

**UNIVERSIDAD DE HUANUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**



**UDH**  
UNIVERSIDAD DE HUANUCO  
<http://www.udh.edu.pe>

**TESIS**

---

**“LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL  
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE  
LAS EMPRESAS TEXTILES DEL NUEVO RUS DE LAS  
GALERÍAS SUPER DE HUÁNUCO, 2019”**

---

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

**AUTORA: Gonzales Aguirre, Natalia**

**ASESOR: Repetto García, Tonio Lucho**

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2020**

# U

# D

# H

**TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

- Tesis ( X )
- Trabajo de Suficiencia Profesional( )
- Trabajo de Investigación ( )
- Trabajo Académico ( )

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Contabilidad Financiera**AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2018-2019)****CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:****Área:** Ciencias sociales**Sub área:** Economía, Negocios**Disciplina:** Negocios, Administración**DATOS DEL PROGRAMA:**

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Contador Público.

Código del Programa: P12

Tipo de Financiamiento:

- Propio ( x )
- UDH ( )
- Fondos Concursables ( )

**DATOS DEL AUTOR:**

Documento Nacional de Identidad (DNI): 47486192

**DATOS DEL ASESOR:**

Documento Nacional de Identidad (DNI): 2248914

Grado/Título: Magister MAESTRO EN CIENCIAS CONTABLES, CON MENCIÓN EN: AUDITORIA Y TRIBUTACION

Código ORCID: 0000-0001-7974-2143

**DATOS DE LOS JURADOS:**

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Juan Daniel Toledo Martinez	Mg. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CON MENCIÓN EN: "GESTION PUBLICA"	22510 018	<u>0000-0003-2906-9469</u>
2	Villena Andrade Tomas Dali	Mg. EN CIENCIAS DE LA EDUCACION, ESPECIALIDAD: DOCENCIA EN EDUCACION SUPERIOR E INVESTIGACION	04085 862	<u>0000-0002-1290-1434</u>
3	Nilton Alejandro Jara Y Claudio	Bach. EN CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS	22433 914	000-0003-2231-138X

**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las *10:15* horas del día *06* del mes de *Diciembre* 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. Daniel Toledo Martínez	<b>(Presidente)</b>
C.P.C. Nilton Alejandro Jara y Claudio	<b>(Secretario)</b>
Mtro. Tomas Dali Villena Andrade	<b>(Vocal)</b>

Nombrados mediante la Resolución N°2063-2019-D-FCEMP-EAPCF-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: **“LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LAS EMPRESAS TEXTILES DEL NUEVO RUS DE LAS GALERÍAS SUPER DE HUÁNUCO, 2019”**, presentada por el (la) Bachiller **GONZALES AGUIRRE, Natalia**; 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 *14* (*...catenca...*) y cualitativo de *suiciente* (Art.45 y 47 - Reglamento de Grados y Títulos).

Siendo las *11:00* horas del día *06* del mes de *Diciembre* del año 2019, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.

  
Mtro. Daniel Toledo Martínez  
**PRESIDENTE**

  
C.P.P. Nilton Alejandro Jara y Claudio  
**SECRETARIO**

  
Mtro. Tomas Dali Villena Andrade  
**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto va dirigido en primer lugar a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto en donde empiezo una nueva etapa de mi vida cumpliendo mis objetivos. A mi madre que siempre estuvo pendiente y brindándome su apoyo incondicional y permanente la primera persona que confió en mí para que salga adelante día a día.

A mis familiares por preocuparse y motivarme en mi formación profesional.

Y a todas aquellas personas que forman parte de mi vida permitiéndome crecer y orientándome a ser mejor persona día a día.

## **AGRADECIMIENTO**

- Agradecer en primer lugar a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para poder lograr mis objetivos.
- A mis padres por brindarme su paciencia, amor y apoyo, por ser mis primeros profesores, los que me enseñaron a diario y que me guían a hacer las cosas de forma correcta.
- A la Universidad de Huánuco por haberme permitido ser parte de ella y abierto las puertas de su seno científico para poder estudiar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante constantemente.
- Un agradecimiento muy especial a mi asesor Mg. Tonio Lucho Repetto García, por bríndame su orientación, compromiso y sabiduría, que hicieron posible la culminación de mi tesis.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
ÍNDICE .....	IV
ÍNDICE DE CUADROS.....	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
SUMMARY .....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPÍTULO I.....	12
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	12
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.3. OBJETIVO GENERAL.....	17
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	17
1.6. LIMITACIONES .....	18
1.7. VARIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
CAPÍTULO II.....	20
MARCO TEÓRICO .....	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
2.1.1. A NIVEL INTERNACIONAL.....	20
2.1.2. A NIVEL NACIONAL .....	22
2.1.3. A NIVEL LOCAL.....	26
2.2. BASES TEÓRICAS .....	28
2.2.1. CULTURA TRIBUTARIA .....	28
2.2.2. ORIENTACIÓN TRIBUTARIA .....	30
2.2.3. CONCIENCIA TRIBUTARIA.....	33
2.2.4. LA LEY GENERAL TRIBUTARIA.....	35
2.2.5. OBLIGACIÓN TRIBUTARIA.....	36
2.2.6. EMPRESAS COMERCIALES .....	39
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES .....	40
2.4. HIPOTESIS .....	41

A.	HIPOTESIS GENERAL .....	41
B.	HIPOTESIS ESPECÍFICAS.....	41
2.5	VARIABLES.....	42
1.	VARIABLE INDEPENDIENTE (X).....	42
2.	VARIABLE DEPENDIENTE (Y) .....	42
2.6	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE .....	43
CAPÍTULO III.....		44
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN .....		44
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	44
3.1.1.	ENFOQUE .....	44
3.1.2.	ALCANCE O NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	44
3.1.3.	DISEÑO .....	45
3.2.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	46
3.2.1.	POBLACIÓN .....	46
3.2.2.	MUESTRA.....	46
3.3.	TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	47
3.4.	TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	47
CAPÍTULO IV .....		48
RESULTADOS .....		48
4.1.	Procesamiento de datos. ....	48
4.2.	Contrastación de Hipótesis y prueba de Hipótesis .....	62
CAPÍTULO V .....		68
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		68
5.1.	Presentación de la discusión de resultados: .....	68
CONCLUSIONES .....		71
RECOMENDACIONES.....		72
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....		73
ANEXOS .....		77

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 .....	48
CUADRO N° 2 .....	49
CUADRO N° 3 .....	50
CUADRO N° 4 .....	51
CUADRO N° 5 .....	52
CUADRO N° 6 .....	53
CUADRO N° 7 .....	54
CUADRO N° 8 .....	55
CUADRO N° 9 .....	56
CUADRO N° 10 .....	57
CUADRO N° 11 .....	58
CUADRO N° 12 .....	59
CUADRO N° 13 .....	60
CUADRO N° 14 .....	61



## ÌNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	48
Gráfico 2.....	49
Gráfico 3.....	50
Gráfico 4.....	51
Gráfico 5.....	52
Gráfico 6.....	53
Gráfico 7.....	54
Gráfico 8.....	55
Gráfico 9.....	56
Gráfico 10.....	57
Gráfico 11.....	58
Gráfico 12.....	59
Gráfico 13.....	60
Gráfico 14.....	61

## RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo principal de determinar de qué manera influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

El cual se desarrolló mediante un enfoque cuantitativo, a nivel descriptivo. Mediante este diseño se observó el fenómeno tal como sucede en su contexto, para luego ser analizados las unidades muestrales que están compuestas por 20 empresarios textiles.

Para la recolección de la información se utilizó como técnica las encuestas en base a un cuestionario de preguntas directamente relacionadas con las variables, dimensiones e indicadores de la investigación, para luego haber sido procesados, interpretados, analizados, contrastados y discutidos, el cual finalmente nos permitió demostrar la Hipótesis de como La cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019, arribándose de todo lo mencionado nos permitió dar a conocer las conclusiones y brindar determinadas recomendaciones.

## **SUMMARY**

This research was carried out with the main objective of determining how the tax culture influences the fulfillment of the tax obligations of the textile companies of the New RUS of the Super Galleries of Huánuco, 2019.

Which was developed through a quantitative approach, at a descriptive level. Through this design the phenomenon was observed as it happens in its context, to then be analyzed the sample units that are made up of 20 textile entrepreneurs.

For the collection of the information, surveys were used as a technique based on a questionnaire directly related to the variables, dimensions and indicators of the investigation, to then have been processed, interpreted, analyzed, contrasted and discussed, which finally we allowed to demonstrate the hypothesis of how Tax culture significantly influences compliance with the tax obligations of textile companies of the New RUS of the Super Galleries of Huánuco, 2019, arriving from all the above allowed us to make the conclusions known and provide certain recommendations .

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada **“LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LAS EMPRESAS TEXTILES DEL NUEVO RUS DE LAS GALERÍAS SUPER DE HUÁNUCO, 2019”** tiene por finalidad evaluar la cultura tributaria y determinar su influencia en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias con el objetivo de que los comerciantes incrementen su cultura tributaria, plantear soluciones y así incrementar directa o indirectamente la recaudación tributaria.

La justificación teórica cuenta con una amplia bibliografía sobre el tema que es justificable para esta investigación. La cual se cuenta con la información necesaria y contar con autores dedicados a estos temas de interés.

Este trabajo se realiza a través de procedimientos, técnicas e instrumentos diseñados para el desarrollo de la presente investigación que tienen por ende posibilidad, validez y confiabilidad. Asimismo, los resultados que se obtengan podrán ser utilizados para futuras investigaciones.

A su vez este trabajo cuenta con las siguientes limitaciones: bajo nivel de financiamiento, falta de información sobre antecedentes bibliográficos en materia de cultura tributaria y poder organizar elementos de apoyo sobre concientización tributaria, falta de colaboración de los encuestados, la negativa de los comerciantes al cumplir con sus obligaciones tributarias.

El marco teórico está relacionado directamente con la investigación, siendo estas, teorías que ayudan al investigador y está conformado por antecedentes locales, nacionales e internacionales. En las bases teóricas es el centro del trabajo de investigación, ya que a raíz de este construimos nuestro trabajo, tenemos todos los conceptos de la variable independiente y dependiente, todo ello sustentado por teorías de diversos autores y especialistas en el área.

Para poder realizar el trabajo de investigación se precedió de la siguiente manera:

**El capítulo I**, Se describió la realidad del problema, así mismo se formuló el problema general y las específicas, los antecedentes y el objetivo de la investigación; las limitaciones y justificaciones de la investigación.

**El capítulo II**, Contiene el Marco teórico y las hipótesis de la investigación. El Marco teórico está constituido por un conjunto de conocimientos y teorías relacionados al área de conocimientos las que se encuentran registradas en libros, textos, informes científicos, etc.

**El capítulo III**, Está compuesto por la metodología de la investigación, comprendió desde el diseño metodológico, la población y muestra. En recolección de datos en la encuesta y el procedimiento de la información se utilizaron el programa de SPSS.

**El capítulo IV**, está compuesto por resultados de la investigación, interpretación de datos lo cual el trabajo en primer momento en la parte estadística y luego el grafico, continuando con el análisis de los mismos que se efectúa en cada pregunta, en lo que concierne a la contrastación de hipótesis y validación de las mismas, se utilizaron en las conclusiones.

**El capítulo v**, está compuesto por la discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones, complementando con las fuentes de información y anexos.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

**Villegas (2002-2003)** El tema de “Cultura Contributiva”, “cultura tributaria” o “tax culture”, es abordado por diferentes áreas del conocimiento como la economía, sociología y la historia.

La problemática se focaliza en el cumplimiento voluntario y en los métodos públicos para incrementar la propensión a la honestidad en el proceso de tributación, como un instrumento para la disminución de índices de evasión y contrabando. En efecto, la interacción en el mayor nivel de conciencia cívica sobre el cumplimiento tributario y la generación de una mayor sensación de riesgo por incumplimiento, inciden en la disminución de índices de evasión y contrabando existentes en América Latina.

Un elemento relevante de la “Cultura Contributiva” latinoamericana es que constituye un bien público que se desarrolla en función del Modelo de Estado vigente, donde los actores (contribuyentes, políticos, funcionarios, asesores y académicos, entre otros) llegarán a concebir las obligaciones tributarias como un deber público de acuerdo con los valores y principios que inspiran el respectivo modelo de Estado. En efecto, siguiendo una fuerte corriente de pensamiento social en Latinoamérica, Bolivia ha adoptado en 2009 el Modelo de Estado Social de Derecho en su Constitución, proclamando criterios particulares de justicia distributiva que desenfocan “la función instrumental del tributo como medio de obtención de ingresos monetarios” y donde la solidaridad es el fundamento de la existencia del tributo. Así, se establece una relación entre capacidad contributiva y solidaridad, como fin de la cualificación funcional del deber de contribuir.

**Teneo (2017)** El 80% de los emprendedores que empiezan su negocio desconocen totalmente las leyes y sus obligaciones tributarias como empresario. La mayoría de clientes nuevos que

nunca han tenido una empresa desconocen totalmente cuál será la operativa en cuanto al pago de impuestos. Este desconocimiento provoca en muchas ocasiones desvíos en el plan de negocio inicial, por los impuestos que no sabían que tenían que pagar y provocan problemas de flujo de caja. La mayoría tampoco ha hecho previsiones nunca de qué pasará si los clientes no pagan, según Teneo, que destaca en este sentido que en España el índice de morosidad es muy alto.

**Bonilla, (2014)** En los países de América Latina se ha avanzado notablemente en el tema de Cultura Tributaria pues, según las diferentes condiciones de cada país se han implementado estrategias para poder reducir la evasión fiscal de manera que la ciudadanía se familiarice con este tema. Cada país tiene distintos programas de acuerdo a sus objetivos, existen países para los que es importante conseguir que su base de datos tenga más contribuyentes, mientras otros ponen más énfasis en lograr mayor recaudación; sin embargo todos acuden a las estrategias dinámicas que van dirigidas hacia los más jóvenes que serán los futuros contribuyentes y otros por el contrario se centran en los contribuyentes actuales buscando llegar a la comprensión de la tributación como un deber de todo ciudadano.

**Sarduy (2016)** Cuba es un país con un alto desarrollo cultural, social e intelectual. Muestra indicadores en la educación como pocos países de su entorno. Los universitarios graduados son elevados en todos los campos. Paradójicamente, no existe una cultura tributaria generalizada. Han transcurridos ya casi veinte años de implantación de los tributos y no se aprecian adelantos sustanciales en este sentido. El hecho de que en Cuba exista un predominio de la propiedad estatal sobre los medios de producción hace que muchos ciudadanos, incluyendo empresarios, manifiesten: ¿para qué tributar si el Estado es el dueño de todo? Otros creen que resulta más rentable no tributar, Declarar parcialmente lo recaudado, evadir al organismo regulador de impuestos el procedimiento de acuerdo a ley al momento de introducir mercaderías al país, o sencillamente evitando declarar cualquier tipo de movimiento económico al Estado.

