

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

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

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

**CULTURA TRIBUTARIA COMO FACTOR EN EL CUMPLIMIENTO
TRIBUTARIO DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL SAN
ANTONIO DE CAJAMARCA 2018.**

Para Optar Título Profesional de:

CONTADOR PÚBLICO

Presentado por el Bachiller:

WILMER YONY HERAS BUSTAMANTE

Asesor:

Dr. HECTOR D. VILLEGAS CHÁVEZ

Cajamarca – Perú

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

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

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

**CULTURA TRIBUTARIA COMO FACTOR EN EL CUMPLIMIENTO
TRIBUTARIO DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL SAN
ANTONIO DE CAJAMARCA 2018.**

Para optar Título Profesional de:

CONTADOR PÚBLICO

Presentado por el Bachiller:

WILMER YONY HERAS BUSTAMANTE

Asesor:

Dr. HECTOR D. VILLEGAS CHÁVEZ

Cajamarca – Perú

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Aprobación de la tesis

El asesor y los miembros del jurado evaluador designado según Resolución de Consejo de Facultad N° 290-2019-F-CECA-UNC aprueban la tesis desarrollada por el Bachiller Wilmer Yony Heras Bustamante denominada:

Cultura Tributaria como factor en el cumplimiento tributario de los comerciantes del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca 2018

Dr. CPC. Arnaldo Kianman Chapilliquen

Dr. CPC. Norberto Barboza Calderón

Dr. CPC. Lennin Rodríguez Castillo

Dr. CPC. Héctor Villegas Chávez

DEDICATORIA

A Dios por mostrarme día a día que con humildad, paciencia y sabiduría toda es posible.

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis padres, quienes cada día me motivan y alientan a seguir luchando para ser mejor persona y profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco con todo el corazón a aquel que todo lo puede, que está en cada uno de nosotros, quien irradia amor y esperanza al mundo: DIOS; así mismo, a aquellos seres maravillosos, por su amor, comprensión y esfuerzo: *Mis Padres*, que depositan su confianza en cada reto que se me presenta y sin dudar en ningún momento de mis capacidades e inteligencia me apoyaron incondicionalmente, a ellos les debo mis logros.

A mi Asesor Dr. Héctor Villegas Chávez, por su apoyo incondicional en el desarrollo de la presente investigación, a los Docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad, por sus enseñanzas en todo el trayecto de mi profesionalización en la carrera profesional de Contador Público.

INDICE

CARATULA EXTERNA (CUBIERTA)	i
PÁGINA DE RESPETO	ii
CARATULA INTERNA	iii
HOJA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	xiii

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema.	01
1.2. Formulación del problema.	02
1.2.1. Pregunta Principal.	02
1.2.2. Preguntas Específicas.	02
1.3. Objetivo General.	02
1.4. Objetivos Específicos.	03
1.5. Justificación e importancia de la investigación.	03
1.6. Limitaciones de la investigación.	04

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes.	05
2.2 Bases teóricas.	11
2.3 Definición de términos básicos.	23

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1.	Hipótesis General.	25
3.2.	Hipótesis Específicas.	25
3.3.	Variables.	25
3.4.	Operacionalización de variables.	26
3.4.1.	Variable independiente.	26
3.4.2.	Variable dependiente.	26

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1.	Tipos y diseño de investigación.	27
4.2.	Población y muestra.	27
4.3.	Unidad de análisis.	28
4.4.	Método de investigación.	28
4.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	28
4.6.	Técnicas de procesamiento y análisis de la información.	29

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1.	Análisis interpretación y discusión de resultados.	30
5.2.	Prueba de hipótesis.	51
5.3.	Presentación de resultados.	53
	CONCLUSIONES.	55
	RECOMENDACIONES.	57
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	58
	ANEXOS.	61
1.	Matriz de consistencias.	61
2.	Instrumentos para la obtención de datos.	63

INDICE DE TABLAS

Tabal 1	:	Tipo de negocio.	30
Tabla 2	:	Conocimientos de los tributos.	31
Tabla 3	:	Conocimiento de los tributos afectos.	32
Tabla 4	:	Capacitación, charlas, cursos, campañas tributarias.	33
Tabl5 5	:	Razones del pago de tributos.	34
Tabla 6	:	Mejora del nivel de vida por el pago de tributos.	35
Tabla 7	:	Conocimiento del pago de los tributos.	36
Tabla 8	:	Pago de tributos que le corresponde.	37
Tabla 9	:	Régimen tributario.	38
Tabla 10	:	Acogimiento al Régimen según sus Ventas.	39
Tabla 11	:	Emisión de Comprobantes de pago.	40
Tabla 12	:	Tipo de comprobante de pago que emite.	41
Tabla 13	:	Importancia de emitir comprobantes de pago.	42
Tabla 14	:	Llevado del Registro de Ventas.	43
Tabla 15	:	Llevado del Registro de Compras.	44
Tabla 16	:	Control de sus ventas.	45
Tabla 17	:	Declaraciones mensuales.	46
Tabla 18	:	Elaboración de declaraciones Juradas.	47
Tabla 19	:	Cumplimiento en el pago de impuestos.	48
Tabla 20	:	Importancia en las declaraciones.	49
Tabla 21	:	Conocimiento de Infracciones.	50

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	:	Tipo de negocio.	30
Figura 2	:	Conocimiento de los tributos.	31
Figura 3	:	Conocimiento de los tributos afectos.	32
Figura 4	:	Capacitaciones recibidas.	33
Figura 5	:	Razones del pago de tributos.	34
Figura 6	:	Mejora el nivel de vida el pago de tributos.	35
Figura 7	:	Destino de los tributos.	36
Figura 8	:	Pago de tributos como corresponde.	37
Figura 9	:	Régimen Tributario.	38
Figura 10	:	Acogimiento al Régimen.	39
Figura 11	:	Emisión de comprobantes de pago.	40
Figura 12	:	Tipo de comprobante de pago que emite.	41
Figura 13	:	Importancia de la emisión de comprobantes de pago.	42
Figura 14	:	Registro de ventas.	43
Figura 15	:	Registro de Compras.	44
Figura 16	:	Control de sus ventas.	45
Figura 17	:	Declaraciones mensuales.	46
Figura 18	:	Declaraciones Juradas.	47
Figura 19	:	Cumplimiento en el pago de impuestos.	48
Figura 20	:	Importancia de declarar.	49
Figura 21	:	Conocimiento de las infracciones por incumplimiento tributario.	50

RESUMEN

El presente trabajo de investigación presentado, persigue como objetivo: Estudiar la Cultura Tributaria como factor determinante en el cumplimiento tributario de los Comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca en el periodo 2018.

Se considera que la falta de cultura tributaria, enmarcada en el conocimiento, valores y conciencia tributaria, son factores determinantes en el cumplimiento tributario de cualquier organización, por lo tanto, el sector comercio de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio no se encuentra exento de estos factores, recayendo responsabilidad al Estado para crear programas de capacitación tributaria y mejorar la situación tributaria de los contribuyentes.

