



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN EL
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL GRAN
MERCADO POPULAR “SEÑOR DE LA SOLEDAD”,
HUARAZ - 2019**

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

**AUTORA
VELA ENRIQUE, MODESTA
ORCID: 0000-0001-6571-7094**

**ASESOR
SUAREZ SÁNCHEZ, JUAN DE DIOS
ORCID: 0000-0002-5204-7412**

**HUARAZ-PERÚ
2021**

Título de tesis

La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

Equipo de Trabajo

AUTORA

Vela Enrique, Modesta

ORCID: 0000-0001-6571-7094

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

ASESOR

Suarez Sánchez, Juan de Dios

ORCID: 0000-0002-5204-7412

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

JURADO

Espejo Chacón, Luis Fernando

ORCID: 0000-0003-3776-2490

Baila Gemín, Juan Marco

ORCID: 0000-0002-0762-4057

Yépez Pretel, Nidia Erlinda

ORCID: 0000-0001-6732-7890

Firma del jurado y asesor

Espejo Chacón, Luis Fernando
ORCID: 0000-0003-3776-2490
Presidente

Baila Gemín, Juan Marco
ORCID: 0000-0002-0762-4057
Miembro

Yépez Pretel, Nidia Erlinda
ORCID: 0000-0001-6732-7890
Miembro

Suárez Sánchez Juan de Dios
ORCID: 0000-0002-5204-7412
Asesor

Dedicatoria

A mis padres, hermanos, les dedico este presente trabajo de investigación por su apoyo incondicional tanto académico como en la vida diaria, porque la familia es lo más importante que Dios nos ha dado.

A mis compañeros y amigos, quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas y a aquellas personas que estuvieron apoyándome para poder cumplir mi sueño.

Modesta

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la vida, guiar y protegerme durante mi caminar, darme fuerzas, sabiduría y conocimientos para superar obstáculos y dificultades a largo de mi vida.

A la universidad Católica los Ángeles de Chimbote por haberme permitido formarme en ella. Finalmente, a mi asesor el Dr. Suarez Sánchez Juan de Dios por haberme dado la oportunidad de recurrir a su conocimiento y capacidad científico, así como también haberme tenido a paciencia para guiarme durante el proceso de la tesis.

A mi padre Remigio Vela y mi madre Alejandrina Enrique, que siempre me apoyaron en los momentos más difíciles con su ejemplo y sus consejos que me motivaron a seguir adelante.

Modesta

Resumen

La presente investigación busco resolver: ¿Cómo es la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento en las obligaciones tributarias de los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, ¿Huaraz – 2019?; a través del objetivo: Determinar la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, Huaraz – 2019. La metodología que se empleó fue de tipo cuantitativo, de nivel correlacional y diseño de investigación transversal – no experimental, la población y muestra de estudio comprendió 8 comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019. Los principales resultados fueron que el 75 % de encuestados comentó realizar sus declaraciones de forma voluntaria, mientras el 25% mencionó que realiza las declaraciones tributarias de su empresa por temor a las sanciones. Asimismo, que el 100% de encuestados mencionó hacer uso del cronograma de pagos de la SUNAT para poder realizar sus pagos tributarios. Finalmente se concluyó que se logró determinar que la cultura tributaria impacta favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, Huaraz – 2019; debido a que el valor crítico calculado ($X^2 = 8.04$) comprende el área de rechazo a la H_0 en el gráfico de distribución X^2 , asimismo que el conocimiento tributario de los vendedores les ayuda a poder realizar sus actividades de manera legal, sin contradecir la norma y buscando el bien común de la población y futuras generaciones.

Palabras Clave: Comerciantes, Cultura tributaria, Huaraz, Obligaciones tributarias.

Abstract

This research seeks to resolve: How is the tax culture and its impact on compliance with the tax obligations of merchants in the great popular market "Señor de la Soledad", Huaraz - 2019? through the objective: Determine the tax culture and its impact on compliance with tax obligations in the merchants of the great popular market "Señor de la Soledad", Huaraz - 2019. The methodology used was quantitative, correlational level and cross-sectional research design - non-experimental, the population and study sample comprised 8 merchants from the great popular market "Señor de la Soledad", Huaraz - 2019. The main results were that 75% of the surveys carried out made their formal statements voluntary, while 25% mentioned that they make tax returns for their company for fear of sanctions. Likewise, 100% of respondents mentioned making use of the SUNAT payment schedule to be able to make their tax payments. Finally, it was concluded that it was possible to determine that the tax culture has a favorable impact on the fulfillment of tax obligations in the merchants of the great popular market "Señor de la Soledad", Huaraz - 2019; Since the calculated critical value ($\chi^2 = 8.04$) includes the area of rejection to the H_0 in the distribution graph χ^2 , also that the tax knowledge of the sellers helps them to be able to carry out their activities of legal way, without contradicting the norm and seeking the common good of the population and future generations.

Key Words: Merchants, Tax culture, Huaraz, Tax obligations

Índice

Contenido	Página
Carátula.....	i
Título de tesis.....	ii
Equipo de Trabajo.....	iii
Firma del jurado y asesor.....	iii
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice.....	ix
Índice de tablas.....	xi
Índice de figuras.....	xii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.2. Bases teóricas.....	14
Marco teórico.....	14
Marco conceptual.....	31
III. Hipótesis.....	34
IV. Metodología.....	35
4.1 Diseño de la investigación.....	35

4.2 Población y muestra	36
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.	38
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
4.5 Plan de análisis	41
4.6 Matriz de consistencia	43
4.7 Principios éticos.....	44
V. Resultados.....	46
5.1. Resultados de la investigación.....	46
5.2. Análisis de resultados	55
VI. Conclusiones.....	74
Recomendaciones	76
Aspectos complementarios	77
Referencias bibliográficas.....	77
Anexos	84
Anexo 01: Instrumento de recolección de datos	84
Anexo 02: Figuras estadísticas	88
Anexo 03: Consentimiento informado.....	109

Índice de tablas

Contenido	Página
Tabla 1: De que manera realiza sus declaraciones tributarias	46
Tabla 2: Considera que tributar es un compromiso social.....	46
Tabla 3: Conoce usted el motivo por el cual se pagan los impuestos.....	47
Tabla 4: Conoce la importancia de ser poseer una empresa formalizada	47
Tabla 5: Conoce los temas tributarios basicos para su empresa	48
Tabla 6: Cree que las charlas de la SUNAT ayudan al cumplimiento tributario.....	48
Tabla 7: Recibió charlas referente a cultura tributaria en el colegio	49
Tabla 8: Considera importante las charlas de concientizacion tributaria	49
Tabla 9: Considera que la poblacion huaracina es consiente en la tributacion que realiza	50
Tabla 10: Está de acuerdo con la normatividad emitida por la administración tributaria	50
Tabla 11: Está de acuerdo con las tasas tributarias contempladas por la SUNAT	51
Tabla 12: La empresa está preparada economicamente para tributar	51
Tabla 13: Usted posee un Registro Unico del Contribuyente.....	52
Tabla 14: Cumple con la obligación de emitir y solicitar comprobantes	52
Tabla 15: Cumple con la obligación de declarar y pagar tributos de forma oportuna.....	53
Tabla 16: Cumple con la obligación del registro oportuno de libros contables	53
Tabla 17: Su empresa ha pagadó sanciones y/o multas tributarias.....	54
Tabla 18: Cumple con el uso del cronograma de vencimientos tributarios.....	54
Tabla 19: Cree que el planeamiento tributario ayuda al desarrollo de su negocio	55

Índice de figuras

Contenido	Página
Figura 1: De que manera realiza sus declaraciones tributarias	88
Figura 2: Considera que tributar es un compromiso social	90
Figura 3: Conoce usted el motivo por el cual se pagan los impuestos	91
Figura 4: Conoce la importancia de ser poseer una empresa formalizada.....	92
Figura 5: Conoce los temas tributarios basicos para su empresa.....	93
Figura 6: Cree que las charlas de la SUNAT ayudan al cumplimiento tributario	94
Figura 7: Recibió charlas referente a cultura tributaria en el colegio	95
Figura 8: Considera importante las charlas de concientizacion tributaria	96
Figura 9: Considera que la poblacion huaracina es consiente en la tributacion que realiza	97
Figura 10: Está de acuerdo con la normatividad emitida por la administración tributaria	98
Figura 11: Está de acuerdo con las tasas tributarias contempladas por la SUNAT.....	99
Figura 12: La empresa está preparada economicamente para tributar.....	100
Figura 13: Usted posee un Registro Unico del Contribuyente	101
Figura 14: Cumple con la obligación de emitir y solicitar comprobantes	102
Figura 15: Cumple con la obligación de declarar y pagar tributos de forma oportuna .	103
Figura 16: Cumple con la obligación del registro oportuno de libros contables	104
Figura 17: Su empresa ha pagadó sanciones y/o multas tributarias	105
Figura 18: Cumple con el uso del cronograma de vencimientos tributarios	106
Figura 19: Cree que el planeamiento tributario ayuda al desarrollo de su negocio.....	107

I. Introducción

La presente investigación, fue realizada de acuerdo al MIMI de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, que está enfocado en la línea de investigación “Auditoria, tributación, financiamiento y rentabilidad en la micro y pequeñas empresas del Perú” establecida por la RESOLUCIÓN N° 0535-2020-CU-ULADECH Católica (2020) , ante ello esta investigación se denominó: La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “señor de la soledad”, Huaraz - 2019

En el Perú únicamente el 27% de los pobladores obliga a la recepción de comprobantes de pago, y la diferencia siempre está de acuerdo con no recibirlo y aceptar la evasión tributaria. Son datos estadísticos que nos muestran que existe una falta enorme sobre culturas tributarias en el Estado peruano.

Debido a ello la presente investigación asegura cumplir el objetivo de fomentar con el compromiso del contribuyente y hacer que ejerza la obligación tributaria que genera por realizar debidas operaciones según la ley, no obstante, en cada una de las épocas de la historia peruana, se nos ha hecho una costumbre el no querer cumplir con aquella obligación, por infinidad de circunstancias entre ellos la fácil manera de evadir impuestos, el fraude estatal, los bajos ingresos, nivel de utilidad bajo, las malas costumbres, y por último y más importante la falta de cultura tributaria, que hace que la gente genere un malestar a la hora de brindar una parte de sus posesiones al fisco.

En ello nuestro estado tiene dentro de sus principales deberes el generar que la población completa viva en bienestar, en otras palabras, que sea aportada con servicios y bienes que puedan generar un mejoramiento y/o desarrollo social, para lo cual el

fisco cumple con este rol a través de la política fiscal, que viene a ser el ingreso y egreso anual fiscal.

Las estadísticas hablan y por ello la administración tributaria (SUNAT), ha propuesto diversas capacitaciones de formalización en cada uno de las áreas ya sea de comercio y la prestación de servicios. No obstante, en estas capacitaciones los mercados de abastos, han sido más vulnerables debido a la enorme incapacidad de cumplir con el pago tributario. la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “señor de la soledad”, Huaraz - 2019

La cultura tributaria ha ido consiguiendo un aspecto estratégico para las administradoras de tributos. Estados y gestiones tributarias del planeta han ido buscando opciones que se complementen y puedan apoyar al cumplimiento ciudadano de tributar, por medio de campañas, capacitación y entre otras actividades de educación tributaria. De la mano a ello las administradoras tributarias han ido transformándose en no solo entes de recaudación tributaria sino también en prestadoras de servicios para cumplir con las necesidades de la población, actividad que genera un vínculo entre fisco y ciudadanía y mayor aceptación a la vida tributaria.

De manera más específica en América latina los horizontes de recaudación tributaria desde la época del 90 hasta el 2013 aproximadamente han generado una tendencia positiva de incremento comenzando por los países de Argentina y Brasil con una recaudación por arriba de los 27% más a la época del 90 e igualmente con Brasil con porcentajes que van de la mano. Perú está ubicado en el puesto 12 en tendencia de recaudación tributaria subiendo un porcentaje desde la época del 90 que fue no mayor

al 9%, situación que muestra una recaudación si bien es cierto creciente pero no tan eficiente.

La evasión tributaria en especial refiriéndonos al IGV, según la SUNAT en el año 2008 fue de 37%. Una encuesta ejecutada por Prietica y CONFIEP dio como resultado que al menos el 70% de las empresas poseen una paciencia grande referente a los comportamientos de evasión tributaria al no realizar la exigencia de comprobantes de cancelación del IGV ya que piensan que no serán descubiertos. En otra investigación la Pontificia Universidad Católica del Perú sostuvo que al menos el 92% de su población de estudio creen que la evasión a la tributación es una infracción, pero lo toleran.

En la ciudad de Huaraz la tributación apoya a que exista desarrollo como ciudadanía, pero existe la evasiva en realizarlo por ello es una problemática por las causas anteriormente mencionadas. Lo que sucedería a corto plazo si no se inculca en las empresas una cultura tributaria para el pago de su impuesto serio, el déficit fiscal, generando ello más gastos que ingresos para el estado e impidiendo que la economía de nuestra localidad crezca, acarreando consigo, bienes y servicios públicos nefastos de los cuales la misma ciudadanía se quejaría y querría evitar. El trabajo de investigación empleara herramientas y técnicas para encontrar las deficiencias en los comerciantes del mercado popular Señor de la soledad Huaraz – 2019 en los comerciantes del Gran mercado popular de la ciudad de Huaraz, ayudando a que estas puedan ser solucionadas y logrando una mayor concientización en esta población de estudio.

En relación a lo mencionado anteriormente, el enunciado del problema a poder solucionar es el siguiente: ¿Cómo es la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “señor de la soledad”, Huaraz - 2019

Para poder dar respuesta a aquel enunciado del problema, se formuló el siguiente objetivo: Determinar la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “señor de la soledad”, Huaraz - 2019

En relación al objetivo general planteado, los objetivos específicos de la presente tesis son los siguientes:

- Describir la cultura tributaria en los comerciantes del gran mercado popular “señor de la soledad”, Huaraz – 2019
- Describir el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “señor de la soledad”, Huaraz - 2019

En el sentido teórico, la investigación se justifica debido a que por el presente escrito funcionara como un material ventajoso (antecedente, bases teóricas) para estudiantes universitarios, entidades, entre otros. Asimismo, será parte de una doctrina más de la variable de tributación en la ciudad de Huaraz.

El presente estudio se justifica en el aspecto practico debido a que es obligatorio determinar en los comerciantes del gran mercado popular “señor de la soledad”, Huaraz – 2019 asimismo, debido a tener las ganas de aportar a la sociedad, con los resultados que se obtengan se podrá recurrir a opciones de solución para su debida corrección en los puestos de cada comerciante del mercado, soluciones que

contribuirán en la mejora y ejecución de una concientización en educación tributaria en los negociantes.

Asimismo, en el aspecto metodológico, el presente estudio se justifica porque se recurrió a la elaboración de una encuesta para obtener datos numéricos y cuantitativos que permitan darle sostén al tipo de investigación, de igual manera porque se busca promover la investigación para el progreso del sector microempresario de nuestro país.

La metodología del presente estudio fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo simple y de diseño no experimental – de un solo corte; bajo el empleo de la encuesta como técnica de investigación y el cuestionario como instrumento empleado en una población y muestra de 8 comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz – 2019.

El diseño, elaborado y culminado de la investigación fue realizado con una finada de obtener el título profesional de contador público, según lo normado y propuesto en los artículos de la Nueva Ley Universitaria de nuestro país.

Como principales resultados de obtuvo que el 75 % de encuestados comentó realizar sus declaraciones de forma voluntaria, mientras el 25% mencionó que realiza las declaraciones tributarias de su empresa por la exigencia y sanciones que exige la administración tributaria en caso se incumpla, asimismo el total de encuestados sostuvo que consideran que el acto tributario es responsabilidad de toda la sociedad en general. En relación para el cumplimiento de la obligación tributaria se obtuvo un total de encuestados que mencionó contar con el número de registro único del contribuyente – RUC, el 75% también mencionó cumplir con la obligación tributarias de realizar la emisión y petición de comprobantes de pago al realizar sus movimientos, mientras que

la diferencia mencionó desconocer de ese tema, el 100% cumple con la obligación de declarar y pagar impuestos en el tiempo y condiciones establecidas por la administración tributaria de su jurisdicción, no obstante existe un punto deficiente el cual es que el 25% de ellos mencionó si cumplir con la obligación de realizar el llenado y registro de sus libros contables de acuerdo a los plazos de atraso establecidos por la norma, mientras que la diferencia (75%) mencionó que no realiza dicha acción de manera oportuna.

