

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

*ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS*



TESIS

**“NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO DE PIO PATA DEL DISTRITO DE EL TAMBO,
PROVINCIA DE HUANCAYO EN EL 2018”**

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR:

Bach. Osoros Castillo, Gladys Nely

DOCENTE ASESOR:

Mg. Peña Celis, Roberto

HUÁNUCO – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las *3:00 p.m.* horas del día *23* del mes de *agosto* del año *2019*, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales (Aula 202-P5), en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtro. Julián Faustino Huatuco Galarza	(Presidente)
Mtro. Tonio Lucho Repetto García	(Secretario)
Mtra. Idelia Mirta Cristobal Lobaton	(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N° 1277-2019-D-FCOMP-EAPCF-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: **“NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE PIO PATA DEL DISTRITO DEL TAMBO, PROVINCIA DE HUANCAYO EN EL 2018”**, presentada por el (la) Bachiller **OSORES CASTILLO, Gladys Nely**; para optar el **título Profesional de Contador Público**.

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

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) *aprobada* con el calificativo cuantitativo de *15* (*Quince*) y cualitativo de *bueno* (Art.45 y 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las *4:00 p.m.* horas del día *23* del mes de *agosto* del año 2019, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtro. Julián Faustino Huatuco Galarza
PRESIDENTE



Mtro. Tonio Lucho Repetto García
SECRETARIO



Mtra. Idelia Mirta Cristobal Lobaton
VOCAL

DEDICATORIA

“A MIS ADORADAS HIJAS Y A MI
ESPOSO POR SU APOYO
INCONDICIONAL Y MOTIVACION
CONSTANTE PARA LOGRAR MI
PROPOSITO.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de Huánuco y a los catedráticos por haber aportado en mi formación profesional una serie de conocimientos, valores y recomendaciones que me permitió culminar con esta profesión.

Agradezco a mi asesor el Mg. Roberto Peña Celis, por su orientación y apoyo en este trabajo de investigación.

INDICE

CONTENIDO	ii
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
INDICE.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRAC.....	vii
INTRODUCCION.....	vii
CAPITULO I.....	ix
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	10
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	10
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	12
1.2.1. Problema General.....	12
1.2.2. Problemas Específicos.....	12
1.3. OBJETIVO GENERAL.....	12
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
CAPITULO II.....	15
MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2.2. BASES TEÓRICAS.....	19
2.2.1. CULTURA TRIBUTARIA:.....	20
2.2.2. CONOCIMIENTO TRIBUTARIO.....	24
2.2.3. VALORES TRIBUTARIOS:.....	25
2.2.4. CONCIENCIA TRIBUTARIA:.....	26
2.2.5. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	28
2.3. DEFINICIONES TEÓRICAS.....	30
2.3.1 CULTURA TRIBUTARIA.....	30
2.3.2. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	31
2.4. HIPÓTESIS.....	31
2.4.1. Hipótesis General.....	31
2.4.2. Hipótesis Específicas.....	31

2.5. VARIABLES.....	32
2.5.1. Variable Independiente	32
2.5.2. Variable Dependiente.....	32
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (Dimensiones e Indicadores)	
32	
CAPITULO III.....	34
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN (Referencia).....	34
3.1.1. Enfoque.....	34
3.1.2. Alcance o Nivel	34
3.1.3. Diseño	34
3.2. Población y Muestra	34
3.3. Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos.....	35
3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información	35
CAPITULO IV	36
RESULTADOS.....	36
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS (Cuadros estadísticos, análisis e	
interpretación).....	36
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS	50
4.2.1. Contrastación de la hipótesis general	50
4.2.2. Contrastación con la primera hipótesis específica	52
4.2.3. Contrastación con la segunda hipótesis específica.....	54
4.2.4. Contrastación con la tercera hipótesis específica.....	55
CAPITULO V	57
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	57
5.1 CONSTRATACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	57
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
ANEXOS	65

RESUMEN

La tesis “Nivel de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo en el 2018”, es una investigación que se realizó con el objetivo de conocer cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del referido mercado.

La investigación es de tipo aplicado, porque se utilizó como referencias investigaciones ya realizadas sobre el tema, es de nivel descriptivo, diseño correlacional y al aplicar los instrumentos y métodos para la recolección de información se determinó que el conocimiento sobre cultura tributaria es mínima, que hay poca valoración tributaria al igual que casi no tienen conciencia tributaria los comerciantes de este mercado; lo que ocasiona una baja predisposición al cumplimiento de sus obligaciones tributarias de forma voluntaria, que conlleva a una evasión de impuestos.

Esta situación podría cambiar si se imparte mayor información sobre temas tributarios, que se informe el destino y uso de los tributos para que los contribuyentes confíen y cumplan con sus obligaciones y conozcan los beneficios que se lograría con este cumplimiento.

Para esta investigación se elaboró un cuestionario de 20 preguntas que fue aplicada al total de los integrantes de este mercado que son 58 comerciantes.

ABSTRAC

The thesis "Level of tax culture and fulfillment of tax obligations of the merchants of the Pio Pata market in the district of El Tambo, province of Huancayo in 2018", is an investigation that was conducted with the objective of knowing how the tax culture influences in the fulfillment of tax obligations in the merchants of said market.

The research is of applied type, because it was used as references research already done on the subject, it is descriptive level, correlational design and when applying the instruments and methods for the collection of information it was determined that knowledge about tax culture is minimal, that there is little tax valuation as well as the fact that merchants in this market have almost no tax conscience; which causes a low willingness to comply with their tax obligations on a voluntary basis, which leads to tax evasion.

This situation could change if more information is given on tax issues, the fate and use of taxes is informed so that taxpayers can trust and fulfill their obligations and know the benefits that would be achieved with this compliance.

For this research a questionnaire of 20 questions was elaborated that was applied to the total of the members of this market that are 58 merchants.

INTRODUCCION

El tema de cultura tributaria, en nuestro país y en otros se ve afectado por situaciones políticas, sociales y económicas; es un tema amplio y complejo.

El sistema tributario en nuestro país se desenvuelve dentro de las normas del Derecho Tributario y el Código Tributario en el que especifica que a través del cobro de impuestos, contribuciones y tasas que son ingresos tributarios de los diferentes niveles del gobierno local, regional y central; que es administrado y fiscalizado por la SUNAT, debería financiar el gasto público de forma eficiente en lo que respecta a educación, salud, justicia, seguridad ciudadana, para el sostenimiento de lugares públicos como parques, jardines, bibliotecas, museos, etc. Pero se ve que hay incumplimiento tributario y es un problema local y nacional debido a que la mayoría de los comerciantes no cumplen voluntariamente con el pago de sus obligaciones tributarias, solo hacen pagos por temor a las sanciones y multas estipulados.

Si los contribuyentes y ciudadanos en general tuvieran mayor información sobre los temas de tributos, lo importante que es cumplir con los pagos y se dieran a conocer el destino de estos se mejoraría el nivel de cumplimiento de pago de las obligaciones tributarias, recuperándose así la confianza en la administración tributaria.

Por las razones enunciadas, realizamos la investigación titulada “Nivel de cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del

distrito de El Tambo, provincia de Huancayo en el 2018”, con la finalidad de determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Como producto de esta investigación se ha determinado que el bajo nivel de cultura tributaria influye desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias en este mercado.

El presente trabajo de investigación, se ha esquematizado de la siguiente forma: Capítulo I Problema de Investigación, Capítulo II Marco Teórico, Capítulo III Metodología de la Investigación, Capítulo IV Resultados del trabajo de investigación, Capítulo V Discusión de Resultados.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente, nuestro país viene experimentando cambios en lo que concierne a tributación. Tal es que estos cambios no han alcanzado el correcto balance para el reparto tributario en los diferentes sectores económicos, el cual llegue a un consenso social adecuado, en muchos casos se debe a la imposición tributaria que se obtiene por ejercer una actividad comercial, de los cuales la mayoría de los ciudadanos desconocen.

En el Perú tenemos el trabajo de Tarrillo (2010). “Evasión Tributaria”, que nos dice: “Si el Estado difunde inadecuadamente, sobre los tributos y el objeto de los mismos, traerá como consecuencia una ausencia de cultura tributaria y los contribuyentes estarán propensos a caer en la evasión tributaria y elusión tributaria.”

Las causas principales de la evasión tributaria en el Perú, es debido a un alto porcentaje de informalidad y el desconocimiento de los ciudadanos al momento de tributar y ver al Estado como un ente que solo recoge dinero, pero no vela por la integridad del comerciante o empresario, estos hechos se dan por la falta de presencia de la SUNAT en los diferentes sectores de la población. El tributarista Juan Pablo Porto, declara que “se debe desarrollar una mayor cultura tributaria en el país, y hasta que no se dé esto, a través de una mayor presencia de la SUNAT se genera una mayor presión tanto a personas jurídicas como naturales, y se espera que ello se convierta en conciencia en un futuro”.

En Huancayo, contamos con el trabajo de investigación “Cultura Tributaria para la formalización de las MYPES de los mercados de la

provincia de Huancayo” en el que manifiestan que hay una ausencia de conciencia y cultura tributaria. Se ha podido determinar que los empresarios de los mercados de la provincia de Huancayo no asumen el cumplimiento voluntario de las normas, impuestos, obligaciones tributarias y menos de formalizarse; ello se debe principalmente a los valores personales y la educación tributaria que está de más a menos en el contribuyente. Afirman que la correlación entre los indicadores: valores personales, educación tributaria y política, (X2 y Y2) es directa y fuerte, ya que su valor es 0.631.

Sin duda difundir cultura tributaria es el camino que se debe seguir para elevar el cumplimiento tributario. Aunque paralelamente podría haber empresas de mayor magnitud que no están pagando montos relativamente elevados usando otras opciones como los paraísos fiscales, la normativa legal. Las normas recientes sobre elusión están ayudando a enfrentarlas e identificarlas.

En el mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo se dan estos casos, que es incontrolable ya que muchos comerciantes que se dedican a la venta de verduras, abarrotes y carnes evaden sus obligaciones tributarias por desconocimiento, no reportan los ingresos, no emiten comprobantes de pago, estos hechos ocasionan que los comerciantes o empresas no crezcan y la recaudación por tributos sea menor para el Estado el cual no dispondrá de un dinero para ejecutar obras.

Hay muchos comerciantes y empresarios que no les dan importancia a los comprobantes de pago, no toman conciencia del valor de estos comprobantes, porque cada vez que no exigimos comprobantes de pago estamos cooperando a la evasión tributaria y generamos que el erario nacional obtenga menos recursos. Debemos tener presente que la fuente principal de ingresos del Estado son los tributos; solo exigiendo nuestro comprobante de pago estaremos contribuyendo al crecimiento económico de nuestra localidad y de nuestro país.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

¿Cómo la cultura tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo el 2018?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cómo el conocimiento de tributación incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo el 2018?

¿Cómo la valoración a los tributos incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo el 2018?

¿Cómo la conciencia tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo el 2018?

1.3. OBJETIVO GENERAL

Analizar como la cultura tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo el 2018.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar cómo el conocimiento de tributación incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo el 2018.

Determinar como la valoración a los tributos incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes

del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo el 2018.

Determinar como la conciencia tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo el 2018.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a los criterios de Hernández, Fernández y Bautista (2010), se justifica por las siguientes razones:

Conveniencia: La investigación busca mediante conceptos, normativa, leyes y doctrinas de tributación brindar posibles soluciones para reducir la informalidad y aumentar la cultura tributaria por medio de charlas a los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo.

Relevancia social: Los beneficiarios de esta investigación serán los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo, ya que se quiere erradicar las actividades ilegales, como la evasión tributaria y la piratería de los comerciantes.

Implicaciones prácticas: La falta de cultura tributaria conlleva a una mala práctica tributaria, lo que perjudica a los comerciantes, ya que dejan de recibir beneficios tributarios y se arriesgan a ser multados o recibir otro tipo de sanciones. Es necesario romper barreras e impulsar a que los comerciantes cumplan con sus deberes tributarios.

Unidad metodológica: Para aquellos investigadores que realicen estudios con variables similares o iguales a esta investigación, les servirá de guía en la medición de estas variables, brindándoles un panorama más amplio en el desarrollo de su investigación.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación no está exento de ciertas limitaciones que en algunos casos derivan de la propia naturaleza de la base de datos utilizados y en otros del desarrollo y aplicaciones de la metodología propuesta.