La investigación se ha desarrollado en cinco capítulos, los cuales comprenden: planteamiento de la investigación, marco teórico, hipótesis y variables, metodología, resultados y discusión. Muy aparte a ello tenemos las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas.

Para alcanzar éste propósito se utilizó el tipo de investigación, aplicada de nivel descriptivo, diseño; investigación por objetivos, con una muestra de 56 comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de la ciudad de Cajamarca, utilizando la técnica de la encuesta, instrumento; cuestionario de preguntas cerradas y con procesamiento de la información en el Excel.

En la Investigación se ha determinado que la Cultura Tributaria es un factor predominante y determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del Centro Comercial San Antonio de la Ciudad de Cajamarca, debiéndose fundamentalmente a la falta de conocimiento y educación tributaria, falta de valoración de los tributos, que son y para qué sirven y falta de conciencia tributaria, es decir los comerciantes no cumplen con declarar y pagar sus tributos por no saber la importancia que tiene la tributación en el desarrollo de un país y en la sociedad.

ABSTRACT

The present research work presented, aims to: Study the Tax Culture as a determining factor in the tax compliance of Garment Merchants of the San Antonio de Cajamarca Shopping Center in the period 2018.

It is considered that the lack of tax culture, framed in the knowledge, values and tax awareness, are determining factors in the tax compliance of any organization, therefore, the clothing trade sector of the San Antonio Shopping Center is not exempt of these factors, with responsibility on the State to create tax training programs and improve the tax situation of taxpayers.

The research has been developed in five chapters, which include: research approach, theoretical framework, hypotheses and variables, methodology, results and discussion. Very apartate to this we have the conclusions, recommendations and bibliographical references.

To achieve this purpose we used the type of research, applied descriptive level, design; research by objectives, with a sample of 56 clothing merchants from the San Antonio Shopping Center in the city of Cajamarca, using the survey technique, instrument; closed questionnaire with information processing in Excel.

In the Investigation it has been determined that the Tax Culture is a predominant and determining factor in the tax compliance of the merchants of the San Antonio Shopping Center of the City of Cajamarca, mainly due to the lack of knowledge and tax education, lack of assessment of the tributes, what they are and what they are for and lack of tax awareness, that is, the merchants do not comply with declaring and paying their taxes for not knowing the importance of taxation in the development of a country and in society.

INTRODUCCIÓN

Es fundamental mejorar el conocimiento de la tributación y el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes promoviendo cursos de especialización y capacitación, dar conferencias gratuitas dirigidas a informar y orientar, ya que los tributos representan una de las principales fuentes de ingresos de cualquier estado y especialmente en aquellos de menor desarrollo debido a que no existe cultura tributaria y conocimiento cabal de la normatividad..

La adecuada cultura tributaria permitirá que una sociedad cumpla con sus obligaciones de manera correcta y razonable, contribuyendo al desarrollo de un país mediante la recaudación de tributos, siempre y cuando los contribuyentes, tributen acorde a la realidad económica, ya que debido al desconocimiento de las normas tributarias, muchos microempresarios no determinan la mejor opción en sus decisiones empresariales, dentro del área tributaria-financiera y de esta manera lograr la formalización legal y la solidez empresarial.

El desconocimiento en la aplicación de la tributación, ocasiona la falta de cumplimiento tributario, que conlleva a otras distorsiones tributarias como la evasión y defraudación de tributos que perjudican en la recaudación de tributos de un estado. El conocimiento de la importancia del pago de los tributos, conllevan a mejorar la recaudación y cumplimiento de las obligaciones tributarias y por ende mejora el comportamiento económico, traduciéndose en mejoras sociales para los habitantes de las comunidades en general.

En tal sentido se realiza la presente investigación para estudiar la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Centro Comercial San Antonio de la ciudad de Cajamarca correspondiente al año 2018.

CAPITULO I

PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema.

El incremento de los centros comerciales en la ciudad de Cajamarca, ha generado que comerciantes se aglutinen en lugares determinados para comercializar productos de consumo masivo, como prendas de vestir y similares, con la finalidad de tener ingresos como producto de las ventas, como es el caso del Centro Comercial San Antonio, ubicado en la ciudad de Cajamarca.

El problema que se ha generalizado y de gran importancia para la Administración Tributaria, es el desconocimiento que tienen los contribuyentes sobre la tributación. Los comerciantes del Centro Comercial San Antonio, no están tributando en la medida que les corresponde por falta de conocimiento de las normas legales tributarias y la tributación, circunstancia que ocasiona informalidad y falta de cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

La cultura tributaria es un mecanismo importante que ayuda a fortalecer el sistema tributario, surge con la necesidad de recaudar, es un sistema equitativo de justicia y progresivo. Y el propósito fundamental es establecer una política de recaudación para el gasto público y suministro de bienes colectivos, buscando satisfacer las necesidades sociales, estabilizar la economía y desarrollo del país contribuyendo a las políticas que reducen la inflación de la economía de mercado.

Cultura tributaria nace con la idea de diseñar un sistema tributario para orientar al ciudadano y que lo invite a cumplir sus obligaciones de una forma ordenada, el reto como pilar fundamental es fortalecer la atención al contribuyente mediante la información, servicios y la educación. Esta cultura es promovida mediante el cumplimiento de obligaciones voluntarias y así fortalecer el desarrollo de la sociedad.

Las obligaciones tributarias, son una relación jurídica especial surgida entre el Estado y los Contribuyentes a partir de las normas reguladoras de las obligaciones tributarias, esta relación jurídica es de naturaleza compleja, esto es porque de ella derivan de un lado, poderes y derechos, así como obligaciones de

la autoridad financiera, a los que corresponden obligaciones, positivas y negativas, así como derechos, de las personas sometidas a su potestad, y de otra parte, con carácter más específico, el derecho del ente público a exigir la correlativa obligación del contribuyente de pagar la cantidad equivalente al importe del impuesto debido en cada caso.

1.2. Formulación del Problema.

1.2.1. Pregunta principal.

¿De qué manera la cultura tributaria es un factor determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del mercado San Antonio de Cajamarca-2018?

1.2.2. Preguntas Específicas.

- ¿De qué manera los conocimientos de tributación son determinantes en el cumplimiento tributario de los comerciantes del Centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018?
- ¿De qué manera la valoración de los tributos son determinantes en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018?
- ¿De qué manera la conciencia tributaria es determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo General.

Explicar los aspectos determinantes de la cultura tributaria en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- Describir los conocimientos de tributación como factores determinantes en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018.
- Describir la valoración de los tributos como factor determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del mercado San Antonio de Cajamarca 2018.
- Analizar a la conciencia tributaria como factor determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018.

1.4. Justificación.

1.4.1. Justificación Teórica.

Mediante la presente investigación se aportará un estudio sobre la cultura tributaria como factor que determina el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca.

