



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DE
ABARROTOS DEL MERCADO CENTRAL DE HUARAZ
2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

AUTOR

CAMPOS PIMENTEL, YONI VICTOR

ORCID: 0000-0003-0778-2036

ASESOR

RUBINA LUCAS, FÉLIX

ORCID: 0000-0001-7265-874X

HUARAZ – PERÚ

2019

Cultura Tributaria de los Comerciantes de Abarrotes del Mercado Central de Huaraz

2017

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Campos Pimentel, Yoni Víctor

ORCID: 0000-0003-0778-2036

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Huaraz, Perú

ASESOR

Rubina Lucas, Félix

ORCID: 0000-0001-7265-874X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Contabilidad, Huaraz, Perú

JURADO

Salinas Rosales, Eladio Germán

ORCID: 0000-0002-6145-4976

Sáenz Melgarejo, Justina Maritza

ORCID: 0000-0001-7876-5992

Broncano Osorio, Nélica Rosario

ORCID: 0000-0003-4691-5436

JURADO DE SUSTENTACIÓN

Salinas Rosales, Eladio Germán

ORCID: 0000-0002-6145-4976

Presidente

Sáenz Melgarejo, Justina Maritza

ORCID: 0000-0001-7876-5992

Miembro

Broncano Osorio, Nélide Rosario

ORCID: 0000-0003-4691-5436

Miembro

Rubina Lucas, Félix

ORCID: 0000-0001-7265-874X

Asesor

Agradecimiento

A Dios, por su amor y su bondad, por permitirme sonreír ante todos mis logros que son resultado de su ayuda el mismo que se ve reflejado hoy al término de esta investigación.

A la ULADECH, por haberme permitido formarme en ella, y a todas las personas que fueron partícipes de este proceso ya sea de manera directa o indirectamente, gracias a todos ustedes que fueron los responsables de poner su pequeño aporte que hoy se ve reflejado en la culminación en mí paso por la universidad.

Al Dr. Rubina Lucas Félix, por aceptarme a realizar este proyecto de tesis bajo su dirección, confianza, y por habernos transmitido los conocimientos obtenidos y habernos llevado pasó a paso en el aprendizaje.

Campos Pimentel Yoni Víctor

Dedicatoria:

A mis padres *Víctor Campos*

Guardia y Eufemia Pimentel Rivera

por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este. Me formaron con reglas y con algunas libertades, pero siempre me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

A mi hermana *Michelly Campos*

Pimentel por ser participe en la elaboración de presente trabajo de investigación. Así mismo dedico este trabajo a mi sobrinita *Ariana Luyo Campos* por alegrarme la vida con sus ocurrencias de niña inocente.

Campos Pimentel Yoni Víctor

Resumen

La presente investigación tiene como objeto, determinar la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017. Para el desarrollo del estudio se utilizó el tipo y nivel de investigación cuantitativo - descriptivo y un diseño no experimental. Para el recojo de la información se identificó una población de 15 comerciantes de abarrotes del emporio del mercado central de Huaraz, a quienes se les aplicó una encuesta realizada de 17 cuestionarios con preguntas cerradas, del cual se obtuvo los siguientes resultados: El 47% de los encuestados no realiza el pago de tributos a la SUNAT de manera voluntaria, el 73% manifiesta no estar de acuerdo con las medidas optadas por la SUNAT para hacer cumplir con la recaudación de los impuestos, el 87% manifiesta desconocer que el pago de tributos traen beneficios sociales, el 80% cree que el Estado peruano no gestiona y administra adecuadamente los tributos recaudados, el 40% desconoce que al no entregar comprobantes de pago están incurriendo a evasión tributaria, el 73% niega haber recibido orientación sobre la cultura tributaria por parte de la SUNAT y el 67% responde estar de acuerdo a recibir capacitación en materia tributaria por parte de la SUNAT. Finalmente se concluye que, la mayoría de los comerciantes se resisten a realizar aportaciones de manera voluntaria e incurrir en evasión al no emitir los comprobantes, así mismo creen que el estado no realiza una buena administración de tributos recaudados, debido a que porque existe una escasa educación cívico – tributario.

Palabras claves: comerciantes, cultura tributaria.

Abstract

The purpose of this research is to determine the tax culture of grocery merchants in the central market of Huaraz 2017. For the development of the study, the type and level of quantitative - descriptive research and a non-experimental design were used. To collect the information, a population of 15 grocery merchants from the central market empire of Huaraz was identified, to whom a survey of 17 questionnaires with closed questions was applied, from which the following results were obtained: 47% of respondents do not pay taxes to SUNAT voluntarily, 73% say they disagree with the measures chosen by SUNAT to enforce the collection of taxes, 87% say they do not know that the payment of taxes bring social benefits, 80% believe that the Peruvian State does not properly manage and administer the taxes collected, 40% are unaware that by not delivering payment receipts they are incurring tax evasion, 73% deny having received guidance on the tax culture for SUNAT and 67% respond to agree to receive training in tax matters from SUNAT. Finally, it is concluded that the majority of merchants are reluctant to make contributions voluntarily and incur in evasion by not issuing the vouchers, they also believe that the state does not perform a good administration of taxes collected, because there is little civic education - tax.

Keywords: merchants, tax culture.

ÍNDICE

Contenido	Pág.
Carátula.....	i
Título de la tesis.....	ii
Equipo de Trabajo.....	iii
Jurado de sustentación.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria:.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract:.....	viii
Índice.....	ix
Índice de tablas.....	xi
Índice de figuras.....	xii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	9
2.1 Antecedentes.....	9
2.2 Bases teóricas.....	21
2.3 Marco conceptual.....	24
III. Hipótesis.....	33
IV. Metodología.....	34
4.1 Diseño de la investigación.....	34

4.2 Población y muestra.....	35
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	36
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	37
4.5 Plan de análisis.....	37
4.6 Matriz de consistencia	38
4.7 Principios éticos.....	39
V. Resultados	42
5.1 Resultados.....	42
5.2 Análisis de resultados	51
VI. Conclusiones.....	62
Aspectos complementarios	63
Referencias bibliográficas.....	64
Anexos	70

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	pág.
Tabla 1: Conoce quien establece los impuestos.....	42
Tabla 2: Conoce sus obligaciones tributarias que les corresponden a su empresa	42
Tabla 3: Conoce porque ay que pagar nuestros impuestos.....	43
Tabla 4: Paga sus impuestos por obligación.....	43
Tabla 5: Cumple con sus obligaciones que les corresponde a su empresa.	44
Tabla 6: Realiza pagos a la SUNAT de manera voluntaria.....	44
Tabla 7: Está de acuerdo con las medidas optadas por la SUNAT para la recaudación de los impuestos.....	45
Tabla 8: Es consiente que los pagos tributarios traen beneficios sociales.....	45
Tabla 9: Cree Ud. que hay una adecuada gestión y administración de los tributos por parte del ESTADO.....	46
Tabla 10: Sabe que al no cumplir con sus obligaciones tributarias incurren a multas y sanciones.....	46
Tabla 11: Sabe que al no entregar comprobantes de pago están incurriendo a la evasión tributaria.....	47
Tabla 12: Conoce quien es el encargado de velar por el cumplimiento del pago de sus impuestos.....	47
Tabla 13: Conoce las normas tributarias vigentes en nuestro país.....	48
Tabla 14: Sabe por qué incumplen con el pago de los impuestos.....	48
Tabla 15: Recibió orientación sobre cultura tributaria por parte de la SUNAT.....	49
Tabla 16: Asistió a eventos de capacitación en materia tributaria.....	49
Tabla 17: Aceptaría capacitaciones en materia tributaria por parte de la SUNAT....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Contenido	Pág.
Figura 1: Sabe Ud. quién establece los impuestos.....	73
Figura 2: Ud. conoce cuáles son sus obligaciones tributarias de su empresa.....	74
Figura 3: Sabe Ud. porque hay que pagar nuestros impuestos.....	75
Figura 4: Ud. considera que pagar impuestos es una obligación.....	76
Figura 5: Ud. cumple el pago de sus obligaciones tributarias, que le corresponde a su empresa.....	77
Figura 6: Ud. realiza sus pagos a la SUNAT, de manera voluntaria.....	78
Figura 7: Ud. como contribuyente está de acuerdo con las medidas adoptadas por la SUNAT para la recaudación de los impuestos.....	79
Figura 8: Ud. esta consiente que pagar sus tributos trae beneficios sociales.....	80
Figura 9: Cree usted que el Estado peruano gestiona y administra adecuadamente los tributos recaudados.....	81
Figura 10: Ud. conoce que al no cumplir con las obligaciones tributarias incurre en multas y sanciones.....	82
Figura 11: Sabe Ud. que al no entregar los comprobantes de pago está incurriendo a la evasión tributaria.....	83
Figura 12: Ud. conoce a quien le corresponde velar por el cumplimiento del pago de los impuestos.....	84
Figura 13: Ud. conoce las normas tributarias vigentes de nuestro país.....	85
Figura 14: Sabe Ud. a qué se debe el incumplimiento del pago de los impuestos....	86
Figura 15: Ud. recibió una orientación sobre cultura tributaria por parte de la SUNAT.....	87

Figura 16: Ud. ha asistido a eventos de capacitación tributaria.....	88
Figura 17: Ud. aceptaría mayor capacitación por parte de la SUNAT con temas relacionados de cultura tributaria.....	89

I. Introducción

El presente trabajo de investigación que a continuación presentamos lleva por título, “CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DE ABARROTÉS DEL MERCADO CENTRAL DE HUARAZ 2017” se desarrolló de acuerdo al Manual interno de Metodología de Investigación científica (MIMI) que deriva de la línea de investigación “Auditoría, tributación, finanzas y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas (MYPES).”

El tema de investigación se originó teniendo como resultado de observación, que existe una escasa cultura tributaria en los ciudadanos del mercado central de Huaraz y la mayoría de ellos no tienen esa costumbre de entregar comprobantes de pago, haciendo que la administración tributaria no recaude a cabalidad total los impuestos de los contribuyentes, originando que el estado peruano desestime sus progresos. Este problema se viene transmitiendo de generación en generación desde tiempos atrás, el cual lo hemos tomado como un hábito el mismo que ya se ve reflejado en actitudes adoptadas por los comerciantes del mercado central de Huaraz.

Dicho esto la cultura tributaria viene siendo un problema que persiste en la mayoría de los países, específicamente en los sub desarrollados, debido a que no hay una conciencia contributiva por parte de los contribuyentes, en menor de los casos cual sea las causas de una evasión tributaria, es conveniente desarrollar sistemas que ayuden a mejorar nuestra cultura tributaria y poder fomentar al ciudadano a cumplir con sus obligaciones como un peruano responsable de buenos principios que quiera ver a su país con buenas carreteras, hospitales, escuelas y entre otros servicios que fueran necesario para mejorar la calidad de vida del ciudadano.

Esto significa que “el Perú siendo un país con ingresos que provienen de la recaudación tributaria no ha podido avanzar, debido a que los contribuyentes incumplen con sus obligaciones tributarias, incurriendo en evasión, lo cual se convertido en un gran problema ocasionando la disminución de la recaudación de los ingresos fiscales, necesarios para atender las necesidades de la población”. Todo este problema es debido a la evasión tributaria y la falta de una cultura tributaria, y el alto nivel de informalidad, ya que nuestros ciudadanos no están preparados para cumplir con su rol ante la sociedad. (Suárez, 2017, p.12)

En este sentido para que nuestro país pueda cumplir con las obligaciones de velar por el bien común y mejorar la calidad de vida de la población, necesita recaudar recursos provengan de la recaudación de los tributos obtenidos de los contribuyentes. Es así que el Estado por medio de la SUNAT, recaude estos tributos que posteriormente serán utilizados para financiar el gasto público. Así pues, podemos explicar que los impuestos forman parte importante en cuanto al desarrollo de una sociedad, ciudad y país ya que con su recaudación el ESTADO desarrolla proyectos para beneficio de la sociedad y podrá seguir invirtiendo en producciones de bienes y en la prestación de servicios en beneficio de la misma

Por otro lado Argentina tampoco se encuentra libre de la evasión de los impuestos los cuales provocan un desequilibrio en la economía generando una desigualdad social, por lo que el Estado argentino trabaja de manera mancomunada con la administración tributaria con el fin de minimizar y erradicar este problema. La evasión tributaria en este país está dado a causa de cuatro causas fundamentales basado en: el destino de los fondos públicos, la posibilidad de ser detectado el incumplimiento por parte del fisco, los altos costos relacionados con el cumplimiento

de las obligaciones tributarias y la falta de flexibilidad en la legislación vigente a cambio en las condiciones económicas. Siendo estos los factores que conspiran de manera negativa en la conducta de los contribuyentes. Benedetti (2016) afirma. “que el fenómeno de la evasión en Argentina es de vieja data y surge como consecuencia de un conflicto de intereses entre el Estado y los particulares. El objetivo del Estado es obtener la mayor cantidad de recursos para poder cumplir con su función social mientras que, los particulares intentan maximizar su beneficio.” (p. 37). Donde el Estado en su poder de imperio establece impuestos que le van a permitir hacer frente con sus obligaciones, y en la mayoría de los casos este problema surge cuando el estado concentra todos sus esfuerzos en la obtención de recursos con mayor cantidad posible, descuidando principios básicos de un buen sistema tributario como son: estabilidad, equidad, capacidad de recaudación y eficiencia.

La mayoría de los contribuyentes no realizan el pago de los tributos de manera voluntaria por diferentes motivos tales como, mala administración de tributos por parte del estado, no saben de los beneficios que generan la aportación oportuna y voluntaria de tributos y carecen de información concisa acerca de la cultura tributaria. Esta problemática no solo existe en el Perú sino también en los países vecinos como menciona Paredes & Vallejo (2017) que a pesar que existen estudios sobre la cultura tributaria en el Ecuador no han habido investigación sobre la incidencia en el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por los contribuyentes, varias fuentes de materia tributaria vienen influenciado en la transformación con fines de mejorar el comportamiento de la sociedad Ecuatoriana. Esto significa que nuestros hermanos vecinos carecen de una adecuada educación

cultural en materia contributiva lo cual indica que seguirán siendo igual como el Perú un país en vías de desarrollo.

Es por eso que en la constitución de la república del Ecuador del 2008 que se encuentra vigente en su Art. 300 establece que el régimen tributario está regido en base a principios como la generalidad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria los cuales abarcan la simplicidad de las administraciones tributarias simplificando sus procesos que pueden ser mediante la utilización de tecnologías como sería el caso del servicio en línea u otro medio que indica el cumplimiento tributario voluntario. (p.3)

En estos tiempos el Perú enfrenta muchas informalidades y debilidades en temas de recaudación de impuestos, ya que los contribuyentes carecen de una cultura tributaria y piensan que pagar los impuestos no es nada beneficioso y solo les genera más gasto por lo que optan por evadir en sus contribuciones, generando que el País recaude menos y siga estancado como un país subdesarrollado, así pues (Serrano, 2017, p.320) El Perú viene teniendo debilidades en cuanto a la recaudación de impuestos tanto directos como indirectos, lo que genera una disminución de los ingresos fiscales del Estado Peruano, esto refleja que existe un tremendo vacío dentro de los ciudadanos respecto a la cultura tributaria, lo que significa que hay desconocimiento de los deberes y obligaciones tributarias a la que está contraído una persona o una sociedad al momento de realizar cualquier actividad económica, esto hace que se cometan errores garrafales que afectan el desarrollo de la sociedad.

Existe diversas costumbres que conllevan a la evasión de impuestos entre ellas se encuentra la informalidad de micro y pequeñas empresas (mypes), muchos de

nuestros compatriotas son emprendedores sin conocimiento en temas de tributación, crean un negocio, una empresa, pero en el transcurso de sus actividades se encuentran desorientados sobre sus obligaciones como contribuyentes, sin saber cuánto y donde pagar las obligaciones que les corresponde, por lo que podemos afirmar que existe la carencia de información al ciudadano en temas de tributación y una escasa cultura tributaria (Silupú, 2019) afirma: “La informalidad de las micro y pequeñas empresas (mypes) registra un crecimiento sostenido en los últimos años. Se estima que dos de cada tres mypes son informales, no obstante que existe un marco normativo que promueve la formalidad”.