Limitación Temporal, la investigación presenta un límite temporal de realización durante el 2018.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación es viable o factible porque se dispone de los recursos humanos, financieros y materiales necesarios para su ejecución, también se tiene en cuenta las técnicas, instrumentos, herramientas, métodos, procedimientos, metodología y asesoramiento profesional, entre otros para enfocar el proceso de investigación sobre las variables.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Antecedentes Internacionales

Romero y Vargas (2013). En su tesis titulado: “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la Bahía Mi Lindo Milagro” del Cantón Milagro Ecuador, cuya metodología fue exploratorio-explicativo, de diseño cuanti-cualitativo y bibliográfico. El objetivo general de la investigación fue, analizar en qué medida la cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes.

Este trabajo de investigación se dirigió a una población de 730 negocios con una muestra representativa de 252 contribuyentes, en la que se utilizó la técnica de la encuesta, presentando como resultado que un 17% de comerciantes consideran muy buenas a las estrategias utilizadas por el SRI, como son: “Día de la cultura tributaria”, “lotería tributaria y “programas de capacitación a futuros contribuyentes” para fortalecer la cultura tributaria dentro del país; mediante el estudio aplicado en la Bahía “Mi Lindo Milagro”, se demostró que muchas personas tienen un bajo nivel de cultura tributaria y desconocimiento sobre sus obligaciones y arribaron a las siguientes conclusiones: El servicio de rentas internas realiza capacitaciones durante todo el año, pero se recalca que éstas no incitan o involucran a la población estudiada para obtener información tributaria.

Las estrategias planteadas posiblemente contribuirán a la generación de cultura tributaria y a mejorar en gran parte la calidad de información de cada ciudadano acerca de los impuestos, deberes y derechos como futuros contribuyentes y el rol importante que el estado desempeña dentro de la sociedad. La tributación no solamente consiste en ser una obligación legal que tiene que asumir todo ciudadano, más bien debe ser un acto cívico que beneficie en su entorno. Para que el estado asuma y retribuya mejor sus obligaciones, la persona debe asumir también su responsabilidad de pagar impuestos.

Cárdenas A. (2012). En su tesis titulado: “La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha, Cantón Quito” Ecuador, cuyo objetivo general fue, conocer y analizar el ámbito y nivel de cultura tributaria y la percepción de los pequeños empresarios informales sobre declaración y pago de los impuestos voluntariamente. Los objetivos específicos fueron; determinar los factores que influyen en los pequeños empresarios del por qué no cumplen con las obligaciones tributarias en el Ecuador, establecer la necesidad de la administración tributaria para adoptar un régimen que permita controlar la informalidad y disminuir los niveles de evasión tributaria, para lo cual la población fue de 1104, tomando una muestra de 285 comerciantes. Para la recolección de información utilizó la técnica de la encuesta, con preguntas fiables y su análisis de las mismas se hicieron con las herramientas respectivas.

Su estudio arribó a las siguientes conclusiones: La cultura tributaria no se logra de un día para otro, para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente. Asimismo, demuestra que la falta de conocimiento o que la mala aplicación y desconocimiento de las leyes o normas tributarias sumado a la falta de difusión o descuido de los contribuyentes, implica que la ciudadanía no conoce sus obligaciones y responsabilidades.

Para crear una cultura tributaria se debe actualizar los conocimientos de los contribuyentes y de esta manera se reduciría las brechas fiscales.

Antecedentes Nacionales

Burga, M. (2015). En su tesis titulada “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra de la ciudad de Lima”, realizó una investigación aplicada cuyo diseño metodológico fue transaccional correlacional utilizando la prueba estadística no paramétrica Chi-Cuadrado para la contrastación de hipótesis de la cual concluyó que la falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias, por otro lado señala que los contribuyentes tienden hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y de su administración tributaria con un porcentaje de desaprobación del 60%; recomienda que la administración tributaria esté más cerca de sus contribuyentes, teniendo ventanillas informativas que busquen una actitud cooperativa generando confianza en los ciudadanos.

Mogollón, V. (2014). En su tesis “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región”, realizó una investigación descriptiva – explicativa de diseño no experimental, donde aplicó una encuesta a una muestra constituida por 313 comerciantes la cual determinó que el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 era bajo y que las medidas de difusión tributaria por parte del Estado no son eficientes, además concluyó que la gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la administración tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados. Por lo que recomienda al estado implementar stand tributario de orientación de tal manera que estén ubicados cerca al contribuyente.

Gonzales, K (2016). En su tesis titulada “Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016”; al realizar su investigación llego a la conclusión de que el 80% de los comerciantes no conoce lo que es un tributo, el 93% no conoce los requisitos y condiciones del Régimen tributario al que pertenece. Las causas que motivan la falta de cultura tributaria en éste mercado son el bajo conocimiento tributario, la desmotivación para pagar sus impuestos debido a que opinan que sus gobernantes son corruptos y consideran que los impuestos son excesivos y que no les genera ningún beneficio.

Apaza y Bonifacio (2017). En su tesis “Cultura tributaria y obligación tributaria en los comerciantes del mercado central de Paruro, cusco 2017”. Llegan a la conclusión de que los comerciantes del mercado Central de Paruro, provincia de Paruro de la región del Cusco poseen una insuficiente cultura tributaria que no les permite cumplir con sus obligaciones tributarias, con evidencia insuficiente de conciencia tributaria y un porcentaje del 88.8% que evaden, elude o comete infracción tributaria en mayor o menor grado. Por lo que recomienda que la administración tributaria debe hacer difusión de la información tributaria mediante estrategias adecuadas a la realidad tanto en zonas urbanas como en rurales, de tal forma que los comerciantes mejoren sus conocimientos en temas tributarios y cumplan con sus obligaciones tributarias. También recomiendan que los comerciantes deberían tomar la iniciativa de solicitar a la SUNAT, el inicio e implementación de estrategias de orientación, motivación y sensibilización para generar una actitud positiva y voluntaria de cumplir con sus responsabilidades tributarias y no actuar solo por coacción sino por voluntad propia.

Antecedentes Locales

Huere y Muña (2016). En su tesis “Cultura tributaria para la formalización de las MYPES de los mercados de la provincia de Huancayo”, da a conocer como la cultura tributaria influye en la

formalización de las MYPES de los mercados de la provincia de Huancayo y que, a través de su investigación aplicada, de nivel descriptivo correlacional llegaron a la conclusión de que existe un bajo nivel de conocimiento sobre tributos y ello repercute en la formalización. Por lo que recomiendan implantar la cultura tributaria a través de la educación en las instituciones educativas de todo el país y en los comerciantes mediante capacitaciones impartidas por la SUNAT orientados a promover de manera permanente el cumplimiento de obligaciones tributarias y también el destino de los fondos recaudados.

Chávez y Tadeo (2014). En su tesis “Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado Modelo de Huancayo”, en su investigación de tipo aplicado, nivel descriptivo, de diseño correlacional llega a la conclusión que hay un bajo nivel de cultura tributaria lo que influye desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias y que existe tolerancia al fraude y la evasión tributaria. La no existencia de conocimiento tributario influye desfavorablemente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias porque los comerciantes no se encuentran motivados a pagar voluntariamente sus tributos y la educación tributaria no especializada influye negativamente en el cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado Modelo de Huancayo.

Los conocimientos tributarios básicos que tienen los comerciantes no son suficientes para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias formales y sustanciales y recomienda promover cultura tributaria, incrementar la conciencia tributaria a través de los entes de la Administración pública; fortalecer programas de educación tributaria por parte de la SUNAT y el Ministerio de Educación.

2.2. BASES TEÓRICAS

En esta sección se define y analiza los elementos teóricos de las variables: cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias y sus dimensiones correspondientes.

En la primera variable se describirá el conocimiento de tributación, valoración de los tributos y conciencia tributaria; en la segunda variable se indagará el cumplimiento de las obligaciones formales y el cumplimiento de las obligaciones sustanciales y otros que requiere el presente trabajo de investigación.

2.2.1. CULTURA TRIBUTARIA:

Jaramillo (1959). Es el conjunto de valores, creencias y actitudes compartidos por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes que la rigen. Esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes (p. 40).

Roca (2008). Define cultura tributaria como un “Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”. (p. 3).

Pérez (2016). Define como un “conjunto de modos de vida, costumbres y conocimientos, valores y actitudes en relación a la tributación según los contribuyentes e instituciones intervinientes en el sistema tributario.

Armas y Colmenares (2009). Manifiestan que es el conjunto de conocimientos, actitudes y valores sobre la tributación y las leyes vinculantes a la misma.

Importancia de promover la cultura tributaria

Según Hernán (2014). Si el pueblo sintiera que sus autoridades lo aman, pues le darían mayor confianza y credibilidad al gobierno. En esas condiciones es prudente proponerle al pueblo una Cultura Tributaria donde todos paguemos

impuestos sin excepción desde el que tiene una latita y pide limosna hasta la empresa más poderosa. Ningún peruano debe estar exceptuado por ninguna razón de pagar sus impuestos.

Para llevar adelante la Cultura Tributaria basada en los valores de vida, se tendrán que cambiar algunas leyes y aprobar otras.

La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país.

El elevado nivel de conciencia tributaria hará de nuestro Perú, un país diferente con muchas oportunidades de progreso para nuestros hijos donde se reduzca o anule la evasión tributaria.

Objetivos de la cultura tributaria

El objetivo principal, es crear conciencia en que la tributación no solo es una obligación fiscal, sino un deber de cada ciudadano ante la sociedad para lograr el desarrollo del país.

Lograr una actitud tributaria responsable, motivada por creencias y valores que conduzcan a la aceptación del deber de contribuir a que el Estado cumpla con sus fines.

Elementos de la cultura tributaria

Cultura: Es el conjunto de símbolos (como valores, normas, actitudes, creencias, idiomas, costumbres, ritos, hábitos, capacidades, educación, moral, arte, etc.) y objetos (como vestimenta, vivienda, productos, obras de arte, herramientas, etc.) que son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra por los miembros de una sociedad, por tanto, es un factor que determina, regula y moldea la conducta humana.

Tributo: El término tributo proviene de la palabra tribu que significa "conjunto de familias que obedecen a un jefe y que colaboran de alguna manera con el sostenimiento de la tribu".

Por lo tanto, podemos referirnos respecto al tributo, como el pago en dinero, establecido legalmente, que se entrega al Estado para cubrir los gastos que demanda el cumplimiento de sus fines, siendo exigible coactivamente ante su incumplimiento.

Impuesto: Los impuestos son cargas obligatorias que las personas y empresas tienen que pagar para financiar al estado. En pocas palabras: sin los impuestos el estado no podría funcionar, ya que no dispondría de fondos para financiar la construcción de infraestructuras (carreteras, puertos, aeropuertos, eléctricas), prestar los servicios públicos de sanidad, educación, defensa, sistemas de protección social (desempleo, prestaciones por invalidez o accidentes laborales), etc.

Contribución: Es un tributo que debe pagar el contribuyente o beneficiario de una utilidad económica, cuya justificación es la obtención por el sujeto pasivo (ciudadano receptor) de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes, como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento o ampliación de servicios públicos. Se paga por alguna mejora realizada, aunque no necesariamente debe existir proporcionalidad entre lo pagado y las ventajas recibidas.

Tasa: Es un tributo cuyo hecho imponible consiste en la utilización privativa o el aprovechamiento especial del dominio público, la prestación de servicios o la realización de actividades en régimen de derecho público que se refieran, afecten o beneficien de modo particular al obligado tributario, cuando los servicios o actividades no sean de solicitud o recepción voluntaria para los obligados tributarios o no se presten o realicen por el sector privado.

Arbitrios: Los arbitrios son las tasas que se paga por la prestación o mantenimiento de un servicio público de Limpieza Pública, Áreas Verdes, y Seguridad Ciudadana. El costo de las tasas dependerá del servicio público involucrado, entre otros criterios que resulten válidos para la distribución: el uso, tamaño y ubicación del predio del contribuyente.

Alcabala: Es un Impuesto que grava las transferencias de propiedad de bienes inmuebles urbanos o rústicos a título oneroso o gratuito, cualquiera sea su forma o modalidad, inclusive las ventas con reserva de dominio.

Factores de desarrollo de la cultura tributaria

Se resaltan algunos factores que permiten una mejor instauración de la cultura tributaria, sea a través de la formación del contribuyente, políticas estables, revaloración de lo ético y cooperación entre instituciones claves.

