág. 79). Madrid: ISBN 978-84-309-4605-1.

MEHL, L. (1964). *Conciencia tributaria*. En Elementos de Ciencia Fiscal (pág. 311 y 312). Barcelona: Bosh.

MENDEZ, M. (2006). *Cultura Tributaria, Deberes y Derechos Vs. Constiuición Política*. Espacio abierto.

MOGOLLON, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el período 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región - Chiclayo, Perú*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

MORILL, M. (2013). *Incidencia de la Cultura Tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de Sihuas. Período 2013*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Real Academia de Lengua Esáñola. (2001). *Cultura*.

ROCA, C. (2011). *Estrategias para la formación de la cultura tributaria - Asamblea general de CIAT N° 42*. Guatemala.

SUNAT. (11 de Octubre de 2016). *Estadísticas y estudio*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2016, de [www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/](http://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/)

# **ANEXOS**

## ANEXO N° 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

#### CUESTIONARIO A LOS DUEÑOS DEL COMERCIO

El presente cuestionario tiene como finalidad obtener información para el estudio de ***“LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO, RUBRO ABARROTES DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2016.”***, Es de aclarar que la información brindada por usted es exclusivamente para dicho trabajo de investigación.

1. ¿Cuál es su nivel de educación?
  - a. Superior completa
  - b. Superior incompleta
  - c. Secundaria completa
  - d. Secundaria incompleta
  - e. Primaria
2. ¿Por qué piensa que algunos comerciantes no pagan sus impuestos?
  - a. Porque son muy difíciles de entender y declarar.
  - b. Porque disminuye mi ganancia.
  - c. Porque hay mucha corrupción y el dinero se lo roban.
  - d. Porque no veo ninguna mejora en mi ciudad.
3. Para Ud. ¿los servicios que otorga el estado le incentiva a realizar sus pagos de impuestos?
  - a. Si
  - b. No
4. ¿Ud. cree que la forma de difusión que utiliza el Estado llega a todos Uds.?
  - a. Si
  - b. No

5. Para Ud. ¿Por qué es importante pagar impuestos?
  - a. Porque sin ellos el estado no puede cumplir su labor (gasto público: pago de planilla estatal, construcción de carreteras, escuelas, etc.)
  - b. Por Porque es la única manera de vivir en sociedad, crecer y desarrollarnos como Estado.
  - c. Lo pagamos porque la ley nos obliga y si no me multan.
6. ¿En qué debería gastar el estado los impuestos recaudados?
  - a. En infraestructura pública (carreteras, colegios, hospitales)
  - b. Aumentar el Gasto Social (pensión 65, desayunos escolares, etc.)
  - c. Mayor Seguridad ciudadana.
7. ¿Ud. cree que sus impuestos que paga, el estado lo revierte en obras públicas de interés de la población?
  - a. Si
  - b. No. (Si la respuesta es no)
    - Porque solo hay corrupción.
    - Buscan solo su interés personal.
    - Porque las obras solo favorecen a sus intereses personales y su círculo social.
8. ¿Qué necesita Ud. Para pagar sus impuestos voluntariamente?
  - a. Resultados por parte del Estado (Educación, salud, Infraestructura, etc.)
  - b. Orientaciones
  - c. Difusión por parte del Estado
9. ¿Por qué considera Ud. que paga sus impuestos?.
  - a. Evitar multas
  - b. Evitar cierre de negocio
  - c. por un deber ciudadano
10. ¿Cree Ud., que los tributos que paga son?
  - a. Justas
  - b. Excesivas
11. Si conoce Ud. de tributos, ¿De qué forma ha obtenido dicho conocimiento?
  - a. Contadores contratados
  - b. Personal de la Sunat

- c. Auto educándose.
  - d. No tiene conocimiento
12. ¿Considera que la página web de la Sunat brinda información comprensible a los contribuyentes para el cumplimiento de sus obligaciones?
- a. Si brinda información comprensible
  - b. No brinda información comprensible
  - c. No conozco
13. Si el Estado no controlaría el pago de impuestos y no le multaría por no hacerlo, ¿Ud. Pagaría sus impuestos en forma voluntaria y consciente?
- a. Si
  - b. No
14. ¿En sus ventas entrega usted comprobante de pago a sus clientes?
- a. Si
  - b. No
15. ¿En sus compras solicita usted comprobantes de pago?.
- a. Si
  - b. No
16. ¿De los clientes suyos que le compran en el día cuantos le solicitan comprobantes de pago?
- a. De 1 a 5 clientes.
  - b. De 6 a 10 clientes.
  - c. De 10 a más.
17. ¿De las ventas realizadas en el día que no ha entregado comprobante de pago, Ud. gira el comprobante de pago respectivo al final del día?
- a. Sí.
  - b. No.

**Muchas gracias.**

## ANEXO N° 02

### EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



**Fotografía N° 01: La investigadora aplicando el cuestionario.**



**Fotografía N° 02: La investigadora aplicando el cuestionario.**



**Fotografía N° 03: La investigadora aplicando el cuestionario.**



**Fotografía N° 04: Los negocios de abarrotes del mercado modelo.**