1.4.2. Justificación Práctica.

Con la presente investigación se tendrá un conocimiento real de la situación tributaria de los contribuyentes del centro comercial san Antonio de la ciudad de Cajamarca.

De la misma manera, se conocerá la problemática tributaria de los comerciantes, la misma que conlleva al incumplimiento tributario, teniendo como consecuencia la afectación en la recaudación fiscal y por ende efectos en la economía local y nacional.

1.4.3. Justificación Académica.

El estudio de la presente investigación tiene como finalidad reafirmar mi formación como profesional, brindándome una guía para mi formación como líder responsable con respecto a la sociedad

y como agente de cambio social. Adicionalmente aportar a los lectores conocimientos acerca de la cultura tributaria que existe en un sector de la ciudad de Cajamarca, siendo necesario ahondar conocimientos sobre el tema de cultura en el ámbito local, puntualmente del sector comercial del centro comercial san Antonio.

1.5. Limitaciones de la Investigación.

Las Limitaciones de la presente investigación es la falta de información del sector comercio del centro comercial San Antonio así mismo, las instituciones encargadas de administrar cierta información estadística, no permiten tener acceso a la información para el estudio que se plantea realizar.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema.

2.1.1. Internacionales.

La Cultura Tributaria y su Incidencia en las Obligaciones de las Personas Naturales Obligadas a llevar Contabilidad de la ciudad de Macas (Tapia Arichabala, 2013)

Cuando los contribuyentes caen en infracciones tributarias que son sujetas de sanciones en muchas ocasiones son por falta de conocimiento y asesoramiento por parte del organismo de control Servicio de Rentas Internas ya que cada año cambian las leyes y programas tributarios.

Incumplimiento de las Obligaciones Tributarias de las Entidades sin fines de lucro localizadas en Guayaquil e Incidencia en la Recaudación local del servicios de Rentas internas (SRL).PERIODO 2010-2014 (Hernandez Zambrano, 2015)

Entre las principales razones por el cual un número considerable de empresas no cumplen con sus obligaciones tributarias están:

- a) Desconocimiento de las obligaciones tributarias.
- b) Desconocimiento de las sanciones pecuniarias.
- c) Personal de la entidad no tiene educación superior concluida.
- d) Buen porcentaje de ESFL son de tamaño económico y administrativo pequeñas.
- e) Personal sin acceso a la página web del SRL.
- f) Desconocimiento de los programas informáticos que el SRL entrega a los usuarios para realizar declaraciones y presentación de anexos.
- g) Complejo uso del portal de servicios en línea del SRL.
- h) Desconocimiento del sistema de facturación electrónica implementado en el Ecuador, entre otras razones.

La Planificación Tributaria, y su Incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Fiscales de la Clínica de Especialidades Pediátricas Cliniesped Cíe. Ltada: (Peñaloza, 2013)

Uno de los grandes problemas que se viven hoy en Ecuador, es la evasión tributaria, por lo que deben eliminarse o corregirse las causas que la originan. Así pues, para que la planificación tributaria, no sea calificada como una forma de evasión, deberá justificarse la responsabilidad social de la organización y demostrar en el estudio de factibilidad, que no se evade, simplemente se cubre la carga tributaria con un sentido de justicia.

2.1.2. Nacionales.

Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra (Burga Argandoña, 2014).

- La falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país, no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales.
- La falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurra en infracciones y sanciones tributarias.
- Los contribuyentes tiende hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del estado y de su administración tributaria.

Incidencia de La cultura Tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales SUNAT- Intendencia Lima en el periodo 2013 (Marquina Cruzado, 2013).

- El grado de cultura con respecto al cumplimiento de sus obligaciones formales de los contribuyentes del mercado de Lima es Débil y es percibido como falta de difusión y/o capacitación por parte de la SUNAT.
- La falta de cultura y/o conocimiento de los contribuyentes del mercado de Lima sobre el cumplimiento de sus obligaciones formales, incide Negativamente en la situación económica del contribuyente e

indirectamente en la recaudación fiscal, ya que permite a la Administración tributaria cumpla con sus objetivos institucionales.

Nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes de la Ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo, Perú (Mogollón Díaz, 2012).

- La gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la Administración Tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados.
- Contamos con ciudadanos con valores altruistas pero que no están dispuestos a cumplir con sus obligaciones tributarias porque perciben que el Estado no cumplen con sus funciones adecuadamente.

Importancia de la Cultura Tributaria en el Perú (Amasifuen Reátegui, 2015).

Cita a Hernando de Soto (2016) en su obra “*El Otro Sendero*” sostiene que en el Perú el problema no está en la economía informal sino en el estado. “Aquella es, más bien, una respuesta popular espontánea y creativa ante la incapacidad estatal para satisfacer las aspiraciones más elementales de los pobres.

Para crear una sólida cultura tributaria debemos hacerlo con una fuerte conexión con valores éticos y morales, rescatando al individuo y su consistencia como categorías supremas, otorgándole sentido de responsabilidad, civismo, y pertenencia, humanismo, valoración del trabajo y de la austeridad, además una fuerte y definitiva relación de corresponsabilidad entre ciudadanos y estado.

2.1.3. Locales.

López, J (2011) *En la tesis de Maestría, “Evasión tributaria de las mypes informales del sector comercial del mercado de abasto central de la ciudad de Cajamarca”*. El objetivo es determinar el grado de evasión tributaria cuantitativamente en el sector informal comercial del mercado de abasto de la ciudad de Cajamarca. Y, Considera a la evasión tributaria como un grave problema para el Estado ya que si no cuenta con una buena recaudación tributaria traerá como consecuencia una disminución de los recursos que el estado brinda a los sectores de mayor importancia como el sector salud, sector educación, etc. Además nos dice que actualmente no se cuenta con datos y una adecuada cuantificación de las MYPES informales, lo que no permite organizarse, crecer de manera sostenida y como consecuencia se estanca el crecimiento económico de nuestra ciudad; trayendo efectos negativos en los niveles de recaudación Tributaria.

Por otro lado, las Políticas Tributarias tienen incidencia en el mercado laboral y por ende en los niveles de informalidad y subempleo existente debido a los mayores niveles de exigencia tributaria, sea por la expansión de la base de contribuyentes, el crecimiento de las tasas de subempleo y a la vez se va a incrementar la efectividad de la recaudación, se propicia mecanismos de fuga al control legal o regulatorio. De modo que una menor presión tributaria puede influir en el crecimiento económico, es necesario también en determinar la necesidad que ostenta el Estado por la falta de liquidez en sus finanzas públicas producto de la inequidad tributaria, derivada de la elevada proporción de quienes no contribuyen al Gasto Público cobijados por la economía informal, con ello, partiendo de la hipótesis de que la economía informal representa un factor fundamental en la recaudación del Estado para satisfacer las necesidades de la población como recurso necesario en las Finanzas Públicas, y por ello es obligatorio crear las condiciones para que el país se movilice y haga un uso más eficaz y pleno de sus

recursos financieros, lo que se requiere de una fiscalización, de una buena administración tributaria y de unos sistemas de gestión de las finanzas públicas más sólidos y eficientes; además el desarrollo requiere de instituciones legítimas y eficaces en el país, un objetivo que se contrapone con la persistencia de fenómenos como la corrupción, la evasión de impuestos o el fraude fiscal, imponer una decidida y eficaz acción a favor de la buena gobernanza en materia fiscal, poniendo fin a la evasión y al fraude, y a favor de la transparencia y la cooperación en la recaudación tributaria.