El INEI informó este año, que el empleo informal supera las tasas del 72% de la PEA; y la SUNAT verificó que hay más de un millón de mypes registradas tributariamente, pero sin ningún trabajador en planilla. En este contexto, no se puede calcular el número exacto de empresas informales, pues no hay registros oficiales, por lo imprevisible de sus operaciones. Muchas mypes inician operaciones por necesidad y tienen una alta probabilidad de fracaso por la falta de habilidad empresarial y restricciones del mercado, que unidas al entorno institucional que vivimos, generan una falta de confianza en la gobernanza pública, que es la piedra angular de las políticas eficaces. El marco legal debe ajustarse a esta realidad para diseñar mecanismos que las impulsen a crecer de manera sostenida. Debe haber políticas más inclusivas de largo plazo, formando una cultura tributaria desde los colegios hasta las universidades, respaldada por instituciones privadas y públicas; y se deben fomentar alianzas estratégicas. Por más normativa que haya, no tendremos buenos resultados si no se trabaja una visión de largo plazo y una cultura tributaria. (Silupú, 2019)

La evasión del impuesto se da en todos los ámbitos llamase en microempresa, pequeña empresa, mediana empresa, grandes empresas, así como también trabajadores independientes que perciben renta de cuarta categoría, las mismas que son evadidas por medios ilegales y no declaran los ingresos que realmente generan, por lo tanto se está incurriendo a una evasión y carencia de cultura tributaria. En tal sentido (La República, 2019) menciona que el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima estimó que la evasión tributaria de las personas naturales (dependientes e independientes) que percibieron rentas de trabajo en el 2018 alcanzaría los S/. 2.381 millones, es decir que el Estado peruano dejó de percibir importantes recursos, necesarios para garantizar el financiamiento y desarrollo del país. Cabe señalar que la evasión tributaria en rentas de trabajo es entendida como el uso de medios ilegales (como no declarar todos los ingresos) para reducir el pago de impuestos que le correspondería pagar a un contribuyente que percibe ingresos de cuarta categoría (trabajadores independientes) y quinta categoría (trabajadores dependientes). “Esta estimación resulta de la diferencia de la recaudación tributaria potencial y la recaudación efectiva registradas en el 2018, de S/ 12.503 millones y S/ 10.122 millones respectivamente, con lo cual se estima que la evasión tributaria para las rentas de trabajo habría alcanzado una tasa del 19%, monto estimado en S/ 2.381 millones”.

La SUNAT informó que capacitará en cultura tributaria a más de 5,000 docentes de educación básica, regular y superior, utilizando medios virtuales de última generación. Esta acción llevará conceptos de cultura tributaria a más de 200 mil alumnos a través de la réplica que los docentes harán en sus aulas, promoviendo la

formación de valores ciudadanos y el reconocimiento de la importancia de cumplir con el pago de nuestros impuestos. (Gestión, 2019)

Por lo mencionado anteriormente el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017?**

Para dar solución al problema, se ha planteado el siguiente **objetivo general**:
“Determinar la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017”

Y para establecer el objetivo general se han planteado los siguientes **objetivos específicos**:

- a) **Determinar la importancia de la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017**
- b) **Identificar el nivel de la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017**

La presente investigación se justifica porque permitirá conocer la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017 e identificar su contribución a la sociedad a través de sus aportes del impuesto, así mismo permitirá sensibilizar y obtener mayores conocimientos acerca de la cultura tributaria de los comerciantes que servirá a la juventud estudiantil tener mayores conocimientos acerca del tema y del mismo modo servirá como base a estudios posteriores que se realizarán.

Del mismo modo esta investigación se justificación porque será de suma importancia porque permitirá a la sociedad contribuyente mejorar con sus obligaciones contributivas permitiendo a la SUNAT no ser tan rigurosa en la

aplicación de las sanciones, así también permitirá al ESTADO poder cubrir de la mejor manera el presupuesto del gasto público facilitando a que los servicios prestados por la nación sean de las mejores, de gran calidad y que llegue a los rincones más inhóspitos de nuestro país.

La metodología de la presente investigación fue de tipo descriptivo porque buscó describir la cultura tributaria en los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz. En cuanto al diseño de la investigación es no experimental (transaccional o transversal), ya que se recolectaron los datos en un solo momento y tiempo único.

La población para el estudio fueron 15 comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz y la muestra fue de 15 comerciantes establecida mediante fórmula.

En cuanto a las técnicas de investigación se considera la observación y las encuestas, así como sus respectivos instrumentos de recolección de datos como la guía de observación y el cuestionario estructurado.

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos antes ya mencionados, recurriendo a los informantes o fuentes también explicados, los datos fueron ingresados a los programas Excel y para el procesamiento de los datos el Software SPSS versión 18 (Programa de estadística para ciencias sociales).

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Romero & Vargas (2013) “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la bahía “mi lindo milagro” del cantón milagro“. Tuvo como objetivo general: Analizar en qué medida la Cultura Tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes; mediante encuestas, para contribuir al desarrollo social del Cantón Milagro. La investigación fue de tipo cuanti-cualitativo y bibliográfico. La población estuvo conformado por los 730 negocios, para la determinación de la muestra desarrollo el muestreo probabilístico. Se utilizó la encuesta como técnica para recopilar información y fue dirigida a los comerciantes informales. Una vez que se obtuvieron los resultados se procedió a tabularlos, donde reflejaron la escasez de Cultura Tributaria, impago de impuestos, no inscripción al RISE, baja educación, dificultad en el manejo de herramientas informáticas e irresponsabilidad. Haciendo énfasis en aplicar un proceso educativo que incremente la conciencia de la ciudadanía acerca de sus deberes y derechos fiscales acorde al pago tributario, se propone un Diseño de Estrategias Tributarias como un aporte importante para contribuir a la misión del SRI en fomentar una verdadera Cultura Tributaria dentro del país, aumentando voluntariamente las obligaciones tributarias, beneficiando a las personas inmersas en el estudio, la Administración y al Cantón Milagro en general.

Tortolero (2017) “La cultura tributaria en el pago del Impuesto Sobre Inmuebles Urbanos en el Municipio Valencia del Estado Carabobo durante el año 2016”, tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la cultura tributaria y el pago del Impuesto Sobre Inmuebles Urbanos en el Municipio Valencia del Estado Carabobo, Para el presente estudio, el tipo de investigación se refiere a una investigación de campo, apoyada en una investigación documental de diseño no experimental y de nivel descriptivo. Para el recojo de muestras utilizo las técnicas de la observación directa y la encuesta, para ello utilizo dos poblaciones: La población A conformada por 20 trabajadores que laboran en la Alcaldía de Valencia en el área de Tesorería de la Dirección de Hacienda; y una población B conformada por 50 contribuyentes indeterminados que acuden a la Alcaldía del Municipio Valencia del estado Carabobo, para un total de 70 personas. En este sentido, se tiene una muestra A conformada por 20 trabajadores adscritos al área de Tesorería de la Dirección de Hacienda de la Alcaldía del Municipio Valencia del estado Carabobo, ya que son las personas que están inmersas en la problemática planteada y una muestra B conformada por 20 contribuyentes tomados al azar, para un total de 40 personas, Los resultados se muestran en cuadros (para los clientes y los trabajadores) y gráficos de barras, organizados y cuantificados matemáticamente de manera porcentual, manteniendo el orden de las preguntas contenidas en los instrumentos de recolección.

Camacho & Patarroyo (2017) “Cultura tributaria en Colombia”, tuvo como objeto: Analizar el perfil del contribuyente frente a la cultura tributaria en Colombia. Para el desarrollo de esta investigación se implementó una metodología exploratoria no experimental de tipo cualitativo, ya que la misma no se centró en el análisis de

una población definitiva por lo cual no es posible dar unas conclusiones definitivas. Para el recojo de información se usó la técnica del análisis documental la cual se basa en el análisis de diversos documentos donde se identifican las estrategias y acciones que el contribuyente tiene. Se pudo obtener como resultado que uno de los perfiles del contribuyente debe ser el de una persona que desde que inicia su etapa de crecimiento debe adquirir valores que le permitan crecer como una persona honesta la cual al momento de obligaciones tributarias las cumpla según las normas establecidas.

Chávez (2015) “la cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de impuestos municipales del gobierno autónomo descentralizado del cantón pastaza” La presente investigación tuvo por objetivo general: Elaborar una Guía Tributaria Municipal que instruya a los contribuyentes del Cantón Pastaza para que cumplan correctamente con sus obligaciones tributarias. La metodología usada en la investigación es que se trata de una investigación de campo, bibliográfica – documental, de un nivel y tipo exploratorio y descriptivo. Para la recopilación de la información tuvo una población finita, con un muestreo pro balístico. Finalmente concluye que la falta de Cultura Tributaria en los ciudadanos del GAD Municipal del Cantón Pastaza, es indudable que influye en la recaudación de impuestos, ya que los contribuyentes en su mayoría desconocen sus obligaciones tributarias; muchos de ellos no cumplen o no se encuentran dentro del catastro.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Ramos (2018) “La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado de Productores de Santa Anita en el 2017”. Tuvo como objetivo fundamental: Determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Mercado de Productores de Santa Anita en el 2017. . El trabajo de investigación es de diseño no experimental, transaccional, la población estuvo conformado con un total de 120 comerciantes del Mercado de Productores. Para el tratamiento de los datos se usó el programa software estadístico SPSS versión 24. El instrumento que se utilizó es el cuestionario que consta de 15 ítems. Se concluyó, que la cultura tributaria si influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado de Productores de Santa Anita en el 2017, es decir según la tabla, el coeficiente es de 0,935 por lo que existe una relación positiva alta, por lo que la una cultura tributaria es de gran importancia para poder cumplir con las obligaciones tributarias ante la Administración tributaria.

Peña (2018) “Cultura tributaria y la relación con la evasión tributaria de los comerciantes del mercado 27 de Abril, Ate – 2017”, La investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la Cultura Tributaria y la Evasión Tributaria de los Comerciantes del Mercado 27 de Abril del Distrito de Ate, año 2017. Fue un diseño no experimental Transeccional Correlacional. Asimismo, en el presente estudio se utilizó la técnica de la encuesta, y para recopilar información se empleó como instrumento el cuestionario con preguntas relacionadas en base a las dimensiones de la variable predictora con relación al variable criterio. De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye que la cultura tributaria se relaciona con la

evasión tributaria de los comerciantes del mercado 27 de Abril, del distrito de Ate - 2017; se puede confirmar que a mayor cultura tributaria posean los contribuyentes, menor será la evasión tributaria por parte de ellos.

Ancaya (2018) “La cultura laboral y tributaria y su impacto al acceso de las mypes en el mercado internacional” tuvo como objetivo general: Conocer en qué medida la cultura laboral y tributaria impacta en el acceso de las mypes al mercado internacional periodo 2016, La metodología que se utilizó fue un enfoque cuantitativo porque nos permitió inferir a través de las estadísticas. El tipo de investigación utilizada es descriptivo exploratorio con un diseño trasversal - correlativo. Se utilizó la técnica de la encuesta, a través del instrumento cuestionario para recolectar datos cualitativos y la técnica de registros a través del instrumento ficha o nóminas de notas para recolectar datos cuantitativos Los resultados obtenidos demuestran que la cultura laboral y tributaria impacta de manera positiva en el acceso de las mypes al mercado internacional periodo 2016.

Honores (2017) “Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado Unión Trujillo-Perú del año 2017” Tuvo como objetivo general, Determinar si la cultura tributaria influye en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado Unión Trujillo-Perú del año 2017. La metodología que se utilizó fue el de tipo de investigación cuantitativa, ya que para la recopilación de información se utilizara como técnica la encuesta, es no experimental debido que no se manipularan las variables, Descriptivo-correlacional la. Los resultados obtenidos demuestran que el nivel de cultura tributaria es baja, debido que un 73% de los 92 microempresarios encuestados conoce poco de lo que es un tributo, solo un 16% si conoce sobre el

tema. Y finalmente concluye mencionando que el nivel de cultura tributaria de los microempresarios es baja.

Torres (2018) “La cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado de Paucarbamba, rubro abarrotes del Distrito de Amarilis, 2017”. Tuvo como objetivo general: Determinar en qué medida la cultura tributaria incide en el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado de Paucarbamba, rubro abarrotes del distrito del distrito de Amarilis, 2017. El estudio fue de tipo cuantitativo con un diseño de investigación correlacional - descriptivo. Se trabajó con una población muestral de 50 comerciantes del mercado de Paucarbamba, 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 el variable cumplimiento de la obligación tributaria su relación es de positiva baja y esto es lo que experimentan las dos variables de estudio. Con los resultados obtenidos que es 13,38% se concluye no aceptando la hipótesis general de investigación.

Medina (2018) “Cultura tributaria y evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Barranca, 2017”. La investigación tuvo como objetivo general: Establecer la relación entre la cultura tributaria y la evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Barranca, 2017. Esta investigación se direccionó según el enfoque cuantitativo, por la profundidad del estudio fue de tipo Correlacional, su diseño fue No experimental de tipo transversal. Para la recogida de datos se aplicó la técnica de entrevista y su instrumento el cuestionario con preguntas

cerradas politómica tipo Likert. La población del estudio lo conformaron 100 comerciantes del Centro Comercial Barranca. Los resultados se procesaron con el software estadístico SPSS v. 24 y se presentaron en tablas de frecuencias y gráficos de barras. Finalmente se concluyó que se estableció la relación entre la Cultura tributaria y la Evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Barranca, 2017, debido a que el 79,0% (79) de los comerciantes entrevistados están Algo de acuerdo con la Cultura tributaria (Tabla 11) y el 77,0% (77) de los entrevistados están Algo de acuerdo con la Evasión tributaria (Tabla 15). Por lo tanto, estos valores señalan que a mayor Cultura tributaria, menor Evasión tributaria.

2.1.3 Antecedentes regionales

Díaz (2019) “Caracterización de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso Empresa Ferretería Katherine, Chimbote 2016.” La investigación tuvo como objetivo general: describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa Ferretería Katherine de Chimbote, 2016. El diseño de investigación fue: no experimental–descriptivo-bibliográfico-documental y de caso; para el recojo de la información se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas y mediante la técnica de la entrevista a la gerente de la empresa del caso de estudio; obteniendo los siguientes resultados: las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú son las siguientes: la mayoría no tiene suficientes conocimientos tributarios, las percepciones sobre la tributación son desfavorables, tienen actitudes contrarias a tributar y prácticas de conducta desfavorables a la tributación; es decir, no tienen educación tributaria y no buscan capacitarse al respecto, etc. Finalmente concluye que, la cultura tributaria de la

mayoría de micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú se caracteriza por carecer de conocimientos tributarios y por no tener percepciones, actitudes y prácticas de conducta favorables a la tributación.

Meyhuay (2017) “La cultura tributaria y las obligaciones en los pequeños comerciantes del Nuevo RUS en el distrito de Paramonga, periodo 2014-2015.” La investigación tiene como objetivo general: Demostrar de qué manera la Cultura Tributaria incide en las obligaciones tributarias de los pequeños comerciantes del Nuevo RUS del Distrito de Paramonga, durante el período, 2014 - 2015. El diseño de investigación es no experimental y transversal, se recopiló información confiable a los pequeños comerciantes del distrito de Paramonga en base a los métodos inductivo, deductivo y técnicas de observación, encuesta y entrevista, la población estuvo compuesta por 130 Pequeños contribuyentes del Distrito de Paramonga que se dedican al comercio de abarrotes al por mayor y menor, venta de calzados y ropas, restaurantes, etc. Se recomienda a Directivos y Asociados, establecer e implementar programas de capacitación continuo en materia tributaria y empresarial con resultados pre establecidos a fin de reorientar conductas convenientes de orden empresarial con niveles sensatos de conciencia tributaria.