Finalmente, la investigación logro concluir que se determinó que la cultura tributaria impacta favorablemente para el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “señor de la soledad”, Huaraz – 2019. También se motivó que el valor critico calculado ($X^2 = 8.04$) comprende el área de rechazo a la H_0 en el gráfico de distribución X^2 , asimismo podemos afirmar que la cultura tributaria impacta de manera favorable porque al conocer los vendedores del mercado popular temas tributarios y el motivo de la tributación les ayuda a poder realizar sus actividades de manera legal, sin contradecir la norma y buscando el bien común de la población y futuras generaciones.

II.

II. Revisión de literatura.

2.1. Antecedentes

a) Antecedentes Internacionales

Andrade y Garcia (2015) en su trabajo de investigación titulado “Cultura tributaria para una mayor recaudación fiscal”; el cual tuvo por finalidad: Fomentar los valores cívicos en materia de recaudación fiscal en la comunidad de Valle de Santiago, partiendo de un diagnóstico sobre el grado de “Civismo Fiscal” a través de una encuesta realizada a una muestra de 450 personas de una población total en el municipio de 141, 058 cantidad de personal que, de acuerdo con el censo de población realizado en el 2010, es significativa y permite obtener datos relevantes. El resultado obtenido es que el grado de civismo fiscal es bajo y que en el presente trabajo se proponen acciones concretas que permitirá incrementarlo. La contribución y recaudación fiscal a través del pago de impuestos en algunas personas propietarias de pequeños negocios y para los que consumen productos y servicios en específico de la ciudad de Valle de Santiago Guanajuato, se vuelve un tema complicado por la falta del conocimiento o una cultura que nos lleve a cumplir y contribuir al beneficio de nuestra sociedad, deseando que las futuras generaciones crezcan con un civismo fiscal que genere responsabilidad tanto para contribuir como para ser prestadores de servicios.

b) Antecedentes Nacionales

Lizana (2017) en su investigación denominada “La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de obligaciones tributarias de rentas personales de la población de la región Lima, Año 2017”; el cual tuvo por objetivo principal: Determinar el impacto del desarrollo de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de tributos personales de la población de la región lima, año 2017. En cuanto a la metodología, fue una investigación no experimental, el diseño metodológico fue transaccional correlacional. La población estuvo compuesta por 122 gerentes, contadores y otras profesiones generadoras de rentas personales de la región Lima. La muestra que se empleo fue únicamente de 9. El instrumento de investigación fue una encuesta. Los principales resultados fueron que el 58% de los encuestados considerados como contribuyentes de rentas personales de la región, expresaron que el poco conocimiento sobre la información que brinda la administración tributaria. Por otro lado, un 32% señaló que desconocían sobre este tema en particular, mientras que el otro 10% de los encuestados que esto no influye. La investigación al final concluyo que es importante el que la administración tributaria empiece a hacerse sentir en su función y que comience a fiscalizar a todos los contribuyentes de forma recíproca y no solo asándose en los grandes contribuyentes para que así cada contribuyente vea las consecuencias que trae en no aportar a sus obligaciones.

Cabana (2017) en su investigación titulada “La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia, Periodo 2015”; la cual tuvo como objetivo general: Evaluar y determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria,

en la recaudación de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015. En su metodología expresó que se aplicó la técnica de análisis documental, encuesta y entrevista mediante el uso del cuestionario, elaborado con preguntas vinculadas a los indicadores de las cuatro variables. Los principales resultados de dicho análisis muestran que el 53% de comerciantes muestra muy poca cultura tributaria el cual influye negativamente en la informalidad comercial que existe y a su vez desconocen sobre el tema de tributación; en un promedio de 66% de comerciantes en el año 2015 no tienen conocimiento tributario, el desconocimiento de normas tributarias, obligaciones tributarias y deberes, hacen que el nivel de evasión sea en gran medida.

Atoche (2016) en su investigación denominada “La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-Renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015”; la cual tuvo como objetivo: Describir la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño No experimental, Transeccional, descriptivo. Aplicando la técnica de la revisión bibliográfica y documental, y como instrumento de recolección de información la entrevista, la observación directa y el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, aplicado a los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana materia de investigación. Finalmente se obtuvo como conclusión más importante: Existe un impacto negativo en el cumplimiento

de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, en el año 2015, como consecuencia de una baja cultura tributaria evidenciada por las siguientes características:

De la Cruz (2019) en su investigación denominada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco 2018”; el cual tuvo como objetivo general determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio, rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco, 2018. El estudio fue de tipo cuantitativo con un diseño de investigación correlacional - descriptivo. Se trabajó con una población muestral de 50 comerciantes del mercado modelo de Huánuco, para determinar el muestreo se utilizó el muestreo no probabilístico intencional, ya que fue por la necesidad de la investigadora. Para la prueba de hipótesis y determinar el grado de influencia se aplicó la correlación de Pearson. Los resultados demostraron que el coeficiente de correlación lineal de Pearson $r = 0,736$ lo que indica que existe una relación altamente positiva entre las variables, siendo la relación significativa ($p=0,001$), por tanto, se concluye que se verifica la hipótesis planteada que: Existe una relación positiva significativa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias.

Sebastian (2018) en su investigación denominada “Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de puno, 2018”; el cual planteo como objetivo: determinar la caracterización de la cultura

tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018. En cuanto a la metodología se trató de una investigación de tipo descriptivo, en cuanto al diseño de investigación fue transversal, prospectivo y observacional. Transversal porque se recoge información en un solo momento, prospectivo porque se utiliza un instrumento elaborado por el investigador y observacional porque no existe manipulación de la variable. La población estuvo constituida por 145 comerciantes del Mercado Central. En cuanto a la técnica, se utiliza una encuesta dirigida a la población de estudio. El análisis es estadístico a través de tablas de frecuencia. Finalmente se arribó a la siguiente conclusión: la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018, es limitada en conocimientos, participación, motivaciones y propuestas; debido a que en la mayoría de tablas sobre los conocimientos de tributo, impuesto, tipo de régimen no saben de qué se trata. Tampoco existe participación de los comerciantes para por voluntad propia ponerse de acuerdo en la importancia de pagar impuestos. Los representantes del mercado Central no tienen acuerdos por iniciativa propia para entablar convenios con la SUNAT.

Burga (2015) en la investigación: “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014”; planteó como objetivo: determinar la influencia de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014. En cuanto a la metodología, fue una investigación no experimental, el diseño metodológico fue transaccional correlacional. La población estuvo compuesta por 78 personas. El instrumento de investigación fue una encuesta. Se arribó a la siguiente conclusión:

La falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país, no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales.

Gonzales (2016) en su estudio titulado: “Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016”; el cual planteó como objetivo general: determinar el nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación fue descriptivo y el diseño fue no experimental, transversal y prospectivo. La técnica utilizada fue una encuesta con un cuestionario dirigido a treinta comerciantes del mercado. Se arribó a la siguiente conclusión: el nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco es bajo porque un 70% obtuvieron los puntajes más bajos. Se encontró que el conocimiento tributario en el mercado es bajo debido a que un 83% no ha recibido nunca capacitación por parte de SUNAT.

c) Antecedentes Regionales

Tarazona y Veliz de Villa (2016) en su tesis titulada “La Cultura tributaria en la formalización de las pymes, provincia de Pomabamba–Ancash (caso: Micro Empresa T&L S.A.C.)”; cuyo objetivo general fue: Determinar la incidencia de la cultura tributaria en la formalización de la empresa T&L S.A.C como micro empresa - en la ciudad de Pomabamba – Ancash, 2013, tuvieron como resultado de la investigación que la micro empresa T&L S.A.C. así como las demás micro empresas de la provincia de Pomabamba desconocen de los beneficios y obligaciones que tienen en la actualidad. De acuerdo a los resultados obtenidos

llegaron a la siguiente conclusión, que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy bajo por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargada ya que en dicha zona no existen; por tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización. Asimismo, el gobierno de la provincia de Pomabamba no cuenta con una política o plan de acciones correspondientes en la difusión de los temas tributarios ni en la supervisión de ellos, por el cual en su jurisdicción existe un alto índice de informalidad y es así que la empresa 18 T&L S.A.C. aún no cuenta con licencia de funcionamiento.

d) Antecedentes locales

Chavez (2017) en su investigación titulada “Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Señor de la Soledad de Huaraz, 2015”; el cual tuvo por objetivo: 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 conformada 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.

2.2. Bases teóricas

Marco teórico

Principios fundamentales de la tributación

Los principios de la tributación emergen en enfoques del fenómeno de la imposición desde diferentes ángulos: económico, jurídico, social, y administrativo. Ellos están dispuestos a servir con pautas u orientaciones, para el diseño del sistema tributario.

Los principios que guían la teoría de la tributación tienen importantes características que debe tener una política tributaria:

- El principio de la suficiencia
- El principio de la equidad
- El principio de la neutralidad
- El principio de la simplicidad

Según Ricardo (2016), en su teoría de tributación, nos señala que el principal problema de la economía política, consisten principalmente en determinar las leyes que regulan la distribución entre los propietarios de la tierra, que necesariamente son de cultivarlos y los trabajadores que cultivan. Es por ello, que el principal

problema según Ricardo es que en su época fue de riqueza, puesto que la realidad observada era para algunos enriquecimientos y para otros era empobrecimientos a veces al mismo tiempo ambos.

Asimismo, que el reparto o distribución de la riqueza es precisamente que la cuestión más susceptible de estar influida en las ideas políticas y sociales, ya que se manifiestan los intereses económicos de distintas clases sociales, es por ellos que es muy importante contribuir con los impuestos, puesto que son producto de la tierra y del trabajo en un país que está dispuesto a ser gobernado.

Teoría de la disuasión

Según Allingham y Sandmo (1972) expresan lo siguiente: siempre se ha pensado que los ciudadanos tenían temor a que se les detecte o se les sancionen para así poder pagar sus tributos, esta forma de pensar se llama teoría de disuasión, esta teoría es muy usada por los administradores tributarios, para una persona adversa al riesgo, pagar sus impuestos cuando mayor sea la probabilidad que la administración tributaria lo descubra y sancione los evasores y cuando sea mayor la penalidad que se les impongan a los evasores.

Sin embargo, los estudios que se les realiza a diferentes países muestran que la teoría tiene limitado poder explicativo y que los tradicionales métodos que se usan son una fracción de cumplimiento tributario.

Así, se ha encontrado que en países que poseen buena economía desarrollados con diferentes niveles de cumplimiento de sus obligaciones tributarias, como por ejemplo de los países nórdicos, los ciudadanos perciben que en

la realidad la administración tributaria no tiene necesidad de desplegar para detectar a los evasores (Allingham & Sandmo, 1972).

En cambio, en nuestro país tenemos bajos niveles de cumplimientos tributarios a pesar que sabemos que los niveles que nos detecten y nos sancionen son elevados.

Teoría de la necesidad social

Según Andreozzi (como se citó en Gutiérrez, 2018) nos dice que el fundamento esencial del tributo es la satisfacción que podemos tener de las necesidades sociales que estén a cargo del estado. Para poder explicar la teoría, nos dice que la necesidad del hombre en la sociedad se divide en dos clases: física y espiritualmente, la necesidad física de los hombres es: vestidos, alimentos, entre otras cosas y en lo espiritual para que puedan ser mejores personas con cultura intelectual y física para que permita en la superación personal y profesional.

Gutiérrez (2018) la sociedad tiene que satisfacer igual que el hombre en su necesidad individual al fin de poder subsistir el primero y después elevarse espiritualmente, lo cual puede lograr con recursos del estado que percibe por tributos, es decir que la sociedad tiene necesidades igual que el hombre pero esto se lleva acabo con la gran mayoría de los ciudadanos o sea que es de carácter general ya no particular así, podemos decir que la necesidades son también: alimentos, vestidos, seguridad, orden, comodidad, servicios públicos básicos, y podemos mencionar que espiritualmente tenemos: universidades, colegios, centros patrimoniales (museo), campos deportivos, etc. Incluso hay algunas leyes extras para poder beneficiar a la sociedad con programas del estado.

Las declaraciones tributarias

Al respecto el D.L. N° 953 (2004) define a la declaración tributaria como la expresión de situaciones difundidas al acreedor tributario en la manera y términos indicados por la legislación, reglamento o demás normativa de carácter tributario, el cual puede ser el cimiento para el cálculo de las obligaciones tributarias.

El tributario, a petición del contribuyente, podrá aprobar la presentación de declaraciones tributarias por medios de comunicación como el fax, transferencias electrónicas, entre otros que se señalen previamente a través de norma. Los contribuyentes deben necesariamente consignar en su declaración, los datos requeridos por la administración tributaria (D.L. N° 953, 2004).

La declaración de datos tributarios puede ser reemplazado en el periodo que se le exige presentarse. Culminado dicho tiempo dichas correcciones, deben de realizarse dentro del plazo de prescripción únicamente, posterior a ello no habrá motivo de rectificación (D.L. N° 953, 2004).

La cultura tributaria

Para Robles (como cito a León, 2006) menciona que cultura tributaria es una fortuna, para el bien de la sociedad. Debe de ser cultivada durante muchos años y décadas, por lo tanto, no se puede inventar ni suponer que se posee; es aquel capital que se crea y fortalece con el transcurrir del tiempo.

Los valores matrices, y por ende los más relevantes, en toda población son los relacionados al conocimiento y la participación ciudadana, por tanto, es sobre ellos que se deberá de diseñar y acopiar la nueva cultura en tributación, no existe otro sendero. El conocimiento es aquella información completa, la claridad, el

análisis riguroso, planeación de todos los campos posibles y la evaluación analítica de estos. Por otro lado, la participación representa que los involucrados, en otras palabras todas las personas, se empapen con parte de la definición del prototipo de desarrollo ciudadano como población, en relación a las normativas tributarias, sociales y económicas (Robles, 2006).

Por otro lado Ruiz de Castilla (2005) nos dice que: la cultura tributaria están agrupados en datos y es el conocimiento que en una determinada población que pagan los tributos, también comprende la percepción, criterio, actitudes y hábitos que se practican en relación a esta temática. En gran mayoría de los países de Latinoamérica existe un comportamiento en contra del pago de tributos, el cual es expresado por la resistencia, rechazo, elusión, evasión y otras maneras incorrectas de incumplir.

Asimismo, Valero et al. (2009) sostienen que la cultura tributaria es aquel conjunto datos y conocimiento, evaluación y actitudes frente a la tributación, involucra también al conocimiento referente al deber y obligación que los comprometen a todos los sujetos de la administración tributaria.

Valores Tributarios

- Responsabilidad

Carlos & Weffe (2015) sostienen que la responsabilidad es definida como el rol de aquella persona que, por ser vinculada con el hecho imponible tributario, le corresponderá el compromiso de declarar, pagar y sustentar documentación relacionada con los tributos que le afectan.

- **Compromiso**

Carlos & Weffe (2015) define al compromiso como aquella obligación por la cual un ciudadano se compromete al pago de los distintos tributos que le afectan.

- **Conciencia tributaria**

Solórzano (2008) sostiene que la conciencia tributaria es la motivación que conlleva al pago de impuestos, en otras palabras, las creencias y actitudes de los contribuyentes que ocasionan mayor voluntad en el pago de tributos de los contribuyentes, este valor guarda relación con los aspectos personales de cada persona.

La educación tributaria

La SUNAT (2016) sostiene que la educación tributaria tiene como finalidad estratégica motivar la mejora en cuanto a la conciencia tributaria y aduanera dentro de la población, por medio de charlas, capacitaciones y obras actividades instructivas en todo el país.

Para Burga (2015) las labores instituidas por la administración tributaria en la actualidad se enfocan en la capacitación de docentes de las distintas instituciones educativas (primaria, secundaria e inicial) en cada uno de sus departamentos. Dichas labores se enfocaron en instruir de manera gratuita, con el fin de fortificar el conocimiento tributario que poseen e inculcar a los futuros ciudadanos tributarios de nuestro país a contribuir con confianza y libertad ante sus propias necesidades futuras.