Con la finalidad no solo de pagar impuestos sino también de evitar realizar todos los tramites, en la mayoría de las veces engorrosos y complicados. Todo ello es reflejo de un desconocimiento total de la dimensión y alcance de los tributos, y de la carencia de cultura tributaria, donde la ética empresarial es fundamental para la conformación y desarrollo de la misma.

La problemática de no tributar es una manera más rentable en sus negocios y prefieren no reportar al estado sus ganancias generando una problemática de carencia de cultura tributaria, donde la ética empresarial es fundamental para la conformación y desarrollo de la misma.

**Sigüenza (2014)**, fundamenta que la meta de recaudación que buscan obtener las Administraciones Tributarias y a las estrategias establecidas que ayudaran al logro de este propósito; tomando como ejemplo la aplicación de una lotería fiscal en diez países de Latinoamérica y la influencia publicitaria que pueden tener en el Ecuador. Llegando a que, de la investigación realizada, es posible asegurar que las Administradoras Tributarias antes de aplicar el sistema de sorteo, tuvieron como punto de partida mejorar en su país la cultura tributaria, logrando así que tanto los contribuyentes registrados o no registrados sean quienes tomen conciencia y hagan parte de su vida la exigencia de comprobantes de pago, buscando formar un habito en los propietarios de los negocios de entregar un respaldo autorizado en sus ventas.

El estudio se centra en la solución de la problemática en la falta de cultura tributaria a través del desarrollo de la cultura tributaria con estrategias que permiten su cumplimiento como es la lotería tributaria.

**Perú21 (2013)**, “Evita sanciones por evadir obligaciones tributarias para la Sunat, la infracción más frecuente que cometen los pequeños empresarios es no actualizar sus datos del Registro Único de Contribuyente (RUC)” cuando cambian de residencia, además la mayoría deja de lado y no entrega los comprobantes de pago por consumos mínimos y en general. Por otra parte, SUNAT, llega a las multar hasta el 100% de la infracción detectada en los negocios. la



problemática más frecuente que se presenta para no cumplir sus obligaciones tributarias es no actualizar sus datos RUC, cuando existe cambio de domicilio, entre otras cosas no entregara a tiempo sus comprobantes de pago.

**RPP (2012)** Gerente de desarrollo productivo de la región Lambayeque explicó que la falta de Cultura tributaria en los pequeños comerciantes ya no paga los impuestos además más del 60% de las MYPES son informales. A pesar que tiene el 70% de la actividad económica de la región son informales. Se va a proponer que, en el Día Nacional de las MYPES, algunos incentivos tributarios en sus costos y créditos. Las MYPES se desarrollan el comercio, las confecciones y la artesanía.

Se expresa la problemática centrada en la falta de cultura tributaria e informalidad en las empresas de rubros en el comercio, las confecciones y la artesanía de Lambayeque.

**CABELLO, (2013)** La escasa conciencia tributaria que tienen los contribuyentes, por la ineficiencia de las políticas tributarias y la administración tributaria debe generar y ejecutar información tributaria clara, precisa de fácil entendimiento por todos los contribuyentes.

El problema que se percibe en los comerciantes en los alrededores del Mercado Modelo de Huánuco, es que poseen una cultura tributaria débil basado en el incumplimiento de sus obligaciones tributarias sustanciales, trayendo consigo la evasión tributaria; la misma que se ve reflejado en la falta de conocimientos básicos sobre sus obligaciones tributarias, no le asignan un valor a la función social del tributo, y por el escaso nivel de conciencia tributaria.

En la región Huánuco el número de empresas localizadas y creadas es un indicador de su fortaleza económica la cual obliga a que los negocios Huanuqueños deban lograr mayores niveles de conocimiento en base a cultura tributaria y su obligación tributaria como empresario, consecuentemente con esto surge el concepto de caracterización de “LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE

## LAS EMPRESAS TEXTILES DEL NUEVO RUS DE LAS GALERÍAS SUPER DE HUÁNUCO, 2019”

Queremos que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprendan la importancia de sus responsabilidades tributarias y beneficios que de ella provienen. Pretendemos que los individuos de la sociedad, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al estado y comunicar a esa colectividad que las razones fundamentales de la tributación es proporcionar a la nación los medios necesarios.

No existe una conciencia tributaria del deber que tienen todos los ciudadanos voluntariamente y puntualmente con sus obligaciones. Existe un comportamiento inadecuado de las empresas textiles del nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019, ya que no se responsabilizan en aprender conocimientos tributarios para colaborar con su país, es por ello que actualmente se viene concientizando a los maestros y estudiantes en la práctica constante de valores referidos a la tributación; de manera que los colegios asuman el compromiso de formar ciudadanos capaces de definir, defender y hacer cumplir normas de convivencia, para tener un país en el cual cada peruano sienta y sepa que puede realizar sus aspiraciones personales y sociales.

Otro problema es la falta de información y conocimiento de las empresas textiles respecto a la cultura tributaria y sus obligaciones. El empresario no tiene una adecuada orientación tributaria, no toma conciencia tributaria y no valora las leyes establecidas. Todos los ciudadanos debemos estar capacitados en el ámbito tributario, saber dónde comienza y donde termina nuestra responsabilidad, los contribuyentes deben asumir de manera voluntaria y responsable su participación en los diferentes tributos.

### **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **a) Problema General**

- ¿De qué manera influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019?

## **b) Problemas Específicos**

- ¿De qué manera influye la orientación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019?
- ¿De qué manera influye la conciencia tributara en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019?
- ¿De qué manera influye las leyes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019?

### **1.3. OBJETIVO GENERAL**

- Determinar de qué manera influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

### **1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar de qué manera influye la orientación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.
- Determinar de qué manera influye la conciencia tributara en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.
- Determinar de qué manera influye las leyes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

### **1.5. JUSTIFICACIÓN**

- **Teórico:** la justificación de la presente investigación radica en presentar fundamentos adecuados para que la normativa del

sistema tributario, sea considerado como instrumento de control y aplicación adecuada para la preservación de la cultura tributaria y se logre el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las galerías Super de Huánuco, 2019.

- **Metodológico:** los resultados de la presente investigación permitirán evidenciar las fallas comunes del cumplimiento de las normas tributarias en las causas, efectos y consecuencias que repercuten en la obtención de resultados, económica y social. Es necesario que con los datos e información recopilada sea factible determinar cómo influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas y partiendo de ellos formular hipótesis que luego va ser contrastado que nos permitirá llegar a un resultado favorable.
- **Práctica:** la presente investigación se considera beneficioso, en la medida que servirá a la colectividad universitaria de apoyo y servirá como antecedente para la ejecución de nuevas investigaciones. Para que esta investigación asista a mejorar la aplicación y adecuado conocimiento de la norma tributaria y contribuir con el desarrollo de nuestra comunidad y el país.

#### 1.6. LIMITACIONES

El presente trabajo de investigación se centrará en el estudio de las variables dependientes e independientes y se desarrollará en las Galerías Super de Huánuco, 2019.

- **Económico:** No se contó con los suficientes recursos económicos y ello hace que dificulte la investigación, el presupuesto solo se limita a materiales comunes como libros, revistas, internet, etc.
- **Temporal:** Para dicha investigación se dedicó 3 a 4 horas semanales por motivo de trabajo y estudio.
- **Bibliografía:** No existe limitaciones, se contó con referencias bibliográficas y páginas web, la que servirán para el presente trabajo de investigación.

### **1.7. VARIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

- El presente trabajo de investigación no fue muy costoso, lo que me permitió realizarlo satisfactoriamente.
- Con respecto a la información conté con los datos que me proporcionaron los empresarios de dicho lugar donde se realizó la investigación. Información necesaria para poder realizar el trabajo de investigación.
- El trabajo de investigación fue de suma importancia debido a que solucione mis interrogantes e inquietudes buscando abundante información usando el internet y otros medios requeridos.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

##### 2.1.1. A NIVEL INTERNACIONAL

**ROMERO, (2013):** En su tesis LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EN LOS COMERCIANTES DE LA BAHÍA “MI LINDO MILAGRO” DEL CANTÓN MILAGRO. Llegando a la conclusión:

1. Actualmente el Servicio de Rentas Internas posee espacio físico dentro de sus instalaciones, pero no mejora la propagación de publicaciones tributarias a los contribuyentes.
2. Como consecuencia de una escasa, inexistente o equivocada Cultura Tributaria, los comerciantes de la Bahía “Mi Lindo Milagro” no activan el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.
3. 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.
4. 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 a su entorno. Para que el Estado asuma y retribuya mejor sus obligaciones, la persona debe asumir también su responsabilidad de pagar impuestos.
5. Las estrategias planteadas posiblemente contribuirán a la generación de Cultura Tributaria y a mejorar en gran parte la calidad de información en cada uno de los ciudadanos acerca de los impuestos, deberes-derechos como futuros contribuyentes y el rol importante que el Estado desempeña dentro de la sociedad.

**BANFI, (2013):** En su tesis, “LA CULTURA TRIBUTARIA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA” Realizado en la

Universidad Privada, Venezuela. Llegando a las siguientes Conclusiones:

1. Una vez analizados los resultados obtenidos se procederá a dar respuestas a cada uno de los objetivos específicos que luego de desarrollada dará una contestación final al objetivo general del trabajo de investigación. Esto es posible una vez que se hayan obtenido las informaciones a través de documentos, textos, revistas, las comparaciones realizadas con los autores. De acuerdo con los resultados desarrollados, con base en la cultura tributaria como manifestación del comportamiento social, se observó que los valores representan una conducta primordial desarrollada en las etapas iniciales de la vida para poder convivir con los demás miembros de una comunidad.
2. De esta forma, es posible compenetrarse con las personas facilitando la interacción entre ellos, logrando así actualizarse de los avances tecnológicos, impositivos, culturales, sociales, entre otros, lo que provoca que los seres humanos actúen dentro de las normas legales establecidas, cumpliendo así con las distintas obligaciones no solo en materia tributaria sino a nivel social evitando sanciones y conductas contrarias al deber ser.
3. Una vez analizado el comportamiento social en materia tributaria, es importante la aplicación correcta tanto de los deberes formales como materiales, de lo contrario se estaría ante la presencia de los ilícitos tributarios, considerados así por violar una norma estipulada en las normativas legales, lo que trae como consecuencia un riesgo tributario mediante el cual los sujetos pasivos conviven con ella, alterando así el funcionamiento de cada una de las actividades llevadas a cabo por los contribuyentes.
4. Una vez detectado el (los) problema(s) se imponen las sanciones respectivas, generándose en la mayor parte de los

casos la multa y la pérdida momentánea de sus funciones a través del cierre de un establecimiento.

**RIVEROS, (2017)** En su investigación “COMO SE DEBE IMPLEMENTAR LA CULTURA TRIBUTARIA EN COLOMBIA” En la actualidad, la Cultura de la Contribución se ve influenciada por la historia, las costumbres y las creencias que se fueron generando alrededor de la tributación, llega a las siguientes conclusiones:

1. Se espera que con este ensayo se logre llegar a la población y futuras generaciones, personas que convivan en un clima de respeto, tolerancia, participación y libertad, para que se formen con una cultura diferente, dando origen a que exista más recaudo, y así en un momento dado se pueda solventar el País, y evitar imponer tributos de manera unilateral y arbitraria.
2. La Cultura de la Contribución debe ser vista como un proyecto en construcción del cual forman parte el Estado y la sociedad: el Estado, por medio del cumplimiento de sus funciones, de forma transparente y comprometida, lo que a su vez legitima y enaltece su gobernabilidad; y la ciudadanía, por medio de su compromiso con la cultura de la contribución y el cumplimiento de sus deberes con el propósito de acrecentar el bienestar colectivo y garantizar el cumplimiento de sus derechos fundamentales.
3. Solo así lograremos fortalecer la Cultura de la Contribución y cumplir con el Estado de Derecho promulgado en nuestra Constitución.

#### **2.1.2. A NIVEL NACIONAL**

**MISAHUAMÁN, (2017).** En su tesis “CONOCIMIENTO DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS ESTUDIANTES DEL 5º GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA, EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE CAJAMARCA” concluye lo siguiente:

1. Los estudiantes del quinto grado de educación secundaria de los Colegios Públicos del distrito de Cajamarca, evidencian un conocimiento básico en temas tributarios; puesto que



- reconocen concepto de tributo, conceptos de tributación, conceptos de impuestos, así como su característica.
2. Las instituciones Educativas Publicas del Distrito de Cajamarca, no cuentan con un esquema de enseñanza en temas de cultura tributaria.
  3. Los docentes de las Instituciones Educativas Publicas del distrito de Cajamarca abordan temas tributarios con frecuencia en los estudiantes de quinto grado, quedando esto solo en conceptos, pues no se evidencian hábitos de cumplimientos tributarios en los estudiantes.
  4. Una de las consecuencias a corto plazo y que se viene dando de generación en generación, por falta de una cultura tributaria es la evasión tributaria que tanto daño le hace a nuestra patria.
  5. Los estudiantes del quinto grado de Educación secundaria de los colegios públicos del distrito de Cajamarca reconocen la importancia que tienen los tributos y el valor de los mismos en el bienestar común, pero esto queda reflejado en meros conceptos básicos, pues evidencian que no existen hábitos tributarios inmersos en su educación.
  6. Los estudiantes del quinto grado de Educación secundaria de los colegios públicos del distrito de Cajamarca no se reconocen como miembros activos de la sociedad capaces de velar por el bienestar común.
  7. Si bien se vienen desarrollando temas tributarios dentro de los Colegios Públicos del distrito de Cajamarca, estos deben ir acompañados de la práctica constante de hábitos tributarios, ya que ello ayudara a formar una cultura tributaria en las futuras generaciones, con ello lograremos reducir la brecha de evasión tributaria.
  8. Existe mucho campo en temas tributarios por desarrollar en las futuras generaciones, en especial por trabajar con los estudiantes del distrito de Cajamarca.
  9. Dentro de la consecuencia que acarrea la no práctica de una cultura tributaria indicaremos que se viene capacitando a los

estudiantes con conocimientos básicos en cultura tributaria, pero incapaces de reconocer que sus hábitos engrandecen sus conocimientos.

**ZAMUDIO H. (2012):** En su tesis “NIVEL DE CONOCIMIENTO EN MATERIA TRIBUTARIA EN LOS ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA TRIBUTARIA DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2012”, concluye lo siguiente:

1. En cuanto a los contenidos de la curricular de enseñanza, la información obtenida permitió que a pesar de que existen contenidos pro maticos sobre materia tributaria en los programas de educación básica regular, no son suficiente para desarrollar cultura tributaria en los futuros contribuyentes, debido a que los docentes del nivel primario y secundario no precisan o desconocen los temas y su ubicación que existen sobre materia tributaria en los programas educativos, actuales, tales como el diseño curricular nacional y proyecto curricular regional – Puno.
2. La investigación nos ha permitido demostrar que los docentes, niños y jóvenes del nivel primario y secundario no poseen conocimientos suficientes en materia tributaria, en vista de que siente la ausencia de los actores involucrados directamente en brindar información básica (Ministerio de Educación, la administración tributaria y otros sectores involucrados), cada vez que como medio de información los docentes lo reciben a través de la televisión, radio y otros medios utilizados los estudiantes como primer contacto lo obtiene de sus padres, mostrando estos bajos niveles de confianza, con el estado los cuales transmitieron a sus hijos. Situación que nos muestra que hay una carencia en cuanto a la información de naturaleza educativa en sus diferentes niveles de la educación básica regular.
3. Si los lineamientos planteados se cumplieran en un futuro y se aumentar tanto la base tributaria como paralelamente la base

recaudadora estaríamos en la certeza que la formación de la cultura tributaria debe ser vista como un esfuerzo sistemático y permanente, sustentado en principios, orientado al cultivo de valores ciudadanos, por lo tanto, enfocado tanto en los contribuyentes actuales como a los ciudadanos del mañana, niños y jóvenes cuya cultura tributaria y visión del mundo se encuentran en formación, lo cual les hace más susceptible de interiorizarse y hacer suyos los valores en el futuro determinar su comportamiento dentro de la sociedad. Solamente los ciudadanos libres, informados y autorregulados conscientes de sus derechos y de sus obligaciones, serán contribuyentes honestos.