- Trinomio recaudación, sanción y formación: Hernández (1998). La administración tributaria debe orientar y culturizar por medio de programas de educación y difusión, dado que el hecho de recaudar y sancionar por sí solos no permiten el establecimiento de una sólida cultura tributaria; todo lo contrario, genera una cultura de evasión y defraudación tributaria.

Soto (2016). Es importante la educación tributaria no solo por los requerimientos del régimen impositivo del contribuyente o el ámbito de la formalidad fiscal, sino por que conducirá a un cambio cultural y valoración de la ética en la sociedad.

- Ética tributaria: La administración tributaria y los funcionarios estatales deben considerar que la ética mostrada en su accionar repercutirá en el desarrollo de la cultura tributaria.

Hernández (1998). Menciona respecto a la administración tributaria, que un carácter autoritario manifestado en acciones coercitivas o excesivamente fiscalizadoras limita una adecuada cultura tributaria, también cuando existen tratos bajo la mesa por parte de algunos funcionarios y contribuyentes queda sesgada la cultura tributaria para dar paso a la inmoralidad tributaria.

- Cooperación interinstitucional: La administración tributaria debe relacionarse con otras instituciones del Estado, al momento de ejecutar sus estrategias de desarrollo de la cultura tributaria. Soto (2016). Existe un mejor resultado a largo plazo cuando existe cooperación e intercambio de experiencias entre las diversas instituciones estatales como entre la SUNAT y el ministerio de educación para la instauración de programas de educación tributaria.

2.2.2. CONOCIMIENTO TRIBUTARIO

Cedeño y Torres (2016). Califican al conocimiento tributario como la información manejada por los ciudadanos en materia de tributos sobre sus derechos y obligaciones, en la actividad económica que desempeñan.

Silva (2011). Menciona que involucra la comprensión del funcionamiento del sistema tributario, en el que el fisco recauda un porcentaje de los recursos de la población a fin de devolverlos por medio de la prestación de servicios públicos.

Vera (2017). Manifiesta que la responsabilidad de instruir a la población en materia de tributos recae en la administración tributaria que está en la obligación de orientar, informar, educar y asistir al contribuyente en este aspecto, para ello debe desarrollar procesos que faciliten y promuevan la capacitación y educación tributaria.

Algunos autores mencionan que existe dos tipos de conocimientos: Tácito y explícito.

Nonaka (1991). Indica que el conocimiento formal y sistemático que puede ser comunicado y compartido con facilidad viene a ser el conocimiento explícito y que el conocimiento personal, informal y difícil de transmitir a los demás es el conocimiento tácito.

Choquecagua (2016). Indica que el conocimiento explícito en la tributación comprende los reglamentos, las directivas, la normativa vigente, los reportes de recaudación y gestión, los programas informativos tributarios, entre otros; mientras que el conocimiento tácito es el razonamiento jurídico y la capacidad de respuesta legal ante ciertos contextos, el análisis de riesgos debido a la fiscalización, etc.

2.2.3. VALORES TRIBUTARIOS:

En tributación los valores, son los principios socialmente aceptado que justifican el accionar en materia tributaria.

Niemirowski, Baldwin y Wearing (2003). Indican que los valores son sustantivos universales y sociales ampliamente sostenidos.

Valero, Ramírez y Moreno (2010). Indican que los valores son relativamente constantes en el tiempo y que determinan si una forma de actuar es mejor que otra; y que debería reflejarse tanto en los contribuyentes como en los funcionarios e instituciones encargados de manejar los tributos.

Mogollón (2014). Menciona que los valores sustentan las razones para obedecer o no lo designado en la ley. Estos valores pueden comprender:

Responsabilidad: Capacidad para justificar las razones por lo que una persona realiza determinada acción y responde ante las consecuencias de la misma.

Puntualidad: Ejecución de las obligaciones en el tiempo designado por los organismos estatales.

Transparencia: Difusión de información de interés común sobre las actividades encomendadas o solicitadas por los entes respectivos.

Participación: Integración en la toma de decisiones sobre los asuntos públicos, asumiendo los compromisos encomendados.

Clasificación de contribuyentes, según nivel de valores:

Giarrizzo y Brudersohn (2013). Menciona tres segmentos de contribuyentes en base a su grado de valores tributarios.

Sin valores tributarios: Los contribuyentes que pertenecen a este segmento no identifican como algo incorrecto el evadir las obligaciones tributarias dado que no lo consideran como algo malo o desconocen que es algo incorrecto.

Valores tributarios débiles: Quienes pertenecen a este segmento que es más o menos correcto cumplir con las obligaciones tributarias.

Valores tributarios fuertes: Estos identifican como algo ilegal no respetar las obligaciones tributarias.

2.2.4. CONCIENCIA TRIBUTARIA:

Se define como la “Interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarrearía un beneficio común para la sociedad en la están ellos insertados”. Esta definición incluye los varios elementos.

La interiorización de los deberes tributarios alude a que los contribuyentes poco a poco de manera progresiva busquen conocer qué conductas realizar y cuáles no. Es aquí donde se percibe el factor de riesgo, los contribuyentes observan que es mejor cumplir que faltar a la normatividad tributaria. Luego el

cumplir voluntariamente, se refiere a que los contribuyentes deben sin necesidad de coacción verificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la ley, lo importante es que el contribuyente en ejercicio de sus facultades desea hacerlos; la coacción no debe intervenir. Esto es extraño aun en nuestra sociedad. Y el cumplir acarrea un beneficio común para la sociedad.

Mecanismos para la creación de una conciencia tributaria:

Los contribuyentes consideran que pagar impuestos responde a una obligación impuesta por el Estado y que no los beneficiará y para elevar la recaudación tributaria no se necesita simplemente aumentar las tasas de los impuestos, sino crear en el contribuyente una conciencia tributaria; por ello creo necesario emplearse tres mecanismos:

1° Educación Cívica: Este tema debe ir más allá de los temas clásicos, ya que en ella se debe incluir la noción de pago de impuestos como parte integrante de nuestra educación. No debemos olvidar que justamente en la etapa de la niñez y adolescencia no solo asimilamos conocimientos sino también conductas, diversos tipos de comportamientos, formándose los principios y valores tanto éticos como morales. Considero que la educación cívica no debe terminar sólo en el colegio, sino que debe manifestarse a través de toda la vida del individuo, aunque es en la etapa escolar donde se debe dar mayor importancia a esto.

2° Crear reglas sencillas: Es innegable que las leyes tributarias son difíciles de entender en un primer momento de allí la frase “solo lo entiende mi abogado o mi contador”. Por lo que se deben formular leyes que sean menos complejas en materia de interpretación; que sean más comprensibles en su aplicación a fin de obtener resultados favorables tanto para la administración como para el contribuyente.

3° Uso de sanciones: La coacción es necesaria para que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias tanto formales como sustanciales, pero no se debe abusar de las sanciones creando o incrementando las penalidades con el pago de tributos. Las sanciones deben estar en relación con un buen sistema tributario de lo contrario se tendrá una creciente evasión tributaria.

2.2.5. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Las obligaciones tributarias son aquellas que surgen como consecuencia de la necesidad de pagar tributos para el sostenimiento de los gastos del estado. El incumplimiento de las obligaciones tributarias conlleva la correspondiente sanción tributaria.

Cedeño y Torres (2016). Menciona que la obligación tributaria, es una relación donde intervienen dos sujetos, el que actúa como sujeto activo que es el Estado a través de la Administración Tributaria y los contribuyentes como sujeto pasivo.

Saldaña (2005). Sujeto pasivo será quien tenga a su cargo pagar legalmente las obligaciones tributarias y sujeto activo es quien tiene que velar por el cumplimiento de estas obligaciones, tanto formales como sustanciales.

Burga (2015). Las obligaciones tributarias contribuyen en el ingreso presupuestario del estado, necesarios para financiar los gastos públicos.

Deudor tributario: Es el contribuyente, deudor principal o sujeto pasivo y los diferentes deudores o responsables por vínculo de solidaridad, sustitución o sucesión. El sujeto pasivo en general, quien tiene la carga tributaria, es quien debe proporcionar al fisco la prestación pecuniaria.

Acreeedor tributario: Es aquél en favor del cual debe realizarse la prestación tributaria por lo general lo constituye el Gobierno Central, los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales, son considerados como acreedores de la obligación tributaria, así como las entidades de derecho público con personería jurídica propia, cuando la ley les asigne esa calidad expresamente (Artículo 4º, Código Tributario). Llamado también sujeto activo.

Tipos de obligaciones tributarias:

- **Obligaciones tributarias formales:** Llamadas también obligaciones accesorias, debido a que se caracterizan por ser requisitos para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, las mismas que nacen de una interrelación entre el sujeto activo y pasivo.

El código tributario, en el artículo 172º, menciona que se originan infracciones tributarias por incumplimiento de las obligaciones formales:

Inscripción y actualización; los contribuyentes deben estar inscrito en los registros de la administración tributaria y acreditar tal hecho, además actualizar sus datos según se requiera.

Emisión, otorgamiento y exigencia de comprobantes de pago; éstos deben reunir las características necesarias para ser identificadas como tales.

Uso de libros, registros, informes u otros documentos contables; los contribuyentes deben llevar estos documentos que la ley demanda, de forma actualizada, proporcionando información veraz y válida mediante documentos fidedignos.

Presentación de declaraciones y comunicaciones; se deben hacer conforme con la realidad y dentro de los plazos determinados.

Permisi3n del control de la administraci3n tributaria; los contribuyentes deben ceder el control a la administraci3n

tributaria para realizar la fiscalización correspondiente, así como comparecer e informar a la misma.

- **Obligaciones tributarias sustanciales:**

Conocidas como la obligación principal porque constituye una prestación de carácter patrimonial, siendo deber del contribuyente o responsable de cumplir con el pago de los tributos.

Chávez (2017). Las obligaciones sustanciales se conocen como obligación principal, entendido como la obligación de pago del tributo al acreedor tributario.

Mollocondo (2017). Siendo este acto una prestación de carácter patrimonial, siendo deber del contribuyente o el responsable del mismo; aclarando que uno llega a ser responsable cuando son designados como agentes de retención o percepción de tributos, como también depositar oportunamente las detracciones efectuadas.

2.3. DEFINICIONES TEÓRICAS

2.3.1 CULTURA TRIBUTARIA

La cultura tributaria, es la integración de conocimientos, valores y actitudes respecto a la tributación por parte de los contribuyentes e instituciones intervinientes en el sistema tributario.

- **Conocimiento tributario:** Nivel de información que los contribuyentes poseen en relación a los deberes, restricciones y sistema tributario.
- **Valores Tributarios:** Vienen a ser los principios socialmente aceptados que justifican el accionar en materia tributaria.
- **Conciencia tributaria:** Actitud en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de

manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento beneficiaría a toda la sociedad.

2.3.2. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Obligación tributaria es el vínculo existente entre el sujeto activo y un sujeto pasivo establecido por ley, que tiene como principio el cumplimiento de la prestación tributaria, la cual es exigible de manera obligatoria para la satisfacción de las necesidades públicas.

El incumplimiento de las obligaciones tributarias conlleva la correspondiente sanción tributaria.

- **Obligaciones tributarias formales:** Conocida como obligaciones accesorias, debido a que se caracterizan por ser requisito para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, las que nacen de una interrelación entre el sujeto activo y pasivo.
- **Obligaciones tributarias sustanciales:** Conocida como la obligación principal porque constituye una prestación de carácter patrimonial, siendo deber del contribuyente o responsable el cumplir con el pago de los tributos.

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis General

La cultura tributaria, incide considerablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018.

2.4.2. Hipótesis Específicas

El conocimiento de tributación incide desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias ya que la mayoría de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo desconocen el tema y no cumplen con sus obligaciones ante la SUNAT.

La valoración a los tributos incide desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias porque los comerciantes del mercado de Pio Pata, no cuentan con suficiente información y desconocen el tema.

La conciencia tributaria incide desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata, ya que no cumplen con las obligaciones tributarias que por ley corresponden.