Por otro lado Canruvi (2013) hace mención que “El hogar – escuela – comunidad, es el núcleo base del Estado y del país, de lo que aprendido allí dependerá el comportamiento social en colectivo” (p. 65).

Asimismo, Burga (2015) menciona que es muy productivo a plazo largo si la capacitación de conocimientos tributarios es instituida desde los colegios públicos o privados, es decir comenzar desde los niveles inicial, nivel primario y secundaria, debido a que ello sería un relevante impulso para el estado, provocando un cimienta tributario en los ciudadanos desde temprana edad, así también se lograría que las futuras empresas contribuyan al estado de manera voluntaria, en otras palabras que los peruanos tributen adecuadamente con sus tributos a la fecha pactada en la legislación.

Objetivos de la educación tributaria

Rodrigo (2015) sostiene que la educación tributaria tiene por finalidad el traspaso de conocimientos, valores, ideas y comportamientos positivos a la responsabilidad de tributar de cada contribuyente. El fin esencial no es brindar conocimientos de carácter académicos con contenido moral, sino más enfocado hacia la responsabilidad ciudadana, ello se reflejará en las obligaciones de tributar de acuerdo a lo que busca que se cumpla la ley, poniendo enfoque en las consecuencias que generaran sobre los ciudadanos y la población.

De esa manera, la educación tributaria deberá de transformarse para poder:

- Reconocer los bienes y servicios que nos brinda el estado.
- Identificar los valores pecuniarios y el impacto a la sociedad.

- Determinar las fuentes de financiamiento de los bienes y servicios del estado, principalmente del carácter tributario.
- Determinar los deberes y las obligaciones que conllevan a la fiscalización de los bienes o servicios.
- Buscar el compromiso y respeto por la sociedad porque esta, costado por el sacrificio de todos los peruanos contando con el beneficio propio.
- Equiparar el compromiso del estado con valores sobre el cual se administra la convivencia de la sociedad y en la cultura de carácter democrático, reconociendo las obligaciones tributarias como un cumplimiento para el Estado.

En resumen, nos dice que tener educación tributaria pretende brindar a los contribuyentes de edad joven información conceptual sobre la responsabilidad tributaria que les socorran a insertarse a su función como deudores tributarios con una conciencia transparente de lo que es una conducta lógica y razonada en una población democrática (Rodrigo, 2015).

Factores de la cultura tributaria

Solórzano (2013) menciona que en el cumplimiento de la tributación no solo están comprometidos aquellos factores asociados al raciocinio económico de las personas, en otras palabras, inferir de forma que se obtenga un mayor beneficio al menor costo incurrido, ello podría tratarse de la situación en que muchos deudores tributarios dejarían de tributar quizás pagar menos sus tributos piensan que no serán descubiertos. también interceden los factores No asociados al raciocinio económico, los cuales son la concientización tributaria, la comprensión de la normatividad y los procedimientos tributarios, las ofertas de servicio, de atención, entre otros aspectos.

también, podemos determinar que el cumplimiento tributario es resultado de dos aspectos:

La voluntad de querer tributaria es aquel aspecto que se encuentra establecida, desde un aspecto, por la eficiencia de la normatividad de sujeción, el cálculo que realizan los participantes a través de lógica económica y su nivel de desacuerdo con las penalidades por actos fraudulentos. Desde otro punto de vista, la voluntad de querer tributar, es por propia conciencia de la población, que establecen pagar y empaparse con las necesidades de su sociedad y las funciones del estado en búsqueda de la mejora de los servicios de educación, salud, vías terrestres, entre otros (Solórzano, 2013).

- **Social**

Orillo (2018) menciona que el aspecto social de la cultura tributaria, guarda relación con la manera en que la sociedad conoce el fin y enfoque de los tributos que son recaudados por la administración tributaria. Es definida por tanto como aquellas normativas y reglas que son aceptados por un conjunto de ciudadanos en relación a las normativas tributarias, en ello también están involucradas los intereses, valores y comportamientos practicados por una sociedad.

- **Político**

En cada país del mundo, los sistemas tributarios determinan, en mayor o menor nivel, los beneficios, exoneraciones o inafectaciones a ciertos grupos de la sociedad. Ello puede originar incertidumbre y pérdida de motivación a los contribuyentes, al analizar que no se trata con igualdad a toda la población. Aquí

también interviene aquellas reformas tributarias que se crean con la finalidad de controlar eficientemente la contribución de los ciudadanos, sin embargo la administración desconoce y no se enfoca en la informalidad tributaria de la población (Orillo, 2018).

- **Económico**

Orillo (2018) sostiene que este factor busca el progreso de cada persona, el cual ejecuta un conjunto de operaciones dirigidas a la obtención de nuevos ingresos por medio de la comercialización de bienes o servicios, dentro de ellos se comprende los ingresos de carácter económico necesarios, los egresos correctos en todo tipo de adquisiciones, y la conservación de dinero para gastos de giro de negocio y prestación de servicio a corto o largo plazo.

Tributo

Los tributos vienen a ser prestación de bienes. Servicios u/o dinero. Están determinados como ingresos económicos que percibe el estado contribuidos por el pueblo, las cuales tienen como fines de financiar a servicios públicos y otros propósitos (DS No 135-99-EF, 2016).

Los tributos en nuestro país están dispuestos y compuestos de acuerdo a la ley del Código Tributario. Se clasifican en gravar o también imponer sobre el consumo de todos los contribuyentes, son fuentes de los ingresos económicos y también de los servicios que se presta del Estado. Se utiliza el sinónimo de cumplimiento de impuestos por tributos de la legislación europea determina como impuestos y contribuciones en un conjunto.

Clasificaciones de tributos

- **El impuesto**

Viene a ser contribuciones que pagamos por vivir nuestra sociedad No constituye como obligación ya que no es un servicio o un bien que se está adquiriendo para la sociedad. Los impuestos son considerados como tributos para su potencial recaudación y también se puede diferenciar de algunos tributos (DS No 135-99-EF, 2016).

- **Las tasas**

Son tributos que se prestan directamente es por un servicio que se brinda a un contribuyente de un Estado. La prestación se puede adquirir en efectivo o también en un servicio que no exima sus pagos y esté disponible. Las tasas tienen diferentes precios según el mandato de Ley. (DS No 135-99-EF, 2016).

- **Las contribuciones**

Son pagos que se realizan por obras públicas o prestación social estatal, que se financian únicamente del estado (DS No 135-99-EF, 2016).

Tributación

La tributación es un mecanismo que búsqueda de ingresos para el Estado, en las cuales se implementaron en diferente estado para poder satisfacer las necesidades públicas, los primeros ingresos financiero para el Estado fueron en el imperio y después de ello se hizo una costumbre come el tiempo también se reforzó aplicándose como leyes y norma de tributar. En el antiguo Roma el tributo viene de muchos años a atrás cuando recién reaparecía el hombre y brindaban ofrendas a los dioses o al alto mando a cambio de que le brinden algún beneficio.

Las obligaciones tributarias

SUNAT (2017) nos menciona que la obligación tributaria “Es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente” (p. 5).

Por ende decimos que la obligación tributaria es aquel compromiso Jurídico-social, que hay del fisco, la administración tributaria y los ciudadanos, la cual se enfoca en solventar las carencias en la prestación de servicios, especies y dinero al comprobarse la situación establecida en la legislación (Minchala & Piña, 2013).

Obligación tributaria

El vínculo obligatorio compete al cumplimiento de los tributos u impuestos empieza desde lo que publican la normativa y el cumplimiento de lo impuesto

. Al respecto el Código tributario sostiene que “La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación” (SUNAT, 2017, p. 4).

Tipos de obligaciones tributarias

- Obligaciones sustanciales

También denominada obligación primordial, la cual comprende una prestación del tipo patrimonial, que analizada desde un punto de vista doble puede ser sobredicha como un compromiso de contribuir por parte del contribuyente y recaudar por parte del Estado. Entregar en la mayoría de casos una cantidad pecuniaria, caso contrario cantidad en especies. No obstante, es puntual recalcar que el valor pecuniario es aquel compromiso que le compete al estado recaudar (Huaynapata, 2017).

Esta clase de obligación se encuentra en el artículo 28 del código tributario, el cual menciona lo siguiente:

El acreedor tributario debe de pagar su deuda tributaria, la cual está comprendida por multas, intereses y los tributos respectivos. Dentro de los intereses enmarcan:

- ✓ Los intereses son aplicados por moras del pago sobre los tiempos establecidos.
- ✓ El interés aplicado por moras sobre las multas comprendidas en el Artículo N. 181.
- ✓ Los intereses por prórroga o divisiones son pagos contemplados en el Artículo N. 36.

Los pagos tributarios deben de realizarse de acuerdo al cronograma de pagos de la SUNAT, la cual facilita a los contribuyentes conocer las fechas establecidas por la administración tributaria para la ejecución de los pagos y realizarlas de manera oportuna (Huaynapata, 2017).

- **Obligaciones formales**

Huaynapata (2017) menciona que es definida como obligaciones secundarias que viran dentro de la obligación sustancial y que nacen de la influencia entre el acreedor y el deudor sobre las obligaciones tributarias con fin de simplificar sus obligaciones. Es exacto mencionar que existen obligaciones formales para el sujeto deudor como para el sujeto acreedor (SUNAT o municipalidad).

Esta clase de obligaciones la ubicamos desde el artículo 87 hasta el 91 del código tributario. Entre las principales se encuentran:

Inscripción en el Registro Único del Contribuyente

Gutierrez (2018) afirma que este es aquel compromiso que debe de poseer el contribuyente para registrarse dentro del RUC, el cual le hace poseedor de un código de 11 dígitos, de ser persona natural este código está comprendido por el número 10 sin embargo, de tratarse una persona jurídica le competirá el número 20, a continuación, el número de DNI del titular de dicho registro y finalmente un dígito designado por la administración tributaria.

El deber le compete a todas aquellas personas naturales o sociedades legítimas, posesiones unificadas, sociedades matrimoniales, entre otros que estén ubicados o no en nuestro país.

Emisión y entrega de comprobantes de pago

El comprobante de pago es aquel documento que valida la transferencia de activos, su entrega en uso o la prestación de algún servicio. La emisión y entrega de dichos comprobantes es denominado una obligación formal del contribuyente y un derecho del usuario. Es relevante que el consumidor final solicite su recibo o comprobante, así como el vendedor de emitir y brindar dichos documentos (Gutierrez, 2018, p. 34).

Difusión de información a la administración tributaria

La administración tributaria ha empleado un programa informativo al alcance de todos los contribuyentes y sin tener ningún costo alguno dentro de ello nos hace conocer las declaraciones que son de dos clases y se pueden

elaborar en los programas. Asimismo, es presentado de acuerdo a los plazos de cada tributo de acuerdo al cronograma de pagos. Dicho calendario se obedece de acuerdo al último dígito del RUC de cada contribuyente (Gutierrez, 2018).

El llevado de registros y libros contables

Esta obligación formal cambia de acuerdo con el régimen en el que se encuentre cualquier contribuyente y entre otros aspectos, como sus ingresos netos durante periodos y/o mensuales (Gutierrez, 2018).

Clases de incumplimiento tributario

Según el D.L. N° 954 (2004), el cumplimiento tributario empieza con la desobediencia a las siguientes obligaciones: De registrarse, actualizar o confirmar el registro.

- **Incumplimiento relacionado con las obligaciones que se realizan en la inscripción de los registros de la administración tributaria (SUNAT o municipalidades).**

- La falta de inscripción en los registros del acreedor tributario, salvo aquellas situaciones donde se inscriben para la condición de poder tener algún beneficio.
- El facilitar en difundir la información, conteniendo aquella necesitada por el acreedor tributario, relacionada a los informes o información para el registro, cambio de establecimiento, actualización en los registros, no adecuada a lo que es realmente.

- No entregar información de antecedentes, cambio de su establecimiento o quizás algún dato para el registro de la administración tributaria dentro de los términos y plazos establecidos (D.L. N°953, 2004).
- **Incumplimiento relacionado con la emisión y entrega de los comprobantes de pago u otra documentación requerida.**
 - No emitir y entregar comprobantes de pago que se le requiera el cliente, a esto no se le incluye la guía de remisión.
 - Enviar bienes sin su respectivo comprobante de pago; como puede ser una guía de remisión o documentos que se realizan en este procedimiento según Ley.
 - Emplear maquinas registradores y otros medios de emisión no establecidos o autorizados por la administración tributaria para la emisión de comprobantes de pago.
 - No fundamentar la propiedad de bienes, a través de los comprobantes de pago u otra documentación establecida en la normativa (D.L. N°953, 2004).
- **Incumplimiento relacionado por los registros, libros contables, informes y documentación que se tiene que llevar obligatoriamente.**
 - La omisión del llenado de libros y registros contables requeridos por normas y leyes tributarias.
 - La omisión de rentas, patrimonio, ingresos, remuneraciones u consignarlos con montos irreales.

- Emplear comprobantes de pago inexistentes, imitados o adulterados (D.L. N°953, 2004).
- **Incumplimiento relacionado con la obligación de exhibir declaraciones y comunicaciones**
 - La falta de presentación de obligaciones que contengan el tributo a pagar dentro de los términos oportunos.
 - La presentación de más de una sola rectificatoria referente a la declaración de tributos relacionado a un mismo periodo (D.L. N°953, 2004).
- **Incumplimiento relacionado con la obligación para la fiscalización mediante la administración tributaria.**
 - No presentar registros de contabilidad, documentación u otros requeridos por el acreedor tributario.
 - Ocultar o destruir bienes, libros y registros de contabilidad que guarden relación con hechos que generen la obligación tributaria.
 - Evitar presentarse ante la administración tributaria o hacerlo dentro de los plazos acordados (D.L. N°953, 2004).
- **Infracción referente a la obligación tributaria:**
 - No consignar en las declaraciones percibidas o retenidas como: tributos, ingresos y rentes.
 - No realizar el pago a tiempo de los tributos retenidos o percibidos (D.L. N°953, 2004).

Marco conceptual

Charlas

Pérez y Merino (2014) nos mencionan que la charla es una acción de dialogar o conversar entre dos o más personas, con la finalidad de compartir experiencias, 1anécdotas.

Comerciantes

Raffino, (2019) Manifiesta que los comerciantes son negociantes que se dedican a la compra y venta de diferente mercadería como una actividad económica, de una profesión u oficio.

Comprobante de pago

Ramos, (2018) opina que los comprobantes de pago son documentos que se les otorga después de las operaciones comerciales las empresas según la actividad que realizan, después para que puedan registrar en su libro contable.

Cultura tributaria

Para Robles (como cito a León, 2006) menciona que cultura tributaria es una fortuna, para el bien de la sociedad. Debe de ser cultivada durante muchos años y décadas, por lo tanto, no se puede inventar ni suponer que se posee; es aquel capital que se crea y fortalece con el transcurrir del tiempo.

Mercado

Menferrer, (2013) El término de mercado se utilizó para designar el lugar donde compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus bienes

Obligaciones formales

Huaynapata (2017) menciona que es definida como obligaciones secundarias que viran dentro de la obligación sustancial y que nacen de la influencia entre el acreedor y el deudor sobre las obligaciones tributarias con fin de simplificar sus obligaciones. Es exacto mencionar que existen obligaciones formales para el sujeto deudor como para el sujeto acreedor (SUNAT o municipalidad).

Obligaciones sustanciales

También denominada obligación primordial, la cual comprende una prestación del tipo patrimonial, que analizada desde un punto de vista doble puede ser sobredicha como un compromiso de contribuir por parte del contribuyente y recaudar por parte del estado. Entregar en la mayoría de casos una cantidad pecuniaria, caso contrario cantidad en especies. No obstante, es puntual recalcar que el valor pecuniario es aquel compromiso que le compete al estado recaudar (Huaynapata, 2017).

Obligaciones tributarias

SUNAT (2017) nos menciona que la obligación tributaria “Es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente” (p. 5).

Registro único del contribuyente

Gutiérrez (2018) afirma que este es aquel compromiso que debe de poseer el contribuyente para registrarse dentro del RUC, el cual le hace poseedor de un código de 11 dígitos, de ser persona natural este código está comprendido por el número 10 sin embargo, de tratarse una persona jurídica le competará el número 20,

a continuación, el número de DNI del titular de dicho registro y finalmente un dígito designado por la administración tributaria.