Minaya (2017) “Cultura tributaria, un instrumento para la reducción de la evasión del impuesto general a las ventas en Huaraz, 2014.” La investigación tuvo como objetivo determinar que la cultura tributaria, es un instrumento para la reducción de la evasión del impuesto general a las ventas en Huaraz, 2014. Esta investigación es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo con un diseño descriptivo simple, población es de 430 comerciantes con evasión tributaria y muestra no probabilística de 100 Comerciantes contribuyentes, la técnica a utilizar fue la encuesta y el instrumento

cuestionario estructural. Los resultados mostrados nos indican que el 76% de los entrevistados afirma estar de acuerdo en construir una ciudadanía responsable, el 68% está de acuerdo a la formación de valores en la cultura tributaria, el 72% de los contribuyentes opina que el estado debe crear y desarrollar las actividades de cultura tributaria, el 78% de los contribuyentes, opinan que el estado debe ayudar a visualizar la adecuación fiscal, el 74% de los contribuyentes, opina que el estado debe crear conciencia de la cultura tributaria mediante actividades orientación, el 70% de los contribuyentes, tienen conocimiento de la relación jurídica tributaria, el 68% de los contribuyentes tienen conocimiento de los impuestos, existe un 58% de contribuyentes no conocen de las licencias de funcionamiento, el 66% de los contribuyentes opina que el estado a veces cumple con la universalidad tributaria, el 58% de los contribuyentes opinan que no son transparente con la contribución tributaria, el 64% de los contribuyentes opina que la SUNAT no es flexible con los contribuyentes, El 52% de los contribuyentes opina que existen muchos contribuyentes que evaden impuestos y no son detectados por el estado.

Barreto & Eguizábal (2017) “Incidencia de la cultura tributaria de las empresas comerciales, en el cumplimiento de sus obligaciones del impuesto general a las ventas, Barranca 2014 -2015”. Tuvo como objetivo general: Analizar cuál es la incidencia de la cultura tributaria de las empresas comerciales, en el cumplimiento de sus obligaciones del impuesto general a las ventas, Barranca 2014 -2015. La investigación es de carácter descriptiva, con un enfoque cualitativo (Características de los contribuyentes). La metodología usada corresponde el método no experimental, porque no se manipularon las variables. Finalmente concluye que se

determinó que la educación tributaria incidió de manera favorable en el cumplimiento de sus obligaciones del IGV. Que, de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestadas de las empresas comerciales en Barranca, un 28.7 % se aplica plenamente. Esto quiere decir que los comerciantes entienden la importancia de una cultura tributaria para el cumplimiento voluntario.

Rascon (2018) “Cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria, empresas de servicios Caraz periodo 2016.” Tuvo como objetivo determinar como la cultura tributaria incidió en la evasión tributaria de las empresas de servicios de la ciudad de Caraz periodo 2016, el estudio fue del tipo descriptiva, aplicada, no experimental y transversal. Se utilizó como técnica el análisis documental y la encuesta, y como instrumento, las fichas de análisis documental y el cuestionario, la población estuvo conformada por 75 administradores de las empresas de servicio Caraz. se concluyó que la cultura tributaria incidió en la evasión tributaria de las empresas de servicios Caraz, toda vez que el 54.10% de los directivos manifestaron estar en desacuerdo que las empresas poseen el nivel de conocimiento suficiente sobre impuestos; el 44.26% sostuvieron estar en desacuerdo que las empresas aplican procedimientos para determinar la base imponible legal de los impuestos a los que se encuentran obligados; y el 59.02% de los directivos consideraron estar en desacuerdo que las empresas poseen conocimientos suficientes sobre valores y actitudes referidas a los tributos.

2.1.4 Antecedentes locales

Chávez (2017) “Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Señor de la Soledad de Huaraz, 2015” tuvo como objetivo general, explicar que la cultura tributaria de los comerciantes del mercado “Señor de la Soledad” de la provincia de Huaraz, incide en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, en el periodo 2015. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental, para el recojo de la información la población estuvo conformado por 100 comerciantes quedando una muestra de 40 comerciantes, a quienes se les tomó un cuestionario de 22 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a la cultura tributaria de los comerciantes, El 67.5% conocen y cumplen voluntariamente con las obligaciones tributarias, mientras que el 32.5% opinan lo contrario; Asimismo, el 100%, de los comerciantes, se encuentran inscritos en el Registro Único de los Contribuyentes y entregan el comprobante de pago al realizar una venta y/o servicio; del mismo modo el 85% de los comerciantes cumplen con realizar el pago de sus tributos oportunamente, mientras que el 15% responden lo contrario. Finalmente, se concluye que existe una tendencia favorable de cultura tributaria, la cual incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado señor de la soledad de la ciudad de Huaraz.

Gutiérrez (2018) “Cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado “Virgen de Fátima” rubro bazar de Huaraz año 2017”.Lla investigación tuvo como objetivo general: Determinar como la cultura tributaria incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado “Virgen de Fátima” rubro bazar de Huaraz en el año 2017. Metodología: investigación de

enfoque cuantitativo, diseño descriptivo simple no experimental de corte transversal. La población muestral estuvo conformada por 40 propietarios a los cuales se les aplicó un cuestionario estructurado como instrumento de medición, la técnica fue la encuesta. Resultados: el 50% afirmaron tener una educación tributaria consolidada, el 50% de contribuyentes afirmaron que se socializaban con la informalidad, el 58% afirmaron ser conscientes como contribuyentes sobre la formalidad ante la SUNAT, el 73% afirmaron cumplir con la obligación de contar con número de RUC, el 58% indicaron cumplir con emitir comprobantes de pago para sus clientes, el 80% indicaron cumplir con presentar sus declaraciones juradas a la SUNAT, el 80% afirmaron que la complejidad de las normas influye en la obligación de los tributos. Conclusión: determinar como la cultura tributaria incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado “Virgen de Fátima” rubro bazar de la ciudad de Huaraz en el año 2017; con el 50% dijeron no estar económicamente preparado para realizar pagos a la SUNAT, el 83% indicaron que las sanciones influyen a que no haya formalidad por parte de los contribuyentes.

Trujillo (2018) “Cultura tributaria y evasión de impuestos de los contribuyentes del régimen Mype tributario de la Sunat, sede Huaraz - año 2018”. La investigación tuvo como objetivo general: Analizar cómo afecta la cultura tributaria en la evasión de impuestos de los contribuyentes inscritos en el Régimen Mype tributario de la SUNAT - Sede Huaraz en el año 2018. El trabajo corresponde a una investigación descriptiva, aplicada, no experimental, transversal, que utilizo como técnica la encuesta, considerando como población a los contribuyentes inscritos en el régimen Mype Tributario, determinándose una muestra total de 368 contribuyentes, pertenecientes a la oficina zonal de Huaraz, tiene los siguientes resultados: Que el

63.6% nunca tuvo suficiente información tributaria en el proceso de su formación educativa, el 66.0% señaló que los tributos que pagan a la SUNAT nunca van en proporción a sus ventas o ingresos según la actividad realizada, el 59.2% casi nunca entrega comprobantes de pago a todas las personas que recibieron un producto o servicio por parte de su empresa , y el 64.4% manifiesta que siempre recurren a modalidades dolosas con el fin de sustentar el crédito fiscal de su empresa; los resultados muestran que según la Tabla N° 29, el 40.2 % de los encuestados tienen baja cultura tributaria, siendo solo el 28.0% con cultura tributaria media , por ello en la Tabla N° 30, los resultados muestran que el 51.9% de los encuestados realizan evasión tributaria, entendiéndose así que la falta de cultura tributaria por parte de los contribuyentes hace que la evasión tributaria sea alta. Finalmente, esta investigación nos ha permitido establecer propuestas para poder direccionar y encaminar los esfuerzos del Estado y de la SUNAT.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Teoría de la cultura tributaria

Según Torres (2018) manifiesta que con una adecuada cultura tributaria se pretende hacer que los contribuyentes de una sociedad tomen conciencia con el cumplimiento de sus obligaciones en materia tributaria, siendo un deber de ámbito constitucional. Dando así al estado recursos necesarios para cubrir el gasto público de manera eficiente y eficaz. (p.5)

Peña (2018) menciona que según los estudios realizados acerca de la cultura tributaria se define el mismo como el conjunto de creencias, actitudes y valores adoptados por los ciudadanos de una sociedad respecto a la materia contributiva, lo que le conduce al individuo al incumplimiento de sus obligaciones fiscales con el

Estado. En ese sentido recomienda que la sociedad tome conciencia con sus con sus obligaciones que le corresponde y entienda cuán importante es recaudar los tributos. (P.7)

La cultura tributaria es la conciencia contributiva el cual se refiere a todas las creencias y actitudes de las personas lo que motiva la voluntad de contribuir. Ancaya (2018) afirma. “como el conjunto de información y el grado de conocimientos 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” (p.29).

Conforme a lo mencionado por los distintos autores cabe señalar que es trascendental incentivar una adecuada cultura tributaria, y hacer que cada ciudadano tome suficiente conciencia en el pago de sus tributos y que todo esto sea tomado como un deber y mas no como una obligación.

2.2.2 Teoría de la imposición tributaria

Honores (2017) afirma: Que esta teoría se encuentra relacionada con la finalidad que tienen los tributos que no es otra cosa que costear los servicios públicos a través del Estado, ya que es el mismo que se encarga de darle uso a estas recaudaciones que están destinadas para solventar costos que como ciudadanos generamos al momento de realizar nuestras actividades.

Conforme a lo establecido por la presente teoría se pretende dar a conocer que el incumpliendo de las obligaciones, hace que el estado no tenga suficiente fondos como para brindar un servicio adecuado, que mejore la calidad de vida de los ciudadanos. Considera también que los mismos ciudadanos son los que no ayudan a estabilizar la economía del país ya que la evasión de impuestos hoy en día es muy

elevada, de ahí que actualmente los servicios públicos como salud, educación, entre otros, que ofrece el estado no son los mejores, de ahí la preocupación de cómo nos afecta a nosotros mismos el no cumplir con el pago de impuestos. (p.17).

2.2.3 Teoría de la educación tributaria

Como un elemento fundamental para alcanzar una conciencia tributaria, la educación tributaria tiene por finalidad mejorar las costumbres de población frente a la tributación. Barreto & Eguizábal (2017) afirman: “Que el desarrollo de programas de educación tributaria a nivel escolar, por ejemplo, puede contribuir para una formación individual en la que exista un mayor acatamiento y comprensión de las obligaciones”.

2.2.4 Teoría de la necesidad social

El principal fin de un tributo según esta teoría es la satisfacción de necesidades sociales que se encuentran a cargo del estado.

Chávez (2017) afirma: Que para tener mejor conocimiento acerca de esta teoría, es necesario hacer una comparación entre las necesidades del hombre en lo individual con las de la sociedad, las que se dividen dos clases: físicas y espirituales. En lo físico tenemos (Alimentos, vestido, habitación y, en general, todas aquellas que son indispensables para subsistir) y la espirituales (están constituido por todas las necesidades que le permita su superación personal que le permitirán mejorar sus condiciones de vida como la cultura intelectual y física (p.25)

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Que es un tributo

2.3.1.1 Definición

Los tributos son pagos que realizamos los ciudadanos de manera voluntaria para costear inversiones, realizadas por las administraciones públicas, y el mantenimiento de estas. Fossa (2017) afirma: “que según lo establecido por el Código Tributario (2013), el Tributo es una prestación de dinero que el Estado requiere en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley para cubrir los gastos que demande el cumplimiento de sus fines”. (p.24)

Conforme a lo mencionado el autor también señala que un tributo no es más que una prestación dineraria que el estado exige a sus contribuyentes, basándose en normas legales, con fines de conseguir recursos necesarios para el cumplimiento de sus obligaciones.

Díaz (2019) afirma: “que es el pago dinerario establecido legalmente, que se entrega al Estado para cubrir los gastos que demanda el cumplimiento de sus fines, siendo exigible coactivamente ante su incumplimiento”. Así mismo ase en mención que el tributo se constituye como una obligación legal que se encuentra estipulada por la autoridad legítimamente constituida (p.46).

2.3.4 Cultura tributaria

2.3.4.1 Definición

La cultura tributaria es un conjunto de valores, actitudes y conocimientos que tiene los contribuyentes de una sociedad con relación a la tributación, con el cumplimiento de las leyes vigentes que guían la conducta del ser humano a ser un contribuyente capaz de ejercer y responder ante las obligaciones tributarias, es decir este comportamiento no debe ser visto como una obligación sino como un deber que tiene el contribuyente en cumplir con el Estado por el beneficio de los contribuyentes (Ramos, 2018, P.5).

La cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente más no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión por temor a las sanciones. Lizana (2017) afirma. “esto significa el comportamiento que adoptan los contribuyentes, frente a la administración tributaria, y la forma como enfrentan sus deberes con la administración tributaria. Dicho proceso se inicia con la educación tributaria, y continúa con la generación de la conciencia tributaria y termina en la cultura tributaria, es decir con la manifestación de una forma de vida frente al sistema tributario del país” (p.7).

García (2017) explica que la cultura tributaria viene a ser la base para la recaudación y el sostenimiento del país, así mismo la cultura tributaria encierra un conjunto de actitudes, creencias y valores de una población con respecto a la tributación y que está determinada por dos aspectos:

De tipo legal.- es el riesgo real controlado, sancionado y obligado por el incumpliendo con sus obligaciones.

De tipo ideológico.- es el grado de satisfacción que tiene la ciudadanía con el uso de los recursos aportados.

Del mismo modo explica que la evasión del pago de tributos viene a ser un fenómeno muy complejo que proviene de un tema cultural que está ligado con la relación que tiene el ciudadano con el Estado.

Es así que en términos generales menciona que los países desarrollados poseen de una mayor cultura tributaria ya que son responsables en el cumplimiento de sus obligaciones con el Estado. (García, 2017)

2.3.4.2 Importancia de tener una cultura tributaria

La cultura tributaria es un tema de suma por importancia ya que viene a ser la base fundamental para una adecuada recaudación de los impuestos haciendo al Perú un país donde haya mejores oportunidades para todos. “esto significa que el Estado para poder realizar sus funciones y afrontar sus gastos, debe contar con recursos, que se obtienen de la contribución mediante procedimientos legalmente establecidos en principios legales” (Estrada, 2019, p.12)

Es importante crear una educación tributaria enfocada al cambio cultural manteniendo los principios y valores éticos en la sociedad, por lo ello, la educación tributaria tiene que ser dinámica y no estática, también no debe disminuir la educación práctica la cual solo capacita para atender las obligaciones del momento, no debe ser de espacio formal si no que debe ser dirigida a una cultura de desempeño (Peña, 2018, p.8).

Menciona que el estado para que pueda cumplir con sus obligaciones de cubrir el gasto público, necesita recursos que se obtienen de la recaudación. Esto significa que en cierto sentido entre los diversos recursos, están los tributos, 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. (Minaya, 2017, p. 45)

2.3.4.3 Características de la cultura tributaria

Estrada (2019) según sus estudios realizados menciona como características de la cultura tributaria:

- **Es Universal:** toma este nombre por una cultura afecta a toda la actividad humana.
- **Presenta naturalidad:** se considera de esta manera porque son acciones de valores, creencias, actitudes y conductas adoptadas por el hombre sobre el cumplimiento de la responsabilidad contributiva.
- **Posee vital utilidad:** se dice que es útil porque en base a los tributos recaudados la sociedad se beneficia y hace proyectos de desarrollo.

En base a esto se dice que una cultura tributaria está orientada a una conducta adoptada acerca de los tributos y su responsabilidad con el cumplimiento de sus obligaciones. (p.11)

2.3.5 Conciencia tributaria

Debemos entender por conciencia fiscal como la internalización en los ciudadanos de los derechos y deberes fiscales estipulados legalmente, para que su cumplimiento sea espontáneo y voluntario, teniendo plena certeza que cumpliendo con sus deberes se forjará el beneficio común para todos. Esto significa que la conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de los individuos de contribuir tributariamente. También la define como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar

o tomar posición frente al tributo. Asimismo, señala que la conciencia tributaria tiene dos dimensiones:

- Como proceso: Referido a cómo se forma la conciencia tributaria en el individuo; es decir, a lo que se denomina formación de la conciencia tributaria, ya que suceden eventos que dan justificación al comportamiento del ciudadano en relación a la tributación.
- Como contenido: Referido a los sistemas de información, códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de del comportamiento del ciudadano respecto de la tributación. (Santa Cruz, 2018, p.37).