Llanos, A (2009) *en la escuela de postgrado, en su tesis titulada “la informalidad tributaria como causa del sub desarrollo económico en la micro empresa de la ciudad de Celendín”*

El objetivo es determinar las principales causas de evasión tributaria de la micro empresa de la ciudad de Celendín. Para ello mencionamos algunas de ellas, y nos dice que las principales causas de la evasión es la ausencia de una verdadera conciencia tributaria individual y colectiva, motivada por la imagen que la comunidad tiene del Estado y la percepción frente a la imparcialidad en sus gastos e inversiones, al no tener conocimiento de los programas de gobierno y las políticas de redistribución del ingreso. Por tal razón hay quienes consideran que no deben contribuir al erario público, porque sus aportes no generan obras y porque nadie les asegura que no despilfarren lo que aportan al Estado. También nos dice que la existencia de corrupción puede viciar una política eficaz, y que los posibles evasores, en oportunidades, son capaces de sobornar funcionarios públicos.

La evasión tributaria puede ser del orden social, estructural, normativo, administrativo, también están aquellas de naturaleza técnica como los vacíos en las leyes, la falta de claridad y las dudas en su interpretación y aplicación (la incertidumbre de la norma tributaria). De naturaleza política: como los factores de política económica y financiera, que intervienen en la

modificación del equilibrio y la distribución de la carga fiscal, y pueden constituir estímulos negativos en el comportamiento del contribuyente. De naturaleza económica, o sea, aquella en la que se considera el peso de la carga tributaria con respecto de las posibilidades contributivas reales de los sujetos impositivos. Y de naturaleza sicológica: constituida por un conjunto de tendencias individuales del sujeto a reaccionar de distinta manera ante la obligación de contribuir a los gastos del gobierno, incluyendo inconvenientes como la relación de confianza entre la administración y los contribuyentes, los sistemas de distribución de la carga fiscal, la productividad y calificación de los gastos públicos.

Otras causas de evasión fiscal son: la falta de una educación basada en la ética y la moral, la insolidaridad con el Estado que necesita recursos y la idiosincrasia del pueblo cuando piensa que las normas han sido hechas para violarlas o incumplirlas, la desconfianza en cuanto al manejo de los recursos por parte del Estado y el no considerar que se recibe una adecuada prestación de servicios. El contar con un sistema tributario poco transparente y flexible entendiéndose, éste último, como la adecuación de la administración tributaria a los continuos cambios socioeconómicos y de política tributaria.

Se plantea que para reducir el fenómeno de la evasión se requiere de voluntad política y de un cambio en el comportamiento y la posición de los individuos frente al Estado (credibilidad). Afirmar que la evasión se pueda erradicar definitivamente sería una utopía. Mientras los individuos tengan la opción entre el cumplimiento legal y la evasión de la obligación a contribuir y no estén convencidos que en oportunidades es indispensable anteponerse a intereses personales, no se eliminará definitivamente.

2.2. Bases Teóricas.

2.2.1. Teoría de la Disuasión.

Villegas, H (2009) La cultura tributaria en América Latina. De acuerdo a esta dicha teoría muy usada por las administraciones tributarias para una persona adversa al riesgo, la disposición a pagar impuestos será mayor cuanto mayor sea la probabilidad que la Administración Tributaria descubra y sancione a los evasores y mayor sea la penalidad que se aplique a los evasores.

Sin embargo estudios realizados en muchos países, incluido el nuestro, muestran que esta teoría tiene limitado poder explicativo y que los tradicionales métodos de coerción solo a fracción del cumplimiento fiscal voluntario

Así se ha encontrado que en economías desarrolladas con altos niveles de cumplimiento de sus obligaciones tributarias, como es el caso de los países nórdicos, los ciudadanos perciben que en realidad la administración tributaria de su país no tiene necesidad de desplegar operativos para detectar a los evasores.

En cambio en países como el Perú tenemos bajos niveles de cumplimiento de nuestras obligaciones tributarias a pesar que percibimos que las posibilidades de que nos detecten y sanciones son elevadas.

En conclusión como no basta con fiscalizar y sancionar para que los ciudadanos cumplan voluntariamente con sus obligaciones fiscales, entonces es de suponer que existen otros elementos que intervienen para que el ciudadano decida cumplir dichos deberes.

2.2.2. Teoría Sobre Tributación.

En todo país los principales problemas que genera pérdida económica al estado radican sobre definir las normas que ayuden a las regulaciones de dueños de tierras, el dinero adecuado para sembrar y los empleados para cultivar la tierra. Por ello el primordial problema que vio Ricardo en su época, fue la distribución de la riqueza, viendo el empobrecimiento mayoritario del pueblo y el enriquecimiento de unos pocos, en las

mismas oportunidades y momento preciso. Concluyo que se debería tomar medidas mediante la labor de los estados (previo recaudo eficaz) y alentar a los sectores privados, elevar el capital y renta, para así obtener un mayor régimen productivo, proveer estímulos para fomentar la inversión y el aumento de empleo y un mejor índice de calidad de vida (Ricardo,1969, p.46)

2.2.3. Teoría Económica de la Evasión Fiscal.

La teoría vigente de la evasión fiscal aparece a principios de la década del 70' del siglo pasado. Allingham y Sandmo (1972). El trabajo presenta un modelo en el cual la evasión es el resultado de la decisión tomada por el individuo maximizador de utilidad, decisión que dependerá de la estimación de los costos y beneficios esperados de evadir. Lo relevante es que pagar impuestos se analiza como un proceso de toma de decisiones bajo incertidumbre, lo que implica un ejercicio de evaluación de los riesgos involucrados. La incertidumbre está relacionada con los costos de evadir, ya que al momento de declarar los impuestos, el individuo no sabe si será auditado o no. Así, los costos son el impuesto evadido (el cual deberá ser pagado en el caso de ser detectado) más las penalidades, multiplicados por la probabilidad de auditoria, y el beneficio es el monto del impuesto evadido.

2.2.4. Teoría de la curva de Laffer.

Diseñada por el economista Arthur Betz Laffer (1974). Defiende que, en ocasiones, es precisamente, con rebajas fiscales como se recauda más. La curva de Laffer se apoya en un sencillo dibujo: una U invertida, en un diagrama que coloca el tipo impositivo en el eje de abscisas, y la recaudación en el de ordenadas. La curva de Laffer relaciona niveles de recaudación con el aumento de impuestos.