Responsabilidad tributaria

Carlos y Weffe (2015) definen a la responsabilidad tributaria como el rol de aquella persona, que, por ser vinculada con el hecho imponible tributario, le corresponderá el compromiso de declarar, pagar y sustentar documentación relacionada con los tributos que le afectan.

III. Hipótesis

La cultura tributaria impacta favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

Tipo de investigación

- Cuantitativo

El presente estudio se aplicó bajo el enfoque de investigación cuantitativo, el cual según Herrera (2014) tiene la finalidad de adquirir conocimientos fundamentales y la elección del modelo más adecuado que nos permita conocer la realidad de manera más imparcial, debido a que se recogen y analizan los datos por medio de conceptos y variables.

Nivel de investigación de la tesis

La investigación trabajo bajo el nivel descriptivo simple, porque este estudio busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Asimismo, describió situaciones, eventos o hechos, recolectando datos sobre una serie de cuestiones y se efectúan mediciones sobre ellas, buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Estos estudios presentan correlaciones muy incipientes o poco elaboradas (Cortés & Iglesias, 2004).

Diseño de investigación

- Diseño no experimental

La investigación se aplicó bajo el diseño no experimental debido a que este proyecto no manipulará deliberadamente las variables a estudiar. Lo que

hace este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto actual, para después analizarlo. En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes (Cortés & Iglesias, 2004).

- **Transversal**

La investigación aplica este diseño porque recolecta los datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Cortés & Iglesias, 2004)

- **Correlacional**

La investigación correlacional es un tipo de estudio que tiene como propósito evaluar con la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular). Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones). Es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación (Hernandez et al., 2014).

4.2 Población y muestra

Población

Tamayo (2012) menciona que “es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación”

En el presente estudio la población estará conformada por 8 comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

Muestra

La muestra es una parte del grupo o de los individuos de una población, más al contrario la población es el total de los individuos de un grupo. En toda investigación es muy costoso el poder analizar una parte de la población que pueda estar relacionada exactamente a la variable de estudio y considerarse muestra. En este caso la finalidad de la investigación cuantitativa es consentir una muestra que represente a la población de estudio.

Cruz, Olivares y Gonzales (2014) señalan que la investigación cuantitativa tiene a manejar una clase de muestreo basado en doctrinas de “muestro probabilístico”, empleado por los investigadores por motivo del poco tiempo, desembolsos, y precisión.

En la presente investigación se empleará el muestreo no probabilístico o también de juicio, en función a la comodidad del estudiador. (pág. 108).

El presente estudio estará conformado por una muestra de 8 comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición conceptual	Categorías o Dimensiones	Indicador	Ítem
Cultura Tributaria	La cultura tributaria, se entiende como un conjunto de valores conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen. (Méndez, 2004)	Valores Tributarios	Responsabilidad	1. ¿Realiza sus declaraciones tributarias a la administración tributaria de forma voluntaria u obligatoria?
			Compromiso	2. ¿Usted considera que el tributar es un compromiso de toda la sociedad?
			Conciencia tributaria	3. ¿Conoce usted el motivo por el cual se pagan los impuestos? 4. ¿Usted conoce la importancia de ser poseer una empresa formalizada?
		Educación tributaria	Charlas tributarias	5. ¿Usted conoce temas básicos de tributación para el manejo de su empresa?
				6. ¿Considera usted que las charlas y capacitaciones impartidas por SUNAT ayudan al cumplimiento tributario?
				7. ¿Usted recibió charlas respecto a cultura tributaria en el colegio donde estudio?
				8. ¿Considera usted que se debería brindar charlas de concientización y temas

				tributarios en las IE de la localidad?
		Factores de la cultura tributaria	Social	9. ¿Considera usted que la sociedad huaracina posee un buen nivel de cultura tributaria?
			Político	10. ¿Usted está de acuerdo con la normatividad emitida por la administración tributaria? 11. ¿Usted está de acuerdo con las tasas tributarias contempladas por la administración tributaria?
			Económico	12. ¿Usted está preparado económicamente para el pago tributario al cual está sometido su empresa?
Obligaciones Tributarias	Obligación tributaria, es el vínculo jurídico en virtud del cual el estado denominado sujeto activo, exige de un deudor, denominado sujeto pasivo, el cumplimiento de una	Obligaciones Formales	Inscripción en el RUC.	13. ¿Usted cumple con la obligación de contar con un numero de RUC?
			Emitir y entregar comprobantes de pago.	14. ¿Usted cumple con la obligación de emitir y solicitar comprobantes de pago?
		Obligaciones Sustanciales	Declarar y pagar oportunamente los impuestos	15. ¿Usted cumple con la obligación de declarar y pagar oportunamente impuestos?
			Libros y registros contables	16. ¿Usted cumple con el llenado y

	prestación pecuniaria excepcionalmente en especie.” (Margain, 2000)			presentación oportuna de libros contables?
		Cumplimiento tributario	Responsabilidad en el pago de tributos por parte del contribuyente	17. ¿Su empresa ha sido sujeto de pago de sanciones y multas tributarias?
			Cronograma de pago tributario	18. ¿Usted emplea el cronograma de pagos tributarios para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?
Planeamiento tributario	19. ¿Considera usted que el planeamiento tributario mejora el desarrollo de su negocio?			

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de investigación

La encuesta

Para lograr un mayor acopio de información, se aplicó la encuesta que es una alternativa viable, ya que se basa en el diseño y aplicación de ciertas incógnitas dirigidas a obtener determinados datos (Gómez, 2012).

Instrumento de investigación

El cuestionario

Constituye una forma concreta de la técnica de observación, logrando que el investigador fije su atención en ciertos aspectos y se sujeten a determinadas condiciones. El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio (Gómez, 2012).

4.5 Plan de análisis

El procesamiento de la información recolectada fue a través del software informático Excel 2016.

Asimismo, para el análisis, elaboración y diseño de gráficos se requiere el conocimiento en básico en estadística aplicada y matemática.

Prueba de hipótesis

Como se trata de un diseño de investigación correlacional, se buscó probar la Hipótesis planteada por medio de la prueba chi – cuadrado de esta para la

proporción poblacional, la cual es definida como el análisis de una proposición cuantitativa en razón al éxito o rechazo de una hipótesis (P), por tanto, comprende la obtención de evidencias que apoyen o rechacen dicha hipótesis.

Para calcular el promedio de aplicación de clases, principios, elementos y componentes del control interno, se aplicará, la siguiente formula:

$$H_o = P \leq Z$$

$$H_1 = P > Z$$

Dónde:

H₁ = La cultura tributaria impacta favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

H₀ = La cultura tributaria impacta desfavorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

La fórmula a aplicarse será:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \left[\frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \right]$$

4.6 Matriz de consistencia

La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

Problema	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES de estudio	Metodología
<p>Enunciado del problema ¿Cómo es la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento en las obligaciones tributarias de los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, Huaraz – 2019?</p>	<p>Objetivo General Determinar la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, Huaraz – 2019.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir la cultura tributaria en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, Huaraz – 2019. - Describir el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, Huaraz – 2019. 	<p>La cultura tributaria impacta favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.</p>	<p>Variable Independiente La cultura tributaria</p> <p>Variable dependiente Cumplimiento tributario</p>	<p>Diseño de investigación No experimental – Descriptivo - correlacional</p> <p>Técnica de investigación Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario</p>

4.7 Principios éticos

En el presente estudio se aplicó los lineamientos regulados por la (Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica, 2019), a continuación se explican cada uno de ellos:

Protección a las personas

En el presente estudio se realizó con el debido protocolo de consentimiento del señor presidente afirmando con una firma y sello teniendo en cuenta los objetivos de la investigación, todo encuestado fue mayor de edad en caso de no sentirse cómodo con la encuesta tiene la libertad de no responder los resultados obtenidos estarán publicados en el repositorio de la universidad.

Beneficencia y no maleficencia

El presente estudio por ser de diseño no experimental – Transversal no busco la evaluación de posibles riesgos porque solo se realizó preguntas habituales a los participantes de la investigación.

Justicia

El presente estudio informó a los participantes de la manera en que podrán tener acceso a los resultados encontrados. Así también se trató de manera equitativa a quienes participaron en la aplicación del instrumento de investigación.

Integridad científica

La identidad de los participantes fue de manera anónima. Asimismo, se informó a los encuestados los procedimientos empleados en para el procesamiento y el análisis de la información; mencionándoles que sería almacenada en una PC y que únicamente tendrían acceso los miembros del equipo de trabajo durante 5 años

luego será borrado en su totalidad. En esta investigación no existen ningún tipo de intereses económicos, financieros, laborales o de otro tipo.

Libre participación y derecho a estar informado

Se solicitó el consentimiento de todos los participantes sujetos a investigación. Así también se recomendó que sus dudas de ellos serían solucionadas de manera oportuna.

Cuidado del medio ambiente y biodiversidad

El presente estudio por ser de diseño no experimental – Transversal no se buscó la evaluación de posibles riesgos sobre plantas, medioambiente, animales y biodiversidad.

V. Resultados

5.1. Resultados de la investigación

a) Respecto al primer objetivo específico

TABLA 1

De qué manera realiza sus declaraciones tributarias

Respuesta	Fi	Porcentaje
Voluntaria	6	75.00
Obligatoria	2	25.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 2

Considera que tributar es un compromiso social

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	8	100.00
No	0	0.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 3

Conoce usted el motivo por el cual se pagan los impuestos

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	6	75.00
No	2	25.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 4

Conoce la importancia de ser poseer una empresa formalizada

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	7	87.50
No	1	12.50
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 5*Conoce los temas tributarios básicos para su empresa*

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	4	50.00
No	4	50.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 6*Cree que las charlas de la SUNAT ayudan al cumplimiento tributario*

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	7	87.50
No	1	12.50
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 7

Recibió charlas referentes a cultura tributaria en el colegio

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	3	37.50
No	5	62.50
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 8

Considera importante las charlas de concientización tributaria

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	8	100.00
No	0	0.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 9

Considera que la población huaracina es consiente en la tributación que realiza

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	4	50.00
No	4	50.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 10

Está de acuerdo con la normatividad emitida por la administración tributaria

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	5	62.50
No	3	37.50
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 11

Está de acuerdo con las tasas tributarias contempladas por la SUNAT

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	7	87.50
No	1	12.50
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 12

La empresa está preparada económicamente para tributar

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	3	37.50
No	5	62.50
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

b) Respecto al segundo objetivo específico

TABLA 13

Usted posee un Registro Único del Contribuyente

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	8	100.00
No	0	0.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 14

Cumple con la obligación de emitir y solicitar comprobantes

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	6	75.00
No	2	25.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 15

Cumple con la obligación de declarar y pagar tributos de forma oportuna

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	8	100.00
No	0	0.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 16

Cumple con la obligación del registro oportuno de libros contables

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	2	25.00
No	6	75.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 17

Su empresa ha pagado sanciones y/o multas tributarias

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	6	75.00
No	2	25.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 18

Cumple con el uso del cronograma de vencimientos tributarios

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	8	100.00
No	0	100.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

TABLA 19

Cree que el planeamiento tributario ayuda al desarrollo de su negocio

Respuesta	Fi	Porcentaje
Si	7	87.50
No	1	12.50
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

5.2. Análisis de resultados

a) Respecto al primer objetivo específico

- Respecto a la tabla y gráfico número uno, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 75 % comentó realizar sus declaraciones de forma voluntaria, mientras el 25% mencionó que realiza las declaraciones tributarias de su empresa por la obligación que estipula la administración tributaria.

Este resultado se relaciona con el de la investigación de Chavez (2017) denominada “Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Señor de la Soledad de Huaraz, 2015.”, la cual menciona que en los comerciantes el 57.5% realiza de manera voluntaria sus declaraciones a la SUNAT y el 42.5% realiza por cumplimiento de los tributos

El acreedor tributario, a petición del contribuyente, podrá aprobar la presentación de declaraciones tributarias por medios de comunicación como el fax,

transferencias electrónicas, entre otros que se señalen previamente a través de norma. Los contribuyentes deben necesariamente consignar en su declaración, los datos requeridos por la administración tributaria (DL N° 953, 2004).

- Respecto a la tabla y gráfico número dos, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el total de ellos sostuvieron que consideran que el acto tributario es responsabilidad de toda la sociedad en general.

Por otro lado es un resultado distinto al obtenido por la investigación de Atoche (2016) denominada “La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015” el cual como resultado de los comerciantes de abarrotes se obtuvo que un 53% tienen educación para poder tributar. Además, confían en sus autoridades por que influyen mucho mientras que el 26% menciono que carecen de información y el resto 21% que están de acuerdo según el grado de instrucción.

Al respecto los autores Carlos & Weffe (2015) definen al compromiso como aquella obligación por la cual un ciudadano se compromete al pago de los distintos tributos que le afectan.

- Respecto a la tabla y gráfico número tres, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 75% mencionó conocer cuál es el motivo por el cual estos tributan, mientras que en un 25% negó la razón de la tributación o en otros casos no consideran que se esté cumpliendo con dicha finalidad.

Según Andreozzi (como se citó en Gutiérrez, 2018) nos dice que el fundamento esencial del tributo es la satisfacción que podemos tener de las

necesites sociales que estén a cargo del estado. Para poder explicar la teoría, nos dice que la necesidad del hombre en la sociedad se divide en dos clases: física y espiritualmente, la necesidad física de los hombres es: vestidos, alimentos, entre otras cosas y en lo espiritual para que puedan ser mejores personas con cultura intelectual y física para que permita en la superación personal y profesional.

- Respecto a la tabla y gráfico número cuatro, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 88% afirmó que es de mucha importancia la formalidad de las operaciones de su negocio, mientras que en un 12% mencionó que no es de mucha importancia formalizar un negocio para comenzar a realizar sus actividades.

Este resultado es distinto al obtenido por la investigación de Cabana (2017) denominada “La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucía, periodo 2015”, la cual señala según la encuesta y entrevista que se realizó se obtuvo un promedio del 89% de los comerciantes dijeron que no les alcanza para poder pagar al Estado que solo ganan para poder sobrevivir y no desean ser formales aparte de eso también la SUNAT queda muy lejos y les cuesta trasladarse y un promedio de 11% desea ser formal porque son comerciantes que aspiran a la producción nacional y la informalización les impide poder trasladar sus mercaderías.

Al respecto Solórzano (2008) sostiene que la conciencia tributaria es la motivación intrínseca que conlleva al pago de impuestos, en otras palabras las creencias y actitudes de los contribuyentes que ocasionan mayor voluntad en el

pago de tributos de los contribuyente, este valor guarda relación con los aspectos personales de cada persona.

- Respecto a la tabla y grafico número cinco, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 50% mencionó que posee un buen nivel de conocimientos en relación a temas tributarios, mientras que la otra mitad sostuvieron no poseer un buen nivel cultural en relación a temas tributarios.

Estos resultados guardan relación con la investigación de Lizana (2017) denominada “La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de obligaciones tributarias de rentas personales de la población de la región Lima, año 2017” donde resulta Importante conocer, que de acuerdo a la investigación realizada el 63% de la población específicamente en las empresas de la región Lima nos mencionaron que el principal problema es la falta de educación tributaria y carecen de información. El 21% nos menciona lo contrario. Finalmente, el 16% desconoce el tema, haciendo un total del 100%.

En función a estos resultados la SUNAT (2016) sostiene el conocimiento tributario se obtiene a través de la educación tributaria, el cual es aquella metodología tiene por objetivo estratégico motivar a la mejora a la educación tributaria y aduanera en la sociedad, por medio de charlas, capacitaciones y obras actividades instructivas en todo el país.

- Respecto a la tabla y grafico número seis, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 88% respondió que las charlas realizadas por la administración tributaria son importantes para el cumplimiento tributario, mientras que la diferencia comentó que eso no influye en las contribuciones de la ciudadanía.

Este resultado se relaciona con el de la investigación de Chavez (2017) denominada “Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Señor de la Soledad de Huaraz, 2015.”, la cual menciona en su tabla 9 y 10 que el 5% de los comerciantes poseen educación formal sobre cultura tributaria, realizados en instituciones educativas o superiores y el 95% de los comerciantes no poseen. Mientras que el 85%, ha recibido orientación o charlas informativas por parte de la SUNAT o cualquier otra institución y temas tributarios.