2.5. VARIABLES

2.5.1. Variable Independiente

CULTURA TRIBUTARIA

2.5.2. Variable Dependiente

CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (Dimensiones e Indicadores)

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	La Cultura Tributaria es el conjunto de valores, hábitos y actitudes compartidos por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes que la rigen. (Jaramillo 1959)		
Variable Independiente CULTURA TRIBUTARIA	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES
	CONOCIMIENTO DE TRIBUTACIÓN	- Nivel de conocimiento tributario	Sistema Tributario
			Que impuestos conoce
	VALORACIÓN DE LOS TRIBUTOS	-Honestidad en el pago de sus tributos	Regímenes tributario
Cree que es importante pagar los tributos			
			Sabe para que se destina los impuestos

	CONCIENCIA TRIBUTARIA	- Responsabilidad tributaria	Efectuaría sus declaraciones y pagos de impuestos sin control del estado
--	--------------------------	---------------------------------	--

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	Es una relación existente entre dos sujetos, el que actúa como sujeto Activo que es el Estado a través de la administración tributaria y los contribuyentes como sujeto pasivo establecido por ley.		
Variable Dependiente CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES
	CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES	-Cumplimiento de las obligaciones formales	Cuentan con RUC
			Emiten Comprobantes de Pago
	CUMPLIMIENTOS DE LAS OBLIGACIONES	-Cumplimiento de las obligaciones sustanciales	Pagan sus deudas tributarias
Declaran lo correcto			
			Llevan Libros y Registros

Estas variables se medirán a través de una encuesta con un cuestionario dicotómico de 20 preguntas.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN (Referencia)

La investigación será descriptiva, porque se establecerán descripciones sobre el nivel de cultura tributaria, su importancia, objetivos, entre otros.

3.1.1. Enfoque

La investigación será aplicada, ya que se utilizará conocimientos y teorías ya establecidos.

3.1.2. Alcance o Nivel

El presente trabajo de investigación se enmarca dentro del nivel descriptivo, correlacional porque se explicará la realidad de la cultura tributaria en relación al cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado de Pio Pata del Distrito de El Tambo, provincia de Huancayo en el 2018.

3.1.3. Diseño

No experimental, porque las variables se observarán en su contexto natural y no manipulado.

De corte transversal, porque se tomará en un solo momento.

3.2. Población y Muestra

Población, todos los comerciantes del mercado de Pio Pata y son 58.

(Ver anexos).

Muestra, se determinó utilizar el muestreo no probabilístico por conveniencia; por lo que estará compuesto por el total de comerciantes del mercado de Pio Pata de El Tambo; por ser una población no muy grande y obtener mayor precisión en los resultados.

3.3. Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos

En el desarrollo de la investigación se usará la técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario, aplicado a los comerciantes del mercado de Pio Pata.

3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

Para el procesamiento de la información se utilizará las herramientas como son el software Excel y Word, que permitirán trabajar con cifras exactas para la realización de la tabulación de datos mediante la aplicación de tablas y gráficos. El procedimiento será:

Recopilar información, mediante el cuestionario

Ordenamiento y clasificación de datos

Tabulación de la información, mediante el programa Excel

Se procederá a analizar los resultados y luego a interpretar los resultados obtenidos.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS (Cuadros estadísticos, análisis e interpretación)

Realizada las encuestas a los comerciantes del mercado de Pio Pata del Distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018, conoceremos la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de acuerdo a los resultados que se obtuvieron.

CUADRO N° 1

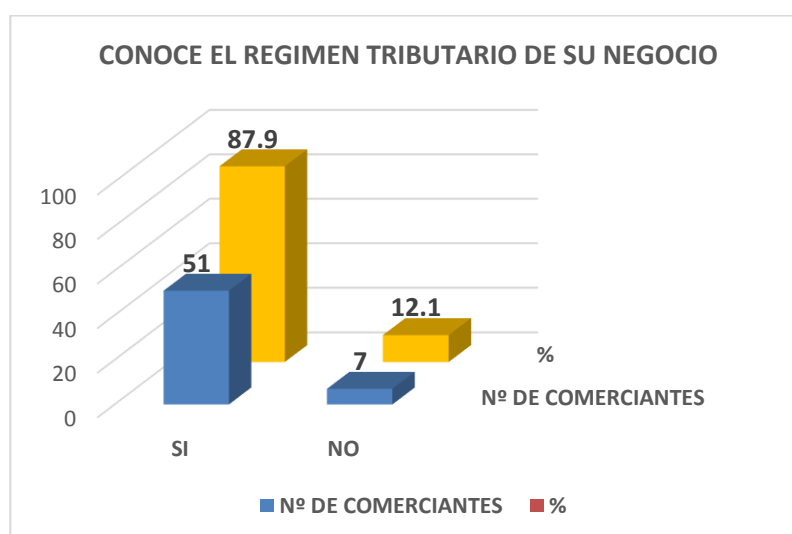
¿SABE USTED EN QUE RÉGIMEN TRIBUTARIO SE ENCUENTRA?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	51	87.9
NO	7	12.1
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO 1



FUENTE: Cuadro N° 1

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 51 comerciantes si saben en qué régimen tributario se encuentra. Y representa el 87.9% del total de la población estudiada.
- ❖ 07 comerciantes no saben en qué régimen se encuentran porque no están inscritos en la SUNAT. Y representa el 12.1% del total de la población estudiada.

En resumen, la mayoría de los comerciantes saben en qué régimen tributario se encuentra su negocio lo que incide en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, pero como una obligación legal y no como un acto cívico que beneficiaría a la ciudadanía.

CUADRO 1.1

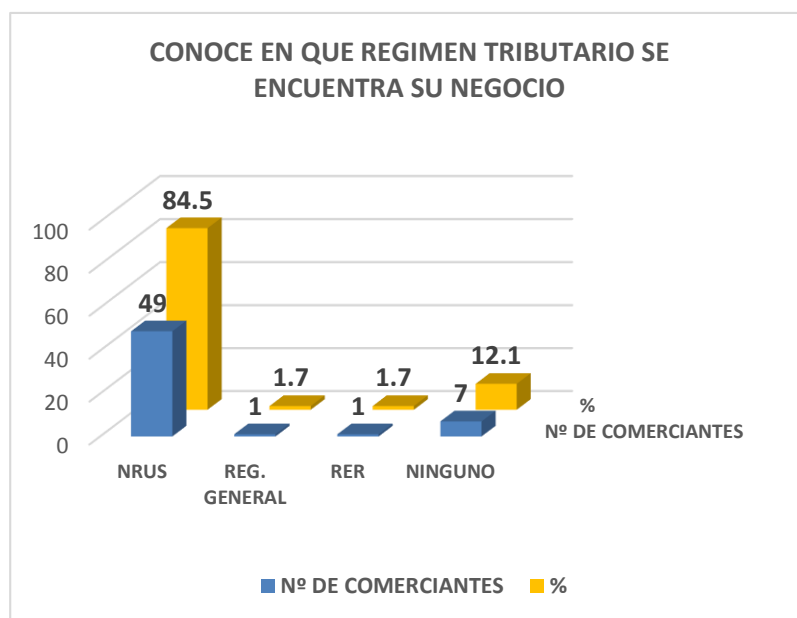
RÉGIMEN TRIBUTARIO EN EL QUE ESTA REGISTRADO EL NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE PIO PATA DEL DISTRITO DEL EL TAMBO, PROVINCIA DE HUANCAYO 2019

REGÍMENES	Nº DE COMERCIANTES	%
NRUS	49	84.5
REG. GENERAL	1	1.7
RER	1	1.7
NINGUNO	7	12.1
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO 1.1



FUENTE: Cuadro N° 1.1

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 49 comerciantes se encuentran registrados en el Nuevo Régimen único Simplificado(NRUS). Y esta representa el 84.5% del total de la población estudiada.
- ❖ 01 comerciante se encuentra registrado en el Régimen General del Impuesto a la Renta. Y representa el 1.7% del total de la población estudiada.
- ❖ 01 comerciante se encuentra registrado en el Régimen Especial del Impuesto a la Renta(RER). Y esta representa el 1.7% del total de la población estudiada.
- ❖ 07 comerciantes que no están inscritos en ningún régimen. Y esta representa el 12.1% del total de la población estudiada.

En resumen, la mayoría de los comerciantes son formales y están inscritos en la SUNAT, y 7 comerciantes son informales.

CUADRO N°2

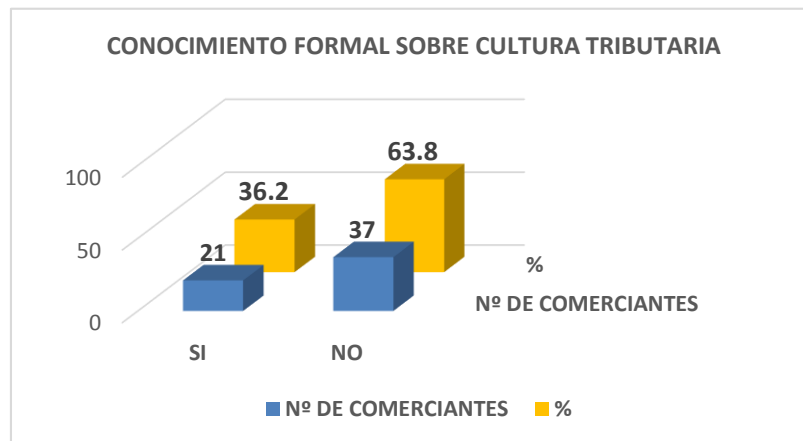
¿TIENE CONOCIMIENTO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	21	36.2
NO	37	63.8
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

GRAFICO N° 2



FUENTE: Cuadro N° 2

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 21 comerciantes si tienen conocimiento sobre cultura tributaria. Y representa el 36.2% del total de la población estudiada.
- ❖ 37 comerciantes no tienen conocimiento sobre cultura tributaria. Y representa el 63.8% del total de la población estudiada.

En resumen, la mayoría de los comerciantes no tienen conocimiento sobre cultura tributaria lo cual incide en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

CUADRO N°3

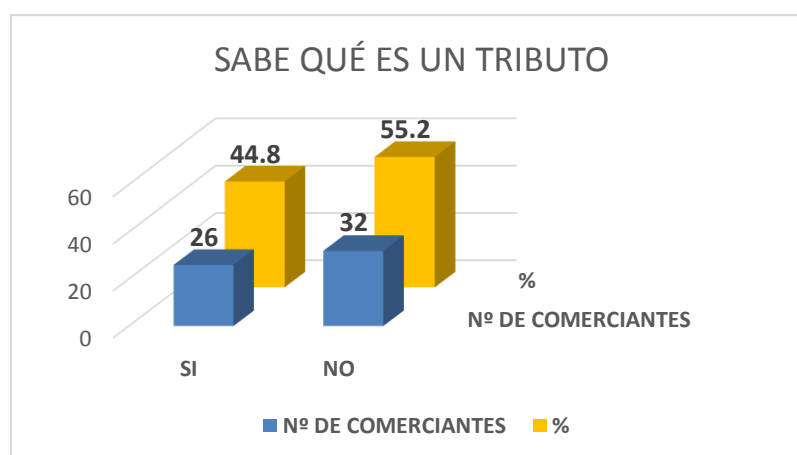
¿SABE USTED QUÉ ES TRIBUTO?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	26	44.8
NO	32	55.2
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

GRAFICO N° 3



FUENTE: Cuadro N° 3

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 26 comerciantes si tienen conocimiento sobre tributo. Y representa el 44.8% del total de la población estudiada.
- ❖ 32 comerciantes no tienen conocimiento sobre tributo. Y representa el 55.2% del total de la población estudiada.
- ❖ En resumen, la mayoría de los comerciantes no tienen conocimiento sobre lo que son los tributos, se limitan a cumplir con sus obligaciones tributarias solo por temor a las multas y sanciones.

CUADRO N°4

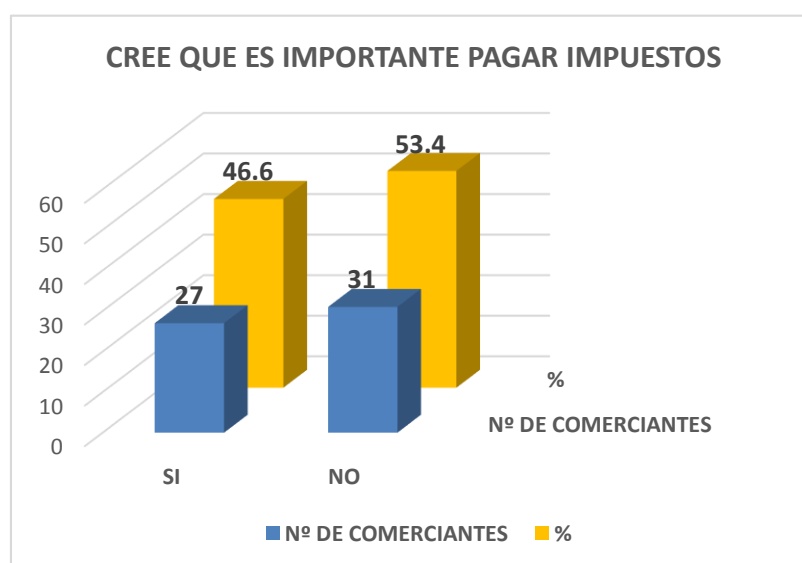
¿CREE QUE ES IMPORTANTE PAGAR LOS IMPUESTOS?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	27	46.6
NO	31	53.4
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

CUADRO N° 4



FUENTE: Cuadro N° 4

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 27 comerciantes si le dan importancia al pago de los impuestos. Y representa el 46.6% del total de la población estudiada.
- ❖ 31 comerciantes no le dan importancia al pago de impuestos. Y representa el 53.4% del total de la población estudiada.