**HANCCO O. (2013):** En su tesis “NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODOS 2012 – 2013”. Concluye lo siguiente:

1. se establece según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 117 comerciantes no tienen una cultura tributaria, lo cual representa el 51% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 28.33% son del rubro textil, el 7.41% del rubro electrodoméstico, 4.36% del rubro calzados y 10.90% rubro abarrotes, lo que influye negativamente en la informalidad comercial que existe y de esa manera hacen que se incrementen más la actividad informal en el Mercado Internacional San José de Juliaca.
2. En el cumplimiento de las obligaciones tributarias y sobre la responsabilidad del pago de impuestos de los comerciantes según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 154 comerciantes no pagan ningún tipo de impuestos; y esta representa el 66% del total de la muestra estudiada, de los cuales 38.82% son del rubro textil, el 10.78% electrodomésticos, 3.88% calzados y 12.51% rubro abarrotes, se concluye que, el nivel de cultura tributaria que representa

los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes rubros de negocios comerciales.

3. En los valores y actitudes, los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, la muestra 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 132 comerciantes no practican valores para tributación, lo que representa el 58% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 36.47% son el rubro textil, el 7.47% del rubro electrodomésticos, 3.08% del rubro calzados y 10.98% rubro abarrotes.
4. Si se incrementa en los Programas Curriculares del Sistema Educativo contenidos sobre Educación Tributaria, basada en la práctica de valores, los resultados a futuro serian favorables para el estado ya que el crecimiento de la recaudación seria paralela a la base tributaria, lo cual ayudara en el desarrollo del país y así poder gozar de mejoras de calidad de servicios que brinda el estado.

### **2.1.3. A NIVEL LOCAL**

**MENACHO, H. (2009):** En su tesis: “CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CONTRIBUYENTES Y EL REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO EN LA PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO” Realizado en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Llegando a la Conclusión:

1. El nivel de cultura tributaria de los contribuyentes del Régimen Único Simplificado – RUS de la Provincia de Coronel Portillo es deficiente, el 58.33% de ellos no han terminado la secundaria, es decir están por debajo del nivel promedio de la escala de medición; los de secundaria completa, incompleta y primaria completa suman el 87.50% y con nivel superior completa e incompleta solo alcanzan el 12.50%.  
La mayoría de ellos tienen estudios de secundaria incompleta (37.50%), consecuentemente, no tienen mayor conocimiento e información sobre la finalidad del RUS.

2. La administración tributaria de Pucallpa, como en otras ciudades del interior del País dan poca importancia a los contribuyentes del Nuevo Régimen Único Simplificado, esto se demuestra por la mínima frecuencia en las acciones de control y fiscalización; así como, está demostrado la poca importancia en la orientación y educación tributaria a los contribuyentes del RUS específicamente. Los gráficos N° 05 y 07, nos demuestra que el 79.17% no ha participado en charlas u orientaciones que realiza la SUNAT de Pucallpa, y en este mismo porcentaje (79.16%) no saben si la SUNAT ofrece servicios de orientación y educación tributaria a los contribuyentes del RUS.

**OSORIO S, (2017)** En su tesis “LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO - 2016.” HUANUCO-PERÚ. Concluye que:

1. Se establece según la muestra de 57 comerciantes, el resultado nos indica que 33 comerciantes si tienen conocimiento acerca de la tributación, lo que nos indican que incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes. Por lo que emiten sus comprobantes de pago 48 comerciantes y realizan sus declaraciones y pagos 45 comerciantes.
2. También en el resultado nos indica que 48 comerciantes no reciben ningún tipo de información de la SUNAT acerca de la tributación, lo que significa que los comerciantes no están informados de manera efectiva de sus obligaciones y de las sanciones si no lo cumplen, trayendo esto consigo poca incidencia en el cumplimiento de sus obligaciones.
3. También el resultado nos dice que 37 comerciantes ven que no es tan importante pagar los impuestos, lo cual nos indica que el mas de 50% de ellos no valoran los tributos, también nos indica que 31 comerciantes no saben el destino exacto de los impuestos, así mismo nos indica que 31 comerciantes no

pagarían los impuestos voluntariamente sin el control de estado, todo esto por lo que llegan a la conclusión de que todo los impuestos que se pagan tienen un destino y uso inadecuado por parte del Estado.

4. De la misma manera el resultado nos indica que 55 comerciantes no recibieron ningún tipo de motivación por cumplir puntualmente con el pago de sus impuestos; todo ello nos indica que los comerciantes cumplen con sus obligaciones solamente por temor a las sanciones y multas.
5. Por último, los comerciantes que mayormente no valoran, ni tienen conocimiento acerca de la tributación está representada en el nivel de instrucción de primaria con 6 comerciantes y secundaria 35 comerciantes.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. CULTURA TRIBUTARIA**

**Pérez, (2008).** El termino cultura, que proviene del latín cultus, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Su definición ha ido mutando a lo largo de la historia: desde la época del iluminismo, la cultura ha sido asociado a la civilización y progreso. En general, la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres las prácticas, las maneras de ser, los rituales.

**LLANCO, (2014).** “La cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones”. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos (como por ejemplo los hospitales, colegios, etc.). La falta de cultura tributaria lleva a la evasión.

### **IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA**

**Chero (2014).** Define que es importante que todos los ciudadanos posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos (como por ejemplo los hospitales, colegios, etc.). La falta de cultura tributaria lleva a la evasión tributaria, lo que genera retraso para el país.

### **LA IMPORTANCIA DE PROMOVER LA CULTURA TRIBUTARIA**

**Cuellar (2018).** La SUNAT cuenta con un programa de Cultura Tributaria cuyo Público son los estudiantes de educación primaria, secundaria y superior. Dicho programa ha previsto brindarles a los profesores información sobre mallas curriculares de educación tributaria, orientadas a la instrucción primaria y secundaria; contenidos y/o actividades de educación tributaria para la educación básica regular; y materiales de lectura fáciles de descargar, como, por ejemplo: “Rol Social de la Tributación”, “Conciencia Tributaria”, “El Perú y la Tributación”, entre otras obras muy útiles para los maestros.

Además, el programa pretende motivar la reflexión tributaria en el público en general, y para ello se plantean interesantes temas que son respondidos con claridad y sencillez, tales como: ¿Por qué cultura tributaria?, ¿En que se invierten los impuestos?, Aduanas y facilitación, Emprende y crece, Historia de la Tributación, entre otros. Hablando de Brasil, nuestro vecino, allá existe un Programa Nacional de Educación Fiscal, cuya misión es “contribuir para la concienciación del ciudadano sobre derechos y deberes, en relación a los tributos y a la aplicación de los recursos públicos, incentivando el control social para el efectivo ejercicio de la ciudadanía”.

### **CARACTERISTICAS DE LA CULTURA TRIBUTARIA**

**Armas (2009).** Se pueden mostrar características particulares de la cultura tributaria, tales como los valores sociales, conocimiento y actitud ante una situación, el tributo que a su vez está estrechamente relacionado con las normas legales que involucran

deberes, obligaciones y derechos para los sujetos que intervienen en la relación jurídica tributaria.

## **ELEMENTOS DE LA CULTURA TRIBUTARIA**

**Estrada (2014)**. Los elementos de la Cultura Tributaria son: el conocimiento, la percepción y el comportamiento tributario basado en las actitudes y las prácticas de las personas.

1.- El Conocimiento: Conocer y entender los principales aspectos de la tributación forman parte de la cultura tributaria. Poseer un conocimiento amplio y profundo de la tributación no necesariamente implica tener cultura tributaria, si ese conocimiento no va acompañado del compromiso ético de cumplir y de la práctica habitual de hacerlo. Entonces, el conocimiento como parte de la Cultura Tributaria se puede entender como el saber de las personas sobre sus derechos y obligaciones como contribuyentes; además de su responsabilidad ciudadana de contribuir con el desarrollo del país. Cuando las personas están informadas, cuentan con nociones básicas sobre tributación y comprenden la importancia que tiene en el funcionamiento y desarrollo de un país, y se sienten motivadas a cumplir voluntariamente sus obligaciones, lo cual conlleva a tener cultura tributaria.

2.- Las Percepciones: Son sensaciones, ideas u opiniones en materia fiscal, suelen relacionarse tanto con la recaudación de los tributos como con su utilización: es decir, con los fines a los que se destinan los recursos obtenidos por el Estado como producto de la tributación. Entonces, podemos afirmar que un buen gasto público, ejecutado con eficiencia, racionalidad y transparencia es el mejor promotor de la cultura tributaria.

### **2.2.2. ORIENTACIÓN TRIBUTARIA**

**Rodríguez M, (1995)**. Orientar sería, en esencia, guiar, conducir, indicar de manera procesual para ayudar a las personas a conocerse a sí mismas y al mundo que les rodea; es auxiliar a un individuo a clarificar la esencia de su vida, a comprender que él es una unidad con significado capaz de y con derecho a usar de su libertad, de su dignidad personal, dentro de un clima de igualdad de oportunidades y



actuando en calidad de ciudadano responsable, tanto en su actividad laboral como en su tiempo libre.

### **CAPACITACIÓN**

**Frigo, (2007).** Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

¿Cuándo se necesita capacitación?

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente. Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño de perfil de puesto. El cambio influye sobre lo que cada persona debe saber, y también sobre la forma de llevar a cabo las tareas.

Una de las principales responsabilidades de la supervisión es adelantarse a los cambios previendo demandas futuras de capacitación, y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada persona.

### **SERVICIO AL CLIENTE**

**SERNA (2006).** Servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo, se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si esta responde a ciertas políticas institucionales.

Para lograr lo anterior, toda organización precisa capacitar a todo su equipo humano, a fin de desarrollar las competencias necesarias para dotarlos de los conocimientos o estimular la actitud de servicio requerida.

Estas competencias son:

Orientación al servicio

Orientación al cliente

**Palacio G, (1995).** La atención al cliente se refiere al trato que le damos al cliente cuando interactuamos con él. El servicio al cliente es la articulación sistemática y armoniosa de los procesos y acciones que buscan lograr la satisfacción del cliente. El servicio es más que amabilidad y gentileza, es disposición a servir con efectividad. Si queremos hablar de un "Servicio al cliente de calidad" estos dos conceptos: "atención y servicio", deben formar una relación indisoluble que los vuelve uno solo. Para brindar excelente atención es necesario que, quienes entren en contacto con el cliente, pongan en práctica una serie de habilidades personales basadas en la comunicación, la empatía y la asertividad. Y para complementarlo con un excelente servicio, es indispensable una visión sistémica de la organización y del servicio como tal.

### **INFORMACION CLARA Y PRECISA**

**Robles (2016).** La información tributaria está basada en la aplicación correcta de las normas tributarias por las transacciones que lleva a cabo la empresa, como es el caso de tributos como el impuesto general a las ventas, impuesto a la renta y otros.

Se considera que la generación y/o obtención de información persigue estos objetivos:

Aumentar/mejorar el conocimiento del usuario, o dicho de otra manera reducir la incertidumbre existente sobre un conjunto de alternativas lógicamente posibles. Proporcionar a quien toma decisiones la materia prima fundamental para el desarrollo de soluciones y la elección. Proporcionar una serie de reglas de evaluación y reglas de decisión para fines de control.

La información está definida como una serie de datos con significado, que organiza el pensamiento de los seres vivos, en especial el de los seres humanos. En sentido general, la información es un grupo organizado de datos procesados que integran un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno; permitiendo que el hombre adquiera el

conocimiento necesario para la toma de decisiones en su vida cotidiana.

### **2.2.3. CONCIENCIA TRIBUTARIA**

**Bravo (2011)**. Define el concepto de Conciencia Como “la motivación intrínseca de pagar impuestos” refiriéndose a las actitudes y creencias de las personas, es decir a los aspectos no coercitivos, que motivan la voluntad de contribuir por los agentes, reduciéndose al análisis de la tolerancia hacia el fraude y se cree que está determinada por los valores personales

Nos dice que a la conciencia tributaria se la puede definir como el conocimiento de sentido común que todo ciudadano posee y usa para actuar y tomar postura ante el tributo. La conciencia tributaria, tiene 2 dimensiones:

- Proceso, se refiere a como la conciencia tributaria se forma en el individuo; quiere decir, los eventos que se otorgan al comportamiento del ciudadano o contribuyente respecto a la tributación.
- Contenido, se refiere a todo tipo de información, códigos, valores, principios interpretativos y orientadores con respecto a la forma de como el ciudadano se comporta ante la tributación. Rige con fuerza normativa, la forma en que las mujeres y hombres actúan como contribuyente. Se le denominara Cultura Tributaria.

### **PAGO DE IMPUESTOS.**

**Pérez R, (2010)**. El impuesto es una clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por derecho público, que se caracteriza por no requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la administración hacendaria (acreedor tributario).

Los impuestos, en la mayoría de legislaciones surgen exclusivamente por la “potestad tributaria del Estado”, principalmente con el objetivo de financiar sus gastos. Su principio rector, denominado “Capacidad Contributiva”, sugiere que quienes más tienen deben aportar en

mayor medida al financiamiento estatal, para consagrar el principio constitucional de equidad y el principio social de la libertad.

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.

En ocasiones, en la base del establecimiento del impuesto se encuentran otras causas, como disuadir la compra de determinado producto (por ejemplo, tabaco) o fomentar o desalentar determinadas actividades económicas. De esta manera, se puede definir la figura tributaria como una exacción pecuniaria forzosa para los que están en el hecho imponible. La reglamentación de los impuestos se denomina sistema fiscal o fiscalidad.

### **SANCIONES TRIBUTARIAS**

**Moreano V, (2019).** Las sanciones tributarias son un tipo de sanciones administrativas. El artículo 185 de la LGT dispone que las infracciones tributarias se sancionarán mediante la imposición de sanciones pecuniarias y, cuando proceda, de sanciones no pecuniarias de carácter accesorio. Las sanciones pecuniarias podrán consistir en multa fija o multa proporcional. Existen dos tipos de sanciones:

- La pecuniaria, que es cuantificable en dinero y supone la sanción principal. Una sanción pecuniaria conlleva el pago de una cantidad determinada de dinero por haberse concluido, tras el desarrollo de un expediente sancionador, que se ha cometido una infracción. Las sanciones pecuniarias podrán consistir en una multa fija o en una cantidad proporcional al perjuicio sufrido por la Administración por la comisión de la infracción.
- La accesorio, que se puede imponer en determinadas situaciones y que no constituye una obligación de pago, sino

una pérdida de derechos. Ejemplos de sanciones accesorias son, por ejemplo, la prohibición a un contribuyente de aplicar ciertos incentivos fiscales durante un periodo determinado o, entre otras, la imposibilidad de contratar obras o servicios con la Administración Pública durante un tiempo establecido.