Al respecto Burga (2015) afirma que las labores instituidas por la administración tributaria en la actualidad se enfocan en la capacitación de docentes de las distintas instituciones educativas (primaria, secundaria e inicial) en cada uno de sus departamentos. Dichas labores se enfocaron en instruir de manera gratuita, con el fin de fortificar el conocimiento tributario que poseen e inculcar a los futuros ciudadanos tributarios de nuestro país a contribuir con confianza y libertad ante sus propias necesidades futuras.

- Respecto a la tabla y grafico número siete, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 34% mencionó haber recibido charlas de temas tributarios en la I.E en donde recibieron sus estudios, mientras que un 63% comentó no haber recibido ese tipo de capacitaciones.

Estos resultados guardan relación con la investigación del autor De la Cruz (2019) denominada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco 2018.” donde resulta que el 20% de los

comerciantes encuestados respondieron que si recibieron actividades lúdicas educativas de cultura tributaria y el 80% respondieron que no recibieron actividades lúdicas educativas de cultura tributaria.

Rodrigo (2015) sostiene que la educación tributaria tiene por finalidad el traspaso de conocimientos, valores, ideas y comportamientos positivos a la responsabilidad de tributar de cada contribuyente. El fin esencial no es brindar conocimientos de carácter académicos con contenido moral, sino más enfocado hacia la responsabilidad ciudadana, ello se reflejará en las obligaciones de tributar de acuerdo a lo que busca que se cumpla la ley, poniendo enfoque en las consecuencias que generaran sobre los ciudadanos y la población.

- Respecto a la tabla y grafico número ocho, el 100% de comerciantes del gran mercado popular mencionó que es muy importante la educación tributaria en las instituciones educativas.

Estos resultados guardan relación con la investigación del autor De la Cruz (2019) denominada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco 2018.” donde resulta que el 30% de los comerciantes encuestados respondió que si se da la implementación de cursos tributarios en los colegios y el 70% comentó que no se da la implementación de cursos tributarios en los colegios.

Las bases teóricas expresan que la educación tributaria pretende brindar un enfoque hacia los contribuyentes de edad joven, brindándoles información conceptual sobre la responsabilidad tributaria que les ayuden a insertarse a su

función como deudores tributarios con una conciencia transparente de lo que es una conducta lógica y razonada en una población democrática (Rodrigo, 2015).

- Respecto a la tabla y grafico número nueve, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, la mitad de ellos consideró que la ciudad de Huaraz posee un buen nivel de cultura tributaria, mientras que la otra mitad mencionó que no se posee un gran nivel de cultura tributaria en nuestra localidad.

Estos resultados guardan relación con la investigación del autor Nuñez, (2018) denominada “La cultura tributaria y el cumplimiento de la obligación tributaria en los comerciantes del mercado de Tocache, rubro abarrotes del distrito de Tocache, 2017” donde resulta que de las 40 personas entrevistadas el 13% comentó que es muy mala la cultura tributaria de los comerciantes, el 34% afirmó que es regular, el 40% mencionó que es buena y el 13% respondió que es buena.

La voluntad de querer tributaria es aquel aspecto que se encuentra establecida, desde un aspecto, por la eficiencia de la normatividad de sujeción, el cálculo que realizan los participantes a través de lógica económica y su nivel de desacuerdo con las penalidades por actos fraudulentos. Desde otro punto de vista, la voluntad de querer tributar, es por propia conciencia de la población, que establecen pagar y empaparse con las necesidades de su sociedad y las funciones del estado en búsqueda de la mejora de los servicios de educación, salud, vías terrestres, entre otros (Solórzano, 2013).

- Respecto a la tabla y grafico número diez, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 63% mencionó que están de acuerdo con la normatividad propuesta por la administración tributaria, mientras que en un 38%

respondió lo contrario debido a la falta de cumplimiento de algunos principios del derecho tributario.

Estos resultados guardan relación con la investigación del autor De la Cruz (2019) denominada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco 2018.” donde resulta que el 30% de los comerciantes encuestados respondió que si cumplen con las normas tributarias y el 70% respondió que no cumplen con las normas tributarias.

Solórzano (2013) menciona que en el cumplimiento de la tributación no solo están comprometidos aquellos factores asociados al raciocinio económico de las personas, en otras palabras inferir de forma que se obtenga un mayor beneficio al menor costo incurrido, ello podría tratarse de la situación en que muchos deudores tributarios dejan de tributar o pagar menos tributos cuando creen que no van a ser descubiertos, sino que también interceden factores no asociados al raciocinio económico, los cuales son la concientización tributaria, la comprensión de la normatividad y procedimientos tributarios, la oferta de servicios, de atención, entre otros aspectos.

- Respecto a la tabla y gráfico número once, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 88% de ellos comentó que están de acuerdo con las tasas emitidas por la administración tributaria, mientras que en un número menor del 12% mencionó que estas tasas son de preferencia muy elevadas.

La clase de obligación sustancial se encuentra en el artículo 28 del código tributario, el cual menciona lo siguiente:

El acreedor tributario requerirá el pago de la deuda tributaria, la cual está comprendida por el tributo, las multas y los intereses respectivos. Dentro de los intereses enmarcan:

El interés aplicado por moras del pago sobre los tiempos establecidos.

El interés aplicado por moras sobre las multas comprendidas en el artículo 181.

El interés por prórroga y/o división del pago contemplado en el artículo 36.

- Respecto a la tabla y gráfico número doce, denominada “Preparación económica ante pago tributario”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 34% de los encuestados afirmó sentirse preparados ante los pagos tributarios que les toca pagar en el correspondiente periodo, mientras que la diferencia mencionó lo contrario.

Estos resultados guardan relación con la investigación del autor De la Cruz (2019) denominada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco 2018.” donde resulta que el 20% de los comerciantes encuestados manifestó que existe cierto nivel de retraso en el pago de sus tributos y el 80% respondió no considerar que exista nivel de retraso en el pago de sus declaraciones tributarias.

Ante los resultados anteriormente mencionados se establece como propuesta de conclusión que los comerciantes del mercado popular de Huaraz, en su mayoría realizan la declaración tributaria de sus impuestos, no obstante, hay un porcentaje el cual siente realizarlo por obligación. Asimismo, consideran que la tributación es de

obligación general a la población y los fines para los cuales son diseñados, sin embargo, son pocos los comerciantes que poseen niveles de conocimientos altos en relación a temas tributarios básicos.

b) Respecto al segundo objetivo específico

- Respecto a la tabla y gráfico número trece, denominada “Comerciantes con RUC”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el total de ellos mencionó contar con un número de registro único del contribuyente - RUC.

Este resultado es distinto al obtenido por la investigación de Cabana (2017) denominada “La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia, periodo 2015”, la cual señala según la encuesta y entrevista que se realizó se obtuvo un promedio de 73% encuestados que no están registrado con RUC debido a que no saben ni tienen conocimiento acerca del Régimen Único del Contribuyente esto debido a que no tiene información tributaria. y en un promedio de 27% afirman que está registrado con RUC debido a que si conocen y saben para qué es el Registro Único del Contribuyente nos mencionaron según nuestra entrevista que sirve para hacer la declaración y el pago de sus respectivas cuotas mensuales (RUS) que aportan al estado peruano.

Al respecto Gutierrez (2018) afirma que este es aquel compromiso que debe de poseer el contribuyente para registrarse dentro del RUC, el cual le hace poseedor de un código de 11 dígitos, de ser persona natural este código está comprendido por el número 10, sin embargo de tratarse una persona jurídica le competará el número

20, a continuación el número de DNI del titular de dicho registro y finalmente un dígito designado por la administración tributaria.

- Respecto a la tabla y gráfico número catorce, denominada “Obligación de emitir y solicitar comprobantes”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 75% de ellos mencionó si cumplir con la obligación de realizar la emisión y petición de comprobantes de pago al realizar sus movimientos, mientras que la diferencia mencionó desconocer de ese tema.

Estos resultados guardan relación con la investigación del autor De la Cruz (2019) denominada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco 2018” donde resulta que el 86% de los comerciantes encuestados respondió que si es frecuente la emisión de comprobantes de pago y el 14% respondió que no es frecuente la emisión de comprobantes de pago.

Por otro lado la investigación de Atoche (2016) denominada “La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015” obtuvo como resultado que el 58% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana emite comprobantes de pago solo cuando el cliente le solicita, 26% indicó que si entrega comprobantes de pago y el 16% manifestó no emitir comprobantes de pago.

El comprobante de pago es aquel documento que valida la transferencia de activos, su entrega en uso o la prestación de algún servicio. La emisión y entrega de

dichos comprobantes es denominada una obligación formal del contribuyente y un derecho del usuario. Es relevante que el consumidor final solicite su recibo o comprobante, así como el vendedor de emitir y brindar dichos documentos (Gutierrez, 2018, p. 34).

- Respecto a la tabla y gráfico número quince, denominada “Obligación de declarar y pagar impuestos”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el total de los encuestados señaló si cumplir con la obligación de declarar y pagar impuestos en el tiempo y condiciones establecidas por la administración tributaria de su jurisdicción.

Estos resultados guardan relación con la investigación de Atoche (2016) denominada “La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV - renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015” la cual obtuvo como resultado que el 63% de los comerciantes minoristas en estudio, indicó que no declara y paga sus tributos dentro de plazo establecido según su cronograma de vencimientos, mientras que un 37% indica que si cumple con sus obligaciones tributarias dentro del plazo establecido por la administración tributaria.

El incumplimiento de esta obligación está relacionado con aquel deber de exhibir declaraciones y comunicaciones y comprende los siguientes aspectos.

La falta de presentación de obligaciones que contengan el tributo a pagar dentro de los términos oportunos.

La presentación de más de una sola rectificatoria referente a la declaración de tributos relacionado a un mismo periodo (D.L. N°953, 2004).

- Respecto a la tabla y gráfico número dieciséis, denominada “Obligación de llenar y presentar libros contables”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 25% de ellos mencionó si cumplir con la obligación de realizar el llenado y registro de sus libros contables de acuerdo a los plazos de atraso establecidos por la norma, mientras que la diferencia mencionó que no realiza dicha acción.

Este resultado se relaciona con el de la investigación de Chavez (2017) denominada “Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Señor de la Soledad de Huaraz, 2015.”, la cual menciona en su tabla 17 y 18 que del 100%, el 97.5% respondió cumplir con presentar sus declaraciones de pago mensualmente y el 2.5% manifestó lo contrario. Además, el 77.5% dijo cumplir con realizar la actualización de sus datos ante la SUNAT cuando se da el caso, por el contrario, el 22.5 no cumplen.

El incumplimiento de esta obligación está relacionado con aquel deber de llevar registro y/o libros contables con informes y otra documentación. Este comprende los siguientes aspectos:

La omisión del llenado de libros contables u otros libros y/o registros requeridos por las normas o leyes tributarias.

La omisión de rentas, patrimonio, ingresos, remuneraciones u consignarlos con montos irreales.

Emplear comprobantes de pago inexistentes, imitados o adulterados (D.L. N°953, 2004).

- Respecto a la tabla y gráfico número diecisiete, denominada “Responsabilidad ante obligaciones tributarias”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 75% de ellos mencionó considerarse responsable con sus obligaciones tributarias, mientras que el 25% de los encuestados mencionó desconocer de ello.

Estos resultados guardan relación con la investigación del autor De la Cruz (2019) denominada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco 2018” donde resulta que el 90% de los comerciantes encuestados respondió que si cree de la responsabilidad del contribuyente con el pago de sus tributos y el 10% respondió que no cree de la responsabilidad del contribuyente con el pago de sus tributos.

Al respecto Minchala & Piña (2013) señalan que la obligación tributaria es aquel vínculo jurídico – social, que hay entre el fisco, la administración tributaria y los ciudadanos, la cual se enfoca en solventar las carencias en la prestación de servicios, especies y dinero al comprobarse la situación establecida en la legislación.

- Respecto a la tabla y gráfico número dieciocho, denominada “Aplicación del cronograma de pagos tributarios”, el 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados mencionó hacer uso del cronograma de pagos de la SUNAT para poder realizar sus pagos tributarios.

Estos resultados guardan relación con la investigación del autor De la Cruz (2019) denominada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las

obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco 2018.” donde resulta que el 78% de los comerciantes encuestados respondió que si conoce el cronogramas para realizar el pago de sus tributos y el 22% respondió que no conocen el cronograma de pagos de los tributos que le competen.

Los pagos tributarios deben de realizarse de acuerdo al cronograma de pagos de la SUNAT, la cual facilita a los contribuyentes conocer las fechas establecidas por la administración tributaria para la ejecución de los pagos y realizarlas de manera oportuna (Huaynapata, 2017).

- Respecto a la tabla y grafico número diecinueve, denominada “Planeamiento tributario”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 87% considera que el planeamiento tributario ayuda a su negocio al desarrollo rentable y económico, el 12% mencionó que no le beneficia en ningún sentido.

Ante los resultados anteriormente mencionados se establece como propuesta de conclusión que los comerciantes del mercado popular de Huaraz cuentan con un registro único del contribuyente, buscan realizar oportunamente la declaración y pago de los impuestos a los cuales están sujetos a través del cronograma de pagos tributarios diseñado por la administración tributaria, no obstante puntos deficientes que se pudo encontrar es que no cumplen con la obligación del llenado oportuno de los libros y registros contables.

c) Aplicación de prueba de hipótesis

En relación a los resultados recolectados por los comerciantes del gran mercado popular encuestados, se pudo hallar la media aritmética en relación a las alternativas y trasladar dicha información referente a las dos variables (independiente e independiente). A continuación, se muestran dichos datos:

Cumplimiento de obligaciones tributarias	Cultura tributaria		TOTAL
	Si	No	
Si	6	1	7
No	1	7	8
TOTAL	7	8	15

1. Definición de hipótesis a probar

H1 = La cultura tributaria impacta favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

H0 = La cultura tributaria impacta desfavorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

2. Nivel de significancia

$$\alpha = 0,01$$

3. Cálculo de los grados de libertad (gl) para la prueba (r = # filas, c = #columnas)

$$gl = (r - 1)(c - 1)$$

$$gl = (2 - 1)(2 - 1)$$

$$gl = (1)(1)$$

$$gl = 1$$

4. Cálculo del valor crítico (rechazo) de la H_0 para la distribución X^2

Con los valores hallados de nivel de significancia y grados de libertad, se ubica en una tabla de distribución de probabilidad chi – cuadrado su valor crítico, en nuestro caso con los valores de $gl = 2$ y $\alpha = 0,05$, siendo el valor crítico el 6.63

5. Cálculo del valor para el estadístico de contraste

Ya que se posee los datos de los valores observados en el primer cuadro. Los valores esperados en cada celda se calculan como el producto aritmético entre sus valores marginales (color gris) dividido por el total de observaciones, de la siguiente manera:

Cumplimiento de obligaciones tributarias	Cultura tributaria		Cultura tributaria	
	Si	No	Si	No
Si	$7 * 7/15$	$7 * 8/15$	3.266666667	3.733333333
No	$7 * 8/15$	$8 * 8/15$	3.733333333	4.266666667

6. Cálculo de chi – cuadrado

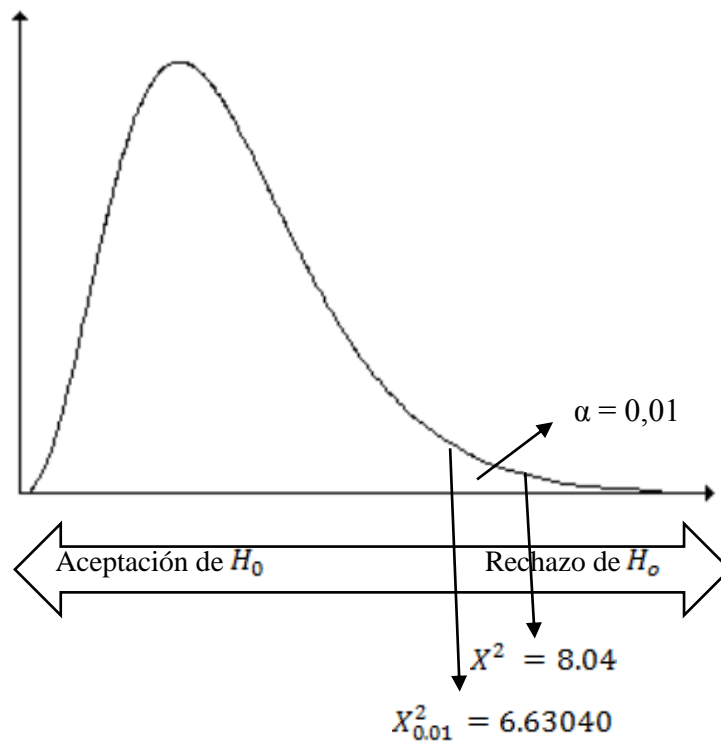
$$X^2 = \sum_{i=1}^k \left[\frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \right]$$

$$X_{2;0.01}^2 = \left(\frac{(6 - 3.27)^2}{3.27} \right) + \left(\frac{(1 - 3.73)^2}{3.73} \right) + \left(\frac{(1 - 3.73)^2}{3.73} \right) + \left(\frac{(7 - 4.27)^2}{4.27} \right)$$

$$X_{2;0.01}^2 = 2.29 + 2.00 + 2.00 + 1.75$$

$$X_{2;0.01}^2 = 8.040$$

7. Regla de decisión



Como el valor hallado de X^2 es de 8.040 y también calculamos el punto crítico para la distribución X^2 con un α de 0,01 y un gl igual a 2, el cual dio como resultado

6.63. Podemos concluir que nuestro valor del estadístico de prueba está dentro de la zona de rechazo de la hipótesis nula, por ende, se acepta la hipótesis que: La cultura tributaria impacta favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.