En resumen, como se observa la mayoría de los comerciantes no le dan la debida importancia al pago de los impuestos; porque no están de acuerdo con la retribución del estado.

CUADRO N°5

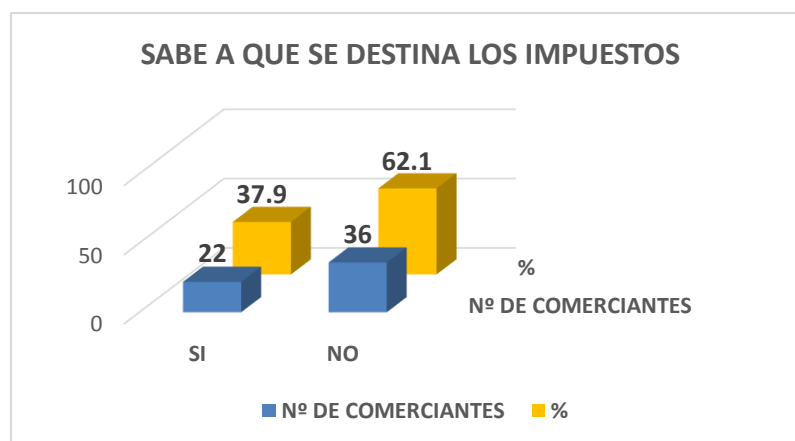
¿SABE A QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	22	37.9
NO	36	62.1
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

GRAFICO N°5



FUENTE: Cuadro N° 5

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 22 comerciantes si saben a qué se destinan los impuestos. Y representa el 37.9% de la población total estudiada.

- ❖ 36 comerciantes no saben el destino de los impuestos. Y representa el 62.1% de la población total estudiada.

En resumen, la mayoría de los comerciantes desconocen el destino de los impuestos o tienen información inadecuada del uso que se da a la recaudación de los impuestos lo que influye de manera negativa en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

CUADRO N°6

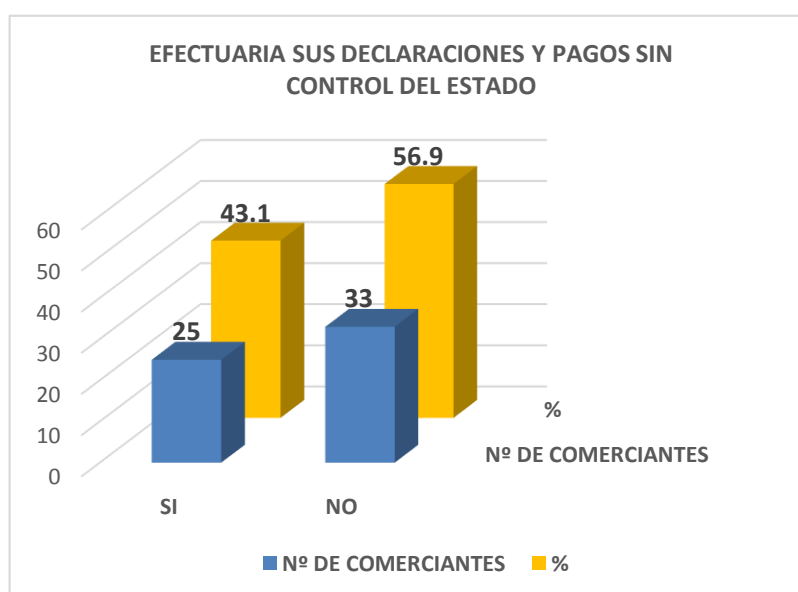
¿EFECTUARÍA SUS DECLARACIONES Y PAGOS SIN CONTROL DEL ESTADO?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	25	43.1
NO	33	56.9
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

GRAFICO N° 6



FUENTE: Cuadro N° 6

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 25 comerciantes si efectuarían sus declaraciones y pagos de impuesto sin control del Estado. Y representa el 43.1% del total de la población estudiada.
- ❖ 33 comerciantes no realizarían la declaración y pago de impuesto sin control del estado. Y representa el 56.9% del total de la población estudiada.

En resumen, la mayoría de los comerciantes no declararían ni pagaría sus impuestos sin el control del Estado, porque desconocen el destino y retribución que el Estado realiza.

CUADRO N° 7

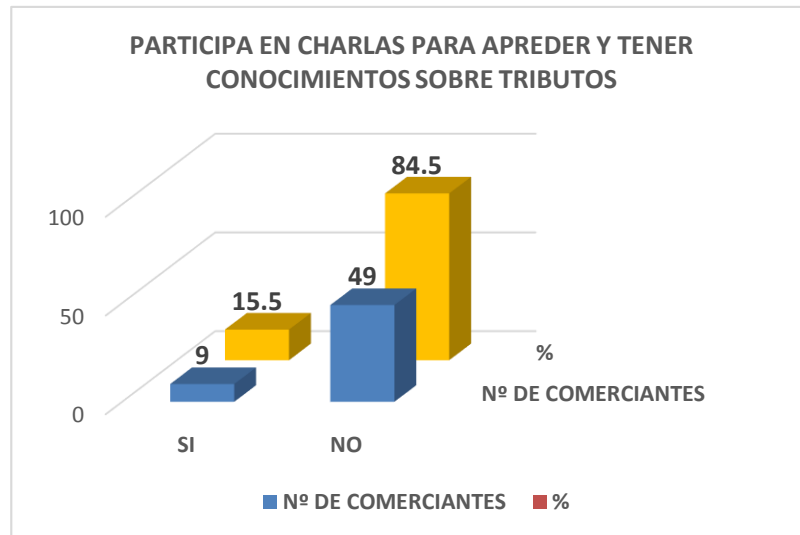
¿PARTICIPA EN CHARLAS PARA APRENDER Y TENER CONOCIMIENTOS SOBRE LOS TRIBUTOS?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	9	15.5
NO	49	84.5
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

GRAFICO N° 7



FUENTE: Cuadro N° 7

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 09 comerciantes si participan en charlas para aprender y tener conocimientos sobre tributos. Y representa el 15.5% del total de la población estudiada.
- ❖ 49 comerciantes no participan en charlas para aprender y tener conocimientos sobre tributos. Y representa el 84.5% del total de la población estudiada.

En resumen, la mayoría de los comerciantes no muestran interés por participar en las charlas para aprender y tener conocimientos sobre tributos por ello desconocen sus obligaciones y beneficios como contribuyentes.

CUADRO N° 8

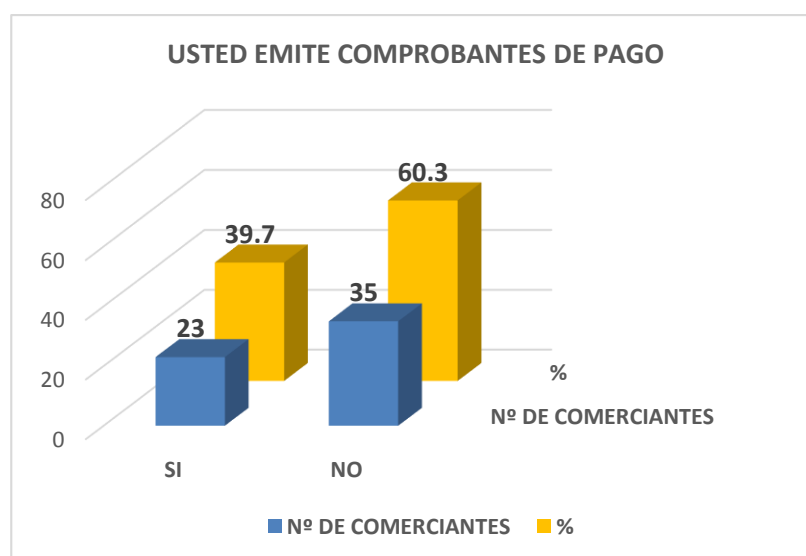
¿USTED EMITE COMPROBANTES DE PAGO?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	23	39.7
NO	35	60.3
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

GRAFICO N° 8



FUENTE: Cuadro N° 8

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 23 comerciantes manifiestan que si emiten comprobantes de pago. Y representa el 39.7% del total de la población estudiada.
- ❖ 35 comerciantes manifiestan que no emiten comprobantes de pago. Y representa el 60.3% del total de la población estudiada.

En resumen, la mayoría de los comerciantes no emiten comprobantes de pago motivo por lo que no cumplen con sus obligaciones tributarias.

CUADRO N°9

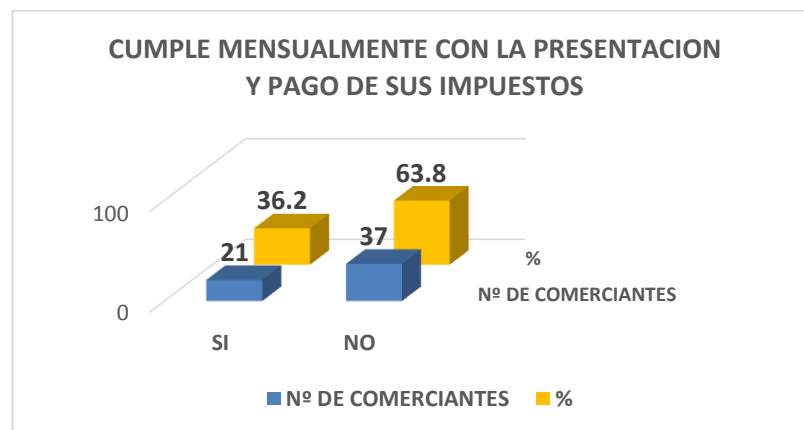
¿CUMPLE MENSUALMENTE CON LA PRESENTACIÓN Y PAGO DE SUS IMPUESTOS?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	21	36.2
NO	37	63.8
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

GRAFICO N° 9



FUENTE: Cuadro N° 9

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 21 comerciantes si cumplen mensualmente con la presentación y pago de sus impuestos. Y representa el 36.2% del total de la población estudiada.
 - ❖ 37 comerciantes no cumplen con la declaración y pago de sus impuestos. Y representa el 63.8% del total de la población estudiada.
- En resumen, la mayoría de los comerciantes no declaran ni pagan sus impuestos mensualmente porque manifiestan que no es necesario porque no hay beneficios.

CUADRO N°10

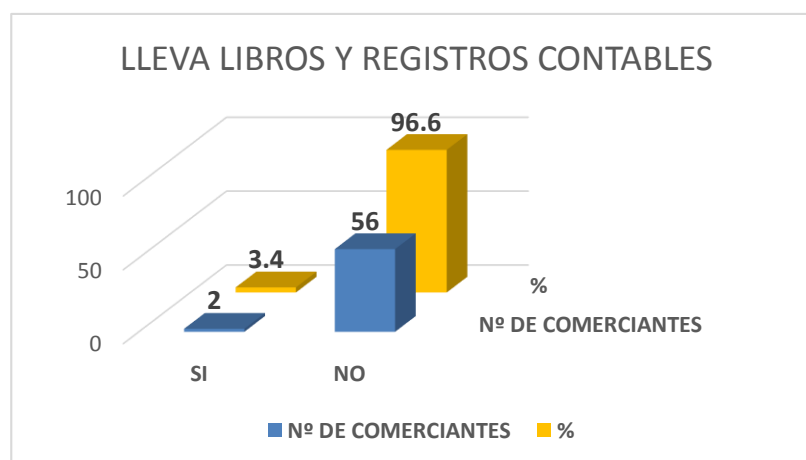
¿LLEVA LIBROS Y REGISTROS CONTABLES?

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
SI	2	3.4
NO	56	96.6
TOTAL	58	100

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

GRAFICO N° 10



FUENTE: Cuadro N°10

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se observa el resultado que se obtuvo al aplicar el instrumento de recolección de datos:

- ❖ 02 comerciantes si llevan libros y registros contables. Y representa el 3.4% del total de la población estudiada.
- ❖ 56 comerciantes no llevan libros y registros contables. Y representan el 96.6% del total de la población estudiada.