Gutiérrez (2018) de conformidad a su estudio planteado menciona los principales factores que se encuentran involucrados en una falta de conciencia tributaria de las cuales tenemos:

- **Falta de educación:** podemos mencionar que la falta de una educación en términos tributarios, hace que la persona natural o jurídica no tenga suficientes conocimientos, en lo que respecta a la importancia de recaudar impuestos a través de los órganos administrativos, es así que el desconocimiento tributario es el principal problema que afrontamos el día a día, siendo la causa principal de evasión de impuestos.
- **Idiosincrasia del pueblo:** según este factor el autor nos da a entender sobre la idiosincrasia de los pueblos quienes han tomado como habito, costumbre, que al realizar una compra no solicitan que el proveedor le emita el comprobante de pago por dicha compra, siendo partícipes de la evasión.

- **Destino de los tributos**

El desconocimiento de la importancia de la recaudación hace que el ciudadano no tenga conocimientos suficientes, para saber qué destino tienen los impuestos que se han recaudado.

2.3.6 Nivel de conocimiento tributario

Torres (2018) afirma: “Que estos conocimientos están dirigidos a responder preguntas vitales como la definición de tributo, sus tipos, definición y tipos de impuestos, regímenes tributarios, definición de evasión tributaria, definición (NRUS), definición IGV, IR, etc.” (p.26). Así mismo menciona que estos conocimientos se adquieren, en base a las experiencias tenidas en materia contributiva, a través de educación, o por la realización de alguna actividad comercial.

Afirma que es de vital importancia que cada uno de los ciudadanos de una nación tenga conocimientos suficientes en cuestión tributario, como para que pueda describir que un tributo es un activo, que el estado reúne en calidad de administrador, con fines de atender necesidades propias del ser humano que se encuentran relacionadas con la educación, salud, seguridad, entre otros.

(Gutiérrez, 2018, p.22)

2.3.7 Obligaciones tributarias

Núñez (2018) afirma. “Que la obligación tributaria es el vínculo jurídico en virtud del cual el Estado, denominado sujeto activo, exige a un deudor, denominado sujeto pasivo, el cumplimiento de una prestación pecuniaria” (p.38).

La educación Cívico-Tributaria abarca una extensa variedad de actividades, desde programas gubernamentales para fomentar una conducta fiscalmente responsable a

los esfuerzos en los que incurren algunas organizaciones empresariales con objeto de movilizar y representar los intereses de sus miembros en cuestiones fiscales, e incluso iniciativas de la sociedad civil en pro de la participación ciudadana en los debates políticos sobre la recaudación de impuestos y la retribución de los recursos. (OCDE, 2015, p.16)

El fraude fiscal es un fenómeno complejo en el que sin duda inciden elementos como el escaso temor a la imposición de penas o sanciones, el limitado cumplimiento o respeto por las normas, e incluso el desconocimiento y la desconfianza en que la recaudación tributaria por parte del Estado se lleve a cabo de forma justa y eficaz, así como la afección de dichos ingresos en beneficio de la mayoría de los ciudadanos. De igual modo inciden otros factores conexos tales como la corrupción. A pesar de los esfuerzos por crear agencias especializadas anticorrupción para garantizar la transparencia y el acceso a la información pública, la corrupción continua siendo una seria lacra que erosiona la confianza en las instituciones y limita el potencial desarrollo. (OCDE, 2015, p.17)

2.3.8 Perú: Estrategia general de educación fiscal

Los ingresos económicos del Estado peruano, como en la mayoría de países latinoamericanos en desarrollo son, lamentablemente, insuficientes para prestar a los ciudadanos, especialmente a los más pobres, los servicios públicos necesarios. Esto se debe principalmente al elevado número de contribuyentes que no pagan sus impuestos ya sea deliberadamente con miras a obtener provecho individual, o bien de forma involuntaria al estar desinformados o confusos acerca de la necesidad de pagar impuestos. Este comportamiento está relacionado directamente con la falta de educación cívica, que enfatiza la educación y observancia de las normas, la

trascendencia del interés general y la firme convicción de que todos tenemos que contribuir al sostenimiento de los gastos públicos.

En el 2005 la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) de Perú identificó la educación Cívico-Tributaria como una prioridad institucional fundamental para provocar el cambio perseguido. En diciembre de 2012, se creó una Unidad de Gerencia de Cultura Aduanera y Tributaria para dar continuidad y reforzar las actividades existentes en el ámbito de la Educación Cívico-Tributaria.

2.3.9 Educación cívico – tributario en el Perú

Cajma (2017) afirma. “Que la educación tributaria es la asimilación de los conocimientos tributarios, obligaciones y derechos de los contribuyentes, respondiendo directamente a aquella conexión entre el contribuyente y el Estado, aquello que denominamos como el grado de conexión y de participación en sostener y de compromiso con su futuro. Conllevando a desarrollar y mantener una conciencia ciudadana respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias” (p.24)

De la misma manera se hace mención que la Educación Cívico-Tributaria en nuestro Perú se encuentra dirigido a todos los ciudadanos en general, haciendo un énfasis especial a los jóvenes tomando como objetivo desarrollar estrategias orientadoras basadas en educación fiscal, el cual se debería encaminar desde la educación en las escuelas, colegios y posteriormente en la educación superior. Y para lo de nuestra investigación el personal de la SUNAT también debe de estar en constante capacitación a través de cursos virtuales así dotándose de conocimientos para brindar una educación fiscal a través de charlas concientización tanto en las escuelas de superación y en nuestro caso en los comerciantes a los comerciantes del mercado de Huaraz.

Objetivos de la Educación Cívico-Tributaria en Perú.

- ✚ Promover el cumplimiento tributario a través de sencillos mecanismos de sensibilización fiscal y de prevención de delitos fiscales.
- ✚ Promover el desarrollo económico y la inclusión social.
- ✚ Educar a la sociedad sobre el fin social de la fiscalidad, es decir, los beneficios sociales derivados del pago de impuestos.
- ✚ Concienciar a los contribuyentes sobre el efecto negativo de los delitos fiscales para el conjunto de la sociedad.

III. Hipótesis

No todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho. Esto se resume en la tabla 6.1. (Hernández (2012, p.104)

Por tanto:

En el presente caso no se aplica hipótesis por tratarse de una investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

Atendiendo al tipo de investigación el diseño que se utilizó para la elaboración de nuestro proyecto de investigación fue no experimental – descriptivo. Hernández (2012) afirma:

Que es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Significa que lo se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos ... En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (p.185)

En tal sentido la investigación que se llevó a cabo cumple con lo citado por el autor ya que no se manipularon ninguna variable de estudio, así que la información encontrada se tomó de tal manera que se encontró.

La investigación fue descriptivo por solo se limitó a describir las características de la variable en la unidad de análisis.

M  Qx

Donde:

M = Muestra conformada por los comerciantes encuestados en el mercado central de Huaraz.

O = Observación de las variables: cultura tributaria

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

Para la realización de muestra investigación la población está conformada por los 15 comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

4.2.2 Muestra

La muestra está conformada por 15 comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DE ABARROTOS DEL MERCADO CENTRAL DE HUARAZ 2017

VARIABLE	DEINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	ESCALA DE MEDICIÓN
CULTURA TRIBUTARIA	La cultura tributaria es un conjunto de valores, actitudes y conocimientos que tiene los contribuyentes de una sociedad con relación a la tributación, con el cumplimiento de las leyes vigentes que guían la conducta del ser humano a ser un contribuyente capaz de ejercer y responder ante las obligaciones tributarias, es decir este comportamiento no debe ser visto como una obligación sino como un deber que tiene el contribuyente en cumplir con el Estado por el beneficio de los contribuyentes (Ramos, 2018, P.5).	Es una variable nominal por lo que se medirá por sus indicadores por los siguientes dimensiones: Valores tributarios y Educación tributaria	Valores tributarios	Responsabilidad	Ud. realiza sus declaraciones periódicamente Realiza	Nominal
				Compromiso	Considera Ud. que pagar un tributo es un compromiso con el estado.	
				Conciencia tributaria	esta Ud. consiente del porqué del cobro de los impuestos	
			Educación formal	En la educación básica regular Ud. recibió educación sobre aspectos tributarios		
			Educación tributaria	Educación informal	Alguna vez ha recibido orientación o charlas informativas sobre aspectos tributarios.	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

La Para el desarrollo de nuestra investigación se aplicó la técnica de la encuesta. Don la técnica de la encuesta consiste en la recolección de datos y/o información que nos darán lugar a establecer contacto con las unidades de observación por medio de cuestionarios basada en una declaración por escrito.

4.4.2 Instrumentos

El instrumento que se utilizó en el recojo de la información de campo fue el cuestionario, los cuales están estructuradas por preguntas cerradas adecuadas de acuerdo a las variables que están sujetas a la medición y que están elaboradas teniendo en los objetivos de nuestra investigación.

Donde los cuestionarios están compuesto por un conjunto de preguntas que tienen el propósito de recoger, procesar y analizar la información dentro de la población en estudio. Donde sus preguntas pretenden alcanzar una información mediante las respuestas de la población en estudio.

4.5 Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel y para el procesamiento de los datos el Software SPSS versión 18 (Programa de estadística para ciencias sociales)

4.6 Matriz de consistencia

CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DE ABARROTES DEL MERCADO CENTRAL DE HUARAZ 2017

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGIA
<p><u>Problema general:</u> ¿Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017?</p>	<p><u>Objetivo general:</u> Determinar la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz, 2017</p> <p><u>Objetivos específicos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Determinar la importancia de la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz, 2017 ○ Identificar el nivel de la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz, 2017 	<p>En el presente caso no se aplica hipótesis por tratarse de una investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental. (Hernández (2012, p.104)</p>	<p><u>Variable independiente</u> Cultura tributaria</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativo</p> <p>Nivel de investigación Descriptivo</p> <p>Diseño de la investigación: No experimental</p> <p>Población: 15</p> <p>Muestra: 15</p> <p>Técnica: La encuesta</p> <p>Instrumento: El cuestionario</p> <p>Plan de análisis</p> <p>Principios éticos:</p>

4.7 Principios éticos

4.7.1 Principio de protección a las personas

Según el CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 002 menciona que: La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad (Rectorado, 2019, p.3).

4.7.2 Principio de cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.

Según el CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 002 menciona que: Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios (Rectorado, 2019, p.3).

4.7.3 Principio de libre participación y derecho a estar informado

Según el CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 002 menciona que: Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto (Rectorado, 2019, p.3).

4.7.4 Principio de la beneficencia y no maleficencia

Según el CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 002 menciona que: Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios (Rectorado, 2019, p.3).

4.7.5 Principio justicia

Según el CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 002 menciona que: El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está

también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación (Rectorado, 2019, p.3).

4.7.6 Principio de integridad científica

Según el CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 002 menciona que: La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados (Rectorado, 2019, p.4).

V. Resultados

5.1 Resultados

Los resultados obtenidos se organizaron teniendo en cuenta los objetivos de la investigación. Los comerciantes, dueños y/o representantes legales quienes participaron en la investigación laboran en el ámbito del objeto de estudio.

DATOS GENERALES DE LOS COMERCIANTES DE ABARROTOS DEL MERCADO CENTRAL DE HUARAZ 2017

Tabla 1

Conoce quien establece los impuestos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	08	53%
No	07	47%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 2

Conoce sus obligaciones tributarias que les corresponden a su empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	07	47%
No	08	53%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 3

Conoce porque ay que pagar nuestros impuestos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	73%
No	04	27%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 4

Paga sus impuestos por obligación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	67%
No	05	33%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 5

Cumple con sus obligaciones que les corresponde a su empresa.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	09	60%
No	06	40%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 6

Realiza pagos a la SUNAT de manera voluntaria.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	08	53%
No	07	47%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 7

Está de acuerdo con las medidas optadas por la SUNAT para la recaudación de los impuestos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	04	27%
No	11	73%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 8

Es consiente que los pagos tributarios traen beneficios sociales.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	02	13%
No	13	87%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 9

Cree Ud. que hay una adecuada gestión y administración de los tributos por parte del ESTADO.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	03	20%
No	12	80%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 10

Sabe que al no cumplir con sus obligaciones tributarias incurren a multas y sanciones.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	87%
No	02	13%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 11

Sabe que al no entregar comprobantes de pago están incurriendo a la evasión tributaria.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	09	60%
No	06	40%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 12

Conoce quien es el encargado de velar por el cumplimiento del pago de sus impuestos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	67%
No	05	33%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 13

Conoce las normas tributarias vigentes en nuestro país.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	93%
No	01	7%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 14

Sabe por qué incumplen con el pago de los impuestos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	08	53%
No	07	47%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 15

Recibió orientación sobre cultura tributaria por parte de la SUNAT.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	04	27%
No	11	73%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 16

Asistió a eventos de capacitación en materia tributaria.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	80%
No	03	20%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Tabla 17

Aceptaría capacitaciones en materia tributaria por parte de la SUNAT.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	67%
No	05	33%
Total	15	100%

Fuente: cuestionario se les aplicó a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

5.2 Análisis de resultados

El análisis de resultados es la parte del informe de la investigación donde se establecen que deben de ser claros y concisos. Este análisis debe proponer cuestiones sobre el tema estudiado y plantear nuevas corrientes y perspectivas para futuras investigaciones, para lo cual nos apoyaremos a las encuestas aplicadas a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017.

1. ¿Sabe Ud. quién establece los impuestos?

De conformidad a los resultados encontrados de la encuesta aplicada a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017 se puede visualizar que el 53% de los empresarios encuestados responden tener conocimiento de quien es el encargado de establecer los impuestos, mientras y el otro 47% de los empresarios encuestados manifiestan no tener conocimientos con respecto de quien es el encargado de establecer los impuestos. De los resultados un grupo significativo de los comerciantes no tiene esa cultura tributaria, de informarse o buscar orientarse de cuál es la entidad que establece los impuestos y con qué fines.

2. ¿Ud. Conoce cuáles son sus obligaciones tributarias de su empresa?

Según los datos obtenidos de análisis de las encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017 se obtuvo que el 33% de los encuestados responden conocer las obligaciones tributarias a la que se encuentra sujeta su empresa, por otra parte el 67% de los empresarios encuestados indican, no tener conocimientos de las responsabilidades a la que se encuentra sujeta su empresa en conformidad a (ver tabla 2). Según lo observado podemos decir que existe una cifra numerosa con escaso

conocimiento y cultura tributaria muy deficiente y realizan su actividad comercial de manera empírica, a pesar de que hoy en día existe la tecnología que nos permite navegar por diversas páginas, así como también el sitio web de la SUNAT, donde fácilmente podemos informarnos de temas de nuestro interés, es así que Gutiérrez (2018) menciona que este problema se debe a diversos factores como: educación, costumbre, que hace que el ciudadano no haga frente con sus obligaciones a la que se encuentra sujeta su negocio.

3. ¿Sabe Ud. porque hay que pagar nuestros impuestos?

El 73% de encuestados de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz por qué hay que pagar nuestros impuestos (Ver Tabla 3). Así pues menciona (Estrada, 2019), que la cultura tributaria es un tema de suma por importancia ya que viene a ser la base fundamental para una adecuada recaudación de los impuestos haciendo al Perú un país donde haya mejores oportunidades para todos. “esto significa que el Estado para poder realizar sus funciones y afrontar sus gastos, debe contar con recursos, que se obtienen de la contribución mediante) procedimientos legalmente establecidos en principios legales”.

4. ¿Ud. considera que pagar impuestos es una obligación?

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017, el 67% manifiestan que pagar los impuestos es una obligación, mientras el 33% de los comerciantes encuestados mencionan que pagar los impuestos no es una obligación (ver tabla 4). Con respecto a esto podemos afirmar, que a consecuencia de dichos comerciantes que no cumplen con sus obligaciones

con la administración tributaria, en este sentido hay una labor bastante considerable por trabajar en cuanto a la educación tributaria, y posteriormente la fiscalizar para saber si hubo cambios en el cumplimiento de sus obligaciones. Resultado que afirma Núñez (2018) “Que la obligación tributaria es el vínculo jurídico en virtud del cual el Estado, denominado sujeto activo, exige a un deudor, denominado sujeto pasivo, el cumplimiento de una prestación pecuniaria”

5. ¿Ud. Cumple el pago de sus obligaciones tributarias, que le corresponde a su empresa?