VI. Conclusiones

6.1. Respecto al objetivo general

- Se logró determinar que la cultura tributaria impacta favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, Huaraz – 2019; por motivo de que el valor crítico calculado ($X^2 = 8.04$) comprende el área de rechazo a la H_0 en el gráfico de distribución X^2 , asimismo podemos afirmar que la cultura tributaria impacta de manera favorable por que al conocer los vendedores del mercado popular temas tributarios y el motivo de la tributación les ayuda a poder realizar sus actividades de manera legal, sin contradecir la norma y buscando el bien común de la población y futuras generaciones.

6.2. Respecto al primer objetivo específico

- Se describe a la cultura tributaria de los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad” haciendo mención que en su gran mayoría los vendedores realizan sus declaraciones de manera voluntaria, asimismo que estos conocen la razón por la cual tributan y consideran que es de mucha importancia que formalicen sus negocios para poder tributar por medio de las actividades económicas que realizan. Además, se describe en ellos, que son conocedores de temas tributarios básicos, no obstante, existen vendedores que no lo conocen y que piensan que la informalidad es un medio para poder obtener mayor lucro; asimismo los vendedores del mercado popular “Señor de la soledad” consideran importante las charlas tributarias realizadas por la SUNAT, sin embargo, el conocimiento tributario que

poseen es por motivo de las experiencias que vive constantemente su negocio. Entre otras características de la cultura tributaria en estos vendedores se recalca que no están en controversia con las normas tributarias, no obstante, opinan que las tasas de los impuestos en muchos casos son exageradas, por lo cual no se sienten preparados para poder pagarla dentro de los plazos que establece la administración tributaria.

6.3. Respecto al segundo objetivo específico

- Se describe el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, Huaraz – 2019, haciendo mención que estos contribuyentes en su totalidad poseen su RUC – Registro Único del Contribuyente, asimismo en su mayoría buscan cumplir con la obligación de emitir comprobantes de pago al comercializar, sin embargo, muchas veces no tienen en cuenta el solicitar dicha documentación al adquirir algún bien o servicio. Se describe también que los vendedores del mercado popular “Señor de la soledad” declaran y pagan impuestos oportunamente, por ende, son responsables sobre los tributos que les corresponde pagar al fisco; otro aspecto relevante es que conocen y acatan lo establecido en el cronograma de pagos tributarios de la SUNAT, para la declaración de impuestos como IGV, IR, entre otros. Sin embargo, un aspecto negativo es el retraso en el llenado y registro de los libros de contabilidad que su empresa posee, por ende, podría causar infracciones tributarias y multas a largo plazo.

-

Recomendaciones

- Se recomienda a los vendedores del mercado popular “Señor de la soledad” informarse y actualizarse en relación a temas tributarios y apoyos económicos que brinde el estado para su progreso y continuidad de las micro y pequeñas empresas, muchas veces por la falta de indagar en dichos ámbitos se pierden grandes oportunidades para ellos y se quedan con capital sin movimiento y que no genere rentabilidad a largo plazo.
- Se recomienda a los vendedores hacer convenios con universidades estatales o privadas, para que los alumnos de la carrera de contabilidad realicen proyectos de proyección – social a través de orientaciones dirigidas a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, para que conozcan cuales son las ventajas de formalizarse también para que tengan conocimiento de sus obligaciones, asimismo buscar enfocarse en los seminarios y charlas tributarias que brinda la SUNAT para microempresarios, apoyo que les ayudaría a la gestión y desarrollo de sus empresas.
- Se recomienda a los vendedores cumplir con la obligación tributaria de solicitar comprobantes de pago al adquirir bienes o servicios, situación que generara un crédito fiscal para el pago futuro de impuestos como el IGV o IR, asimismo que realicen el llenado adecuado y oportuno de los libros y registros contables, ambas obligaciones evitara que no se incurra en cometer actos en contra de la ley y no ser multados, afectando la capacidad económica de la empresa y su continuidad en el mercado.

Aspectos complementarios

Referencias bibliográficas

Allingham, M., & Sandmo, A. (1972). *Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis*.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v78n312/2448-718X-ete-78-312-00841.pdf>

Andrade, M., & Garcia, L. (2015). *Cultura Tributaria para una mayor recaudación fiscal*.

Atoche, R. (2016). *La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales del IGV - Renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015* [ULADECH].

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1089/CULTURA_TRIBUTARIA_CUMPLIMIENTO_DE_LAS_OBLIGACIONES_TRIBUTARIAS_ATOCHE_REYES_ROSA_MARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Burga Argandoña, M. E. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014*.

Cabana, R. (2017). *La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia, Periodo 2015*.

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4186/Cabana_Huarilloclla_Reyna.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Canruvi, P. (2013). *La cultura tributaria y su incidencia en la reducción de la evasión de impuestos en el gobierno central*.

http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2375/canruvi_peggy.pdf?sequence=1

Carlos, E., & Weffe, H. (2015). *Revista de derecho tributario*.

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/La_Responsabilidad_Tributaria.pdf

Chavez, 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*.

Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*.

http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf

D.L. N°953. (2004). *Modificacion de articulos del DECRETO SUPREMO N° 135-99-EF*. http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3_per_dl953.pdf

De la Cruz, V. (2019). *La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del sector comercio rubro abarrotes del mercado modelo de Huánuco 2018*.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13596/CULTURA_TRIBUTARIA_DE_LA_CRUZ_ADRIAN_VANESSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Texto Único Ordenado del Código Tributario DECRETO SUPREMO N° 135-99-EF EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA CONSIDERANDO, (2016) (testimony of DECRETO SUPREMO N° 135-99-EF).

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/C060F08BE0E64954052578F60079C2A3/\\$FILE/DECRETO_SUPREMO_135_99_EF_Texto_Único_Ordenado_Código_Tributario.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/C060F08BE0E64954052578F60079C2A3/$FILE/DECRETO_SUPREMO_135_99_EF_Texto_Único_Ordenado_Código_Tributario.pdf)

Gomez, S. (2012). *Metodología de la investigación*.

http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf

Gonzales, K. (2016). *Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016* [Universidad Cesar Vallejo].

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/351/gonzales_ak.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gutierrez, H. (2018). *Cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los*

comerciantes del mercado “Virgen de Fatima” Rubro Bazar de Huaraz año 2017.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4838/CULTURA_TRIBUTARIA_COMERCIANES_GUTIERREZ_CASTILLO_HECTOR_RAUL.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Gutiérrez, M. (2018). *Entre la seguridad jurídica y la seguridad humana el principio de solidaridad, su fundamentación desde los derechos humanos.*

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/12/5615/17.pdf>

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodologia de la investigacion.*

www.elosopanda.com%7Cjamespoetrodriguez.com

Herrera, J. (2014). *Investigacion cuantitativa.*

<https://juanherrera.files.wordpress.com/2008/11/investigacion-cuantitativa.pdf>

Huaynapata, V. (2017). *Conocimiento de las normas tributarias y su influencia en la formalización de los comerciantes del mercadillo Tupa Amaru I de la Ciudad de Tacna. Año 2015* . <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/256/1/Huaynapata-Huallpa-Verónica-Maribel.pdf>

Lizana, K. (2017). *La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de obligaciones tributarias de rentas personales de la población de la región Lima, Año 2017*.
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3099/lizana_rkl.pdf;jsessionid=CD44D26B1DE5C5875487F82A1499CAD7?sequence=1

Menferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. <https://doi.org/10.6035/Sapientia74>

Minchala, T., & Piña, V. (2013). *Perfil socioeconómico del contribuyente cuencano sujeto al control de servicio de rentas internas en sus obligaciones tributarias en el periodo 2010 -2011*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4264/1/UPS-CT002607.pdf>

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* [ULADECH].
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6235/CULTURA_T_RUBUTARIA_OBLIGACION_NUNEZ_SAMAME_NILDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Orillo, E. (2018). *Factores económicos, culturales y técnicos normativos que determinan la evasión tributaria de las MYPES del sector comercial de la ciudad de Cajamarca, 2017*.
[http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2774/Factores económicos%20culturales y técnicos normativos que determinan la evasión tributaria de las.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2774/Factores%20econ%C3%B3micos%20culturales%20y%20t%C3%A9cnicos%20normativos%20que%20determinan%20la%20evasi%C3%B3n%20tributaria%20de%20las%20MYPES%20del%20sector%20comercial%20de%20la%20ciudad%20de%20Cajamarca%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pérez, J., & Merino, M. (2014). *Definición de charla* .
- Raffino, M. (2019). *Comerciante* .
- Ramos, N. (2018). *Comprobantes de pago* .
Capítulo Comprobantes de pago - Contabilidad y documentación comercial del curso Contabilidad y documentación comercial
- Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica. (2019). *Código de ética para la investigación. Version 002*.
<https://uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Ricardo, D. (2016). *Principios de economía política y tributación*.
[http://www.ehu.es/Jarriola/Docencia/EcoInt/Lecturas/David Ricardo_Principios_VII_Comercio exterior.pdf](http://www.ehu.es/Jarriola/Docencia/EcoInt/Lecturas/David_Ricardo_Principios_VII_Comercio_exterior.pdf)
- Robles, C. (2006). *Ética y Cultura Tributaria en el Contribuyente*. In *Daena: International Journal of Good Conscience* (Vol. 5, Issue 1).
[http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)58-73.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)58-73.pdf)

- Rodrigo, L. (2015). La educación tributaria como medida para incrementar la recaudación fiscal en la ciudad de Chota, 2013. *Universidad de Cajamarca*, 3(3–24), 1–144. <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/712>
- Ruiz de Castilla, F. (2005). La Obligación Tributaria y los Deberes Administrativos. *Derecho & Sociedad*, 0(24), 78–82. [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/16932-Texto del artículo-67255-1-10-20170424.pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/16932-Texto%20del%20art%C3%ADculo-67255-1-10-20170424.pdf)
- Sebastian, T. (2018). *Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de puno, 2018* [ULADECH]. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2612/CULTURA_TIBUTARIA_TORRES_APAZA_SEBASTIAN_OSCAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Solórzano, D. (2008). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- Solórzano, D. (2013). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- SUNAT. (2016). *Semana de la educación tributaria y lucha contra el contrabando*. <https://cultura.sunat.gob.pe/semana-educacion-tributaria>

SUNAT. (2017). *La obligacion tributaria*.

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro1/libro.htm>.

Tarazona, I., & Veliz de Villa, S. (2016). *La Cultura tributaria en la formalización de las pymes, provincia de Pomabamba–Ancash (caso: Micro Empresa T&L S.A.C.)*.

RESOLUCIÓN N° 0535-2020-CU-ULADECH Católica, (2020) (testimony of

ULADECH Católica). [https://investigacion.uladech.edu.pe/wp-](https://investigacion.uladech.edu.pe/wp-content/uploads/2020/08/lineas_de_investigacion_institucional_2020.pdf)

[content/uploads/2020/08/lineas_de_investigacion_institucional_2020.pdf](https://investigacion.uladech.edu.pe/wp-content/uploads/2020/08/lineas_de_investigacion_institucional_2020.pdf)

Valero, M., Ramirez, T., & Moreno, F. (2009). Etica y Cultura Tributaria en el

Contribuyente. In *Daena: International Journal of Good Conscience* (Vol. 5, Issue

1). [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)58-73.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)58-73.pdf)

Anexos

Anexo 01: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Encuesta a realizar a los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”,
Huaraz - 2019.

Nota: Toda la información que usted pueda brindar será utilizado para fines estrictamente académicos, de investigación. Le agradecerá de ante mano por la información que me brindará, para llevar a cabo el proyecto de tesis titulada: **La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la Soledad”, Huaraz - 2019.**

Instrucción: El cuestionario estructurado tiene como objetivo: Describir la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del gran mercado popular “Señor de la soledad”, Huaraz – 2019.

Con este motivo se solicita se sirva responder a las interrogantes que a continuación se presentan, marcando con un aspa (X) la respuesta que Ud. considera correcta.

Encuestadora: Vela Enrique, Modesta.

1. ¿Realiza sus declaraciones tributarias
a la administración tributaria de forma voluntaria u obligatoria?
SI () NO ()

2. ¿Usted considera que el tributar es
un compromiso de toda la sociedad?
SI () NO ()

3. ¿Conoce usted el motivo por el cual
se pagan los impuestos?
SI () NO ()

4. ¿Usted es consciente como
contribuyente el ser una empresa formal ante la SUNAT?
SI () NO ()

5. ¿En relación a temas tributarios
usted posee un buen nivel de conocimiento?
SI () NO ()

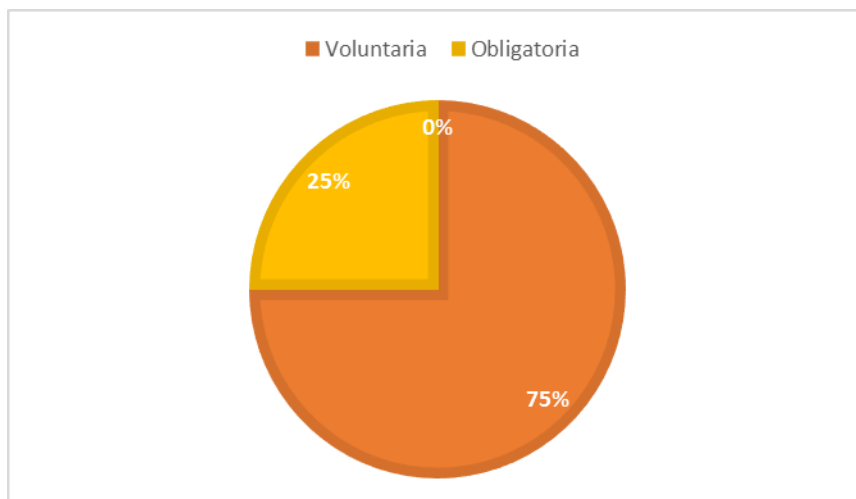
6. ¿Considera usted que las charlas y
capacitaciones impartidas por SUNAT ayudan al cumplimiento tributario?
SI () NO ()

7. ¿Usted recibió charlas respecto a
temas tributarios en el colegio donde estudio?
SI () NO ()

Anexo 02: Figuras estadísticas

FIGURA 1

De qué manera realiza sus declaraciones tributarias



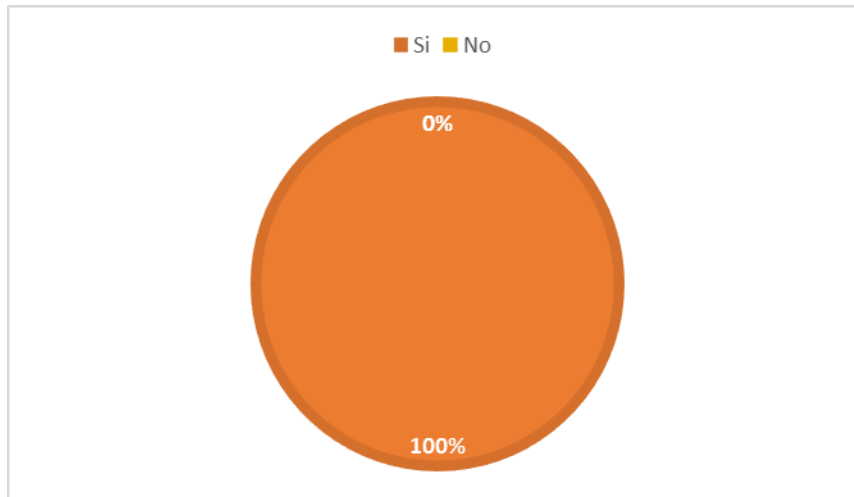
Fuente: Elaboración Propia – Tabla 1

Interpretación: En el gráfico 1 denominado “De qué manera realiza sus declaraciones tributarias”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 75 % realiza sus declaraciones de forma voluntaria, mientras el 25% considera que realiza las

declaraciones tributarias de su empresa por las obligaciones que les pone la administración tributaria.

FIGURA 2

Considera que tributar es un compromiso social

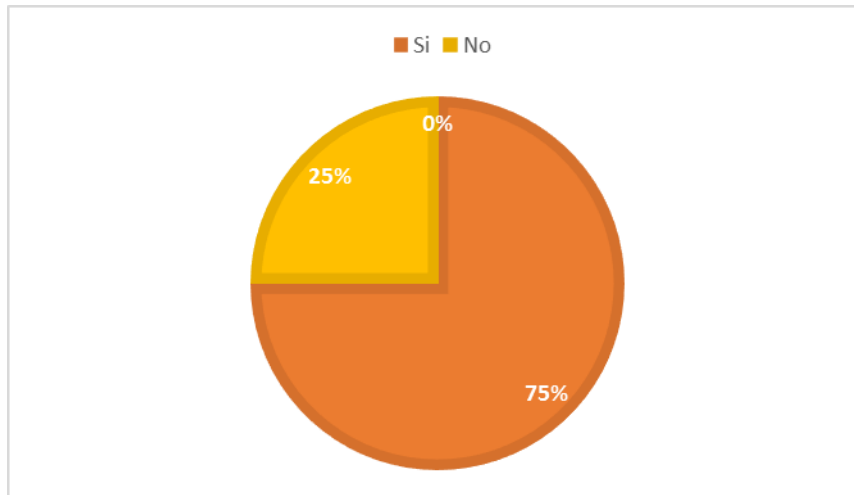


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 2

Interpretación: En el gráfico 2 denominado “Considera que tributar es un compromiso social”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el total de ellos sostuvieron que consideran que el acto tributario es responsabilidad de toda la sociedad en general.

FIGURA 3

Conoce usted el motivo por el cual se pagan los impuestos

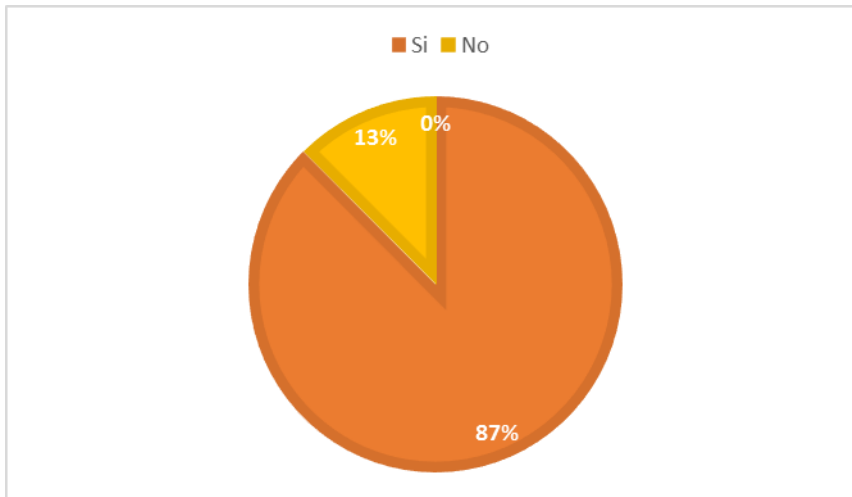


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 3

Interpretación: En el gráfico 3 denominado “Conoce usted el motivo por el cual se pagan los impuestos”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 75% conocen cual es el motivo por el cual estos tributan, mientras que en un 25% desconocen la razón de la tributación o en otros casos no consideran que se esté cumpliendo con dicha finalidad.

FIGURA 4

Conoce la importancia de ser poseer una empresa formalizada

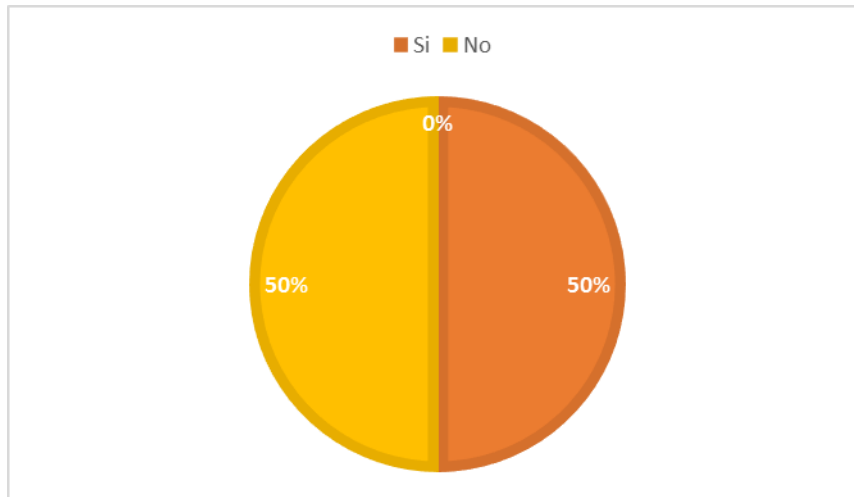


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 4

Interpretación: En el gráfico 4 denominado “Conoce la importancia de ser poseer una empresa formalizada”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 88% considera que es de mucha importancia la formalidad de las operaciones de su negocio, mientras que en un 12% consideran no ser de mucha importancia formalizar un negocio para comenzar a realizar sus actividades.

FIGURA 5

Conoce los temas tributarios básicos para su empresa

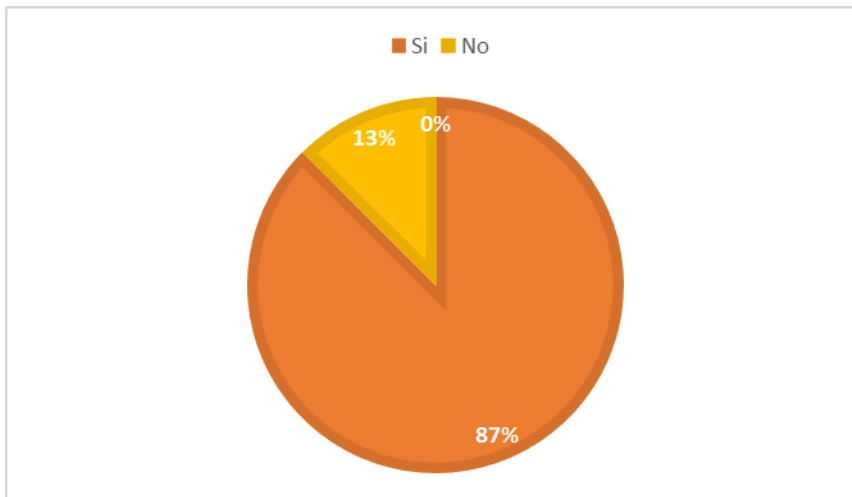


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 5

Interpretación: En el gráfico 5 denominado “Conoce los temas tributarios básicos para su empresa”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 50% considera que posee un buen nivel de conocimientos en relación a temas tributarios, mientras que la otra mitad sostuvieron no poseer un buen nivel cultural en relación a temas tributarios.

FIGURA 6

Cree que las charlas de la SUNAT ayudan al cumplimiento tributario

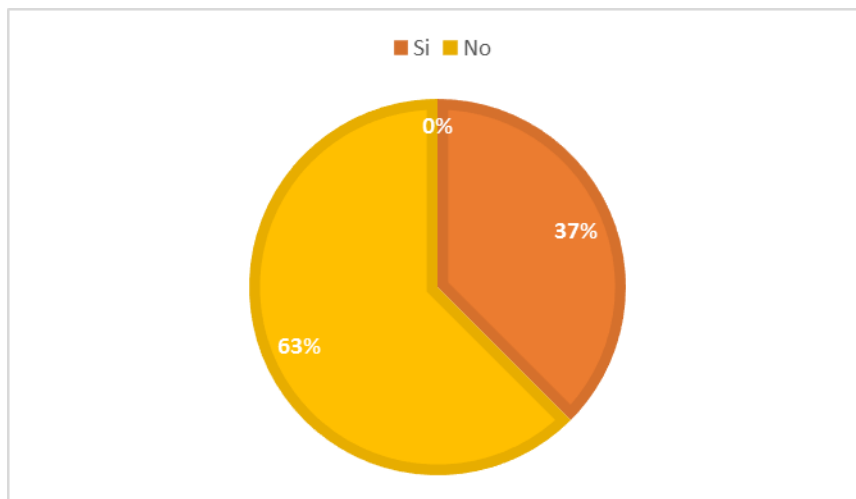


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 6

Interpretación: En el gráfico 6 denominado “Cree que las charlas de la SUNAT ayudan al cumplimiento tributario”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 88% consideran que las charlas realizadas por la administración tributaria son importantes para el cumplimiento tributario, mientras que la diferencia considera que eso no influye en las contribuciones de la ciudadanía.

FIGURA 7

Recibió charlas referentes a cultura tributaria en el colegio

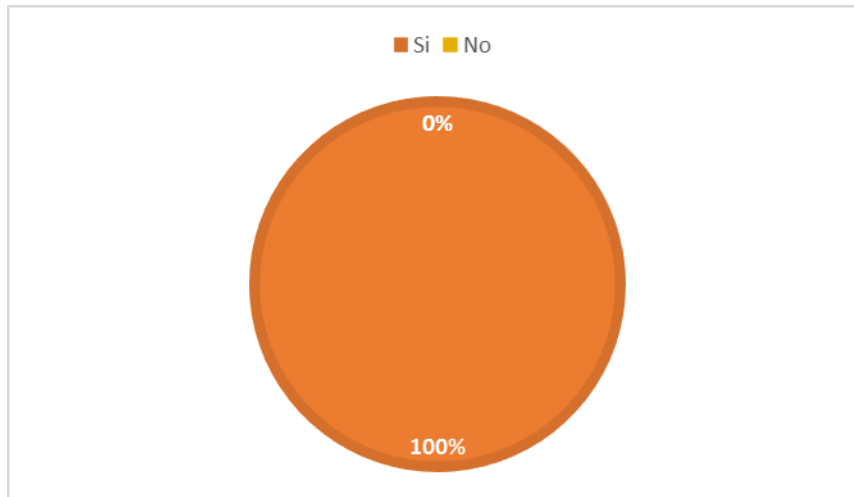


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 7

Interpretación: En el gráfico 7 denominado “Recibió charlas referentes a cultura tributaria en el colegio”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 34% mencionó haber recibido charlas de temas tributarios en la I.E. en donde recibieron sus estudios, mientras que un 63% comentó no haber recibido ese tipo de capacitaciones.

FIGURA 8

Considera importante las charlas de concientización tributaria

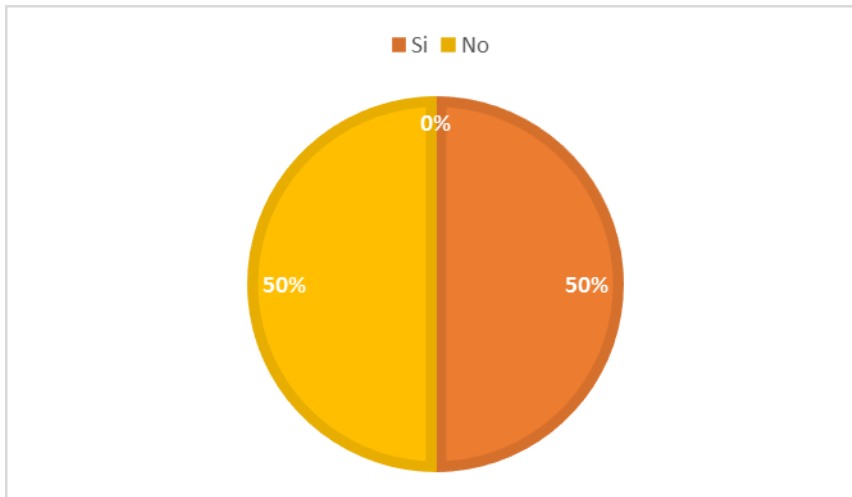


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 8

Interpretación: En el gráfico 8 denominado “Considera importante las charlas de concientización tributaria”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el total de ellos menciona que es muy importante la educación tributaria en las instituciones educativas.

FIGURA 9

Considera que la población huaracina es consiente en la tributación que realiza

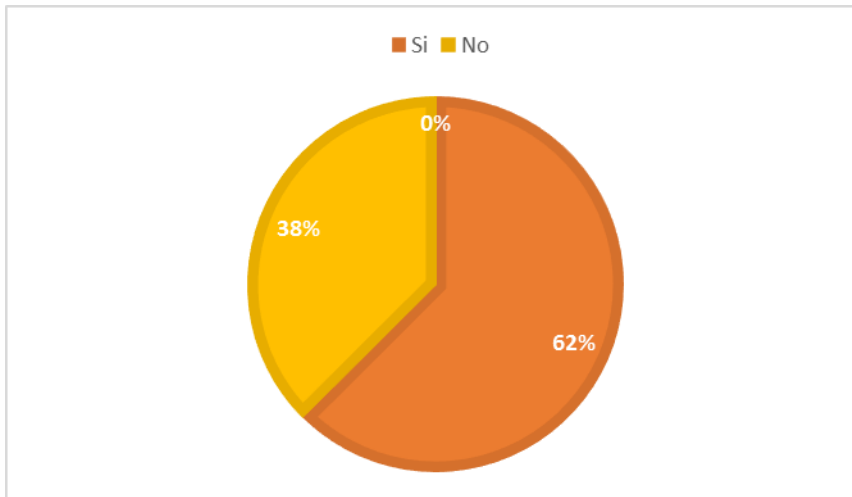


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 9

Interpretación: En el gráfico 9 denominado “Considera que la población huaracina es consiente en la tributación que realiza”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, la mitad de ellos consideran que la ciudad de Huaraz posee un buen nivel de cultura tributaria, mientras que la otra mitad considera que no se posee un gran nivel de cultura tributaria en nuestra localidad.

FIGURA 10

Está de acuerdo con la normatividad emitida por la administración tributaria

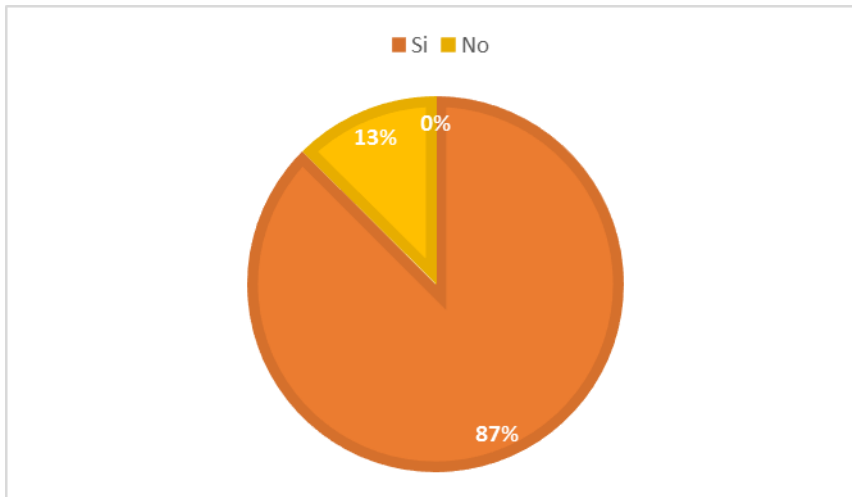


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 10

Interpretación: En el gráfico 10 denominado “Está de acuerdo con la normatividad emitida por la administración tributaria”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 63% consideran que están de acuerdo con la normatividad propuesta por la administración tributaria, mientras que en un 38% consideran lo contrario debido a la falta de cumplimiento de algunos principios del derecho tributario.