En resumen, la mayoría de los comerciantes no llevan libros ni registros contables por están inscritos en el NRUS y solo 2 si cuentan con libros y registros contables porque están inscritos en el régimen tributario general del impuesto a la renta y el otro en el régimen especial del impuesto a la renta.

4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS

4.2.1. Contrastación de la hipótesis general

La cultura tributaria, incide desfavorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018.

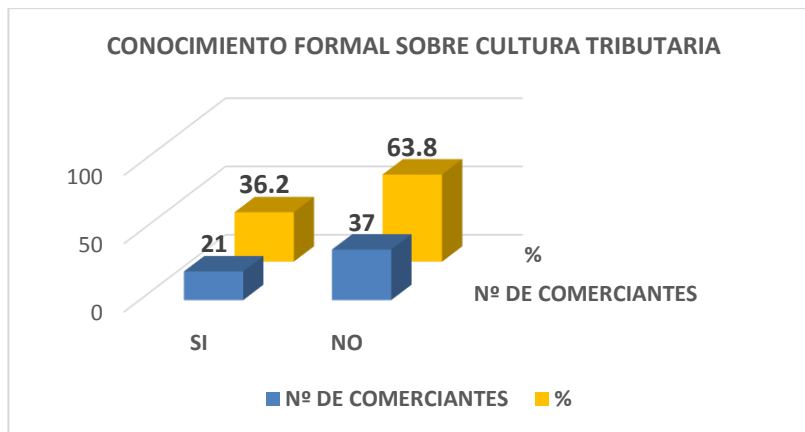


GRAFICO N° 2

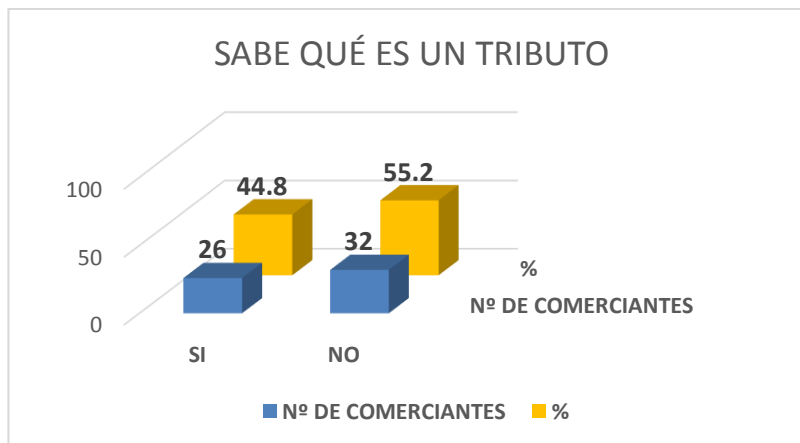


GRAFICO N° 3

CREE QUE ES IMPORTANTE PAGAR IMPUESTOS

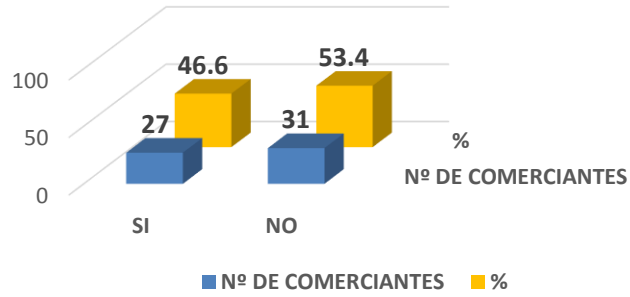


GRAFICO N° 4

SABE A QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS

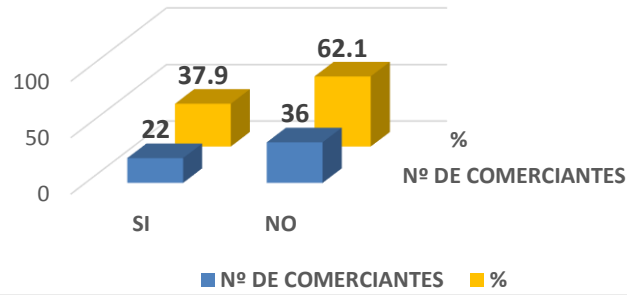


GRAFICO N° 5

EFFECTUARIA SUS DECLARACIONES Y PAGOS SIN CONTROL DEL ESTADO

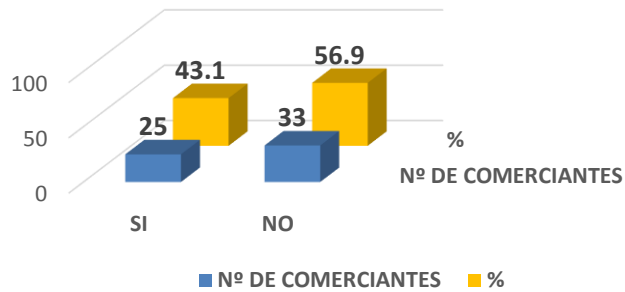


GRAFICO N° 6

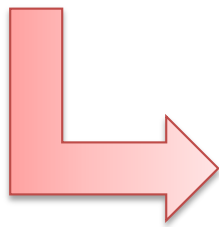
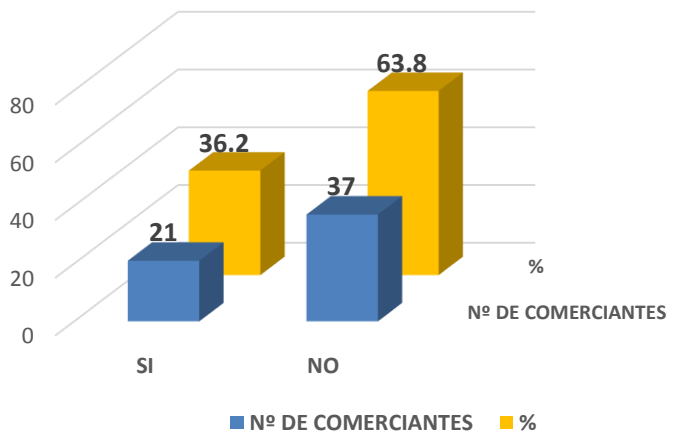


GRAFICO N° 9

CUMPLE MENSUALMENTE CON LA PRESENTACION Y PAGO DE SUS IMPUESTOS



La hipótesis general si es confirmada, porque la mayoría de los comerciantes no tienen conocimientos sobre cultura tributaria representado por un 63.8% según grafico N° 2, muchos desconocen que es un tributo que representan el 55.2% según el gráfico N° 3. No valoran a los tributos ya que según el grafico N° 4 el 53.4% no le dan la debida importancia al pago de tributos y porque el 62.1% representado en el grafico N° 5 desconoce el destino y uso del pago de tributos, así como también no hay conciencia tributaria como observamos en el gráfico N° 6 en el que el 56.9% no efectuaría sus declaraciones y pago de tributos sin control del Estado. Por lo tanto, la cultura tributaria si incide negativamente en el pago de obligaciones tributarias que en este caso es de solo un 36.2% representado en el gráfico N° 9 los que cumplen mensualmente con la presentación y pago de sus impuestos.

4.2.2. Contrastación con la primera hipótesis específica

El conocimiento de los tributos incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018.

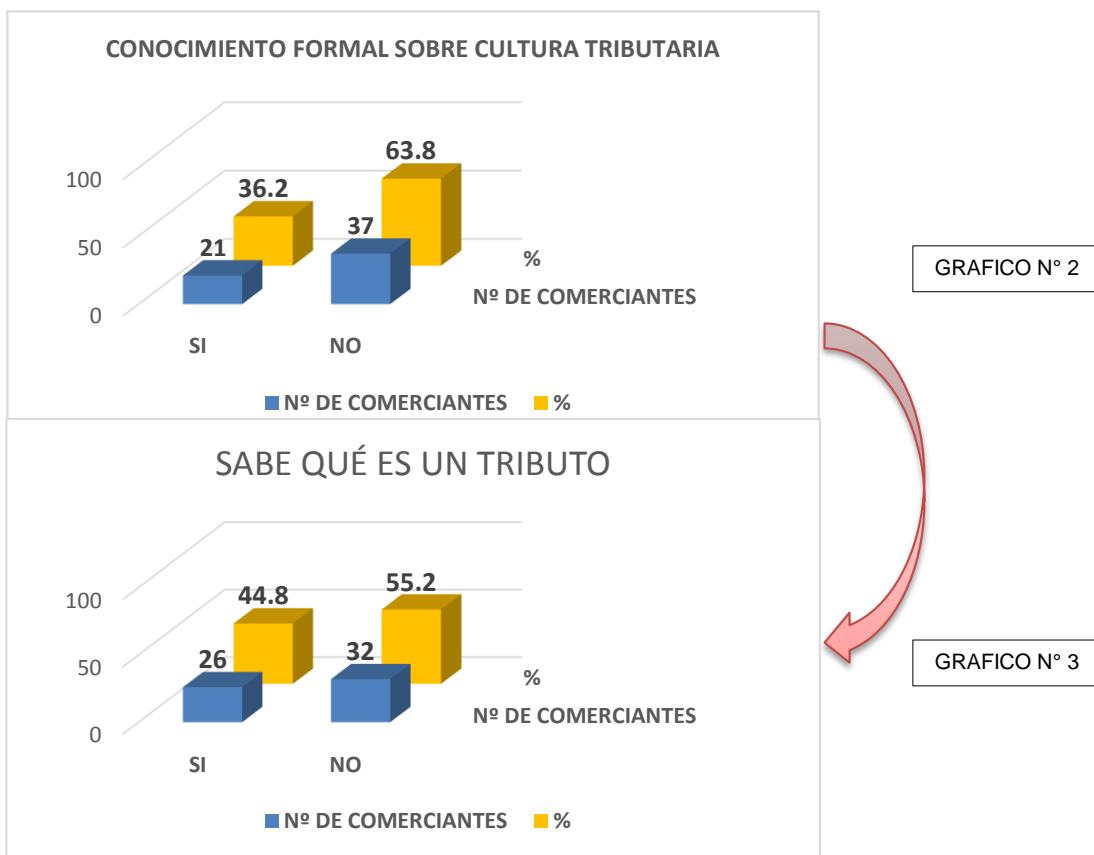


GRAFICO N° 2

GRAFICO N° 3

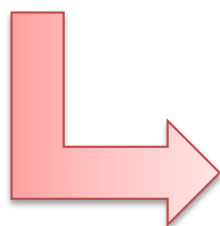
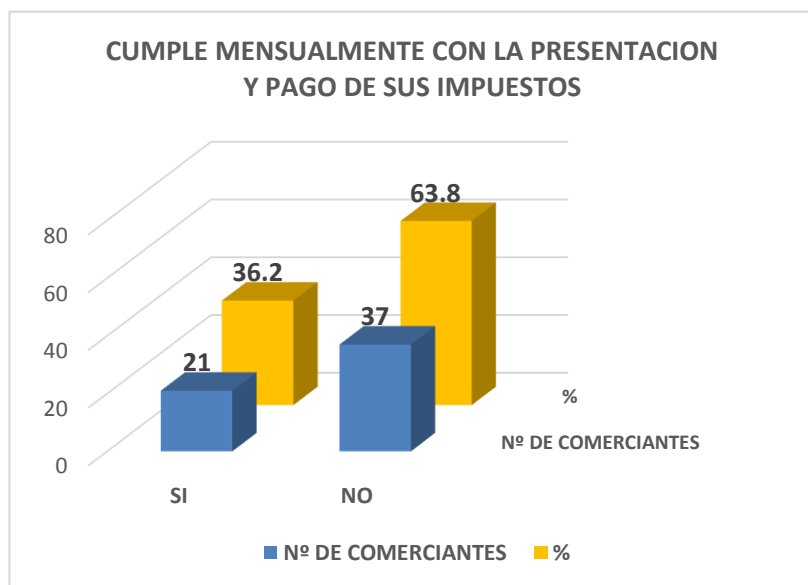