El 60% de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz, responden que si cumplen con el pago de sus obligaciones tributarias de su empresa, y el 40% de los comerciantes encuestados manifestaron no cumplir con sus obligaciones de su empresa (ver tabla 5). Estos resultados se asemejan con los estudios realizados por Torres (2018) donde se aprecia que el 64% de los comerciantes del mercado de Paucarbamba – Amarilis – Huánuco cumplen con sus obligaciones con la administración tributaria, mientras el 36% de los mismos comerciantes afirman lo contrario. Esto hace referencia de que aún tenemos un grupo significativo de contribuyentes que no cumplen con sus obligaciones a las que se encuentran sujetas, por lo tanto es nuestra responsabilidad concientizar a nuestros conciudadanos

6. ¿Ud. Realiza sus pagos a la SUNAT, de manera voluntaria?

El 53% comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz, realizan sus pagos a la SUNAT de forma voluntaria, mientras el 47% de los empresarios encuestados respondieron lo contrario (ver tabla 6). De los resultados existe un grupo significativo que se reusa a contribuir con el Estado ya sea por actitudes negativas adoptadas. Estos resultados se asemejan con los resultados obtenidos por Chávez (2017) donde los comerciantes en estudio manifiestan en un 57.5% que cumplen con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria y el resto que están comprendido por 42.5% manifestaron lo contrario.

7. ¿Ud. como contribuyente está de acuerdo con las medidas adoptadas por la SUNAT para la recaudación de los impuestos?

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz, se puede apreciar que el 27% de los empresarios encuestados manifiestan estar de acuerdo con las medidas adoptadas por la SUNAT para la recaudación de los impuestos, por otro lado el 73% de los comerciantes encuestados responden no estar de acuerdo con la estas medidas optadas por la administración tributaria para la recaudación de los impuestos (ver tabla 7). Esto sucede casi siempre por una por falta de una cultura tributaria basada en educación fiscal. O simplemente creen que lo que pagan es mucho.

Para lo cual es necesario informarle al empresario contribuyente que ay maneras de cancelar la deuda, como lo menciona el Art. 36 de Código Tributario “Fraccionamiento Tributario”

8. ¿Ud. esta consiente que pagar sus tributos trae beneficios sociales?

E 13% de los comerciantes en estudio responden que pagar los tributos trae beneficios sociales mientras el otro 87% responde lo contrario. (Ver tabla 8). Según estos resultados podemos afirmar que nuestros comerciantes de abarrotes del mercado central no están informados acerca de los beneficios que trae una adecuada recaudación de los impuestos. Así pues Torres (2018) manifiesta que con una adecuada cultura tributaria se pretende hacer que los contribuyentes de una sociedad tomen conciencia con el cumplimiento de sus obligaciones en materia tributaria, siendo un deber de ámbito constitucional. Dando así al estado recursos necesarios para cubrir el gasto público de manera eficiente y eficaz. Así mismo en los resultados encontrados por Lizana (2017), el 79% de sus encuestados respondieron saber de los beneficios que contraen los tributos, por otra parte el otro 16% responden no saber, y el otro pequeño grupo ocupado por el 5% de sus encuestados manifestaron desconocimiento.

9. ¿Cree usted que el Estado peruano gestiona y administra adecuadamente los tributos recaudados?

El 20% de los comerciantes de mercado central de Huaraz responden, que el estado peruano administra adecuadamente los tributos recaudados, mientras tanto el otro grupo que ocupa el 80%, manifiestan que el gobierno no hace una gestión adecuada ni tampoco administra adecuadamente sus tributos recaudados (Ver tabla 9). Con respecto a esta información obtenida hacemos un llamado a los funcionarios de la administración tributaria informar a los comerciantes de manera transparente de los procedimientos que realizan en

los gastos públicos, para los ciudadanos que realizan el pago de los tributos depositen confianza y cumplan con sus obligaciones. Honores (2017) afirma que los tributos que no es otra cosa que costear los servicios públicos a través del Estado, ya que es el mismo que se encarga de darle uso a estas recaudaciones que están destinadas para solventar costos que como ciudadanos generamos al momento de realizar nuestras actividades.

10. ¿Ud. conoce que al no cumplir con las obligaciones tributarias incurre en multas y sanciones?

Con respecto a lo encontrado en el estudio a los comerciantes, podemos visualizar que el 87%, de los comerciantes afirman que si conocen las multas y sanciones que imponen las leyes tributarias, sin embargo basándonos en la realidad se muestran que muchos de ellos no aplican una adecuada conciencia tributaria, y suelen incurrir a las sanciones, infracciones tributarias por lo expuesto es relevante mencionar que dentro del marco de la cultura tributaria debe haber énfasis y prioridad en la concientización tributaria, solo así se podrán disminuir y prevenir las sanciones y multas tributarias a los contribuyentes. Por otro lado solo el 13% de los comerciantes encuestados marginan el conocimiento de dichas sanciones, posiblemente porque no tienen acceso a ninguna fuente de información sobre las mencionas sanciones impositivas, generalmente el incumplimiento de sus obligaciones tributarias traen muchos problemas económicos, por esa razón es importante tener una cultura tributaria basada en la concientización de los contribuyentes, se debe hacer conocer que la SUNAT les aplicara sanciones y

multas de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario Peruano. (Ver tabla 10)

11. ¿sabe Ud. que al no entregar los comprobantes de pago está incurriendo a la evasión tributaria?

El 60% de los encuestados, manifiestan que al no entregar comprobantes de pago están incurriendo a la evasión tributaria, entras el 40% responden no saber acerca del tema (ver tabla 12). Del resultado obtenido es muy necesario brindar una educación cívica tributaria a todos los comerciantes para cambiar las ideas negativas y alcanzar una adecuada cultura tributaria con fines de erradicar este problema que persiste en la sociedad actual. Estos resultados se asemejan con los resultados obtenidos por Torres (2018) donde el 86% de los comerciantes hacen la emisión de comprobantes de pagos de manera frecuente, esto significa que entregar un dichos comprobantes de pago es de suma importancia, ya que hace referencia a que el proveedor está cumpliendo con sus obligaciones de un buen contribuyente, mientras tanto el otro grupo que haciende al 14% de los comerciantes encuestados manifestaron que la emisión de comprobantes de pago no suelen ser frecuentes.

12. ¿Ud. conoce a quien le corresponde velar por el cumplimiento del pago de los impuestos?

Del total de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, el 65% de los encuestados responden saber a quién le corresponde velar por el cumplimiento del pago de los impuestos, esto nos indica que los comerciantes del emporio del mercado central de Huaraz, están consciente de que ay que pagar los impuesto a la administración tributaria quien es la encargada por

velar por el buen cumplimiento de los tributos, sin embargo el otro 33% de los comerciantes no cuentan con el conocimiento suficiente acerca del encargo de velar por el buen cumplimiento con sus obligaciones tributaria, lo que significa que ay que mejorar en la cultura tributaria de los comerciantes, ya sea impartiendo conocimiento mediante charlas educativas de concientización.

13. ¿Ud. conoce las normas tributarias vigentes de nuestro país?

Según los datos que nos pueden mostrar nuestras encuestas el 93% de los comerciantes conocen y son conscientes de las normas tributarias que se encuentran vigentes con las mismas con las que serán juzgados, sin embargo haciendo referencia con los resultados anteriores podemos afirmar que aun insisten en el incumplimiento de sus obligaciones con la administración tributaria de conforme a lo visualizado. Esto indica que ay mucho por hacer con la educación cívica tributaria ya que en nuestra ciudad esto de la evasión tributaria se viene haciendo como un hábito, lo que indica que seguir construyendo una adecuada cultura tributaria en nuestros sucesores, es una de las mejores maneras de erradicar el incumplimiento de las obligaciones tributarias. En el otro caso el 7% de los encuestados responde no estar informado a cerca de las normas tributarias vigentes en nuestro país. Estos estudios coinciden con su investigación de Díaz (2019) quien no indica el porcentaje exacto pero si menciona que la mayoría de las Mypes comerciales que estudio, conocen las normas tributarias vigentes en nuestro país y las consideran muy complejas.

14. ¿Sabe Ud. a qué se debe el incumplimiento del pago de los impuestos?

Conforme a los resultados encontrados de la encuesta aplicada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huaraz, pudimos encontrar por resultado que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 8 responden si saber los motivos por los que ocurre el incumplimiento con el pago de los tributos, estos resultados nos indican que nuestros conciudadanos están a la perspectiva de los causantes de la evasión tributaria, lo que nos indica que ay que tomar medidas para erradicar ese problema que es el causante de que los comerciantes sigan evadiendo su tributos. Mientras tanto el otro grupo que equivale a 7 comerciantes que hacen el 47%, no están informados del tema, esto hace mención que tenemos mucho por hacer en cuanto a la educación en cuestión de una adecuada cultura tributaria, así poder mejorar esta situación.

15. ¿Ud. recibió una orientación sobre cultura tributaria por parte de la SUNAT?

Conforme a los resultados de nuestra encuesta que se les aplico a los comerciantes del mercado central de Huaraz del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 4 responde si haber recibido una orientación en materia de la cultura tributaria por parte de la Administración Tributaria esto equivale al 27%, según lo que se visualiza podemos hacer mención que si la SUNAT de alguna forma está en el afán educar a la gente en cuestión tributario, y el otro 73% que equivale a 11 comerciantes manifiestan lo diferente, esto indica que los comerciantes del mercado no tienen conocimientos acerca de la cultura tributaria, lo que significa a un ay mucho

por trabajar en cuanto a la educación cívico tributario con fines de mejorar la cultura tributaria de nuestros comerciantes, y de la mano mejora la recaudación de los tributos.

16. ¿Ud. ha asistido a eventos de capacitación tributaria?

En conformidad a lo que nos muestra el resultado encontrado en la aplicación de la encuesta a los comerciantes podemos ver que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 12 responde si haber asistido a eventos de capacitación tributaria, y el otro 20% que equivale a 3 comerciantes manifiestan no haber asistido jamás a eventos de capacitación tributario esto puede ser caso de que el mercado es un lugar de mucha concurrido por los compradores, que hace que los comerciantes del mercado de Huaraz más se dediquen a vender y no asistan a eventos que los organiza la administración tributaria con el afán de mejorar la recaudación.

17. ¿Ud. aceptaría mayor capacitación por parte de la SUNAT con temas relacionados de cultura tributaria?

El 67% de los encuestados responden estar de acuerdo a recibir capacitación en temas tributarios. Del resultado el ciudadano contribuyente del mercado, tiene esa voluntad de participar en eventos de capacitación en materia de la cultura tributaria, ya sea organizada por la administración tributaria o las universidades, esto sería un factor favorable que ayudaría a la comunidad tributarista a mejorar sus aportaciones con la administración tributaria, así mismo buscar convencer e involucrar a la diferencia de comerciantes. Este resultado se asemeja a los resultados encontrados por Núñez (2018) donde el 68% de sus encuestados en estudio manifestaron estar dispuestos a recibir

mayor orientación en temas tributarios, y mientras el 32% de estos encuestados manifiestan que no están interesados con el tema.

VI. Conclusiones

6.1 Conclusiones

Sobre el objetivo general, que es determinar la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017. De los resultados hay temas en que se tiene que seguir reforzando, sensibilizando, mediante capacitaciones, talleres, cursos, etc. porque según los resultados arrojados tenemos un grupo significativo de comerciantes que no cuentan con cultura tributaria que garantice el cumplimiento de sus obligaciones de manera eficiente y eficaz, cumpliendo con la normativa establecido por el Estado.

Sobre el objetivo específico, que es determinar la importancia de la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017. Respecto a ello de los resultados obtenidos existe una cifra favorable de comerciantes creen del porque se debe pagar impuestos, creen que pago de los impuestos es obligatorio, saben que no cumplir con sus obligaciones tributarias incurren a multas y sanciones, saben quién es el encargado de velar por el cumplimiento del pago de sus impuestos y tienen el interés de recibir capacitación en cultura tributaria por parte de la SUNAT.

Sobre el objetivo específico que es identificar el nivel de la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017. Al respecto afirmamos que a pesar de contar con ítems favorable en el párrafo anterior existe carencia en el tema por un grupo significativo de comerciantes, lo cual con lleva al desconocimiento de las obligaciones tributarias que le corresponde a su empresa, a creer que los recursos son mal administrados por el Estado, a la

resistencia del pago de los tributos, a la no emisión de comprobantes de pago, al desconocimiento sobre el beneficio que generan las aportaciones.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Se recomienda concientizar a los comerciantes a realizar los pagos de manera voluntaria y oportuna, porque más que obligación es un deber legal que se tiene que cumplir con el Estado, puesto que dichas aportaciones serán utilizadas en los servicios públicos como salud, educación y otros.

Como se dijo en el párrafo anterior concienticemos a nuestros conciudadanos a cumplir con sus obligaciones ya que dichas aportaciones se reinvertirán para que el Estado brinde mejores oportunidades y mejor calidad de vida para todos nosotros.

Se recomienda a la SUNAT realizar convenio con instituciones educativas de los diferentes niveles de superación para sensibilizar y concientizar a nuestros comerciantes mediante talleres, charlas, clases informativas, capacitaciones, dinámicas, simulaciones entre otros, ya que solo así se podrá poner conciencia suficiente en cuanto al cumplimiento de las obligaciones tributarias, siendo este el método más eficaz para llegar a todos los que emprenden un negocio y sobre todo a nuestros comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz.

Por otro lado no es de más sugerir a la universidad seguir brindando asesorías, como los que está llevando a cabo con una constante supervisión y evaluación dentro de sus puestos elegidos para el servicio social universitario, siendo la manera más eficiente de hacer llegar conocimientos necesarios, que les servirá para mejorar su contribución.

Referencias bibliográficas

- Ancaya, E. (2018). La cultura laboral y tributaria y su impacto al acceso de las mypes en el mercado internacional. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/9211>
- Barreto, M., & Eguizabal, K. (2017). Incidencia de la cultura tributaria de las empresas comerciales, en el cumplimiento de sus obligaciones del impuesto general a las ventas, Barranca 2014 -2015. *Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo*. Recuperado de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2860>
- Benedetti, E. (2016). Motivaciones de la evasión fiscal en Argentina a nivel nacional: análisis, conflictos y propuestas de solución. *Universidad Nacional de Córdoba*. Recuperado de <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/6343>
- Camacho, A., & Patarroyo, Y. (2017). *Cultura Tributaria en Colombia*. 0-47. Recuperado de [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA TRIBUTARIA EN COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chávez, A. (2015). *La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de impuestos municipales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pastaza*. Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/20337>
- Chávez, C. (2017). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Señor de la Soledad de Huaraz, 2015. *Repositorio Institucional - ULADECH*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1601>

- Díaz, V. (2019). Caracterización de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Ferretería Katherine, Chimbote 2016. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9071>
- Estrada, E. (2019). Caracterización de la cultura tributaria de las empresas del sector turismo, rubro restaurantes del Perú, caso: restaurante la perla del Chira del distrito de Marcavelica – Sullana y propuesta de mejora 2018. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9143>
- Gestión. (2019). Sunat capacitará a más de 5,000 profesores en cultura tributaria | Economía | Gestión. Recuperado 21 de octubre de 2019, de <https://gestion.pe/economia/sunat-capacitara-5-000-profesores-cultura-tributaria-47539-noticia/>
- Gutierrez, H. (2018). Cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado “Virgen de Fátima” rubro bazar de Huaraz año 2017. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4838>
- Hernández, R. (2012). Metodología de la investigación sexta edición. En *El Oso Panda.Com* (Vol. 66). Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Honores, J. (2017). Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado Unión Trujillo-

- Perú del año 2017. *Universidad César Vallejo*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11222>
- La República. (2019). Evasión de impuesto | Evasión por rentas de trabajo ascendería a S/ 2.300 millones | Economía - La República. Recuperado 21 de octubre de 2019, de <https://larepublica.pe/economia/2019/10/03/evasion-de-impuesto-evasion-por-rentas-de-trabajo-ascenderia-a-s-2300-millones/>
- Medina, R. (2018). Cultura tributaria y evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Barranca, 2017. *Universidad San Pedro*. Recuperado de <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/9543>
- Meyhuay, C. (2017). La cultura tributaria y las obligaciones en los pequeños comerciantes del nuevo RUS en el distrito de Paramonga, periodo 2014-2015. *Repositorio Institucional Digital - UNASAM*. Recuperado de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2169>
- Minaya, Y. (2017). Cultura tributaria, un instrumento para la reducción de la evasión del impuesto general a las ventas en Huaraz, 2014. *Repositorio Institucional - ULADECH*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/761>
- Núñez, N. (2018). La cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado de Tocache, rubro abarrotes del distrito de Tocache, 2017. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/6235>
- OCDE, O. (2015). *Fomentando la cultura tributaria*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=3_knCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=cultura+tributaria&hl=es-