FIGURA 11

Está de acuerdo con las tasas tributarias contempladas por la SUNAT

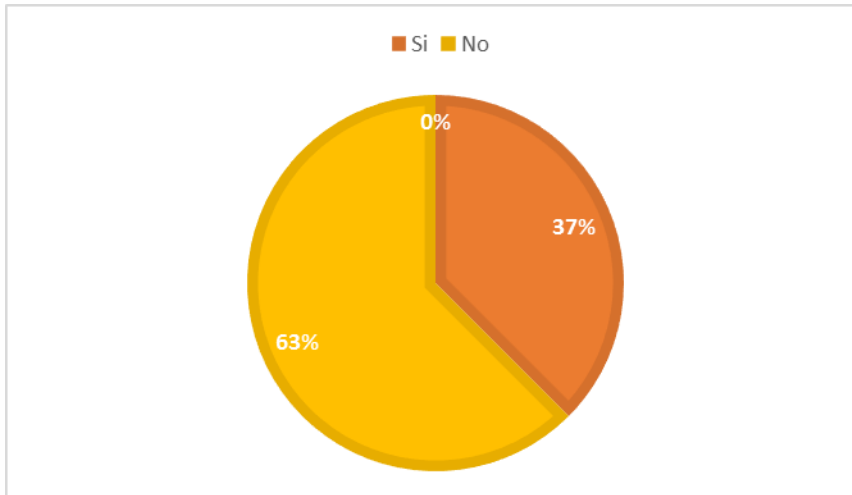


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 11

Interpretación: En el gráfico 11 denominado “Está de acuerdo con las tasas tributarias contempladas por la SUNAT”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 88% de ellos consideran que están de acuerdo con las tasas emitidas por la administración tributaria, mientras que en un número menor del 12% consideran que estas tasas son de preferencia muy elevadas.

FIGURA 12

La empresa está preparada económicamente para tributar

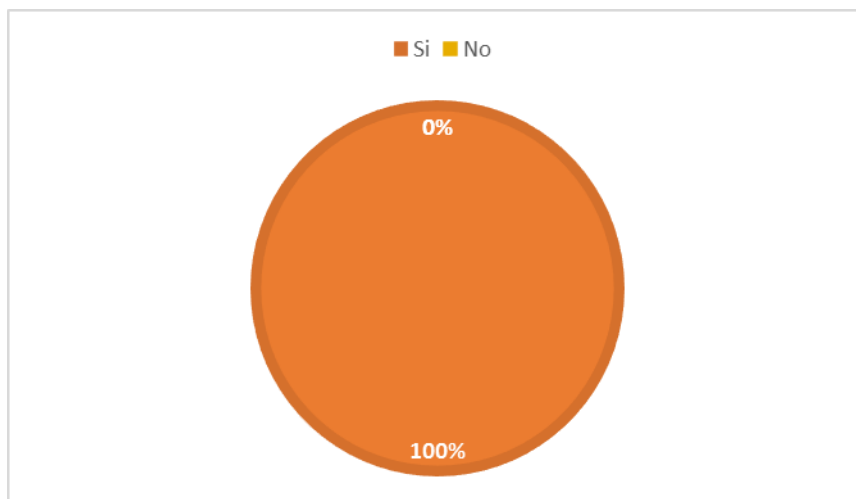


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 12

Interpretación: En el gráfico 12 denominado “La empresa está preparada económicamente para tributar”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 34% de los encuestados consideran sentirse preparados ante los pagos tributarios que les toca pagar en el correspondiente periodo, mientras que la diferencia mencionó lo contrario.

FIGURA 13

Usted posee un Registro Único del Contribuyente

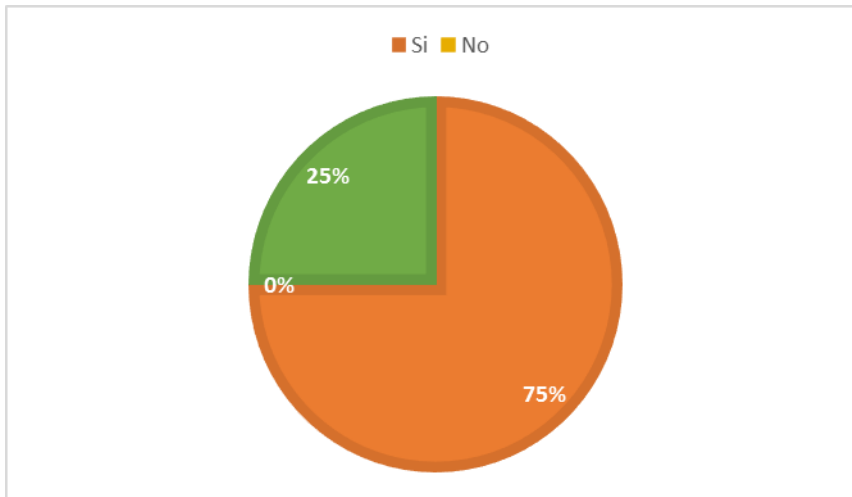


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 13

Interpretación: En el gráfico 13 denominado “Usted posee un Registro Único del Contribuyente”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el total de ellos mencionaron si contar con un número de registro único del contribuyente.

FIGURA 14

Cumple con la obligación de emitir y solicitar comprobantes

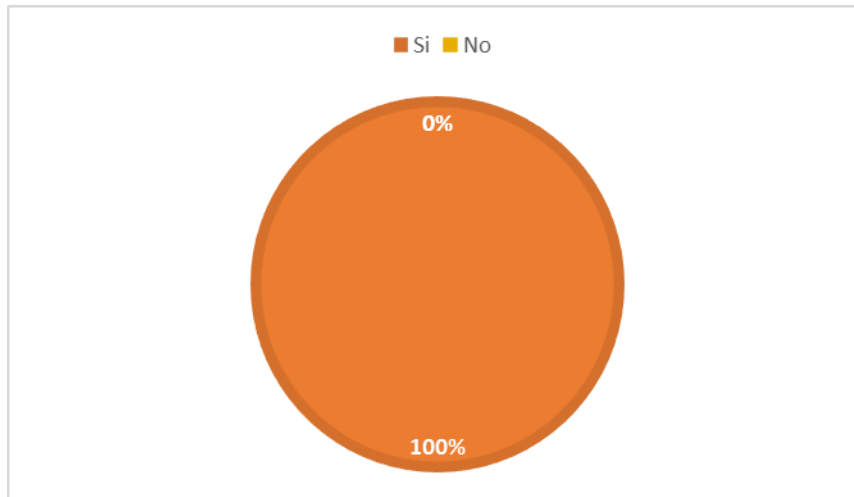


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 14

Interpretación: En el gráfico 14 denominado “Cumple con la obligación de emitir y solicitar comprobantes”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 75% de ellos mencionaron si cumplir con la obligación de realizar la emisión y petición de comprobantes de pago al realizar sus movimientos, mientras que la diferencia menciona desconocer de ese tema.

FIGURA 15

Cumple con la obligación de declarar y pagar tributos de forma oportuna

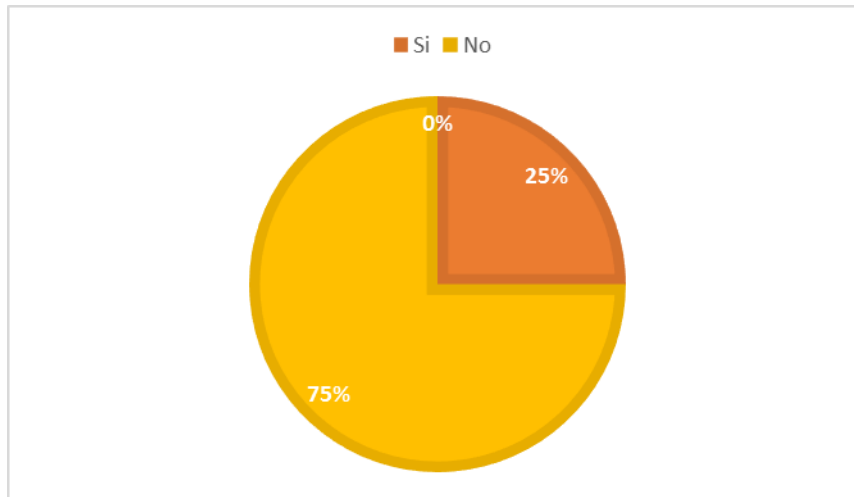


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 15

Interpretación: En el gráfico 15 denominado “Cumple con la obligación de declarar y pagar tributos de forma oportuna”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el total de los encuestados señaló si cumplir con la obligación de declarar y pagar impuestos en el tiempo y condiciones establecidas por la administración tributaria de su jurisdicción.

FIGURA 16

Cumple con la obligación del registro oportuno de libros contables

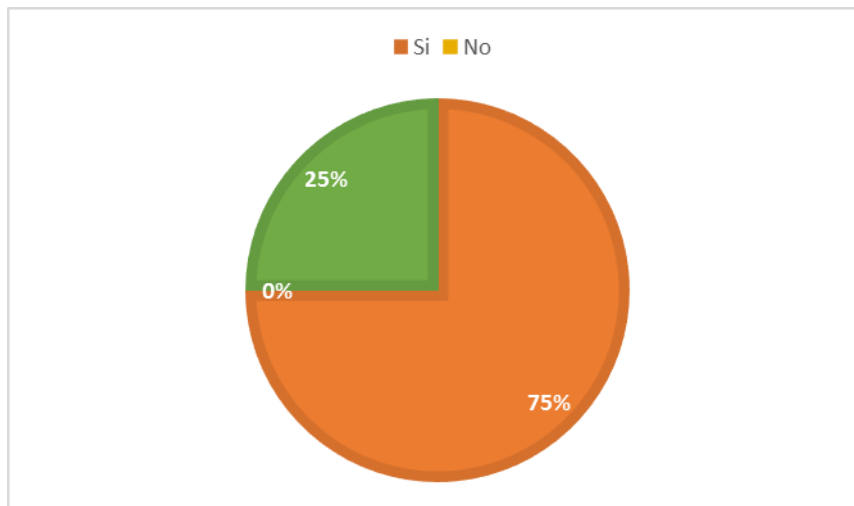


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 16

Interpretación: En el gráfico 16 denominado “Cumple con la obligación del registro oportuno de libros contables”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 25% de ellos mencionaron si cumplir con la obligación de realizar el llenado y registro de sus libros contables de acuerdo a los plazos de atraso establecidos por la norma, mientras que la diferencia menciona que no realiza dicha acción.

FIGURA 17

Su empresa ha pagado sanciones y/o multas tributarias

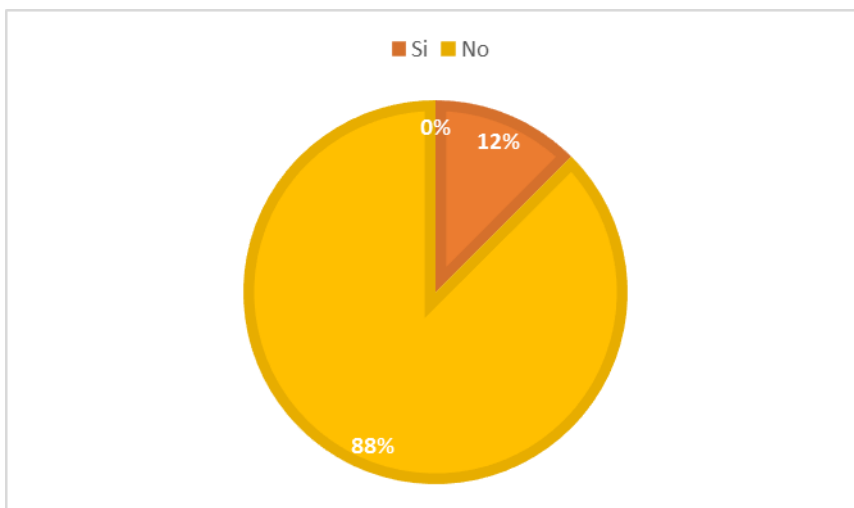


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 17

Interpretación: En el gráfico 17 denominado “Su empresa ha pagado sanciones y/o multas tributarias”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 75% de ellos se considera responsable con sus obligaciones tributarias, mientras que el 25% de los encuestados menciono desconocer de ello.

FIGURA 18

Cumple con el uso del cronograma de vencimientos tributarios

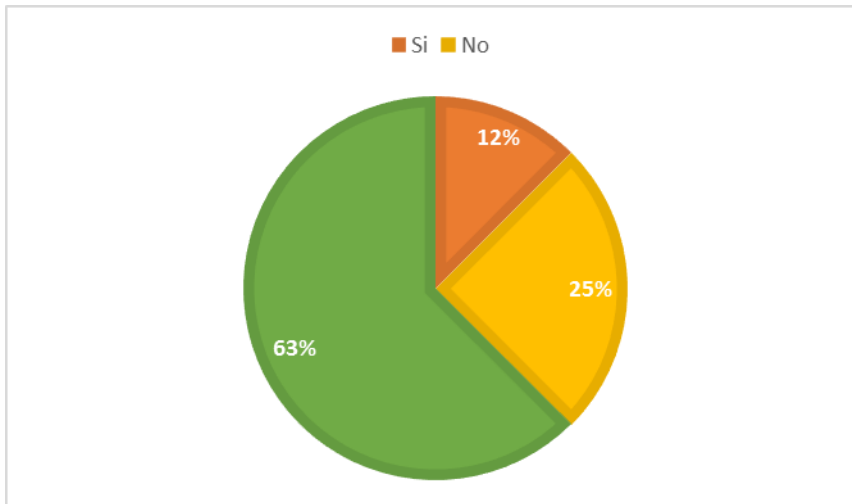


Fuente: Elaboración Propia – Tabla 18

Interpretación: En el grafico 18 denominado “Cumple con el uso del cronograma de vencimientos tributarios”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 13% menciono hacer uso del cronograma de pagos de la SUNAT para poder realizar sus pagos tributarios, mientras que el 87% menciono desconocer y no realizar el empleo de dicho instrumento.

FIGURA 19


Cree que el planeamiento tributario ayuda al desarrollo de su negocio



Fuente: Elaboración Propia – Tabla 19

Interpretación: En el gráfico 19 denominado “Cree que el planeamiento tributario ayuda al desarrollo de su negocio”, del 100% de comerciantes del gran mercado popular encuestados, el 13% considera que el planeamiento tributario ayuda a su negocio al desarrollo rentable y económico, el 25% menciona que no le beneficia, y el 63% aseguraron desconocer referente a esa pregunta.

Anexo 03: Consentimiento informado


**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

Huaraz, 05 de Junio de 2019

Señor:
Marcelino Chávez Maguiña
Presidente del mercado popular “señor de la soledad” provincia de Huaraz
Huaraz.-

Tengo el agrado de dirigirme a usted para expresarle mi saludo cordial a la vez comunicarle que:

Dentro de la formación de pregrado en la carrera profesional de Contabilidad de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, se considera muy importante la realización de actividades de investigación.

En este marco, nuestros estudiantes de la asignatura de Tesis II, donde los alumnos desarrollan un estudio de investigación de acuerdo a la línea de investigación de la carrera profesional de Contabilidad en lo que concierne “la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado popular señor de la soledad Huaraz, 2019”

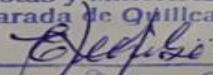
En ese sentido es de nuestro interés que esta investigación se pueda desarrollar en su Entidad, el objetivo de esta petición es que la estudiante Modesta Vela Enrique, con Código Universitario 1203152310 realice la ejecución del instrumento de investigación en la Entidad que usted dirige.


Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la Entidad.

Sin otro particular y esperando una buena acogida, aprovecho de la ocasión para expresarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente;

ASOC. ÚNICA DE TRABAJADORES
Mayoristas y Minoristas de la
Parada de Quilicay


Esteban Alvaro Uribe
ACTAS Y ARCHIVOS


Mgtr. CPCC. AGAPITO MELENDEZ PEREIRA
MAI. CPCC 574
COORDINADOR PROGRAMA DE CONTABILIDAD

Recib. el 07/06/19