GRAFICO N° 9

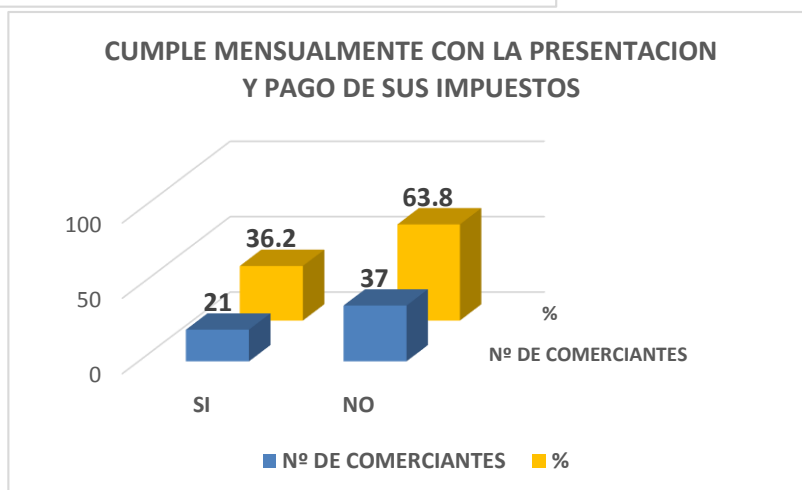
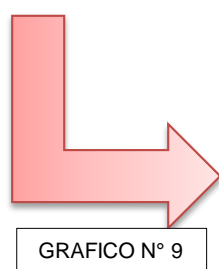
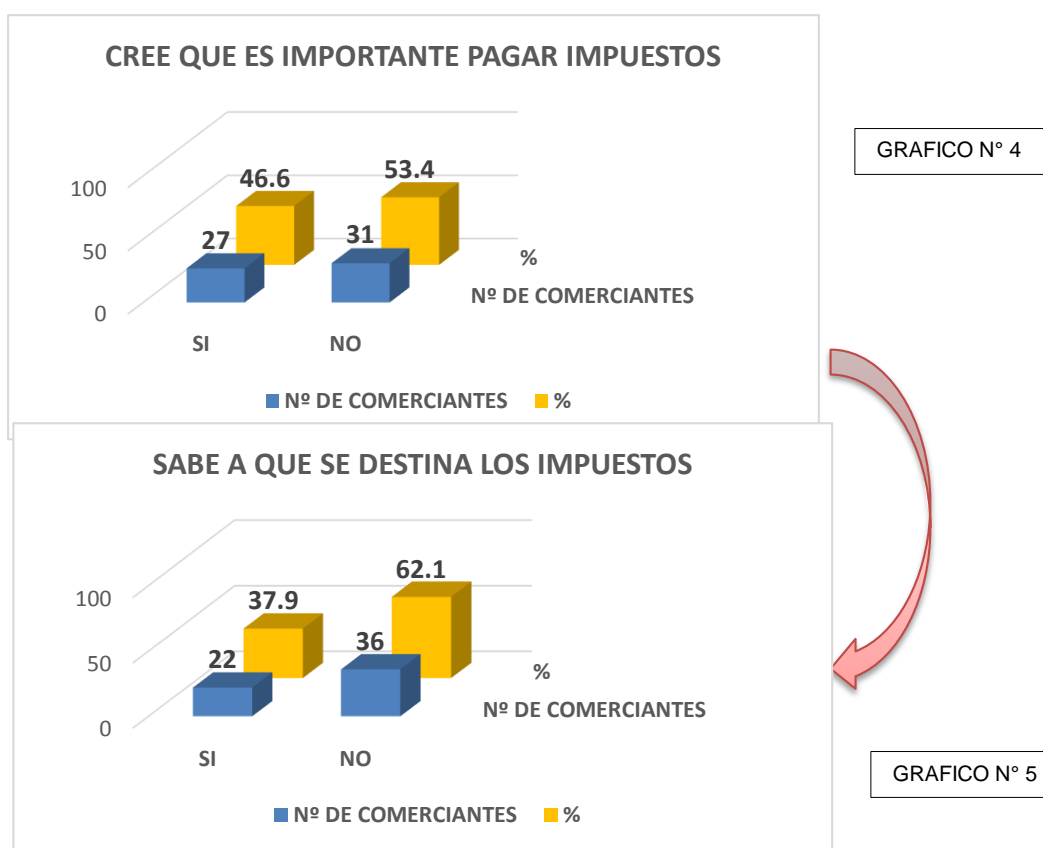


La hipótesis es confirmada porque los comerciantes de este mercado que no tienen conocimientos sobre cultura tributaria está representado por un 63.8% según el grafico N° 2 y no tienen conocimientos sobre

tributo que representa un 55.2% como se observa en el gráfico N° 3; y se comprueba su incidencia en el pago de obligaciones en el gráfico N° 9 en el que el 63.8% no cumple mensualmente con la presentación y pago de sus tributos.

4.2.3. Contrastación con la segunda hipótesis específica

La valoración a los tributos incide desfavorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018.



Esta hipótesis se confirma a través de la encuesta aplicada a los comerciantes donde el 53.4% presentada en el gráfico N°4 no le dan el valor ni importancia al pago de tributos; la razón que manifiestan es que desconocen el destino y uso de estas recaudaciones así observamos en el grafico N° 5 en el que este desconocimiento está representado por el 62.1%. Por lo que la valoración a los tributos incide desfavorablemente en el pago de obligaciones tributarias como observamos en el grafico N° 9 en el que 63.8% no cumple mensualmente con la presentación y pago de sus impuestos.

4.2.4. Contrastación con la tercera hipótesis específica

La conciencia tributaria incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito El Tambo, provincia de Huancayo 2018.

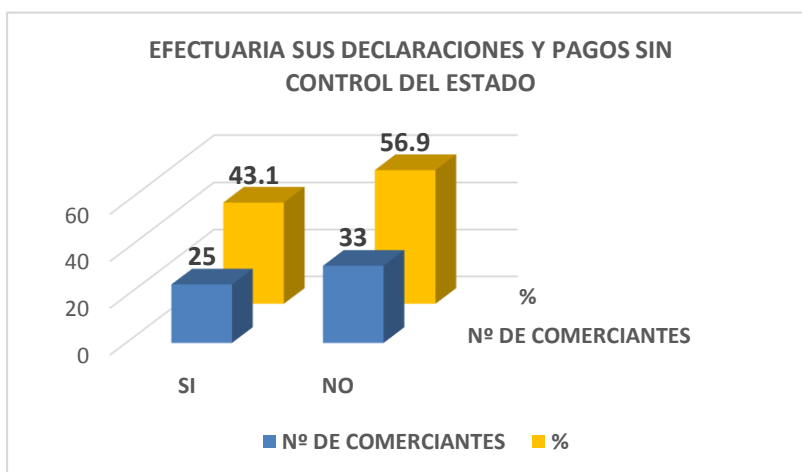


GRAFICO N° 6

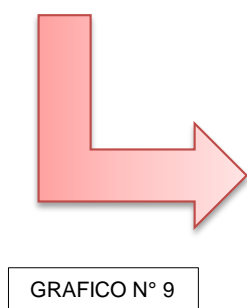
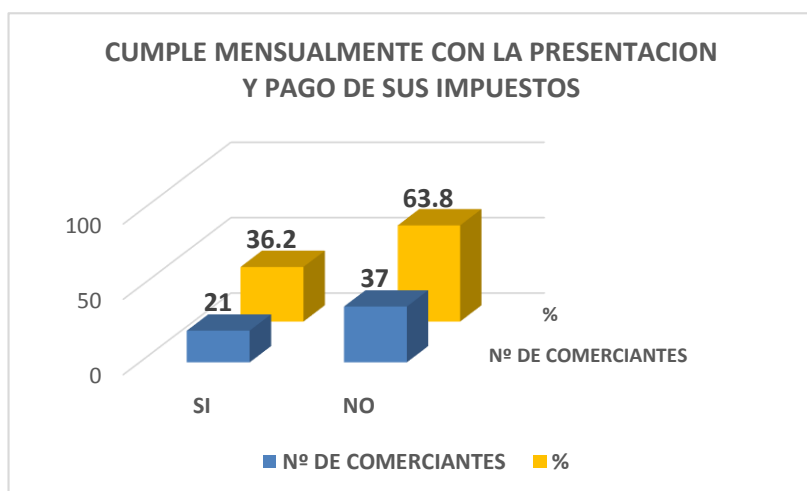


GRAFICO N° 9



La hipótesis se confirma en la encuesta aplicada a los comerciantes, al tener resultados como se observa en el grafico N° 6 en el que la

mayoría de ellos no efectuarían sus declaraciones y pagos sin control del Estado y está representado por el 56.9%. Por lo que referimos que la conciencia tributaria si incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y lo vemos reflejado en el cuadro N° 9 en el que 63.8% no cumple mensualmente con la presentación y pago de sus impuestos. Algunos comerciantes cumplen con sus obligaciones tributarias solo por temor a las multas y sanciones.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 CONSTRATACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Habiendo desarrollado la presente investigación, que incluye marco teórico, información estadística de la información obtenida en la encuesta aplicada en el mercado de Pio Pata del distrito de el Tambo cuyo modelo adjunto en los anexos; se ha demostrado las hipótesis planteadas al inicio de la investigación.

El análisis y contrastación de la variable independiente y dependiente correspondientes a las hipótesis objeto del presente estudio, ha permitido determinar lo siguiente:

CONTRASTACION DE LA HIPÓTESIS PRINCIPAL

La no existencia de cultura tributaria influye desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018.

VARIABLE INDEPENDIENTE:

- **Cultura Tributaria**

De acuerdo a lo recopilado en el marco teórico, determinamos que la cultura general se entiende como el conjunto de valores, creencias y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales; por lo que es muy necesario que la población obtenga conocimientos sobre éste tema y que entienda la importancia de sus responsabilidades tributarias que debería ser a través de una educación tributaria impartida en todos los niveles, y esta información reforzaría la conciencia tributaria de las personas y/o contribuyentes que conllevaría al cumplimiento voluntario de obligaciones tributarias sin necesidad de aplicar las sanciones por su incumplimiento.

En la presente investigación se ha podido verificar que los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo tienen un bajo nivel de cultura tributaria, tal como se observa en los resultados obtenidos:

- ✓ De los 58 comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo encuestados, 37 no tienen conocimiento sobre cultura tributaria (pregunta 2) y representa el 63.8%, 32 no sabe que es un tributo (pregunta 3) que representa el 55.2%; teniendo estos resultados se determina que el nivel de conocimientos de cultura tributaria es bajo, los comerciantes manifiestan que no hay difusión de estos temas sobre todo en módulos de fácil acceso o que estén ubicados cerca de su negocio.
- ✓ De los 58 comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo encuestados, 31 manifiestan que no es importante pagar los impuestos (pregunta 5) y representa el 53.4%, esto debido a que 36 de los comerciantes encuestados desconocen el destino y uso de los impuestos (pregunta 6) que representa el 62.1% y también manifiestan su desconfianza en la Administración Pública. Con estos resultados podemos medir el bajo nivel de valores personales que tienen los comerciantes.
- ✓ De los 58 comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo encuestados, 33 de ellos no efectuaría sus declaraciones y pagos sin control del Estado (pregunta 9) y esto es representa el 56.9%. Con este resultado medimos que los comerciantes no tienen conciencia tributaria y que si no hubiera sanciones y multas no cumplirían con sus obligaciones de forma voluntaria.

VARIABLE DEPENDIENTE

- Cumplimiento de obligaciones tributarias

De la información recopilada en el marco teórico determinamos que, la obligación tributaria es aquel deber jurídico que tiene una persona de contribuir al gasto público dentro de la ley que da nacimiento al tributo de manera proporcional y equitativa. En nuestra legislación se determinan obligaciones formales y sustanciales.

En el caso de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, hemos determinado que hay un bajo nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias; afirmación que se hace en base a los siguientes resultados obtenidos:

- ✓ De los 58 comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo encuestados, 51 están registrados en la SUNAT (pregunta 15).
- ✓ De los 58 comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, 35 no emiten comprobantes de pago (pregunta 17) que representa el 60.3%.
- ✓ De los 58 comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, 37 no cumplen mensualmente con presentar y pagar sus impuestos (pregunta 18) y representa el 63.8%.

Con estos resultados, determinamos que en el mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo existe evasión tributaria, porque el 63.8% no paga sus tributos; básicamente por desconocimiento de los temas de tributación sumado a ello la falta de valoración tributaria y poca conciencia tributaria y agregamos la desconfianza que tienen en la Administración Pública; lo que afecta a la recaudación tributaria.

Con referencia a los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, existe concordancia con los resultados de la tesis titulada: “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la Bahía Mi Lindo Milagro” del Cantón Milagro Ecuador, que concluye la tributación no solamente consiste en ser una obligación legal que tiene que asumir todo ciudadano, más bien debe ser un acto cívico que beneficie en su entorno.