419&sa=X&ved=0ahUKEwib8c3v_K3IAhUm1VkkHRUZCMIQ6AEIKDAA#
v=onepage&q=cultura tributaria&f=false

- Paredes, E., & Vallejo, G. (2017). *Cultura Tributaria y Servicios en línea de la Administración Tributaria en el Ecuador*. Recuperado de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2326>
- Peña, E. (2018). Cultura tributaria y la relación con la evasión tributaria de los comerciantes del mercado 27 de Abril, Ate - 2017. *Universidad César Vallejo*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/23825>
- Ramos, Y. (2018). La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado de Productores de Santa Anita en el 2017. *Universidad César Vallejo*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/24365>
- Rascon, E. (2018). Cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria, empresas de servicios Caraz periodo 2016. *Universidad San Pedro*. Recuperado de <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/9401>
- Rectorado. (2019). Código de ética para la investigación. Versión 002. Comité Institucional de Ética en Investigación. *Universidad Católica los Angeles de Chimbote*, 1-7. Recuperado de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Romero, M., & Vargas, C. (2013). la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la bahía “mi lindo milagro” del cantón milagro. *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*. Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/708>

- Santa Cruz, D. (2018). Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria del impuesto predial de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital de Pulán. Noviembre 2018. *Universidad César Vallejo*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/29570>
- Serrano, N. (2005). Análisis de la cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los arrendadores de rentas de primera categoría – arrendamiento de predios de personas naturales en la provincia de Abancay 2016. En *Revista de Investigaciones (Puno) - Escuela de Posgrado de la UNA PUNO* (Vol. 6). Recuperado de <http://www.revistaepgunapuno.org/index.php/investigaciones/article/view/167/108>
- Silupú, B. (2019). La formalización de las mypes. Recuperado 21 de octubre de 2019, de <https://elperuano.pe/noticia-la-formalizacion-de-mypes-85328.aspx>
- Suárez, E. (2017). Motivos y consecuencias de la evasión tributaria en las MYPES en el emporio comercial Gamarra, La Victoria Lima. *Universidad César Vallejo*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/4595>
- Torres, L. (2018). La cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado de Paucarbamba, rubro abarrotes del distrito de Amarilis, 2017. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4101>
- Torres, S. (2018). Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de puno, 2018. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2612>

- Tortolero, M. (2017). *La cultura tributaria en el pago de impuesto sobre inmuebles urbanos en el Municipio de Valencia del Estado de Carabobo durante el año 2016*. 86. Recuperado de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/5822/mtortolero.pdf?sequence=1>
- Trujillo, S. (2018). *Cultura tributaria y evasión de impuestos de los contribuyentes del régimen Mype tributario de la Sunat, sede Huaraz - año 2018*. *Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo*. Recuperado de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2792>

CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TITULO: LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DE
ABARROTÉS DEL MERCADO CENTRAL DE HUARAZ 2017

OBJETIVO DE LA ENCUESTA Determinar las características de la cultura
tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017

Le agradecemos de antemano por su colaboración brindada y a su vez
informarle que su respuesta es la base para la realización de esta tesis para su
próxima sustentación en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en la
escuela profesional de contabilidad. Considere la respuesta correcta marcando
con una X. Se garantiza la confidencialidad de la presente información.

I: CUESTIONARIO:

INDICADOR: CULTURA TRIBUTARIA

1. ¿Sabe Ud. quién establece los impuestos?
 - a) Si
 - b) No

2. ¿Ud. Conoce cuáles son sus obligaciones tributarias de su empresa?
 - a) Si
 - b) No

3. ¿Sabe Ud. porque hay que pagar nuestros impuestos?
 - a) Si
 - b) No

4. ¿Ud. considera que pagar impuestos es una obligación?

a) Si

b) No

5. ¿Ud. Cumple el pago de sus obligaciones tributarias, que le corresponde a su empresa?

a) Si

b) No

6. ¿Ud. Realiza sus pagos a la SUNAT, de manera voluntaria?

Si

No

7. ¿Ud. como contribuyente está de acuerdo con las medidas adoptadas por la SUNAT para la recaudación de los impuestos?

a) Si

b) No

8. ¿Ud. esta consiente que pagar sus tributos trae beneficios sociales?

a) Si

b) No

9. ¿Cree usted que el Estado peruano gestiona y administra adecuadamente los tributos recaudados?

a) Si

b) No

10. ¿Ud. conoce que al no cumplir con las obligaciones tributarias incurre en multas y sanciones?

a) Si

b) No

11. ¿sabe Ud. que al no entregar los comprobantes de pago está incurriendo a la evasión tributaria?

a) Si

b) No

12. ¿Ud. conoce a quien le corresponde velar por el cumplimiento del pago de los impuestos?

a) Si

b) No

13. ¿Ud. conoce las normas tributarias vigentes de nuestro país?

a) Si

b) No

14. ¿Sabe Ud. a qué se debe el incumplimiento del pago de los impuestos?

a) Si

b) No

15. ¿Ud. recibió una orientación sobre cultura tributaria por parte de la SUNAT?

a) Si

b) No

16. ¿Ud. ha asistido a eventos de capacitación tributaria?

a) Si

b) No

17. ¿Ud. aceptaría mayor capacitación por parte de la SUNAT con temas relacionados de cultura tributaria?

a) Si

b) No

FIGURAS ESTADÍSTICAS
SOBRE EL PERFIL DE LOS COMERCIANTES DE ABARROTES DEL
MERCADO CENTRAL DE HUARAZ 2017

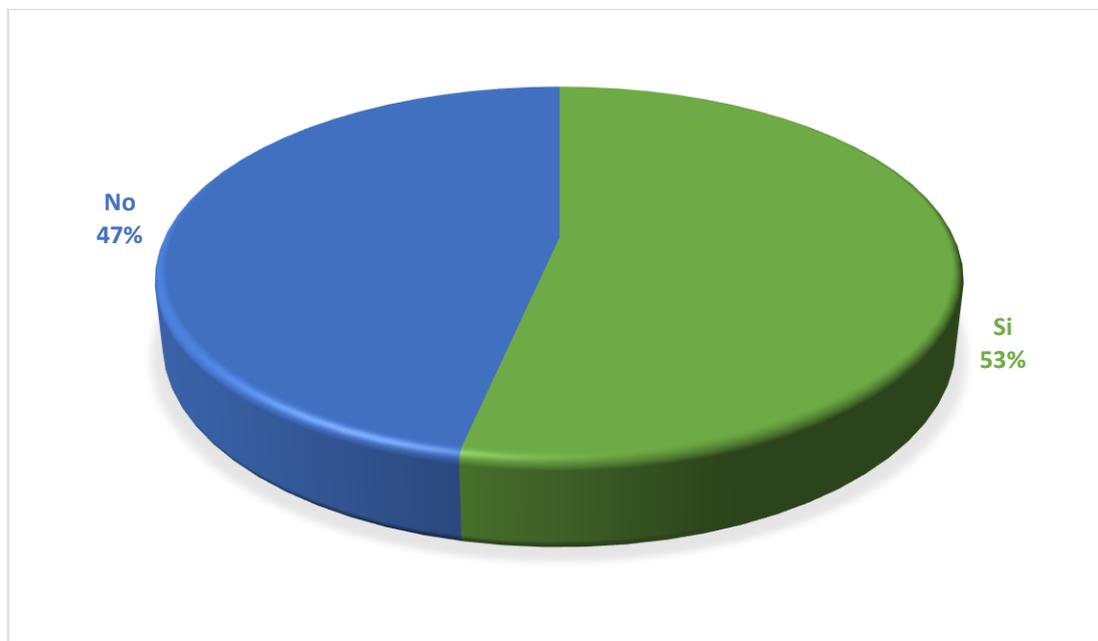


Figura 1: Sabe Ud. quién establece los impuestos

Fuente: Tabla 1

Interpretación: Dentro de la Tabla 1 y la Figura 1 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 08 responde (SI) haciendo un 53%, y el otro 07 responde (NO) haciendo el 47%

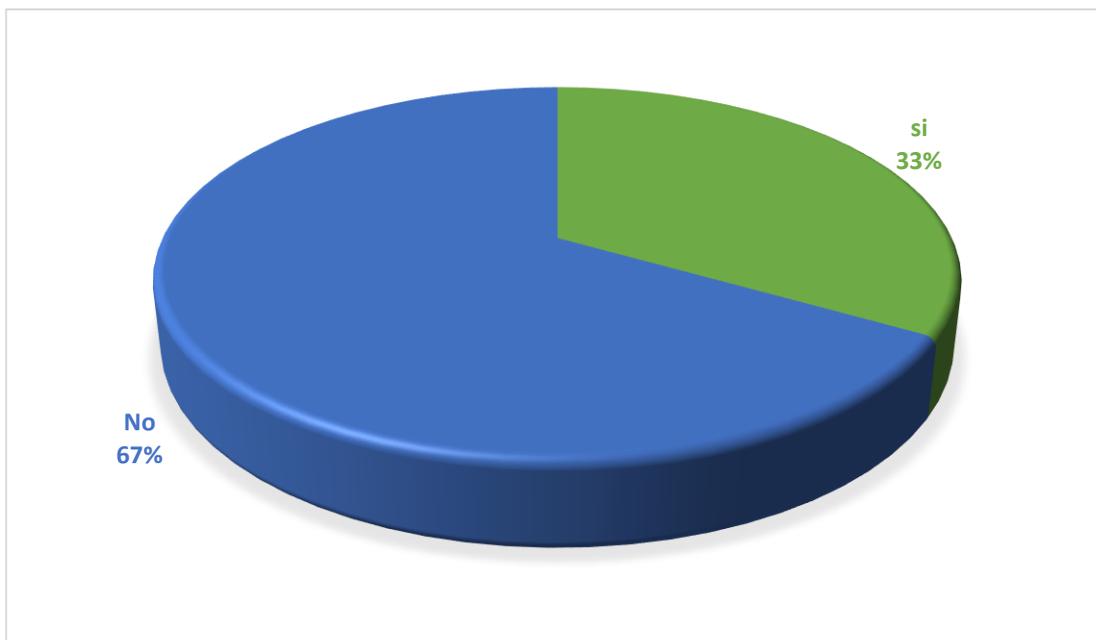


Figura 2: Ud. conoce cuáles son sus obligaciones tributarias de su empresa

Fuente: Tabla 2

Interpretación: Dentro de la Tabla 2 y la Figura 2 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 07 responde (SI) haciendo un 47%, y el otro 08 responde (NO) haciendo el 53%

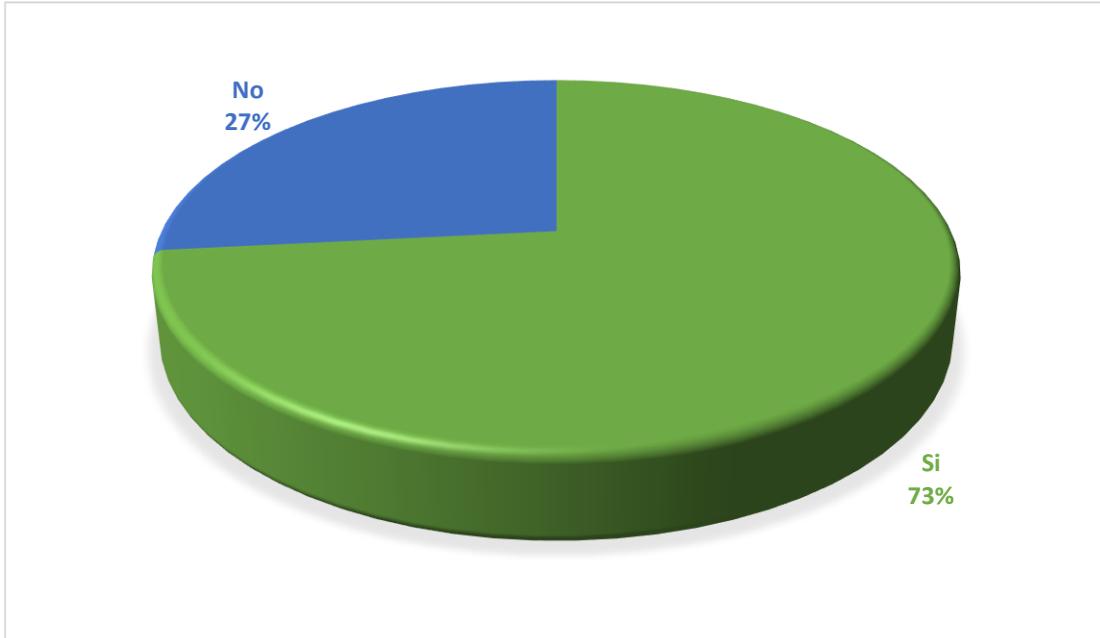


Figura 3: Sabe Ud. porque hay que pagar nuestros impuestos

Fuente: Tabla 3

Interpretación: Dentro de la Tabla 3 y la Figura 3 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 11 responde (SI) haciendo un 73%, y el otro 04 responde (NO) haciendo el 27%

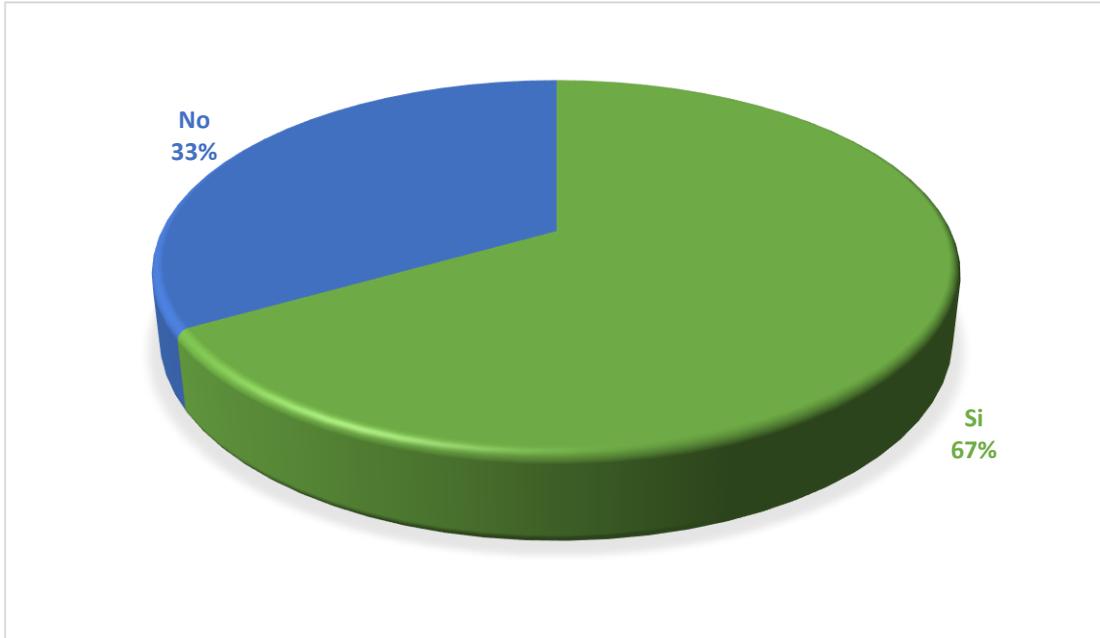


Figura 4: Ud. considera que pagar impuestos es una obligación

Fuente: Tabla 4

Interpretación: Dentro de la Tabla 4 y la Figura 4 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 10 responde (SI) haciendo un 67%, y el otro 05 responde (NO) haciendo el 33%