## **MECANISMOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CONCIENCIA TRIBUTARIA**

**SUNAT, (2013).** Luego de los cambios que han sufrido tanto la normatividad tributaria como la misma Administración Tributaria (SUNAT) en los últimos tiempos, surge la interrogante respecto a si los contribuyentes han asumido realmente una Conciencia Tributaria. Debido a ello y para elevar hoy en día la recaudación tributaria no se necesita simplemente aumentar las tasas de los impuestos, sino crear en el contribuyente una conciencia tributaria. Por ello creemos necesario que pueden emplearse tres mecanismos que permitirán crearla en el contribuyente:

Educación cívica

Crear reglas sencillas

USO de sanciones evasión tributaria

### **2.2.4. LA LEY GENERAL TRIBUTARIA**

**Augusto (2007).** Es probablemente una de las leyes más importante para el mundo de la fiscalidad y la tributación de todas las personas, tanto personas físicas como sociedades y entidades de todo tipo.

La ley general tributaria es la norma básica de nuestro sistema en lo que tributos de todo tipo se refiere. En esta ley encontraremos cosas tan básicas como la definición de impuestos, plazos de prescripción, procedimientos de todo tipo, etc.

Por eso es importante leer la ley general tributaria, para poder conocer de cómo funciona de forma más concreta el pago u gestión de los impuestos en cualquier negocio.

### **CONOCER LA LEY**

Finalmente cabe decir que en general, resulta conveniente que un empresario tenga una idea básica o general del ordenamiento jurídico. Es evidente que los profesionales siempre serán necesarios.

Para cumplir con la ley, además de conocerla (cosa en la que nos puede asistir un asesor fiscal), es importante que seamos cuidadosos con la gestión. Por ejemplo, debemos de s cautelosos y pagar nuestros impuestos en los plazos requeridos.

## **2.2.5. OBLIGACIÓN TRIBUTARIA**

### **TUO del Código tributario (2015)**

Artículo 1º.- CONCEPTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA La obligación tributaria, que es de derecho público, 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.

Artículo 2º.- NACIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación.

Artículo 3º.- EXIGIBILIDAD DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA La obligación tributaria es exigible:

1. Cuando deba ser determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por Ley o reglamento y, a falta de este plazo, a partir del décimo sexto día del mes siguiente al nacimiento de la obligación. Tratándose de tributos administrados por la SUNAT, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado en el Artículo 29º de este Código o en la oportunidad prevista en las normas especiales en el supuesto contemplado en el inciso e) de dicho artículo. Párrafo sustituido por el Artículo 4º del Decreto Legislativo N° 953, publicado el 5 de febrero de 2004.
2. Cuando deba ser determinada por la Administración Tributaria, desde el día siguiente al vencimiento del plazo para el pago que figure en la resolución que contenga la determinación de la deuda tributaria. A falta de este plazo, a partir del décimo sexto día siguiente al de su notificación.

### **Diferencia entre obligación sustancial y formal**

Cuando hablamos de impuestos nos referimos a veces a la obligación sustancial y formal, y algunos lectores.

La obligación sustancial hace referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto.

La obligación formal hace referencia a los procedimientos que el obligado a cumplir con la obligación sustancial, debe realizar para dar cabal cumplimiento a su obligación sustancial. Por ejemplo, es una obligación sustancial pagar el impuesto de renta. Ahora, para que el contribuyente o sujeto pasivo pueda cumplir con la obligación de pagar el impuesto, es preciso surtir una serie de procedimientos y trámites encaminados a lograr el cumplimiento efectivo del deber de tributación. Esos procedimientos y trámites se conocen como obligaciones formales, que son de forma nada más, pero que en muchos casos son indispensables para dar cumplimiento a la obligación sustancial, de allí que no siempre se pueda alegar aquello de la supremacía del derecho sustancial sobre el formal.

Es así como el contribuyente debe por ejemplo inscribirse en el RUC, puesto que es necesario que el estado lo pueda individualizar e identificar como sujeto pasivo, de lo contrario no podrá verificar su obligación ni su eventual incumplimiento. Luego, para poder pagar el impuesto, es necesario que el contribuyente presente una declaración tributaria que contenga los elementos necesarios para determinar el impuesto que ha de pagar según lo ha establecido la ley, de otra forma no es posible que el estado pueda conocer con relativa certeza el nivel de cumplimiento de la obligación sustancial.

Estas obligaciones formales tienen como objetivo permitir y facilitar el cumplimiento de la obligación sustancial, tanto así que hay obligaciones formales que, de ser incumplidas, hacen imposible el cumplimiento de la obligación sustancial, convirtiéndose parte esencial del proceso. Podríamos decir también que la obligación sustancial es el deber de hacer algo, y la obligación formal es el procedimiento o proceso que se ha de seguir para hacer ese algo.

### **OBLIGACIONES FORMALES**

**DIAN (2003).** La obligación tributaria formal comprende prestaciones diferentes de la obligación de pagar el impuesto; consiste en obligaciones instrumentales o deberes tributarios que tienen como

objeto obligaciones de hacer o no hacer, con existencia jurídica propia, dirigidas a buscar el cumplimiento y la correcta determinación de la obligación tributaria sustancial, y en general relacionadas con la investigación, determinación y recaudación de los tributos.

Entre las obligaciones formales se pueden citar la presentación de las declaraciones tributarias, la obligación de expedir factura y entregarla al adquirente de bienes y servicios, la de llevar la contabilidad, la de suministrar información ocasional o regularmente, la de inscribirse como responsable del impuesto sobre las ventas, etc. A partir de la vigencia de la Ley 788 de 2002, constituyen obligaciones formales adicionales para el intermediario del servicio de arrendamiento sometido al Impuesto sobre las Ventas: trasladarle al responsable del régimen común prestador del servicio la totalidad del IVA generado, dentro del mismo bimestre de su causación; para este efecto, deberá identificar en su contabilidad los ingresos recibidos para quien solicita la intermediación, así como el impuesto trasladado. Igualmente, deberá solicitar al mandante de la intermediación y al arrendatario, constancia de la inscripción en el régimen del impuesto sobre las ventas al que pertenecen.

Entre las obligaciones formales se encuentran las de:

- a) Inscribirse en el RUC u otros registros
- b) Fijar su domicilio fiscal
- c) Determinar y declarar cada tributo dentro de ciertas fechas o plazos fijados legalmente.
- d) Emitir comprobantes de pago por sus operaciones económicas
- e) Sustentar el traslado de bienes con guías de remisión
- f) Registrar sus operaciones en libros contables y pagar tributos
- g) Depositar los montos de detracciones efectuadas a otros contribuyentes en el banco que señalen las normas vigentes

### **OBLIGACIONES SUSTANCIALES**

**Código Tributario. El artículo 1°.** «Origen de la obligación sustancial. La obligación tributaria sustancial se origina al realizarse el presupuesto o los presupuestos previstos en la ley como generadores del impuesto y ella tiene por objeto el pago del tributo.» Conforme con



esta disposición surgen algunas características de la obligación tributaria sustancial:

- Se origina por la realización del hecho generador del impuesto. Nace de la Ley y no de los acuerdos de voluntades entre los particulares. La Ley crea un vínculo jurídico en virtud del cual el sujeto activo o acreedor de la obligación queda facultado para exigirle al sujeto pasivo o deudor de la misma el pago de la obligación.

- La obligación tributaria sustancial tiene como objeto una prestación de dar, consistente en cancelar o pagar el tributo. En conclusión, la obligación tributaria sustancial nace de una relación jurídica que tiene origen en la Ley, y consiste en el pago al Estado del impuesto como consecuencia de la realización del presupuesto generador del mismo. Referidas a la determinación y pago de los tributos que corresponden a cada contribuyente. Constituye la esencia de la materia tributaria.

- a) Pagar oportunamente los tributos como el Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas, entre otros.
- b) Pagar oportunamente las retenciones de impuestos efectuadas.
- c) Pagar oportunamente las percepciones efectuadas.
- d) Depositar los montos de deducciones efectuadas a otros contribuyentes en el banco que señalen las normas vigentes.

#### **2.2.6. EMPRESAS COMERCIALES**

**Riquelme, (2017).** También conocido como establecimiento comercial, Una empresa es una organización dedicada a actividades con fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de algún bien o servicio en el mercado. Existen varios tipos de empresa, uno de los más reconocidas son las empresas comerciales, pero ¿Qué es una empresa comercial? ¿Qué hace? ¿Cómo reconocerla? Es importante dejar claro estos conceptos.

Una empresa comercial es aquella que se encarga de adquirir: materias primas (recursos o materiales para ser procesados y convertidos en bienes), bienes intermedios (que aún requieren uno o varios procesos antes de ser acto para el consumo), bienes terminados (listos para el consumo), bienes de capital (equipos

pesado como maquinaria pesada, carretillas elevadoras, generadores o vehículos) para luego venderlas a otras empresas o a los consumidores finales.

### **2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES**

#### **CULTURA**

Conjunto de conocimientos e ideas adquiridos gracias al desarrollo de las facultades intelectuales mediante la lectura, el estudio y el trabajo.

#### **CONCIENCIA TRIBUTARIA**

El cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la conciencia tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario.

#### **CONTRIBUYENTE**

Contribuyente es aquél que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria. Los contribuyentes y responsables de declarar y pagar los tributos deben cumplir ciertas obligaciones formales y otras sustanciales ante el Estado Peruano.

#### **DEUDA TRIBUTARIA**

Es aquella constituida por el tributo, las multas y/o los intereses. (Artículo 28° del Código Tributario).

#### **EL DEUDOR TRIBUTARIO**

Es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable.

#### **TRIBUTACIÓN**

Se refiere al conjunto de obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, sus propiedades, mercancías; o servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transportes, comunicaciones, educación, sanidad, vivienda, etc.

#### **TRIBUTO**

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

## **IMPUESTO**

Es el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente. Tal es el caso del Impuesto a la Renta.

## **CONTRIBUCIÓN**

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

## **DECLARACIÓN TRIBUTARIA**

Es la manifestación de hechos comunicados a la Administración Tributaria en la forma y lugar establecidos por Ley, Reglamento, de Superintendencia o norma de rango similar, la cual podrá constituir la base para la determinación de la obligación tributaria. (Artículo 88º del Código Tributario).

## **COMPROBANTE DE PAGO**

Documento que acredita la transferencia de bienes, o la prestación de servicios. Para ser considerado como tal, el comprobante de pago debe ser emitido y/o impreso conforme a las normas del reglamento de comprobantes de pago aprobado por la SUNAT.

## **REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES**

Incluye información sobre toda persona natural o jurídica, sucesión indivisa, sociedades de hecho u otro ente colectivo sea peruano o extranjero, domiciliado o no en el país, que conforme a las leyes vigentes sea contribuyente y/o responsable de aquellos tributos que administra la SUNAT.

### **2.4. HIPOTESIS**

#### **A. HIPOTESIS GENERAL**

La cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

#### **B. HIPOTESIS ESPECÍFICAS**

- La orientación tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas

textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

- La conciencia tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.
- Las leyes tributarias influyen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

## **2.5 VARIABLES**

### **1. VARIABLE INDEPENDIENTE (X)**

- ✓ Cultura tributaria.

### **2. VARIABLE DEPENDIENTE (Y)**

- ✓ Obligaciones tributarias.

## 2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

VARIABLE		DIMENSIONES	INDICADORES	CRITERIOS DE VALORACION
INDEPENDIENTE	CULTURA TRIBUTARIA	ORIENTACIÓN TRIBUTARIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CAPACITACIÓN</li> <li>• INFORMACIÓN CLARA Y PRECISA</li> <li>• ATENCIÓN ADECUADA</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo empresario textil tiene conocimiento acerca de las capacitaciones realizadas por SUNAT y otras instituciones sobre el tema de cultura tributaria?</li> <li>2. ¿Cómo empresario textil recibe información tributaria clara y precisa por parte de la SUNAT?</li> <li>3. ¿Cómo empresario textil al acercarse y consultar sobre temas tributarios en la SUNAT tiene una atención adecuada?</li> </ol>
		CONCIENCIA TRIBUTARIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PAGO DE IMPUESTO</li> <li>• SANCIONES TRIBUTARIAS</li> <li>• NORMAS</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. ¿sabe Usted que el pago de sus impuestos financia el estado para la ejecución de obras en beneficio de la población?</li> <li>5. ¿Sabe Usted que si no paga sus impuestos se le aplica sanciones tributarias?</li> <li>6. ¿Cumple Usted con las normas establecidas por la SUNAT?</li> </ol>
		LEYES TRIBUTARIAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONOCIMIENTO DE LA LEY TRIBUTARIA</li> <li>• CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES TRIBUTARIAS</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. ¿Cómo empresario conoce las leyes sobre materia tributaria?</li> <li>8. ¿Cómo empresario cumple con las leyes tributarias establecidas?</li> </ol>
DEPENDIENTE	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	OBLIGACIONES FORMALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DECLARACIONES TRIBUTARIAS</li> <li>• OTORGAR COMPROBANTE DE PAGO</li> <li>• LLEVAR CONTABILIDAD</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. ¿Usted realiza sus declaraciones de sus comprobantes adecuadamente?</li> <li>10. ¿Usted emite sus comprobantes por las ventas que realiza en su establecimiento?</li> <li>11. ¿Usted realiza el llevado de su contabilidad por un profesional?</li> </ol>
		OBLIGACIONES SUSTANCIALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PAGO DE TRIBUTOS.</li> <li>• PAGO DE CONTRIBUCIONES.</li> <li>• PAGO DE OBLIGACIONES</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. ¿Usted realiza sus pagos de tributos según lo establecido por el cronograma de pago de la SUNAT?</li> <li>13. ¿Usted realiza pago de sus contribuciones?</li> <li>14. ¿Usted se asesora para poder realizar el pago de sus deudas tributarias?</li> </ol>

## CAPÍTULO III

### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo aplicada.

Según **Hernández Sampieri (2010)** este tipo de investigación busca ampliar y profundizar la realidad de las variables tanto independiente como dependiente en el sujeto de investigación. Ello a partir de la caracterización de los componentes que integran cada uno de ellos sustentados en la operacionalización de variables.

##### 3.1.1. ENFOQUE

La presente investigación es de enfoque cuantitativo.

Según **Hernández Sampieri (2010)** es un conjunto de procesos, usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y análisis de datos para responder preguntas de investigación y comprobar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población”.

##### 3.1.2. ALCANCE O NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación es Descriptivo – Correlacional.

Según **Hernández Sampieri (2010)**

Buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Este tipo de estudio tiene como propósito medir el grado de relación que existe entre dos o más variables en un contexto particular. Los estudios correlacionales miden las dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analizara la correlación.

### 3.1.3. DISEÑO

El diseño aplicado para esta investigación es no experimental – de corte transversal.

Según **Hernández Sampieri (2014)** la investigación no experimental que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

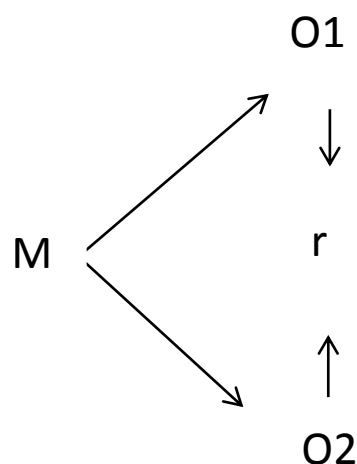
Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos.

Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede.

#### Esquema del diseño de investigación

La presente investigación tiene el diseño No experimental en su variante Cuasi experimental Simple cuyo esquema es:



- M : Muestra
- \* O1 : Observación de la variable X.
- \* O2 : Observación de la variable Y.
- \* r : Correlación entre la variable.

## 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.2.1. POBLACIÓN

Según **Hernández Sampieri (2014)** la población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

En el presente proyecto de investigación se tiene como población a los empresarios dedicados al rubro de confección textil de la Galería Super, Huánuco, del primer, segundo y tercer piso que está conformado por un total de 38 galerías, según datos proporcionados por el presidente de asociación de dicha Galería.

#### GALERÍAS SÚPER HUÁNUCO, 2019

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	TOTAL
Primer piso	0	0 empresarios
Segundo piso	12	12 empresarios
Tercer piso	12	12 empresarios
Cuarto piso	14	14 empresarios
Total	38	38 empresarios

Fuente: Datos proporcionados por el presidente de asociación de las Galerías Super, Huánuco.

### 3.2.2. MUESTRA

Según **Hernández Sampieri (2014)** La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. Con frecuencia leemos y escuchamos hablar de muestra representativa, muestra al azar, muestra aleatoria, como si con los simples términos se pudiera dar más seriedad a los resultados.

Para la siguiente investigación se utilizó la muestra no probabilística e intencional ya que será hallada de manera aleatoria.

Para la presente investigación se efectuó la muestra a 20 empresarios del segundo y tercer piso del centro comercial Galería Super, Huánuco, 2019. Siendo esta que en el primer piso no hay ninguna galería, en el segundo piso son 11 empresarios de rubro textil y en el tercer piso son 9 empresarios de rubro textil que están inscritos en el



NUEVO RUS, los demás empresarios de la galería están acogidos a otros regímenes y solo a la venta de ropa.

MICROEMPRESAS	CANTIDAD	TOTAL
Segundo piso	11 personas	11 personas
Tercer piso	9 personas	9 personas
Total	20	20 personas

FUENTE: elaboración: tesista.

### 3.3. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- **Técnicas:**

Encuesta, donde a través de esta se encuestaron a todos los empresarios textiles de las Galerías Súper de Huánuco, 2019.

- **Instrumentos:**

Como instrumento se usó cuestionarios elaborados y validados sobre cómo la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del nuevo RUS de las Galerías Super Huánuco, 2019.

### 3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

a) **Técnicas para el procesamiento de datos:**

- Los datos fueron procesados o tabulados mediante el programa de excel.
- Los datos fueron procesados a través de la estadística inferencial (dispersión, tendencia, central, etc.)
- Los datos fueron procesados y contrastados según la estadística no paramétrica a través de la significancia chi-cuadrado:  $\chi^2$
- Los datos fueron procesados en cuadros y gráficos estadísticos.

b) **Análisis de la información**

Después de hacer una evaluación y crítica de los datos, a fin de garantizar la veracidad y confiabilidad del estudio, los datos se analizaron a través de las frecuencias absolutas y relativas más significativas.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

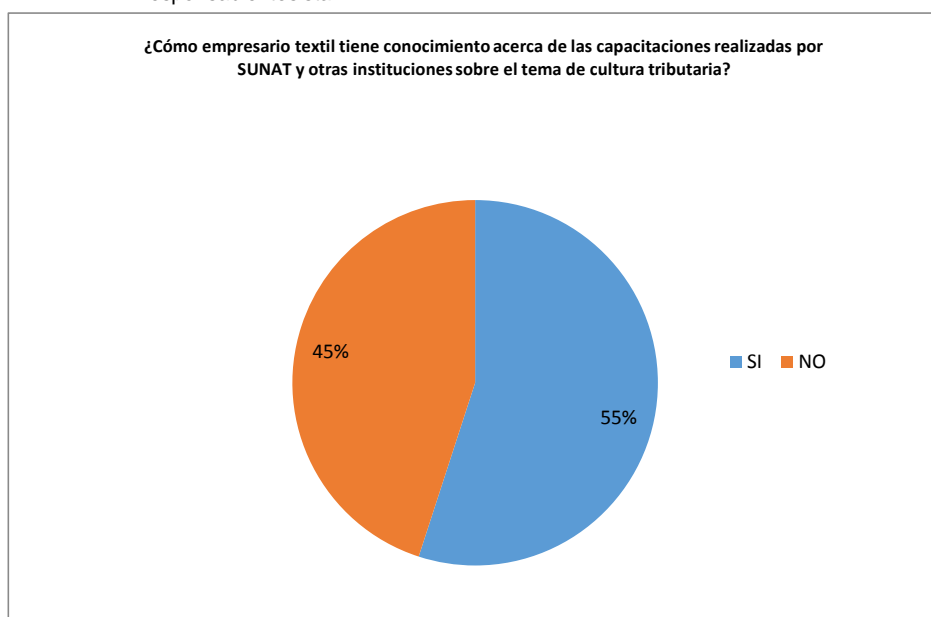
#### 4.1. Procesamiento de datos.

CUADRO N° 1

Conocimiento acerca de las capacitaciones realizadas por la SUNAT.

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	11	55.00%
NO	9	45.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista



Fuente: cuadro N° 01.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 1

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 55% si tiene conocimiento acerca de las capacitaciones realizadas por la SUNAT y otras instituciones sobre el tema de cultura tributaria y el 45% respondieron que no.

Según los resultados se observa que la mayoría (55%) saben o conocen acerca de las capacitaciones realizadas por SUNAT en materia Tributaria, ya sea por invitación por parte de la SUNAT y anuncios en distintos medios, sin embargo, se observa que un 45% desconocen las capacitaciones realizadas esto debido a falta de información.

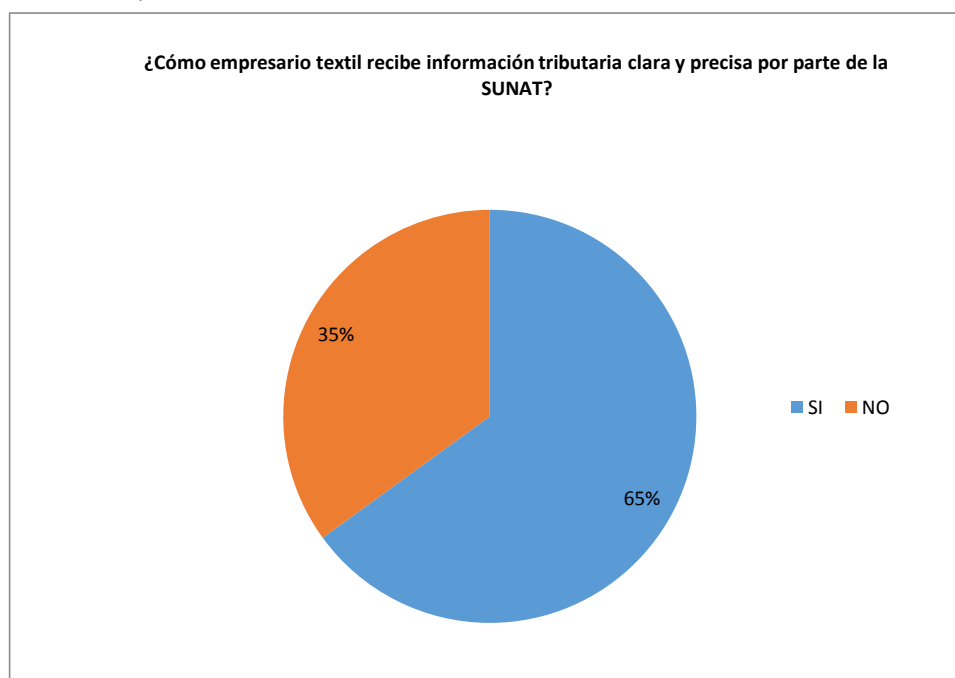
## CUADRO N° 2

### Información tributaria clara y precisa por parte de la SUNAT

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	13	65.00%
NO	7	35.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.

Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 02.

Responsable: Tesista.

Gráfico 2

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 65% si recibe información clara y precisa por parte de la SUNAT y el 35% respondieron que no.

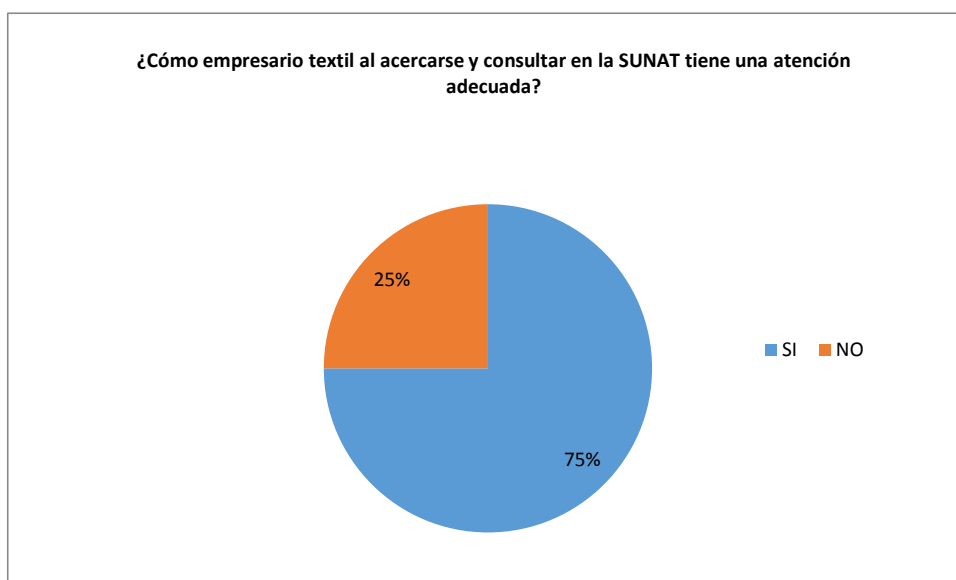
Según los resultados se observa que la mayoría (65%) recibe una información clara y precisa por parte de la SUNAT en materia Tributaria, ya sea para solicitar información o para aclarar dudas; sin embargo, se observa que un 35% no opina lo mismo ya que no se acercan a la SUNAT para poder solicitar información.

### CUADRO N° 3

Al acercarse y consultar en la SUNAT tiene una atención adecuada

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	75.00%
NO	5	25.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 03.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 3

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 75% si recibe una atención adecuada por parte de la SUNAT y el 25% respondieron que no.

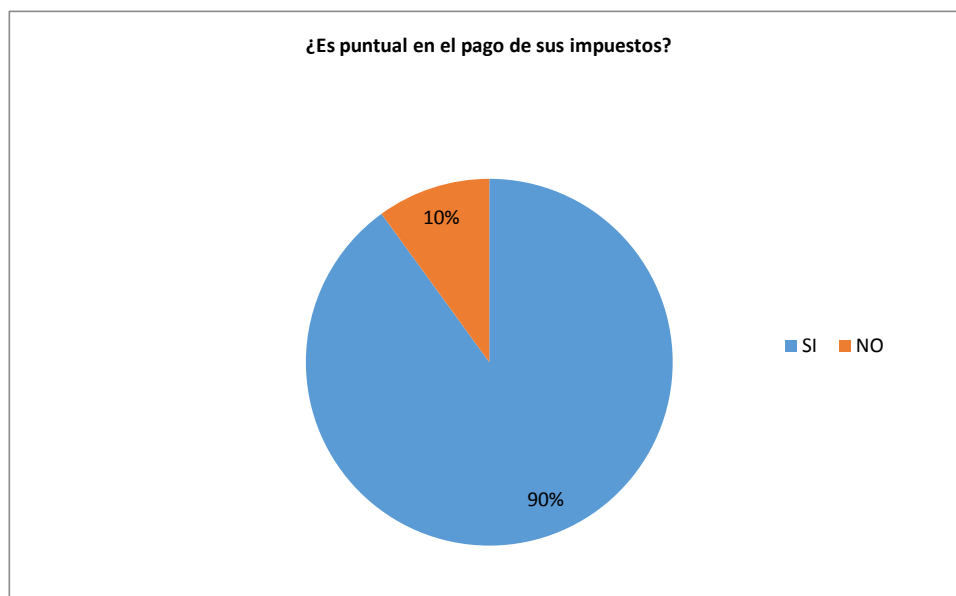
Según los resultados se observa que la mayoría (75%) recibe una atención adecuada por parte de la SUNAT, ya que al consultar y despejar sus dudas le brindan más información sea para una consulta respectiva entre otros aspectos, sin embargo, se observa que un 25% no opina lo mismo.

## CUADRO N° 4

### Puntualidad en el pago de sus impuestos

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	18	90.00%
NO	2	10.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 04.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 4

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 90% si es puntual en el pago de sus impuestos y el 10% respondieron que no.

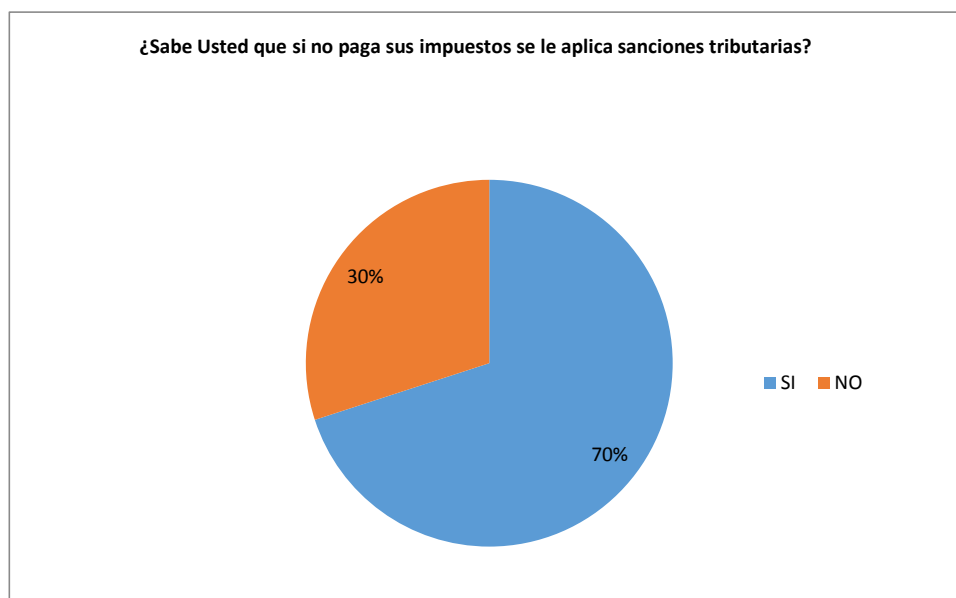
Según los resultados se observa que la mayoría (90%) realiza el pago de sus impuestos puntualmente, ya sea por un conocimiento adecuado, asesoramiento de su contador, tienen miedo a que se les aplique una multa, entre otros aspectos, sin embargo, se observa que un 10% no realiza el pago de sus contribuciones puntualmente ya sea por falta de asesoramiento o se olvida de realizar el pago.

## CUADRO N° 5

### Aplicaciones de sanciones tributarias

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	14	70.00%
NO	6	30.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 05.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 5

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 70% si tiene conocimiento que si no paga sus impuestos se les aplica multas o sanciones establecidas por ley y el 30% respondieron que no.

Según los resultados se observa que la mayoría (70%) si tiene conocimiento que si no realiza sus pagos se le sancionara de acuerdo a la ley, sin embargo, se observa que un 30% no tiene conocimiento ya sea por falta de información .

## CUADRO N° 6

### Cumplimiento de las normas establecidas por la SUNAT

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	12	60.00%
NO	8	40.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista



Fuente: cuadro N° 06.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 6

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 60% de los encuestados si cumple con las normas efectuadas por la SUNAT mientras que el 40% respondieron que no.

Según los resultados se observa que la mayoría (60%) si cumple con las normas tributarias establecidas, sin embargo, se observa que un 40% no cumple ya que no tiene conocimiento necesario respecto a esto.

## CUADRO N° 7

### Conocimiento sobre leyes tributarias

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	11	55.00%
NO	9	45.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 07.  
Responsable: Tesista.

### Gráfico 7

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 55% si tiene conocimiento acerca de las leyes tributarias y el 45% respondieron que no.

Según los resultados se observa que la mayoría (55%) si tiene conocimiento sobre las leyes tributarias ya que se dan el tiempo de consultar o buscar información en la red y en otros medios adecuados respecto al tema, sin embargo, se observa que un 45% no tiene conocimiento ya que estos piensan que no es necesario saber de esto.

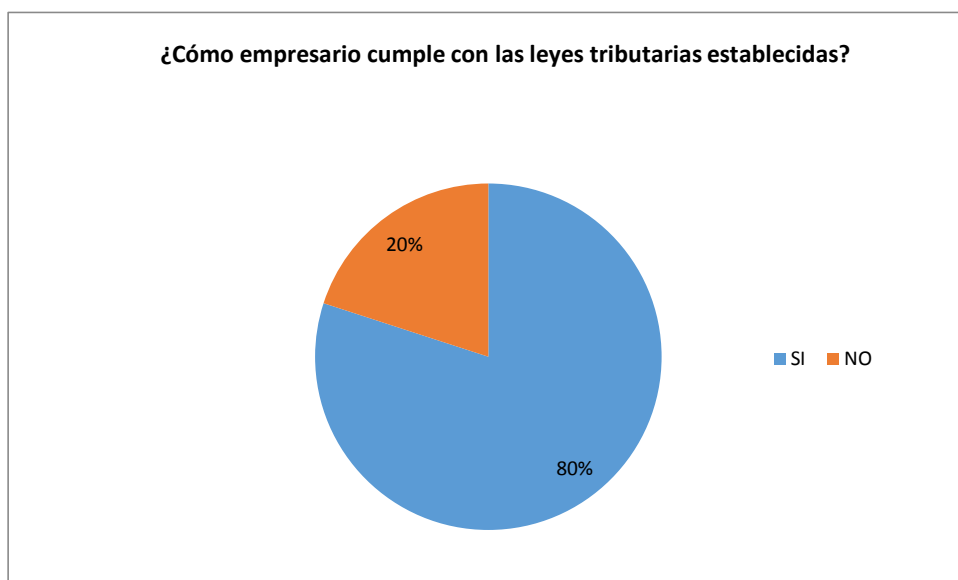


## CUADRO N° 8

### Cumplimiento de las leyes tributarias

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	16	80.00%
NO	4	20.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista



Fuente: cuadro N° 08.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 8

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto Se observa que el 80% si cumple con las leyes tributarias establecidas y el 20% respondieron que no.

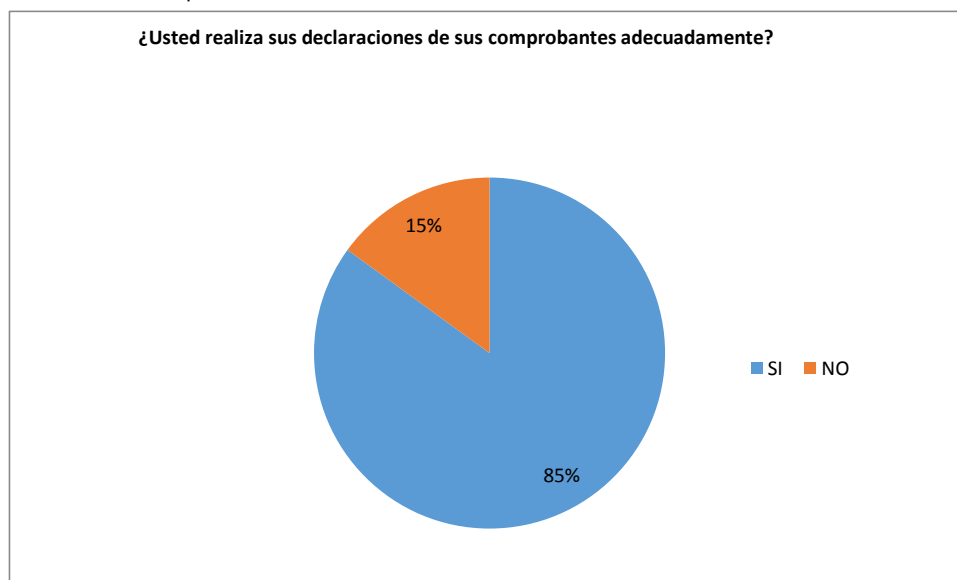
Según los resultados se observa que la mayoría (80%) si cumplen con estas leyes tributarias ya que tienen conocimiento que si no cumplen con estas se les sanciona o se le ejecuta una auditoria y evitan todo eso, sin embargo, se observa que un 20% no cumplen con la ley por tener poca información adecuada y desconocen de las sanciones que se pueda dar.

## CUADRO N° 9

### Declaraciones de comprobantes adecuadamente

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	17	85.00%
NO	3	15.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 09.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 9

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 85% si realiza declaraciones de sus comprobantes adecuadamente y el 15% respondieron que no.

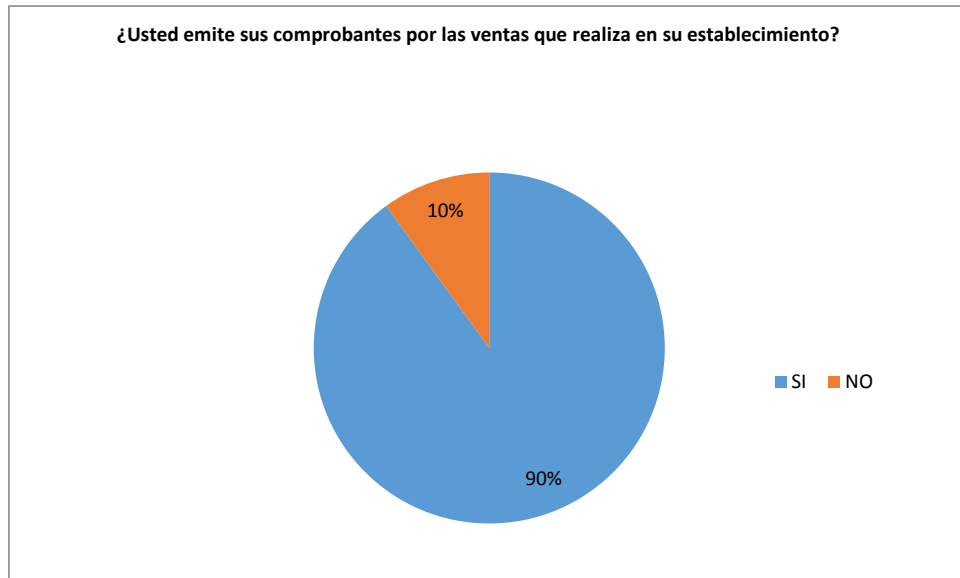
Según los resultados se observa que la mayoría (85%) si realizan sus declaraciones adecuadamente ya que si se omite trae consecuencias como sanciones entre otros, por eso verifican bien sus comprobantes al realizar sus declaraciones, sin embargo, se observa que un 15% no lo realiza adecuadamente por falta de tiempo.

## CUADRO N° 10

### Emisión de comprobantes por las ventas realizadas

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	18	90.00%
NO	2	10.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 10.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 10

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 90% si emite u otorga comprobantes de pago adecuadamente y el 10% respondieron que no.

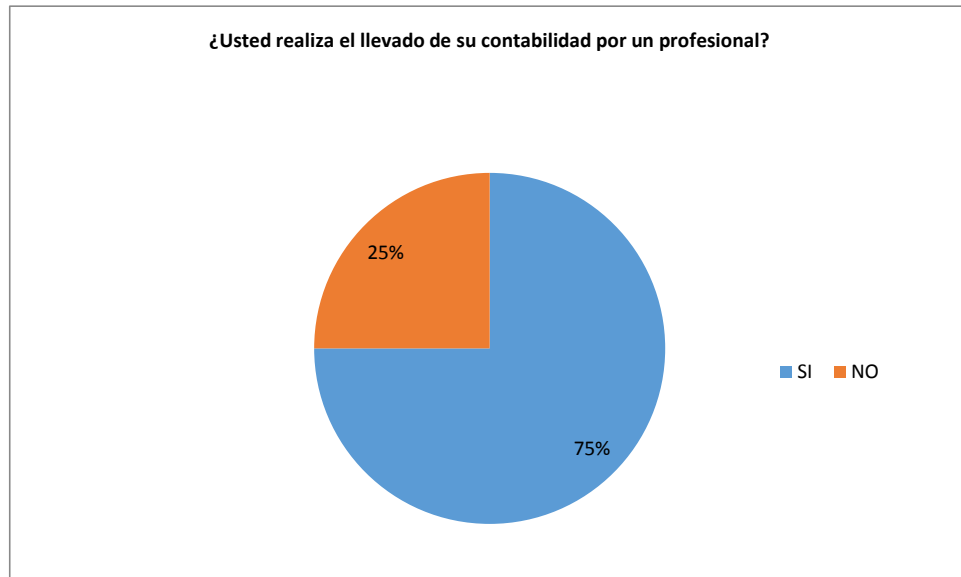
Según los resultados se observa que la mayoría (90%) si otorgan comprobantes ya que algunos clientes se lo exigen y es de vital importancia brindarles el comprobante de pago para que puedan sustentar sus adquisiciones, sin embargo, se observa que un 10% no emite por que no se los piden o se olvidan de brindar dicho comprobante.

## CUADRO N° 11

### Llevado de la contabilidad

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	75.00%
NO	5	25.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 11.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 11

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 75% si realiza el llevado de su contabilidad por un profesional o Contador Público y el 25% respondieron que no.

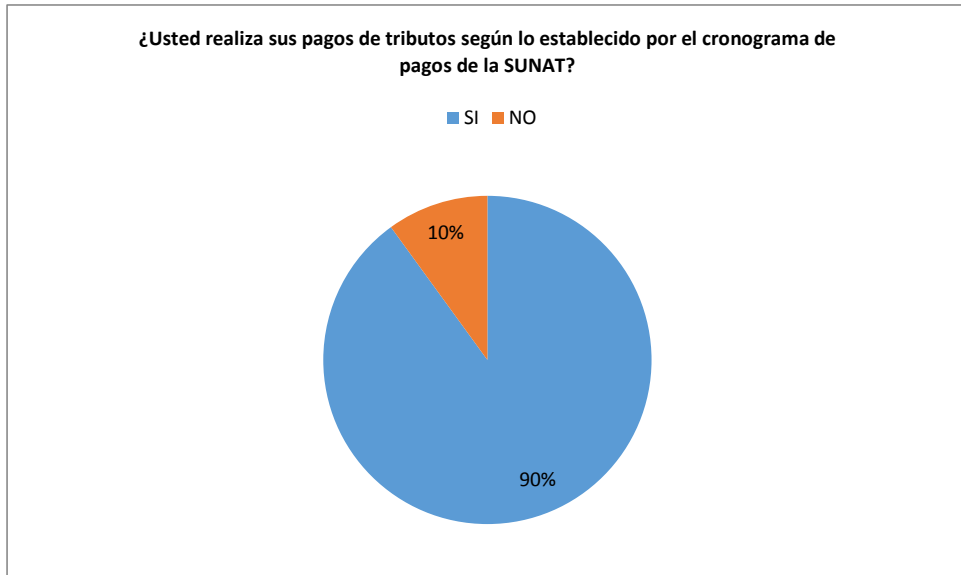
Según los resultados se observa que la mayoría (75%) si realiza o hace llevar la contabilidad de su empresa por un profesional experto en contabilidad ya que así se siente más confiado y seguro en no cometer ninguna falta e infracción; sin embargo, se observa que un 25% no realiza el llevado de su contabilidad por un profesional, ya que cree que no es necesario por no estar obligado a llevar contabilidad por este régimen tributario.

## CUADRO N° 12

### Pago del tributo según el cronograma de pagos

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	13	65.00%
NO	7	35.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 12.

Responsable: Tesista.

Gráfico 12

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 90% si realiza el pago de sus tributos de acuerdo al cronograma establecido y el 10% respondieron que no.

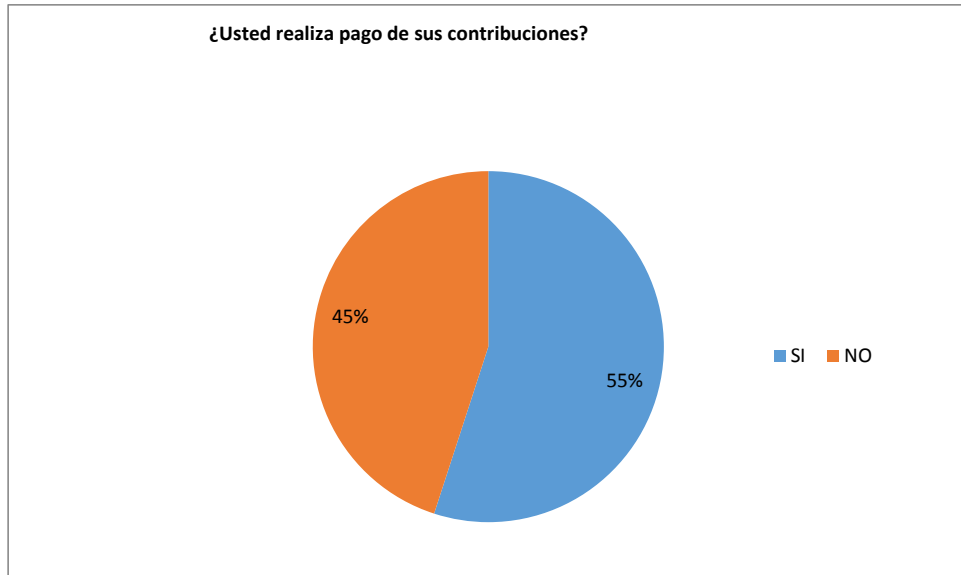
Según los resultados se observa que la mayoría (90%) si realiza el pago de sus tributos de acuerdo al cronograma establecido por la SUNAT para no tener ningún inconveniente como sanciones y multas, sin embargo, se observa que un 10% no realiza sus pagos de acuerdo al cronograma establecido ya que desconocen acerca del cronograma de pagos.

### CUADRO N° 13

#### Pago de contribuciones

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	11	55.00%
NO	9	45.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionario.  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 13.  
Responsable: Tesista.

Gráfico 13

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 55% si realiza el pago de sus contribuciones y el 45% respondieron que no.

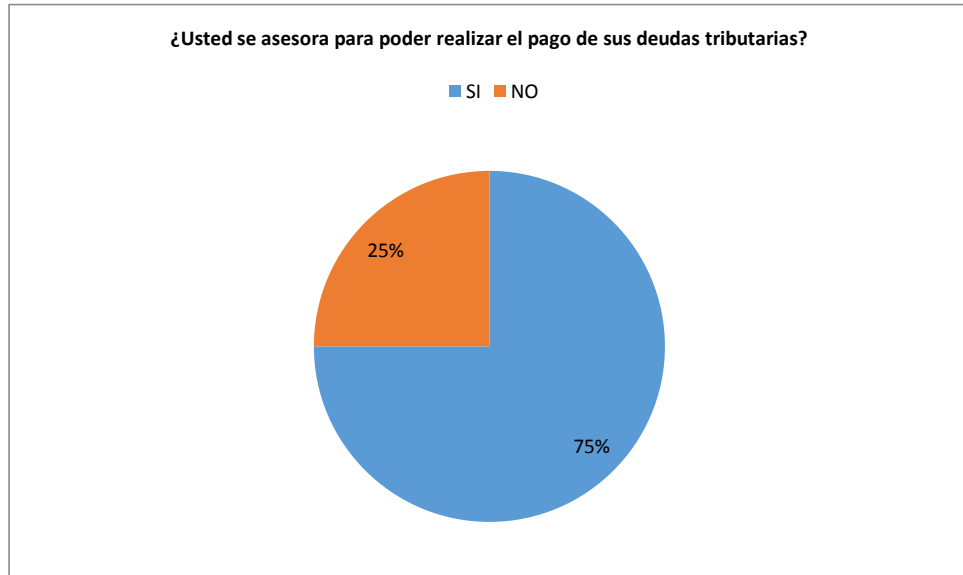
Según los resultados se observa que la mayoría (55%) si realiza el pago de sus contribuciones por contar con trabajadores en planilla y no perjudicar a sus trabajadores, sin embargo, se observa que un 45% no realiza sus pagos de contribuciones ya que no cuentan con trabajadores.

## CUADRO N° 14

### Asesoramiento para el pago de sus deudas

ESCALA DE ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	75.00%
NO	5	25.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: cuestionarios  
Responsable: tesista.



Fuente: cuadro N° 14.

Responsable: Tesista.

Gráfico 14

#### **Análisis e interpretación:**

Al respecto se observa que el 75% si realiza el pago de sus contribuciones y el 25% respondieron que no.

Según los resultados se observa que la mayoría (75%) si requiere de asesoramiento para poder realizar sus pagos de sus deudas tributarias ya que no tienen conocimiento de cómo lo realizaran, sin embargo, se observa que un 25% no requieren de asesoramiento para realizar sus pagos.

## 4.2. Contratación de Hipótesis y prueba de Hipótesis

### a) Prueba de hipótesis general

La cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

Según la significancia del Chi Cuadrado:

$$\chi^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

**Dónde:**

$\chi^2 =$  ?

$\sum =$  sumatoria

$F_o =$  frecuencia observada

$F_e =$  frecuencia esperada

CULTURA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS				TOTAL	
	SI		NO		Fi	%
	Fi	%	Fi	%		
SI	14	70	6	30	20	100
NO	15	75	5	25	20	100
PROMEDIO TOTAL	14	70	6	30	20	100

CULTURA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		TOTAL
	SI	NO	
SI	14	6	20
NO	15	5	20
TOTAL	29	11	20

La tabla corresponde a:

$2 \times 2 (2 - 1 = 1) (2 - 1 = 1) = 1$  grado de libertad a alfa 0.05 (5.99)

=  $F_o$

Para obtener la  $F_e$ , se realizó el siguiente cálculo:

$$\frac{29 \cdot 20}{30} = 19.33$$

$$\frac{11 \cdot 20}{30} = 7.33$$

$$\frac{29 \cdot 20}{30} = 19.33$$

$$\frac{11 \cdot 20}{30} = 7.33$$

Reemplazando la formula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(14-19.33)^2}{6.6} + \frac{(15-19.33)^2}{4.4} + \frac{(6-7.33)^2}{5.4} + \frac{(5-7.33)^2}{3.6}$$

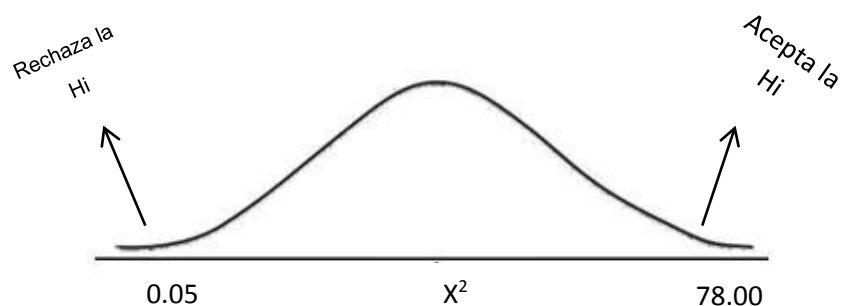
$$\chi^2 = 0 + 0.07 + 0.14 + 0.57$$



$$X^2 = 0.78 (F_o)$$

Por lo tanto:  $(0.05 < 0.78)$  entonces se aceptó la hipótesis de la investigación que afirma que: La Cultura Tributaria si Influye en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias.

### Línea de significancia campana de GAUS



$$X_c^2 = 0.78 > 0.05 \rightarrow H_{i1}$$

### b) Prueba de hipótesis específicas

**H1:** La orientación tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

$$X^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

**Dónde:**

$X^2 =$  ?

$\sum =$  sumatoria

$F_o =$  frecuencia observada

$F_e =$  frecuencia esperada

CULTURA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS				TOTAL	
	SI		NO			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
SI	13	65	7	35	20	100
NO	15	75	5	25	20	100
PROMEDIO TOTAL	14	70	6	30	20	100

CULTURA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		TOTAL
	SI	NO	
SI	13	7	20
NO	15	5	20
TOTAL	28	12	40

La tabla corresponde a:

$$2 \times 2 (2 - 1 = 1) (2 - 1 = 1) = 1 \text{ grado de libertad a alfa } 0.05 (5.99)$$

$$= f_0$$

- para obtener la Fe, se realizó el siguiente cálculo

$$- \frac{28 * 20}{40} = 14 \qquad \frac{12 * 20}{40} = 6$$

$$- \frac{28 * 20}{40} = 14 \qquad \frac{12 * 20}{40} = 6$$

Reemplazando la formula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(13-14)^2}{14} + \frac{(15-14)^2}{14} + \frac{(7-6)^2}{6} + \frac{(5-6)^2}{6}$$

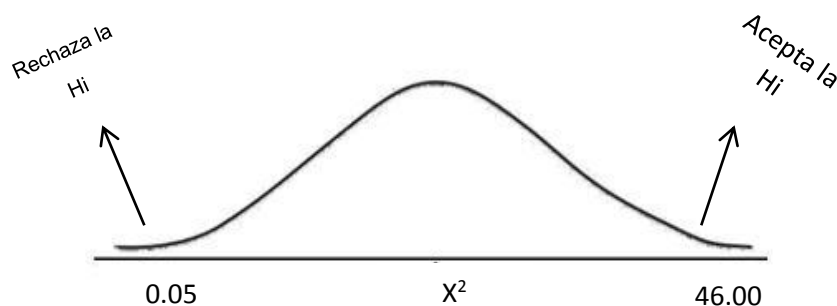
$$\chi^2 = 0.07 + 0.07 + 0.16 + 0.16$$

$$\chi^2 = 0.46 (F_0)$$

Por lo tanto, tenemos:  $(0.05 < 0.46)$

Entonces se acepta la hipótesis específica de la investigación ( $H_{i2}$ ) que afirma que: La orientación tributaria si influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019

### Línea de significancia campana de GAUS



$$\chi_c^2 = 0.46 > 0.05 \rightarrow H_{i1}$$

**H2:** La conciencia tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

$$\chi^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

**Dónde:**

- $\chi^2$  =            ?  
 $\sum$  =            sumatoria  
 $F_o$  =            frecuencia observada  
 $F_e$  =            frecuencia esperada

CULTURA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS				TOTAL	
	SI		NO		Fi	%
	Fi	%	Fi	%		
SI	14	70	6	30	20	100
NO	15	75	5	25	20	100
PROMEDIO TOTAL	14	70	6	30	20	100

CULTURA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		TOTAL
	SI	NO	
SI	14	6	20
NO	15	5	20
TOTAL	29	11	40

La tabla corresponde a:

2 x 2 (2 - 1 = 1) (2 - 1 = 1) = 1 grado de libertad a alfa 0.05 (5.99)

=  $F_o$

- para obtener la  $F_e$ , se realizó el siguiente cálculo:

$$\frac{29 * 20}{40} = 14$$

$$\frac{11 * 20}{40} = 6$$

$$\frac{29 * 20}{40} = 14$$

$$\frac{11 * 20}{40} = 6$$

Reemplazando la formula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(14-14)^2}{14} + \frac{(15-14)^2}{14} + \frac{(6-6)^2}{6} + \frac{(5-6)^2}{6}$$

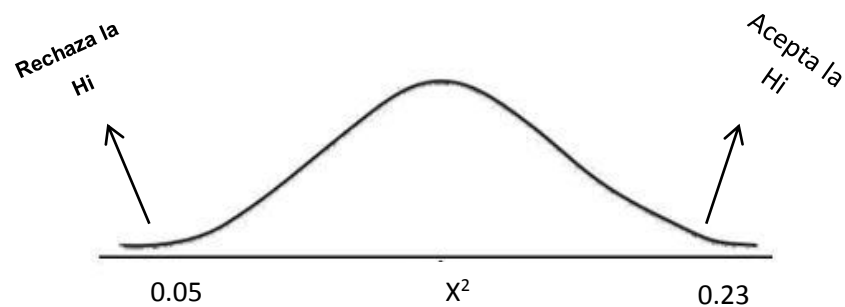
$$\chi^2 = 0 + 0.07 + 0 + 0.16$$

$$\chi^2 = 0.23 (F_o)$$

Por lo tanto, tenemos:  $(0.05 < 0.23)$

Entonces se acepta la hipótesis específica de la investigación ( $H_{i2}$ ) que afirma que: Que la conciencia tributaria si influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

### Línea de significancia campana de GAUS



$$X_c^2 = 0.05 < 0.23 \rightarrow H_{i2}$$

**H3:** Las leyes tributarias influyen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

$$X^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

**Dónde:**

- $X^2$  = ?
- $\sum$  = sumatoria
- $F_o$  = frecuencia observada
- $F_e$  = frecuencia esperada

CULTURA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS				TOTAL	
	SI		NO			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
SI	13	65	7	35	20	100
NO	15	75	5	25	20	100
PROMEDIO TOTAL	14	70	6	30	20	100

CULTURA TRIBUTARIA	OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		TOTAL
	SI	NO	
SI	13	7	20
NO	15	5	20
TOTAL	28	12	40

La tabla corresponde a:

$2 \times 2$  ( $2 - 1 = 1$ ) ( $2 - 1 = 1$ ) = 1 grado de libertad a alfa 0.05 (5.99)

=Fo

- para obtener la Fe, se realizó el siguiente cálculo:

$$\frac{28 \cdot 20}{40} = 14$$

$$\frac{12 \cdot 20}{40} = 6$$

$$\frac{28 \cdot 20}{40} = 14$$

$$\frac{12 \cdot 20}{40} = 6$$

Reemplazando la formula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(13-14)^2}{14} + \frac{(15-14)^2}{14} + \frac{(7-6)^2}{6} + \frac{(5-6)^2}{6}$$

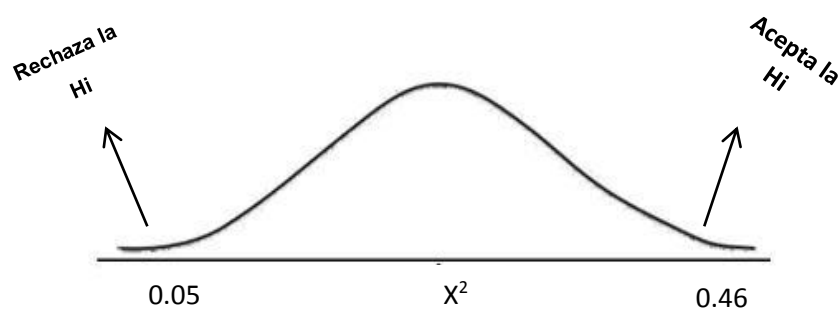
$$\chi^2 = 0.07 + 0.07 + 0.16 + 0.16$$

$$\chi^2 = 0.46 \text{ (Fo)}$$

Por lo tanto, tenemos: ( $0.05 < 0.46$ )

Entonces se acepta la hipótesis de investigación (Hi) que afirma que: Las leyes tributarias si influyen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.

### Línea de significancia campana de GAUS



$$\chi_c^2 = 0.05 < 0.46 \rightarrow Hi_3$$

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1. Presentación de la discusión de resultados:

- ❖ En la Hipótesis general se obtuvo:

Que el  $\chi^2_{calc.} = 0.78 > \chi^2_{critico} = 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna interpretándose que la cultura tributaria si influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Por lo tanto, este resultado se contrapone a lo que nos menciona **HANCCO O. (2013)** En su tesis “NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODOS 2012 – 2013”. Concluye lo siguiente:

se establece según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 117 comerciantes no tienen una cultura tributaria, lo cual representa el 51% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 28.33% son del rubro textil, el 7.41% del rubro electrodoméstico, 4.36% del rubro calzados y 10.90% rubro abarrotes, lo que influye negativamente en la informalidad comercial que existe y de esa manera hacen que se incrementen más la actividad informal en el Mercado Internacional San José de Juliaca.