Así mismo coincidimos con los resultados de la tesis titulada: “La cultura en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha Cantón Quito” Ecuador en la que demuestra que la falta de conocimientos o mala aplicación de las leyes o normas tributarias sumado a la falta de difusión o descuido de los contribuyentes, implica que la ciudadanía no conozca sus obligaciones y responsabilidades.

Para crear una cultura tributaria se debe actualizar los conocimientos de los contribuyentes y de esta manera se reduciría las brechas fiscales.

Concordamos con los resultados de la tesis titulada: “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región” en la cual determino que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de la ciudad de Chiclayo era bajo y que las medidas de difusión tributaria por parte del Estado no son suficientes, además concluyo que la mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la administración tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados. Por lo que recomienda al Estado implementar estand tributario de orientación que estén ubicados cerca del contribuyente.

También encontramos similitud con los resultados de la tesis titulada “Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones en el mercado Modelo de Huancayo”, porque llega a la conclusión de que hay un bajo nivel de cultura tributaria que influye negativamente en el cumplimiento de obligaciones tributarias, que la existencia de conciencia tributaria es mínima que solo cumplen con sus obligaciones tributarias para no ser multados o sancionados y que hace falta educación tributaria.

CONCLUSIONES

- ❖ El bajo nivel de cultura tributaria incide desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018, lo cual conlleva a la informalidad y a la evasión tributaria.
- ❖ El escaso conocimientos sobre temas de tributación, incide negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018; llegando incluso a la informalidad por desconocimiento y por lo complicado que resulta a veces los trámites para la formalización para las personas con pocos conocimientos sobre estos temas.
- ❖ La no existencia de valoración a los tributos incide desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018, ya que la mayoría de los comerciantes no le dan la debida importancia al pago de sus obligaciones tributarias, porque desconocen el destino y uso de las recaudaciones a ello se suma la desconfianza en la Administración Pública.
- ❖ La no existencia de conciencia tributaria incide desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo 2018, porque los comerciantes no realizarían sus declaraciones y pagos si el Estado no efectuaría control mediante sanciones y multas.

RECOMENDACIONES

- ❖ Promover, incentivar el desarrollo de la cultura tributaria para lograr el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, tener presencia constante y permanente en los medios de comunicación masivos, redes sociales de informaciones tributarias con la finalidad de mejorar la cultura tributaria en el país y así reducir la informalidad y la evasión tributaria.
- ❖ La Administración tributaria, debe impartir, difundir, ampliar y mejorar temas sobre tributación mediante charlas, talleres y otros, que permitan participar a todos los comerciantes. Estas actividades deberían estar a cargo de las entidades públicas involucradas como lo es la SUNAT, y deberían permanecer muy cerca a los contribuyentes brindando diversos servicios gratuitos en beneficio mutuo tanto del contribuyente como de la administración tributaria.
- ❖ Incrementar la valoración tributaria en los ciudadanos y contribuyentes, dando a conocer el destino de estas contribuciones aprovechando al máximo estos recursos en beneficio de la ciudadanía para que recuperen la confianza en la administración tributaria y se sientan retribuidos por el Estado con los servicios públicos necesarios y que lógicamente se evidencia en una mejor calidad de vida de los ciudadanos.
- ❖ Concientizar a las personas desde temprana edad a que los aportes voluntarios de sus obligaciones tributarias van a servir para lograr el crecimiento económico del país y también el bienestar de la ciudadanía.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-Carrasco, D (2015) “Metodología de la Investigación Científica” – Editorial San Marcos. Lima Perú.

-Chenet Zuta, M.E, & Oseda Gago, D (2012). “Métodos y Técnicas de Investigación” – Primera Edición Huancayo Perú

-Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Metodología de la Investigación” – Sexta Edición, Editorial Mc Graw Hill México.

-IATA (2012) “Cultura Tributaria”, disponible en: <http://iata.s3.amazonaws.com/publicaciones/libro cultura tributaria.pdf>.

-Rodríguez, J. (2008) “Programa de Cultura y Conciencia Tributaria SUNAT-IAT y Aduanas. Disponible en <http://es.scrib.com/do/275764727/c10-cultura-Tributo-Cuaderno-de-Impuestos-v1-1#scrib>.

-Sanabria, R. (1999) “Derecho Tributario e Ilícitos Tributarios”. Editorial Grafica Horizonte Lima Perú.

-Valero, T. y Ramírez M. (2009) “La cultura tributaria”. Editorial Daena. Venezuela.

Tesis consultadas:

-Apaza y Bonifacio (2017). “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de Paruro, provincia de Paruro”.

-Burga, M. (2015). “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra de la ciudad de Lima”.

-Cárdenas, A. (2012). “La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha, Cantón Quito”.

-Cedeño y Torres (2016). “Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes del cantón Girón para el año 2016”.

- Chávez y Tadeo (2014). “Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado Modelo de Huancayo”.
- Gonzales, K. (2016). “Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016”.
- Huere y Muña (2016). “Cultura tributaria para la formalización de las MYPES de los mercados de la provincia de Huancayo”.
- Mogollón, V. (2014). “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región”.
- Romero y Vargas (2013). “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la Bahía Mi Lindo Milagro” del Cantón Milagro Ecuador.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE PIO PATA DEL DISTRITO DE EL TAMBO, PROVINCIA HUANCAYO

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES / ÍNDICES
<p>Problema General ¿Cómo la cultura tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo el conocimiento de tributación incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo? • ¿Cómo la valoración a los tributos incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo? • ¿Cómo la conciencia tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo? 	<p>Objetivo general</p> <p>Analizar como la cultura tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar cómo el conocimiento de tributación incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo. • Determinar como la valoración a los tributos incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo. • Determinar como la conciencia tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo. 	<p>Hipótesis General: La cultura tributaria, es uno de los valores que está dado por la identidad de cada persona e incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias sin necesidad de ser sancionados por la entidad respectiva.</p> <p>Hipótesis Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El conocimiento de tributación incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias ya que la mayoría de los comerciantes del mercado de Pio Pata del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo desconocen del tema y no cumplen con sus obligaciones ante la SUNAT. • La valoración a los tributos incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias porque los comerciantes del mercado de Pio Pata, no cuentan con suficiente información y desconocen el tema. • La conciencia tributaria incide positivamente en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de Pio Pata, ya que no cumplen con las obligaciones tributarias que por ley corresponden. 	<p>Variable Independiente: CULTURA TRIBUTARIA</p> <p>Variable Dependiente: CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS</p>	<p>CONOCIMIENTO DE TRIBUTACIÓN</p> <p>VALORACIÓN DE LOS TRIBUTOS</p> <p>CONCIENCIA TRIBUTARA</p> <p>CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de conocimiento tributario. Índices: Sistema tributario Que impuestos conoce Régimen tributario • Honestidad en el pago de tributos. Índices: Cree que es importante pagar los tributos Sabe para que se destina los impuestos. • Responsabilidad tributaria Índice: Efectuaría sus declaraciones y pagos de impuestos sin control de Estado. • Cumplimiento de Obligaciones Formales. Índices: Cuenta con Ruc Emiten comprobantes de pago. Cumplimiento de Obligaciones Sustanciales. Índices: Pagan sus deudas tributarias Declaran lo correcto Llevan Libros y Registros.

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE PIO
PATA DEL DISTRITO DE EL TAMBO, PROVINCIA DE HUANCAYO 2018**

**CULTURA TRIBUTARIA Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS**

GENERO: **EDAD:** **FECHA:**

INDICADOR: CONOCIMIENTO TRIBUTARIO

1. Sabe Ud., ¿En qué régimen tributario se encuentra?

No Si.....

2. ¿Tiene conocimiento sobre cultura tributaria?

No Si

3. Sabe Ud. ¿Qué es tributo?

No Si

4. Sabe Ud., ¿Qué es una sanción tributaria?

No..... Si

INDICADOR: VALORACIÓN TRIBUTARIA

5. ¿Cree que es importante pagar los impuestos?

No Si

6. Sabe ¿A qué se destina los impuestos?

No Si

7. Considera ¿qué es importante ser transparente en la declaración de impuestos?

No Si

8. Considera ¿que es necesario cumplir con los plazos establecidos para el pago de impuestos?

No Si

INDICADOR: CONCIENCIA TRIBUTARIA

9. ¿Efectuaría sus declaraciones y pagos sin control del Estado?

No..... Si.....

10. Considera que ¿el gobierno utiliza los tributos recaudados correctamente en favor de los ciudadanos?
 No..... Si
11. Considera ¿que el porcentaje o monto de los impuestos es adecuado?
 No..... Si
12. Está de acuerdo ¿Qué la SUNAT sancione a los que no cumplen con sus obligaciones tributarias?
 No..... Si
13. ¿Alguna vez recibió una sanción por parte de SUNAT?
 No Si
14. ¿Participa en charlas para aprender y tener conocimientos sobre los tributos?
 No..... Si

INDICADOR: CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES FORMALES

15. ¿Se encuentra registrado en la SUNAT?
 No..... Si
16. ¿Conoce los comprobantes de pago y los documentos complementarios que debe emitir de acuerdo a su régimen tributario?
 No..... Si.....
17. ¿Ud., emite comprobantes de pago?
 No..... Si

CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES SUSTANCIALES

18. ¿Cumple mensualmente con la presentación y pago de sus impuestos?
 No..... Si.....
19. ¿Declara lo correcto?
 No..... Si.....
20. ¿Lleva libros y registros contables?
 No..... Si

**“RELACION DE COMERCIANTES DEL MERCADO DE PIO PATA DEL
DISTRITO EL TAMBO, PROVINCIA HUANCAYO EL 2018”**

1. ELY PAITAN YAURI
2. MARIA ORIHUELA PAREDES
3. CARLOS VILCHEZ GALARZA
4. LUCILA PUENTE BONCIN
5. ANGEL CUEVAS PAZ
6. ZUMILDA MELO VARA
7. EVA VEGA BERNARDO
8. ELISIA CUYCAPUZA MAURICIO
9. ISABEL SOLANO POMA
10. ABEL TAIBE OBREGON
11. MAGALY MONTAÑEZ RODRIGUEZ
12. FAUSTUA CURASMA ROJAS
13. PETRONILA SEDANO BERROCAL
14. AYDA QUISPE MEDRANO
15. LILIA DELZO REYES
16. BERNARDINO ROSAS LOPEZ
17. ELIZABETH TITO RETAMOZO
18. LILIANA TITO RETAMOZO
19. AGUSTINA ACUÑA CUYCAPUZA
20. MARIA URCUHUARANGA PERALES
21. JORGE MENESES HUAMAN
22. AMERICA AL FARO ARTICA
23. ROCIO QUISPE CUBA
24. RUTH LAUREANO CARMELO
25. MIRIAM BURGOS ESTRELLA
26. ELADIO YARANGA LEIVA
27. EFRAIN CAHUANA ORTIZ
28. EDITH ARECHE CAMARENA
29. MARLENY ROSAS PEREZ
30. RUTH CARHUAMACA MENDOZA
31. LUIS AQUINO ROJAS
32. HILDA ESPINOZA FLORES
33. JANETH PAJUELO CARLOS
34. NOEMI LAURENO CARMELO
35. CARMELO MEJIA MAXIMILIANO
36. IRENE POMA DE CARDENAS
37. MARLENI DIAZ FUSTER
38. BACELISA LEON POMA
39. RAUL ESPINOZA RODRIGUEZ
40. DORIS ESPINOZA RODRIGUEZ
41. FLOR DE MARIA ECHEVARRIA ALFARO
42. ROSARIO PEÑA AUQUI

43. ELSA CERRON ROJAS
44. IDA NINALAYA CERRON
45. KATTY ECHEVARRIA DORREGARAY
46. LIZ PONCE GONZALES
47. EDGAR MALLQUI DIAZ
48. ROSARIO PEÑA ALFARO
49. GUADALUPE MIRANDA RUIZ
50. JERSON QUISPE QUISPE
51. DANIEL ESPINOZA ALVAREZ
52. NELLY GARCIA BUENDIA
53. MARIA GARCIA BUENDIA
54. LIBORIO GALARZA TORRES
55. ALICIA CASAS EGOAVIL
56. ABEL INGA BRUNO
57. MAX LAURENTE ARIAS
58. ESTHER MIRANDA SOVERO

EVIDENCIAS DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA