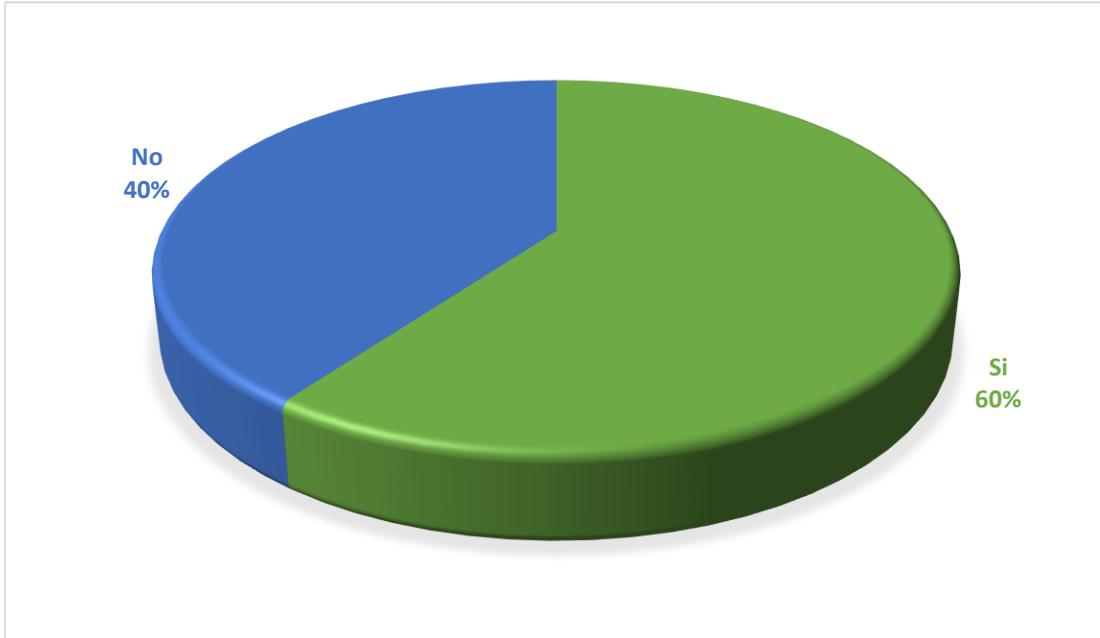


Figura 5: Ud. cumple el pago de sus obligaciones tributarias, que le corresponde a su empresa

Fuente: Tabla 5

Interpretación: Dentro de la Tabla 5 y la Figura 5 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 09 responde (SI) haciendo un 60%, y el otro 06 responde (NO) haciendo el 40%

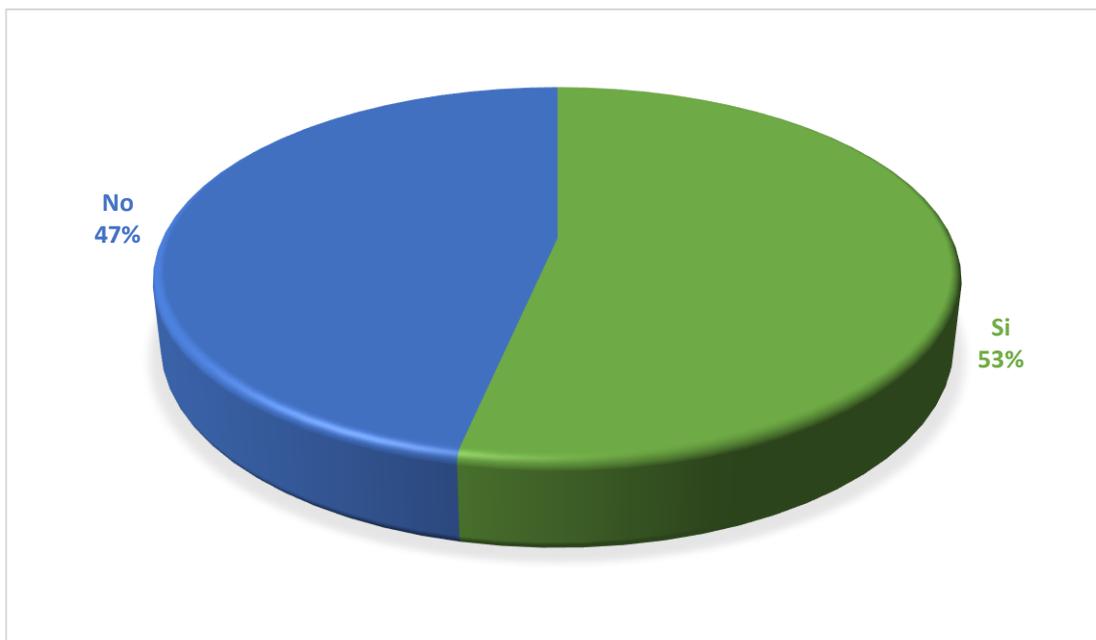


Figura 6: Ud. realiza sus pagos a la SUNAT, de manera voluntaria

Fuente: Tabla 6

Interpretación: Dentro de la Tabla 6 y la Figura 6 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 08 responde (SI) haciendo un 53%, y el otro 07 responde (NO) haciendo el 47%

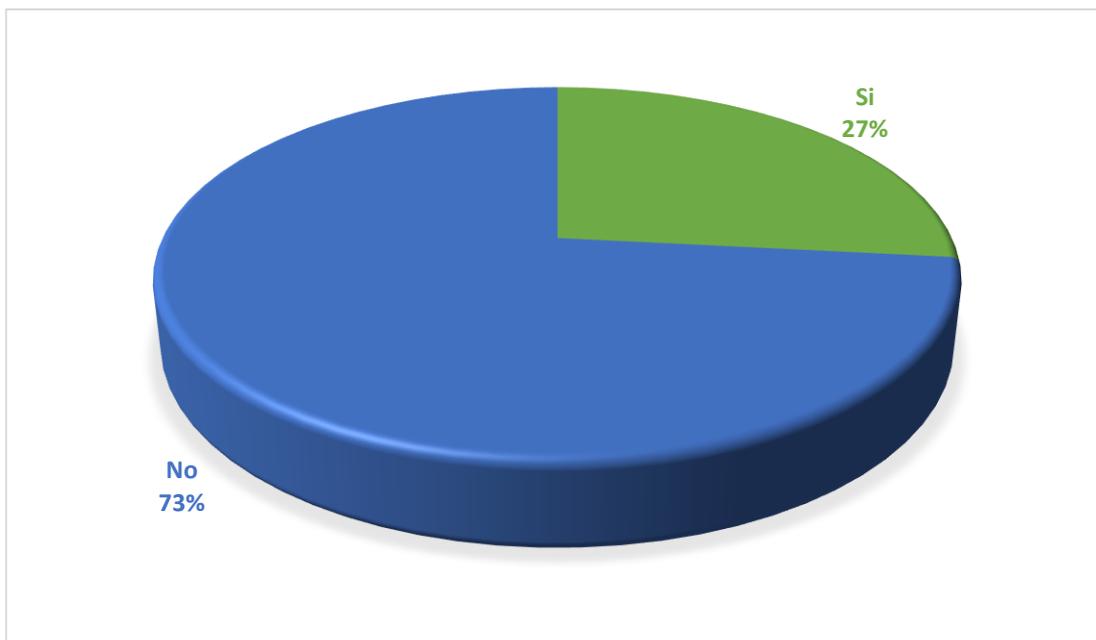


Figura 7: Ud. como contribuyente está de acuerdo con las medidas adoptadas por la SUNAT para la recaudación de los impuestos

Fuente: Tabla 7

Interpretación: Dentro de la Tabla 7 y la Figura 7 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 04 responde (SI) haciendo un 27%, y el otro 11 responde (NO) haciendo el 73%

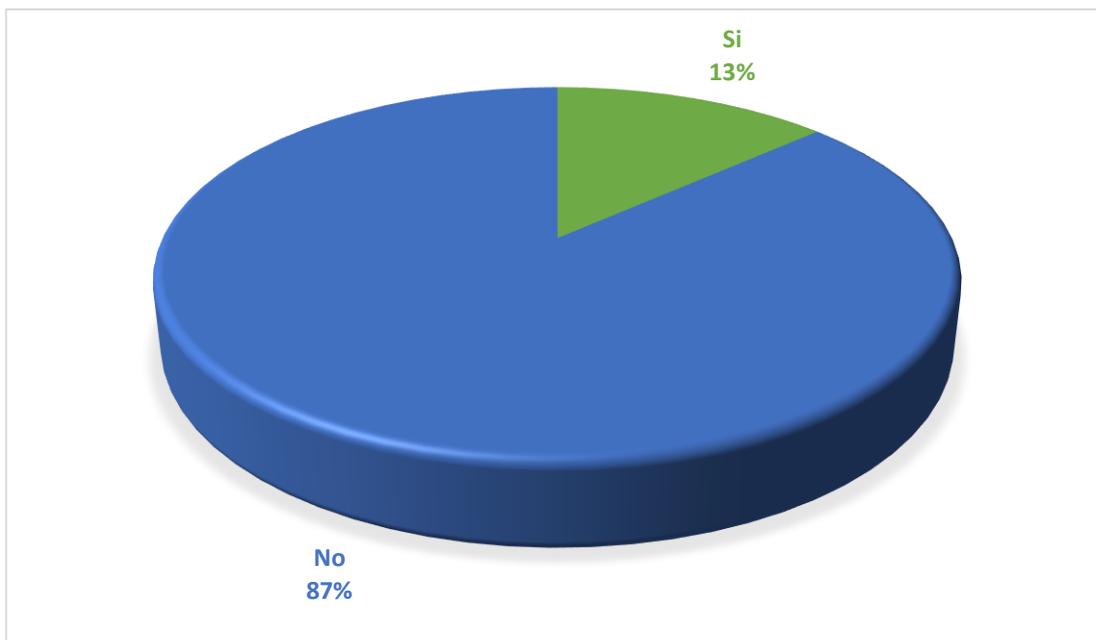


Figura 8: Ud. esta consiente que pagar sus tributos trae beneficios sociales

Fuente: Tabla 8

Interpretación: Dentro de la Tabla 8 y la Figura 8 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 02 responde (SI) haciendo un 13%, y el otro 13 responde (NO) haciendo el 87%

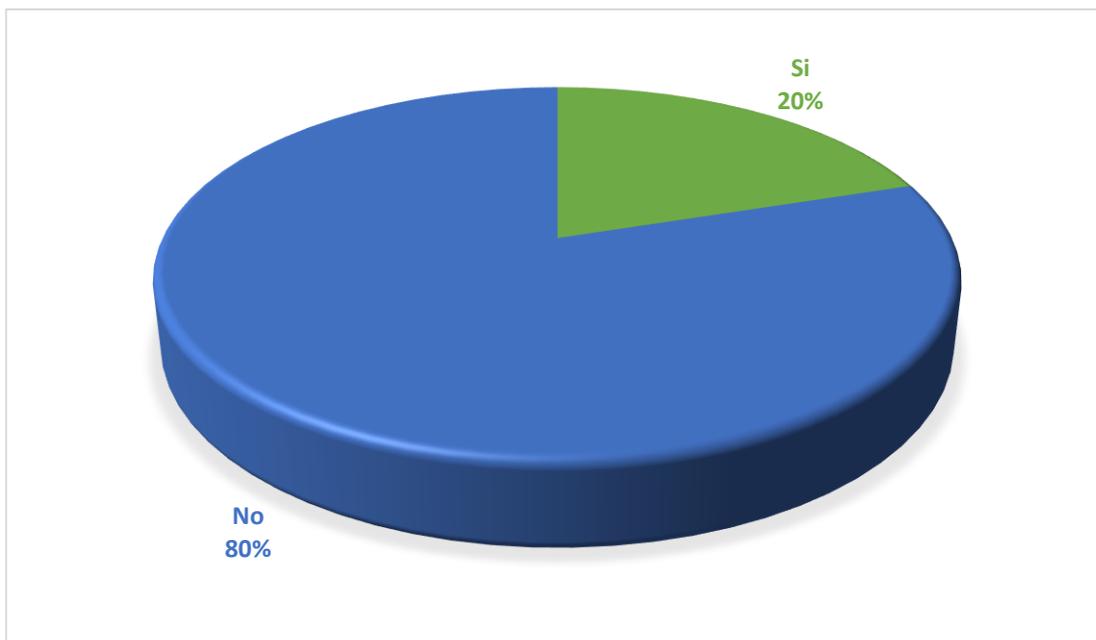


Figura 9: Cree usted que el Estado peruano gestiona y administra adecuadamente los tributos recaudados

Fuente: Tabla 9

Interpretación: Dentro de la Tabla 9 y la Figura 9 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 03 responde (SI) haciendo un 20%, y el otro 12 responde (NO) haciendo el 80%

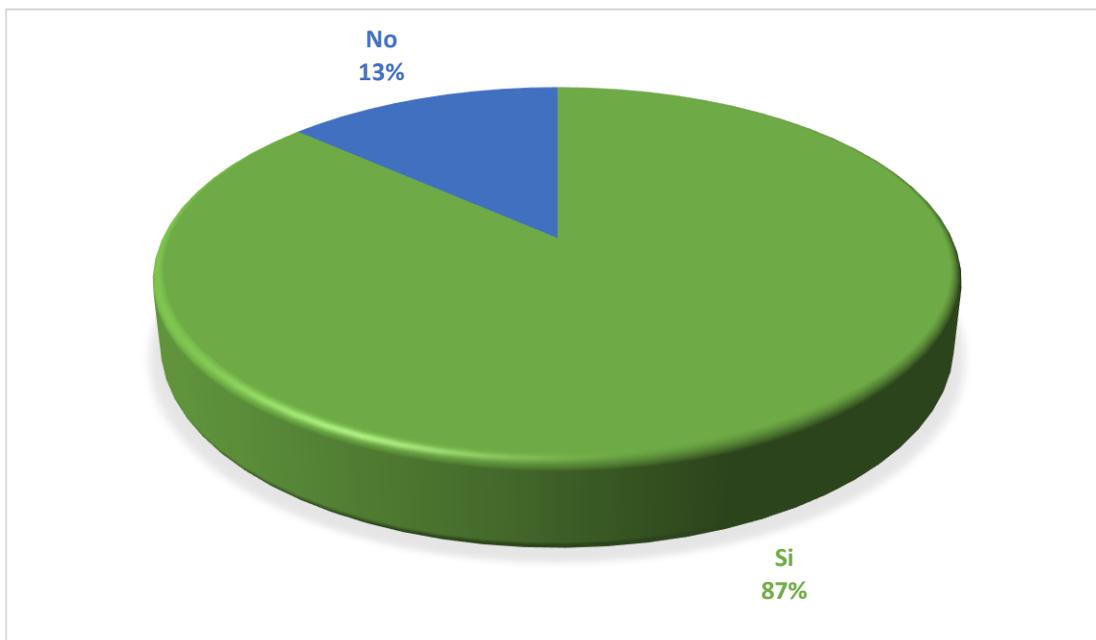


Figura 10: Ud. conoce que al no cumplir con las obligaciones tributarias incurre en multas y sanciones

Fuente: Tabla 10

Interpretación: Dentro de la Tabla 10 y la Figura 10 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 13 responde (SI) haciendo un 87%, y el otro 02 responde (NO) haciendo el 13%

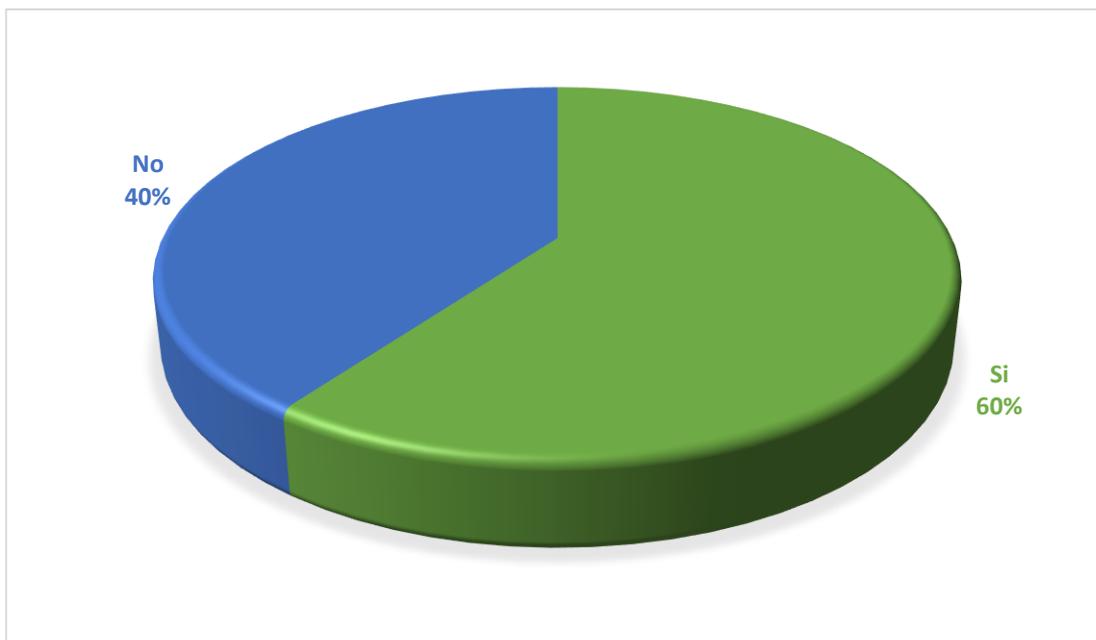


Figura 11: Sabe Ud. que al no entregar los comprobantes de pago está incurriendo a la evasión tributaria

Fuente: Tabla 11

Interpretación: Dentro de la Tabla 11 y la Figura 11 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 09 responde (SI) haciendo un 60%, y el otro 06 responde (NO) haciendo el 40%

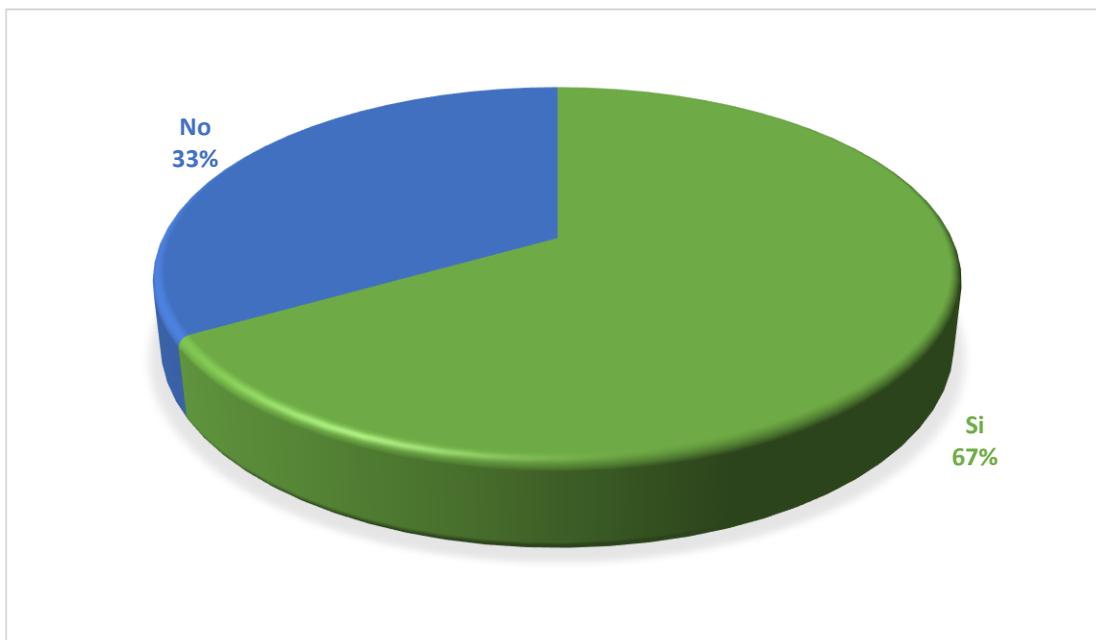


Figura 12: Ud. conoce a quien le corresponde velar por el cumplimiento del pago de los impuestos

Fuente: Tabla 12

Interpretación: Dentro de la Tabla 12 y la Figura 12 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 10 responde (SI) haciendo un 67%, y el otro 05 responde (NO) haciendo el 33%

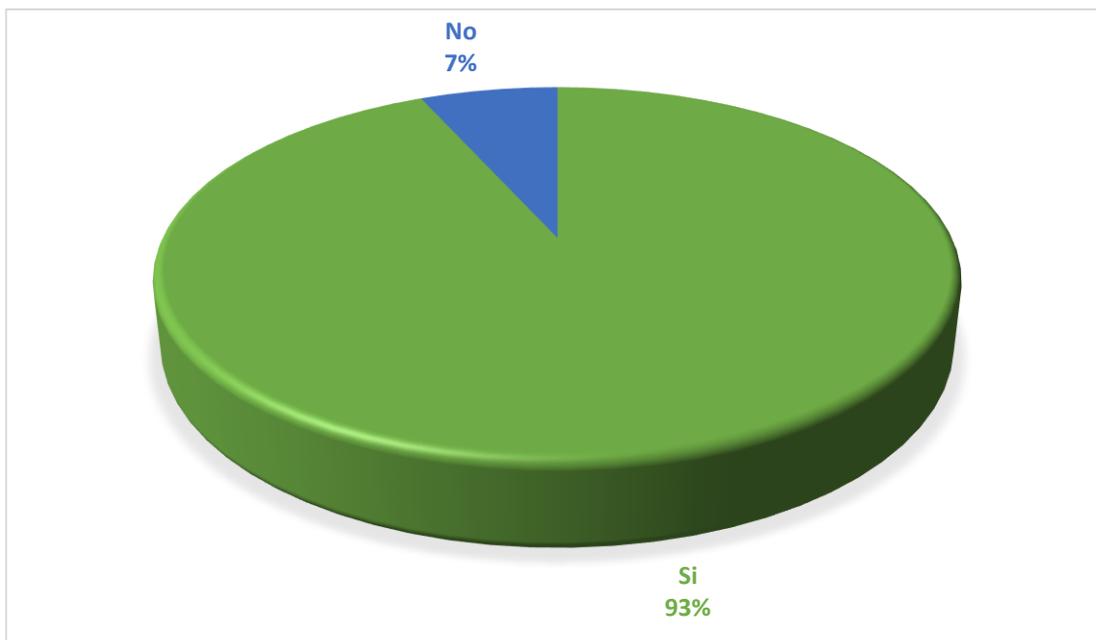


Figura 13: Ud. conoce las normas tributarias vigentes de nuestro país

Fuente: Tabla 13

Interpretación: Dentro de la Tabla 13 y la Figura 13 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 14 responde (SI) haciendo un 93%, y el otro 01 responde (NO) haciendo el 7%

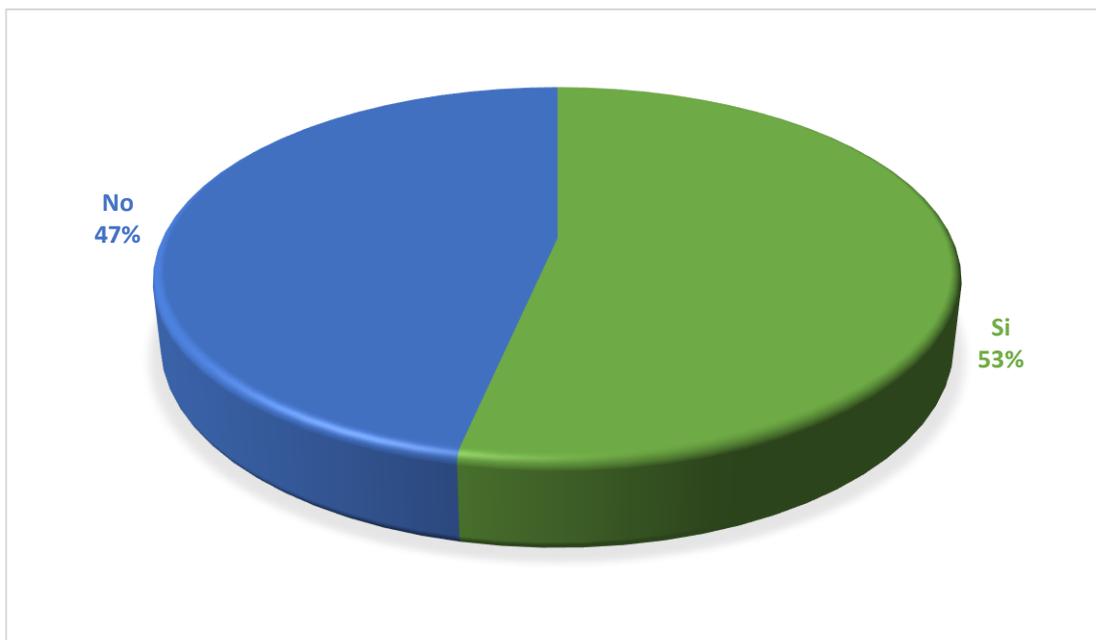


Figura 14: Sabe Ud. a qué se debe el incumplimiento del pago de los impuestos

Fuente: Tabla 14

Interpretación: Dentro de la Tabla 14 y la Figura 14 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 08 responde (SI) haciendo un 53%, y el otro 07 responde (NO) haciendo el 47%

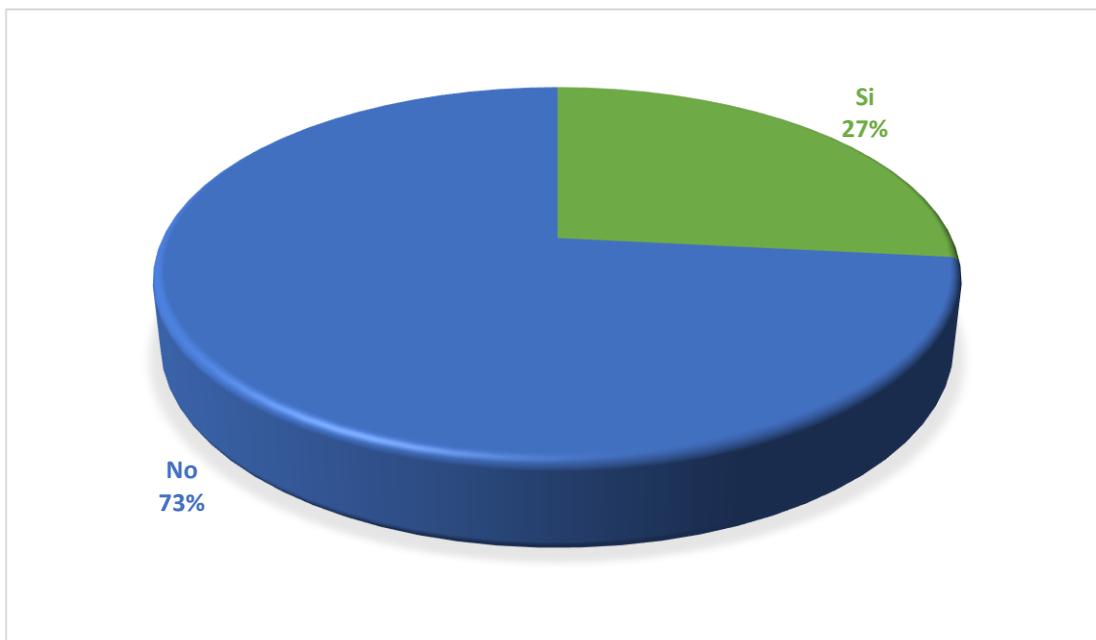


Figura 15: Ud. recibió una orientación sobre cultura tributaria por parte de la SUNAT

Fuente: Tabla 15

Interpretación: Dentro de la Tabla 15 y la Figura 15 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 04 responde (SI) haciendo un 27%, y el otro 11 responde (NO) haciendo el 73%

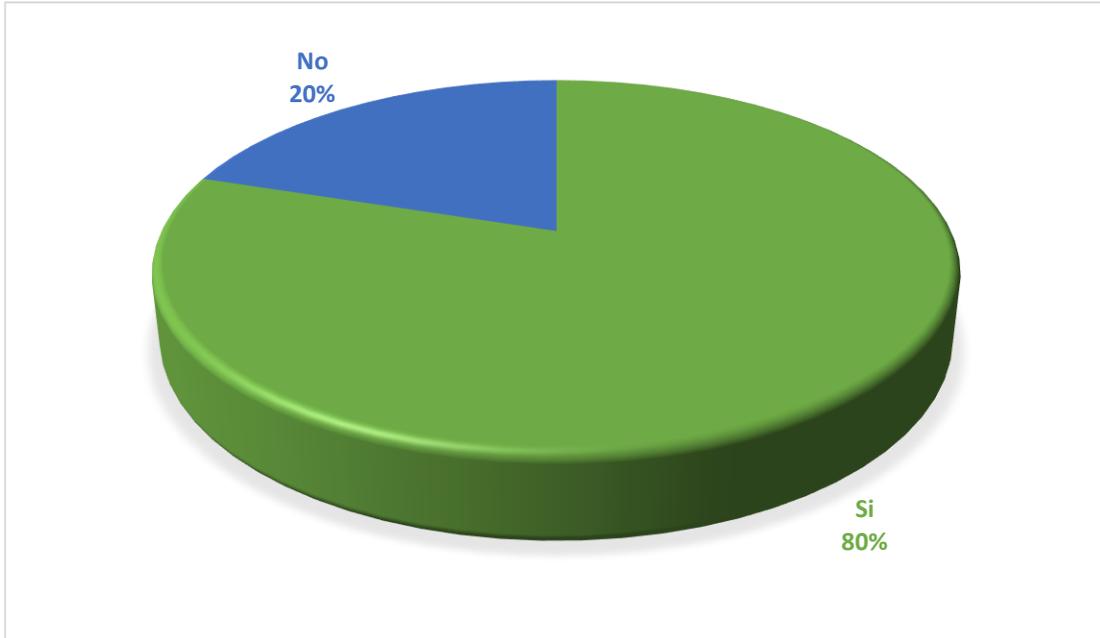


Figura 16: Ud. ha asistido a eventos de capacitación tributaria

Fuente: Tabla 16

Interpretación: Dentro de la Tabla 16 y la Figura 16 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 12 responde (SI) haciendo un 80%, y el otro 03 responde (NO) haciendo el 20%

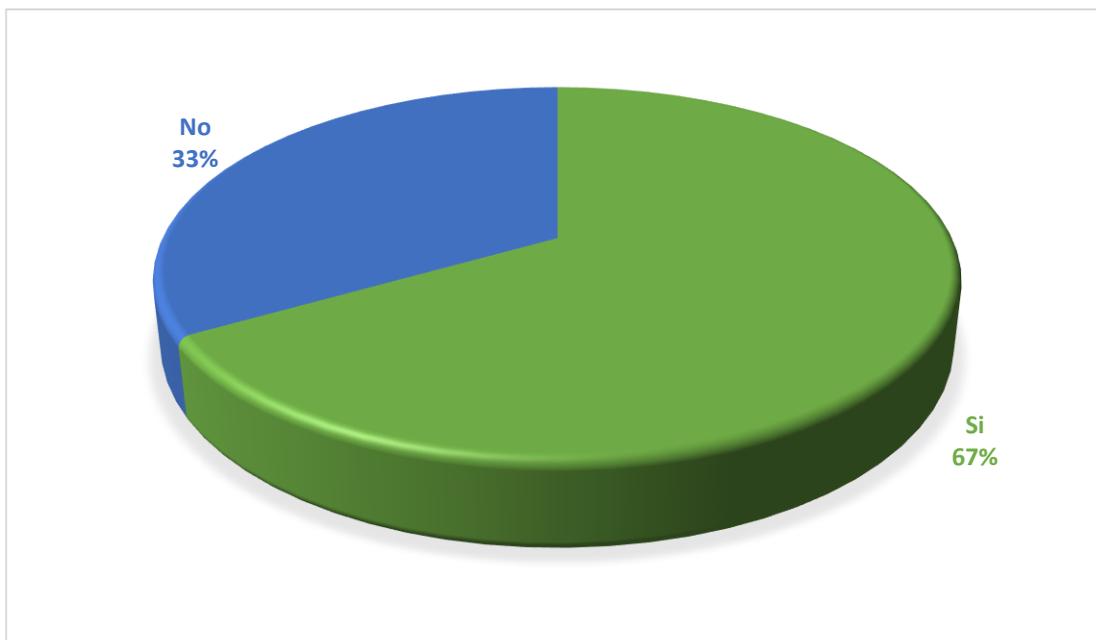


Figura 17: Ud. aceptaría mayor capacitación por parte de la SUNAT con temas relacionados de cultura tributaria

Fuente: Tabla 17

Interpretación: Dentro de la Tabla 17 y la Figura 17 podemos observar que del 100% de los encuestados que equivale a 15 comerciantes, 10 responde (SI) haciendo un 67%, y el otro 05 responde (NO) haciendo el 33%