- ❖ En la hipótesis específica 1 se obtuvo:

Que el  $\chi^2_{calc.} = 0.46 > \chi^2_{critico} = 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna interpretándose entonces que la orientación tributaria si influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Por lo tanto este resultado tiene una similitud a lo que nos menciona **HANCCO O. (2013)** en su tesis titulada “NIVEL DE CULTURA

TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTE DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODOS 2012-2013” en una de sus conclusiones nos menciona , Si se incrementa en los Programas Curriculares del Sistema Educativo contenidos sobre Educación Tributaria, basada en la práctica de valores, los resultados a futuro serian favorables para el estado ya que el crecimiento de la recaudación seria paralela a la base tributaria, lo cual ayudara en el desarrollo del país y así poder gozar de mejoras de calidad de servicios que brinda el estado.

❖ En la hipótesis específica 2 se obtuvo:

Que el  $x^2_{calculado} = 0.23 > x^2_{critico} = 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna interpretándose entonces que la conciencia tributaria si influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. De este resultado ejecutado podemos relacionarlo significativamente a lo que nos menciona **ZAMUDIO H. (2012)** en su tesis titulada “NIVEL DE CONOCIMIENTO EN MATERIA TRIBUTARIA EN LOS ESTUDIANTES DE EDUCACION BASICA REGULAR Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA TRIBUTARIA DE LA CIUDAD DE JULIACA, 2012” En una de sus conclusiones, Si los lineamientos planteados se cumplieran en un futuro y se aumentan tanto la base tributaria como paralelamente la base recaudadora estaríamos en la certeza que la formación de la cultura tributaria debe ser vista como un esfuerzo sistemático y permanente, sustentado en principios, orientado al cultivo de valores ciudadanos, por lo tanto, enfocado tanto en los contribuyente actuales como a los ciudadanos del mañana, niños y jóvenes cuya cultura tributaria y visión del mundo se encuentran en formación, lo cual les hace más susceptible de interiorizarse y hacer suyos los valores en el futuro determinar su comportamiento dentro de la sociedad. Solamente los

ciudadanos libres, informados y autorregulados conscientes de sus derechos y de sus obligaciones, serán contribuyentes honestos.

❖ En la hipótesis específica 3 se obtuvo:

Que el  $x^2_{calculado} = 0.46 > x^2_{critico} = 0.05$ , se acepta la hipótesis alterna interpretándose entonces que las leyes tributarias si influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. De esta manera este resultado se atribuye y se confirma con lo que menciona **RIVEROS, (2017)** en su tesis titulada “COMO SE DEBE IMPLEMENTAR LA CULTURA TRIBUTARIA EN COLOMBIA” en una de sus conclusiones nos menciona que, La Cultura de la Contribución debe ser vista como un proyecto en construcción del cual forman parte el Estado y la sociedad: el Estado, por medio del cumplimiento de sus funciones, de forma transparente y comprometida, lo que a su vez legitima y enaltece su gobernabilidad; y la ciudadanía, por medio de su compromiso con la cultura de la contribución y el cumplimiento de sus deberes con el propósito de acrecentar el bienestar colectivo y garantizar el cumplimiento de sus derechos fundamentales.



## CONCLUSIONES

1. De los resultados obtenidos de la investigación, se concluye que: un 70% de los encuestados respondieron que la Cultura Tributaria si Influye significativamente en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Tener cultura tributaria es indispensable para cualquier ciudadano ya que permite efectuar y darnos a conocer el cumplimiento de las obligaciones que tenemos como empresarios.

2. De los resultados obtenidos de la investigación, se concluye que un 65% de los encuestados respondieron que la orientación tributaria si influye significativamente en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Tener orientación tributaria es necesario para estar al día sobre cómo tributar como empresario.

3. De los resultados obtenidos de la investigación, se concluye que un 70% de los encuestados respondieron que la conciencia tributaria si influye significativamente en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Tener y expresar conciencia tributaria permite a que cada empresario contribuya con el Estado para que este lo retribuya en beneficio de la población.

4. De los resultados obtenidos de la investigación, se concluye que un 65% de los encuestados respondieron que las leyes tributarias si influyen significativamente en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Tener adecuado conocimiento acerca de las leyes tributarias nos permitirá establecer mejor cumplimiento y tener en cuenta mejores criterios como empresario.

## RECOMENDACIONES

1. Recomendar a las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Que alcancen mayor conocimiento sobre la cultura tributaria ya que esto permite efectuar y darnos a conocer el cumplimiento de las obligaciones tributarias que tenemos como empresarios.
2. Recomendar a la empresa textil del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Que participen en las capacitaciones efectuadas por la SUNAT para así tener mejor orientación tributaria y cumplir adecuadamente sus obligaciones tributarias.
3. Recomendar a la empresa textil del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Que tomen conciencia tributaria en cuanto a sus obligaciones porque de esto emana que el estado financia lo recaudado en beneficio de la población.
4. Recomendar a la empresa textil del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019. Que busquen mayor información sobre las leyes tributarias ya que respetando las leyes y las normas establecidas no cometerán ni estarán en falta con la SUNAT.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Augusto Becker, Alfredo. (2007). Teoría general de la ley tributaria. San Pablo.
2. Armas Miriam (2009) Localización: REDHECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social, ISSN-e 1856-9331, N.º 6, 2009, págs. 141-16 español.
3. Banfi Campagna Dino (2013) En su tesis, “LA CULTURA TRIBUTARIA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA” Realizado en la Universidad Privada, Venezuela.
4. Bonilla – Molina, I. (2014). Calidad de la Educación: ideas para seguir transformando la Educación. Venezuela: Ediciones MPPEU-CIM.
5. Bravo Salas, Felicia (2012). Cultura Tributaria. Los valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: experiencia en el Perú – CIAT Revista de Administración Tributaria. Sobre Conciencia Tributaria.
6. CABELLO VELA, JUAN (2013) EN SU TESIS LA CONCIENCIA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA EVACION DE IMPUESTO A LA RENTA, EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA.
7. CHERO VALENCIA EMILIO (2014) SUB GERENTE SUB GERENCIA DE: PLANEAMIENTO FINANCIERO.
8. Código Tributario. El artículo 1º Obligaciones Sustanciales.
9. CUELLAR FERNANDEZ JOSE MARTIN (2018) Doctor en Ciencias Empresariales – Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, Maestro en Administración y Dirección de Empresas – Universidad Alas Peruanas. Bachiller en Derecho - Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.
10. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (2003). Obligaciones tributarias: obligaciones formales.
11. Estrada FARFAN Sergio (2014) revista cultura tributaria de la SAT. Cultura tributaria 50 preguntas.
12. Frigo Edgardo, (2007) Que es la capacitación y que gana una organización al capacitar. <http://forodeseguridad.com/artic/rrhh.htm>.

13. HANCCO O. (2013): En su tesis "NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODOS 2012 – 2013".
14. HERNANDEZ SAMPIERI, R., FERNANDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (2006). Metodología de la Investigación. México: Taller de Infagon Web S.A
15. La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2013). Mecanismo de una conciencia tributaria.
16. LLANCO ingaruca, cesar Fernando, (2014) asistente contable nematsa Perú <https://pe.linkedin.com/in//cesar-fernando—llanco-ingaruca-17025560>
17. Margain. (2000) CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS, p.229
18. MENACHO, H. (2009): En su tesis: "CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CONTRIBUYENTES Y EL REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO EN LA PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO" Realizado en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan- Huánuco
19. MISAHUAMÁN DEL CAMPO EVERTH REYNALDO, (2017). En su TESIS "CONOCIMIENTO DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS ESTUDIANTES DEL 5º GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA, EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE CAJAMARCA" PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO. CAJAMARCA-PERÚ.
20. Moreano V, (2019). "Evita sanciones por evadir obligaciones tributarias". Tipos de Sanciones más comunes.
21. OSORIO SARMIENTO, Orlando David (2017) "LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO.
22. Palacio González, Rubén, (1995) Técnicas del Servicio al Cliente. Publicado en el [libroonline.com](http://libroonline.com), la red de búsqueda de libros de Latinoamérica. [www.libroonline.com/libros](http://www.libroonline.com/libros)

23. Pérez Royo, Fernando, (2010) Derecho Financiero y Tributario. Parte General. Ed. Thomson Civitas, 17.ª ed.
24. Perú21, (2013). Evita sanciones por evadir obligaciones tributarias. Obtenido de Peru21: <https://peru21.pe/mis-finanzas>.
25. Riquelme, Matías (2017). Sitio web Empresas conocimientos en mi sitio web en temas como administración de empresas, planificación estratégica.
26. RIVEROS AMAYA MONICA YANETH, (2017). COMO SE DEBE IMPLEMENTAR LA CULTURA TRIBUTARIA EN COLOMBIA. UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DIRECCIÓN DE POSGRADOS ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA BOGOTÁ.
27. Robles Moreno, Carmen (2016) Reflexiones sobre Derecho Tributario y Derecho Constitucional. Blog.pucp.edu.pe
28. Rodríguez Moreno, (1995) Orientación Profesional y formación basada en el trabajo. Conceptos básicos y sugerencias. Universidad de Barcelona.
29. ROMERO AUQUI MIGUEL NATHAEL, VARGAS MOREIRA CINDY MARÍA. (2013). En su tesis La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la bahía “Mi Lindo Milagro” del Cantón Milagro.
30. RPP NOTICIAS (2012). Más del 60% de las MYPES en Lambayeque operan en informalidad. Obtenido de Rpp noticias: <http://rpp.pe/Perú/actualidad/más>.
31. Serna Gómez Humberto (2006). Gerencia Estratégica. Servicio al cliente una nueva visión: clientes para siempre. <https://es.scribd.com/doc/66872891/Gerencia-Estrategica-H-S-G>.
32. SARDUY GONZALEZ, MARIUSKA, (2016). La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver. Cofín [online]. 2016, vol.10, n.1, pp.113-125.
33. Sigüenza, M. (2014). Lotería Tributaria: una estrategia para fomentar la cultura tributaria en la ciudad de Cuenca.

34. TENEIO ASESORES (2017) Asesoría y consultoría Integral, despacho multidisciplinar Barcelona inscrita en el Registro Mercantil de Folio 105, Hoja B495253 e inscripción 1ª.
35. Torres Miguel (2017). Empresa acogida al nuevo RUS (Régimen Único Simplificado). Noticierocontable.com
36. TUO del Código tributario (2015). OBLIGACION TRIBUTARIA: [https://www.mef.gob.pe/contenidos/tribu\\_fisc/normativa/TUO\\_13.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/tribu_fisc/normativa/TUO_13.pdf)
37. VILLEGAS ALDAZOSA ÁLVARO (2002-2003) Cultura Contributiva - Marco institucional en Bolivia. Programa de Cultura Tributaria del Servicio de Impuestos Nacionales.
38. ZAMUDIO TICONA, H. P (2012): En su tesis "NIVEL DE CONOCIMIENTO EN MATERIA TRIBUTARIA EN LOS ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA TRIBUTARIA DE LA CIUDAD DE JULIACA PUNO: UNA. 2012".

# ANEXOS

## ANEXOS

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TITULO:** “LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LAS EMPRESAS TEXTILERAS DEL NUEVO RUS DE LAS GALERIAS SUPER HUÁNUCO, 2019”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>PROBLEMA GENERAL:</b></p> <p>a) ¿De qué manera influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019?</p> <p><b>b) PROBLEMA ESPECÍFICO:</b></p> <p>a) ¿De qué manera influye la orientación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019?</p> <p>b) ¿De qué manera influye la conciencia tributara en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019?</p> <p>c) ¿De qué manera influye las leyes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p> <p>a) Determinar de qué manera influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a) Determinar de qué manera influye la orientación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.</p> <p>b) Determinar de qué manera influye la conciencia tributara en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.</p> <p>c) Determinar de qué manera influye las leyes tributarias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL:</b></p> <p>a) La cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.</p> <p><b>b) HIPÓTESIS SECUNDARIO</b></p> <p>a) La orientación tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.</p> <p>b) La conciencia tributara influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019.</p> <p>c) Las leyes tributarias influyen significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas textiles del Nuevo RUS de las Galerías Super de Huánuco, 2019</p>	<p><b>V.INDEPENDIENTE (X)</b> - Cultura tributaria</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ orientación tributaria.</li> <li>✓ conciencia tributara.</li> <li>✓ leyes tributarias</li> </ul> <p><b>V. DEPENDIENTE (Y)</b>- Obligaciones tributarias</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Obligaciones formales</li> <li>✓ Obligaciones sustanciales</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>TIPO:</b> Descriptiva.</li> <li>2. <b>ENFOQUE:</b> Cuantitativo.</li> <li>3. <b>NIVEL O ALCANCE:</b> Descriptivo</li> <li>4. <b>DISEÑO:</b> No explicativo.</li> <li>5. <b>POBLACIÓN Y MUESTRA.</b> 20 personas, aplicado a los empresarios.</li> <li>6. <b>TÉCNICA E INSTRUMENTO:</b> Encuestas Cuestionario Observaciones</li> <li>7. <b>TÉCNICAS DE PROCESOS DE DATOS:</b> Excel básico. SPSS</li> </ol>



**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LAS EMPRESAS TEXTILERAS DEL NUEVO RUS DE LAS GALERIAS SUPER HUÁNUCO, 2019”**

Estimado colaborador de la empresa textil de la Galería Super espero su colaboración respondiendo con responsabilidad y honestidad, el presente cuestionario. Se agradece no dejar ninguna pregunta sin contestar.

Instrucciones. (Lee cuidadosamente las preguntas y marque con un aspa(x), la opción que crea conveniente.)

1. ¿Cómo empresario textil tiene conocimiento acerca de las capacitaciones realizadas por SUNAT y otras instituciones sobre el tema de cultura tributaria?

SI  NO

2. ¿Cómo empresario textil recibe información clara y precisa por parte de la SUNAT?

SI  NO

3. ¿Cómo empresario textil al acercarse y consultar en la SUNAT tiene una atención adecuada?

SI  NO

4. ¿Es puntual en el pago de sus impuestos?

SI  NO

5. ¿Sabe Usted que si no paga sus impuestos se le aplica sanciones tributarias?

SI  NO

6. ¿Cumple Usted con las normas establecidas por la SUNAT?

SI  NO

7. ¿Cómo empresario conoce las leyes sobre materia tributaria?

SI  NO

8. ¿Cómo empresario cumple con las leyes tributarias establecidas?

SI  NO

9. ¿Usted realiza sus declaraciones de sus comprobantes adecuadamente?

SI  NO

10. ¿Usted emite sus comprobantes por las ventas que realiza en su establecimiento?

SI  NO

11. ¿Usted realiza el llevado de su contabilidad por un profesional?

SI  NO

12. ¿Usted realiza sus pagos de tributos según lo establecido por el cronograma de pagos de la SUNAT?

SI  NO

13. ¿Usted realiza pago de sus contribuciones?

SI  NO

14. ¿Usted se asesora para poder realizar el pago de sus deudas tributarias?

SI  NO

## IMÁGENES DE LAS GALERIAS “SUPER”



## ENTREVISTA AL SEÑOR CARLOS ESTAND 205



ENTREVISTA A LA SEÑORA ELVA ESTAND 209