La curva de Laffer representa una ecuación matemática que dice que, en ciertas circunstancias, bajar los impuestos puede hacer subir la recaudación fiscal del estado. Según este modelo, cuando los impuestos en una sociedad son elevados, estos desincentivan la actividad

económica. Pongamos un caso extremo, en el caso de que los impuestos fuesen del 100% de los ingresos la recaudación sería cero, puesto que nadie trabajaría para no ganar nada.

Bajo este precepto se dice que, al reducir los impuestos, se incentiva la actividad económica. Si esta actividad crece se invierte más, se contrata más gente, etc. Y todo esto crea más contribuyentes, más consumo, y, por lo tanto, más recaudación fiscal.

2.3. El Sistema Tributario Peruano.

(CIAT, 2012) A través de la historia tributaria del Perú se puede observar cómo la imposición de los tributos siempre ha estado presente en la vida cotidiana de las personas sin importar su cultura, religión o lengua. Así, el sistema fiscal tuvo dos etapas: antes y después de la llegada de los españoles, en ambas el Estado actuó como receptor de bienes en moneda, trabajo o especie que destinaba a financiar el cumplimiento de sus funciones.

La primera etapa corresponde a la época incaica en la que la tributación tuvo sus bases en la reciprocidad del intercambio de la fuerza y la energía humana, los tributos recaudados eran contribuciones destinadas al Inca y al culto del Sol, situación que permite a Klauer, (2005) clasificarlas como contribuciones permanentes, periódicas y esporádicas. En la segunda etapa, la época colonial, el tributo consistió en la entrega de una parte de la producción, personal o comunitaria, al Estado, por lo que se emitían ordenanzas y mandatos de acuerdo con los regímenes tributarios para el establecimiento de las tasas a pagar. Los principales contribuyentes eran los indios de las encomiendas y de las comunidades, sobre los cuales recaía el mayor peso de la carga impositiva. Asimismo, se instituyó la obligación de pagar tributos a los conquistadores, quienes regularon los medios necesarios para la efectiva recaudación a través de una institución administradora de la recaudación de impuestos. Las encomiendas fueron el instrumento principal de explotación de la mano de obra. Consistían en la entrega de indígenas a los españoles en calidad de encomendados, para que estos aseguraran la recaudación del tributo indígena, fuente

fundamental de recursos financieros del Virreinato. Posteriormente, por disposición del virrey Toledo, esa función pasó a manos de los corregidores que, además, tenían potestad de fijar las tasas y controlar los fondos recaudados. Entre ellos:

- Quinto real: tributo por el cual se obligaba la entrega de la quinta parte de los tesoros de la conquista al rey de España.
- Diezmos: tributos pagados a favor de la iglesia a la que le correspondía el 10% de lo producido en un determinado periodo.
- Tributos varios: venta de títulos, alcabala, impuesto al vino, a la importación de esclavos, almojarifazgo y pagos de aduanas.

Los principales órganos de control y supervisión eran los tribunales de cuentas, creados para vigilar y juzgar los asuntos fiscales, y el Consejo de Indias, el cual diseñaba las políticas que debían seguir las colonias españolas en materia tributaria. Habría que precisar que el único tributo directo fue el indígena, el cual también tuvo la mayor rentabilidad, manteniéndose hasta la época republicana. En 1854 lo abolió el presidente Ramón Castilla junto con la esclavitud. En el siglo XIX, con Nicolás de Piérola, se introdujo un nuevo modelo de tributación en el cual el Estado asume nuevas responsabilidades como la educación y la salud pública, que necesitaba financiar a través de impuestos, lo que lo obligaba a ampliar la base tributaria. Ese fue el punto de partida de la época moderna en la que el sistema tributario comienza su proceso de transformación al convertir a los impuestos en la fuente principal de ingresos, dado que representan el medio para cubrir los costos de mantenimiento de los servicios públicos y asistenciales de todo el Estado.

2.4. Cultura Tributaria.

La cultura tributaria es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributarias. En términos Generales, los países más desarrollados tienden a una mayor cultura tributaria, es decir, son más responsables con el cumplimiento de sus obligaciones. (Amasifuen, 2015, p3).

Para Lamizet, citado por (Timaná & Pazo, 2014): Afirma que existe una cultura política institucional relacionada con una visión determinada que tienen los ciudadanos de su sistema tributario, lo cual constituye su cultura, representada por las leyes, los usos y las costumbres que les permiten tener conciencia de su importancia y la necesidad de incluirlas en sus prácticas sociales.(p46).

Para Cortázar, citado por Timana y Pazo: vincula la cultura tributaria a cuatro aspectos:

- ✓ Los valores, entre los que destacan la solidaridad, la justicia y la cooperación.
- ✓ La noción del Estado y de la ciudadanía en el ejercicio de los deberes y los derechos del ciudadano.
- ✓ La evolución de los tributos a través de la historia de un Estado.
- ✓ Los conocimientos básicos de tributación que incluyen sus características y los objetivos del sistema tributario.

Robles, citado por Timana y Pazo: Sostiene que los aspectos matriciales más importantes y sobre los cuales se debe crear una cultura tributaria son cinco:

- ✓ El pacto social: porque las sociedades están llamadas a hacer un pacto contractual con el Estado, las instituciones, el gobierno, los poderes, los partidos y los sistemas tributarios, ya que si cada uno actúa en forma independiente se desarrollarían bajo un ambiente de falta de credibilidad y legitimidad.
- ✓ La sociedad como proyecto: porque la sociedad de sentir la necesidad de hacer un nuevo pacto que involucre a todos sus miembros para la consecución de objetivos.
- ✓ La dinámica: que implica percibir a la sociedad como una institución que se encuentra en constante evolución y construcción, influida por los sistemas de información, la gestión de sus directivos y la globalización de la economía.
- ✓ La información y el conocimiento: porque la multiplicación de la información y el conocimiento son el punto de partida para la revolución fiscal, más aun cuando actualmente los ciudadanos demandan tener más y mejor información y conocimiento para

sentirse en mayor capacidad de garantizar sus derechos y controlar todo aquello que les afecta de los proyectos que desarrolla su Estado.

- ✓ La participación ciudadana: Porque todos los ciudadanos deben participar en la concepción, el diseño, la planeación y la conducción de la sociedad como proyecto, en la definición y la elaboración de las políticas tributarias y en la decisión del sistema tributario que se necesita para el desarrollo de todos sus miembros.

2.4.1. Importancia de promover la Cultura Tributaria.

La Cultura Tributaria es importante ya que participa en el comportamiento de los contribuyentes respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria. (Burga, 2014, p26).

La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. Por lo tanto la educación tributaria de ninguna manera puede reducirse a la enseñanza de prácticas que solamente capaciten para atender los requerimientos del régimen impositivo, tampoco pueden limitarse al ámbito de la formalidad fiscal, el orden legal y las razones de su cumplimiento, sino debe ser, necesariamente una educación orientada hacia el cambio cultural y la revaloración de lo ético dentro del conjunto social. (Burga, 2014, p14).

2.5. Conciencia Tributaria.

Para Bravo, citado por (Solórzano Tapia , 2015): es “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.

Para tener conciencia tributaria es la interiorización en los ciudadanos de las obligaciones, de los deberes que tienen, de participar en el sostenimiento de

los gastos públicos, a través de su contribución tributaria. (Bonell Colmenero, 2014, pág. 184)

Para María Luisa Vives, citado por (Castro Polo & Quiroz Vega, 2012) expresa: No existe en nuestra sociedad una idea clara acerca de la mecánica en la actividad financiera del estado, y de los deberes y responsabilidades del ciudadano. En otros países con un mayor grado de conciencia cívica moral y tributaria, probablemente es el propio hogar en el que más contribuye en este sentido. Pero en los que tienen menor grado de desarrollo es tarea ineludible del estado el lograr mediante una educación tributaria adecuada, transparente y permanente, el cambio cultural necesario para transformar conductas distorsionadas en conductas morales y transformar el círculo vicioso de la evasión en un virtuoso de cumplimiento generalizado (p22).

¿Qué es la Conciencia Tributaria?

En la literatura, la conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También se la define como el “conocimiento” o “sentido común” que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo. (Burga, 2015, p16).

¿Qué es lo que interviene en el cumplimiento tributario?

En el cumplimiento tributario no solo intervienen elementos asociados a la racionalidad económica de las personas; es decir, razonar de manera que se pueda obtener el mayor beneficio al menor costo posible, como podría ser el caso de muchos contribuyentes que dejan de pagar o pagan menos impuestos cuando creen que no van a ser detectadas, sino que también intervienen elementos no asociados a la racionalidad económica, como son la conciencia tributaria, el conocimiento de las normas y procedimientos, la oferta de servicios de atención y otras facilidades. (Burga, 2015, p17).

2.6. El incumplimiento tributario en el Perú.

Schneider, (2010) El incumplimiento tributario en el Perú es alto, realizó una investigación acerca de las tasas de informalidad que existen en los diversos países del mundo, la cual relacionaron con el incumplimiento fiscal. En el año en el que investigó la tasa estimada de informalidad en el Perú fue de 66.4%

del PBI. En un estudio nacional de hogares realizado por encargo de la Sunat, el Instituto Cuánto (2013) identificó diversos factores que influyen en la decisión de pago de impuestos por los contribuyentes, clasificándolos por orden de impacto, según ese estudio, los factores que más influyen son la democracia, la cooperación, el papel del Estado y la honestidad.

2.6.1. La Obligación Tributaria.

El Código tributario (Decreto Supremo N°. 133-2013-EF), establece:

Artículo 1°.-Concepto de la Obligación Tributaria.

La obligación Tributaria, que es el 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.

Deudor Tributario.

Artículo 16°.- Responsables y representantes.

Están obligados a pagar tributos y cumplir las obligaciones formales en calidad de representantes, con los recursos que administren o que dispongan, las personas siguientes.

- a) Los padres, tutores y curadores de los incapaces.
- b) Los representantes legales y los designados por las personas jurídicas.
- c) Los administradores o quienes tengan la disponibilidad de los bienes de los entes colectivos.
- d) Los mandatarios, administradores, gestores de negocios y albaceas.
- e) Los síndicos, interventores o liquidadores de quiebras y los de sociedades y otras entidades.

2.6.2. Emisión de comprobantes de pago.

Según el artículo 1° de la Ley Marco de Comprobantes de Pago, Decreto Ley N° 25632, están obligados a emitir comprobantes de

pago todas las personas que transfieran bienes, en propiedad o en uso, o presten servicios de cualquier naturaleza. La norma precisa que esta obligación rige aun cuando la transferencia o prestación de servicios no se encuentre afecta a tributos. Del dispositivo anterior se concluye que:

- ✓ Si la operación no se enmarca como una transferencia de bienes o una prestación de servicios, en estricto, no existe la obligación de emitir el correspondiente comprobante de pago.
- ✓ La obligación en cuestión se produce cualquiera sea la denominación, las características o las obligaciones asumidas por las partes contratantes respecto de una transferencia de bienes o de una prestación de servicios. Es por ello que, en el caso de una transferencia de bienes o de una prestación de servicios a título gratuito, también se genera la obligación de emitir el respectivo comprobante de pago.
- ✓ Esta obligación formal de emitir comprobantes de pago se produce aun cuando la operación se encuentre exonerada o inafecta de tributos. Así, por ejemplo, en la transferencia de bienes con fines promocionales, existe la obligación de emitir el correspondiente comprobante, aun cuando la operación en cuestión no se encuentre gravada con el IGV, ello de conformidad con el literal c) del numeral 3) del artículo 2º del Reglamento de la LIGV.
- ✓ El monto a partir del cual debe emitirse el respectivo comprobante de pago Originalmente, el segundo párrafo del mencionado artículo 1º de la Ley Marco de Comprobantes de Pago estableció que en las operaciones con los consumidores finales cuyo monto final no exceda en Un Nuevo Sol (S/. 1.00), la obligación de emitir comprobante de pago era facultativa, salvo que el consumidor lo exija. Sin embargo, la Ley en cuestión facultó a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria a efectos de reajustar el monto antes señalado

En este sentido, el artículo 15° del Reglamento de Comprobantes de Pago, aprobado mediante Resolución de Superintendencia N° 007-99/SUNAT, dispuso que en operaciones con consumidores finales que no excedan la suma de cinco nuevos soles (S/. 5.00), la obligación de emitir comprobante de pago es facultativa, pero si el consumidor lo exige, deberá entregársele.

2.6.2.1.Oportunidad de la emisión de comprobantes de pago.

El artículo 5° del Reglamento de Comprobantes de Pago establece la oportunidad en que corresponde la emisión de los comprobantes de pago.

- a) Transferencia de bienes muebles En este sentido, en la transferencia de bienes muebles, deberá emitirse el respectivo comprobante de pago en el momento en que se entregue el bien o en el momento en que se efectúe el pago, lo que ocurra primero. Por ello, con la sola entrega del bien mueble se genera la obligación de emitir el respectivo comprobante de pago por el importe total de la operación, aun cuando la misma hubiese sido al crédito. Un escenario distinto corresponde al caso de pagos parciales anticipados a la entrega del bien, en cuyo caso existe la obligación de emitir el comprobante de pago en la fecha de percepción del ingreso y sólo por el importe percibido.
- b) Prestación de servicios empresariales Respecto de la prestación de servicios empresariales, el mencionado artículo 5° dispone que la obligación de emitir el correspondiente comprobante de pago se genera cuando ocurra primero:
 - 1. La culminación del servicio.
 - 2. La percepción de la retribución, parcial o total, debiéndose emitir el comprobante de pago por el monto percibido.
 - 3. El vencimiento del plazo o de cada uno de los plazos fijados o convenidos para el pago del servicio, debiéndose emitir el comprobante de pago por el monto que corresponda a cada vencimiento. Es en atención a lo anterior que existe la

obligación de emitir el respectivo comprobante de pago por la prestación de un servicio empresarial a la conclusión del mismo, aun cuando no se hubiese percibido suma alguna por concepto de retribución.

- c) Prestación de servicios brindados por profesionales independientes El mismo artículo 5° del Reglamento de Comprobantes de Pago precisa que en el caso de servicios prestados por trabajadores independientes (es decir, servicios sustentados en recibos por honorarios), el comprobante de pago debe emitirse en el momento en que se perciba la retribución y por el monto de la misma. Es por esta razón que, en el PDT N° 601 – Planilla electrónica, los recibos por honorarios sólo pueden declararse en el mes en que los mismos hubiesen sido pagados.
- d) Transferencia de bienes inmuebles Respecto de los bienes inmuebles, el artículo 5° antes mencionado dispone la emisión del comprobante de pago (por el importe total de la operación) en la fecha en que se perciba el ingreso o en la fecha en que se celebre el contrato, lo que ocurra primero. Sobre este extremo cabe señalar que en el Ordenamiento Jurídico Peruano la suscripción de la escritura pública ante notario y/o la inscripción registral ante Registros Públicos no constituye el modo para transferir la propiedad, esto es, la actuación notarial y registral no resulta obligatoria para que se produzca la transferencia del inmueble. En este sentido, según el artículo 949° del Código Civil, la sola obligación de enajenar un inmueble determinado hace al acreedor propietario de él. Por lo mismo, en el caso de transferencia de inmuebles, aun cuando no se haya percibido el ingreso, deberá emitirse el respectivo comprobante de pago en la oportunidad en que se suscribe la minuta de compraventa.

2.6.3. Libros y registros contables.

La Resolución de Superintendencia N° 234-2006/SUNAT regula la obligación de llevar Libros y Registros Tributarios, para las

empresas y también para personas naturales afectas a rentas por las que deben llevar un libro para el registro de sus ingresos por rentas de segunda o cuarta categoría según el caso.

La regulación de la SUNAT incluye:

El procedimiento para la autorización de libros.

- ✓ La forma en la cual deberán ser llevados.
- ✓ Los plazos máximos de atraso.
- ✓ Como se comunica los casos de pérdida o destrucción de los mismos.

En nuestro país, actualmente se utilizan sistemas de llevado de libros y registros vinculados a asuntos tributarios bajo el sistema manual de libros impresos, sistemas mecanizados en hojas sueltas y sistemas de emisión electrónica.

2.6.4. Las declaraciones y pagos.

El texto único ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (Decreto Supremo N° 055-99-EF), establece:

Artículo 1°.- operaciones gravadas.

El Impuesto General a las Ventas grava las siguientes operaciones:

- a. La venta en el país de bienes muebles;
- b. La prestación o utilización de servicios en el país;
- c. Los contratos de construcción;
- d. La primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos.
- e. La importación de bienes.

Artículo 29°.- Declaración y pago.

Los sujetos del Impuesto, sea en calidad de contribuyentes como de responsables, deberán presentar una declaración jurada sobre las operaciones gravadas y exoneradas realizadas en el periodo tributario del mes calendario anterior, en la cual dejaran constancia del Impuesto mensual, del crédito fiscal y, en su caso, del Impuesto

retenido o percibido. Igualmente determinaran y pagaran el Impuesto resultante o, si correspondiere, determinaran el saldo del crédito fiscal que haya excedido al Impuesto del respectivo periodo.

2.7. Definición de términos básicos.

- A. Cultura.-** Hace referencia a la información y habilidades que los integrantes de una sociedad han adquirido para cumplir con las obligaciones que el estado impone en materia tributaria de forma responsable en beneficio de la nación.
- B. Infracción.-** Es la acción que implica la transgresión de las normas tributarias del país por parte de un contribuyente, y que como consecuencia conduce a sanciones para quienes resulten comprometidos con tal incumplimiento.
- C. Actitud.-** Es la motivación, creencias y valores que tiene los contribuyentes para el cumplimiento de los deberes tributarios en un ambiente de confianza y compromiso con el desarrollo de un país.
- D. Conciencia.-** Es el estado de comportamiento en la que un contribuyente califica de positivo el cumplimiento de los deberes tributarios, con el fin de que el estado fortalezca el financiamiento de actividades imprescindibles para desarrollo común.
- E. Comprobantes de pago.-** Es un documento formal de control de impuestos, en la que se establece la transferencia de un bien, la entrega para uso o prestación de un servicio. Existen diversos tipos de comprobantes entre ellos se tiene las Facturas, Boletas de Venta, Liquidaciones de Compra, Tickets o cintas de Máquinas registradoras, Comprobantes de Operaciones- Ley N° 29972, Documentos autorizados, recibos por honorarios.
- F. Conocimientos.-** Son las habilidades o saberes adquiridos que tiene una persona sobre materia tributaria, la cual son de gran ayuda para el crecimiento empresarial y desarrollo de un país.
- G. Valorización.-** Es el grado de aceptación, prioridad e importancia que se da al cumplimiento de deberes tributarios, es saber que el pago de tributos no es algo negativo y perjudicial, sino más bien un sistema

sofisticado de atención de necesidades comunes, que sin la cooperación de todos no se podrán lograr.

- H. Obligación tributaria.-** Es la imposición legal al cumplimiento de un deber tributario entre el estado y un contribuyente (Persona Natural o Jurídica), pues a través del pago de impuestos se desarrolla cada servicio u ejecución de obras a disposición y voluntad del pueblo.
- I. Registros y libros contables.-** Son documentos establecidos por normativa por un estado para el registro de actividades económicas de las empresas, mediante el cual se lleva un control detallado para el pago de obligaciones.
- J. Declaraciones.-** Hace referencia a todo acto o documento que resume los hechos económicos de un negocio u ingreso para ser presentado ante la Administración Tributaria, el cual todo ciudadano tiene la obligación de declarar y pagar sus impuestos de manera oportuna.
- K. Renta.** Son todos los ingresos que obtienen una empresa o persona natural por la venta de bienes o prestación de servicios durante un determinado periodo.
- L. Cultura tributaria:** nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones.
- M. Conciencia tributaria:** interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados.

CAPITULO III

HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis General.

La Cultura Tributaria es un factor determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018

3.1.1. Hipótesis Específicas.

- El conocimiento de tributación determina favorablemente el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018.
- La valoración de los tributos determinan favorablemente el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio Cajamarca 2018.
- La conciencia tributaria determina favorablemente el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio Cajamarca 2018.

3.2. Identificación de variables.

Variable Independiente.

X1: La cultura tributaria

Variable Dependiente.

Y1: Cumplimiento Tributario

3.3. Operacionalización de Variables.

ESQUEMA DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

"Cultura Tributaria como factor en el cumplimiento tributario de los comerciantes del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca 2018"					
Nombre de la variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Índices
Independiente Cultura Tributaria	Hace referencia a la información y habilidades que los integrantes de una sociedad han adquirido para cumplir con las obligaciones que el estado impone en materia tributaria de forma responsable en beneficio de la nación.	La Cultura Tributaria es un factor determinante que tiene que ver con el conocimiento de tributación, con la valoración de los tributos y con la conciencia tributaria en un determinado lugar de la sociedad y áreas de negocios.	Conocimiento de tributación	<ul style="list-style-type: none"> Grado según encuesta 	– Porcentajes
			Valoración de tributos	<ul style="list-style-type: none"> Grado según encuesta 	
			Conciencia tributaria	<ul style="list-style-type: none"> Grado según encuesta 	
Dependiente Cumplimiento tributario	Es la imposición legal al cumplimiento de un deber tributario entre el estado y un contribuyente (Persona Natural o Jurídica), pues a través del pago de impuestos se desarrolla cada servicio u ejecución de obras a disposición y voluntad del pueblo.	El cumplimiento tributario se refiere a la obligatoriedad de emitir y entregar comprobantes de pago, llevar libros y registros contables y efectuar las declaraciones y pagos como obligaciones tributarias de los contribuyentes que realizan actividades comerciales y otras afectas a tributos.	Emitir y entregar comprobantes de pago	<ul style="list-style-type: none"> No emitir comprobantes de pago No declarar ventas o ingresos Utilizar otros documentos 	– Porcentajes
			Llevar libros y registros contables	<ul style="list-style-type: none"> Llevar registros de ventas Llevar registro de compras Llevar otros registros 	
			Efectuar declaraciones y pagos	<ul style="list-style-type: none"> Efectuar declaraciones según el régimen tributarios Efectuar el pago Otras declaraciones 	

Fuente: elaboración propia

CAPITULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Tipos y Niveles de Investigación.

4.1.1. Tipo de Investigación.

Por el tipo de la investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada, en razón, que se utilizaron conocimientos de la tributación. Elizondo, A. (2009)

4.1.2. Nivel de Investigación.

De acuerdo a la naturaleza del estudio de la investigación, reúne por su nivel las características de un estudio descriptivo y aplicativo. Elizondo, A. (2009)

4.2. Diseño de la Investigación.

El diseño de investigación es no experimental de corte transversal. Elizondo, A. (2009)

4.3. Población de Estudio.

La población está conformada por todos los comerciantes de prendas de vestir del centro comercial san Antonio de Cajamarca, según información de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), que llegan a 168 contribuyentes inscritos en los registros.

4.4. Tamaño de la Muestra.

4.4.1. Muestra.

Para determinar la muestra, se tomará en cuenta el universo de los comerciantes de prendas de vestir del centro comercial san Antonio de Cajamarca, para tal efecto aplicaremos la siguiente formula.

$$n = \frac{z^2 p^* p^* N}{E^2 (N-1) + z^2 p^* q}$$

N =	tamaño de la población	= 128
P =	Probabilidad de ocurrencia	= 0.9
Q =	Probabilidad de no ocurrencia	= 0.10
E =	error muestral	= 0.10
Z =	intervalo de confianza	= 1.645 (90%)
n =	tamaño de la muestra	=?

$$n = 56$$

4.5. Unidad de Análisis.

Está constituida por cada uno de los propietarios de negocios de prendas de vestir que se encuentran dentro del centro comercial san Antonio de la ciudad de Cajamarca para el año 2018 y los responsables de los mismos.

4.6. Métodos Técnicos e Instrumentos de Investigación.

4.6.1. Métodos de Recolección de Datos.

Método Sistémico: Dirigido a organizar los aspectos del tema de esta investigación, adaptando sus componentes y su relación entre ellos en una estructura propia para el caso de los negocios del centro comercial san Antonio de la ciudad de Cajamarca.

Método Analítico: A través de este método se identificaron y se analizaron, las características y otros aspectos de las unidades de negocios en estudio y sus interrelaciones.

a. Técnicas.

Encuesta: es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las entidades.

b. Instrumentos.

Para el recojo de información se utilizó un cuestionario estructurado de preguntas cerradas, en función a los objetivos específicos planteados y de la definición operacional de las variables.

Técnicas de Procesamiento de la Información.

Se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel Científico.

CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, para lo cual se utilizará el programa Excel y la elaboración de tablas y gráficos para el análisis correspondiente.

Tabla 1 Tipo de negocio.

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Persona Natural	52	93%
Persona Jurídica	4	7%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

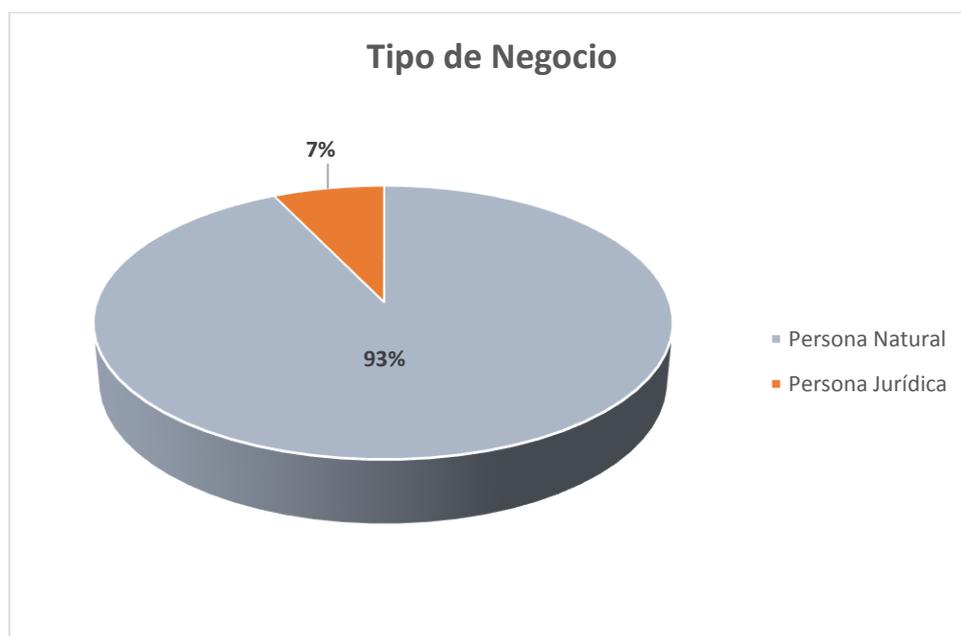


Figura. 1: Tipo de negocio.

El resultado nos muestra, del total de negocios dedicados a la venta de prendas de vestir en el Mercado San Antonio de Cajamarca, el 93% son personas naturales y solamente el 7% son personas jurídicas constituidas. Esto significa que hay un cierto incremento de los micro negocios en el rubro en el centro comercial.

Tabla 2 Conocimiento de los tributos del Perú.

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Mucho conocimiento	3	5%
Poco conocimiento	13	23%
Nada de conocimiento	40	71%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

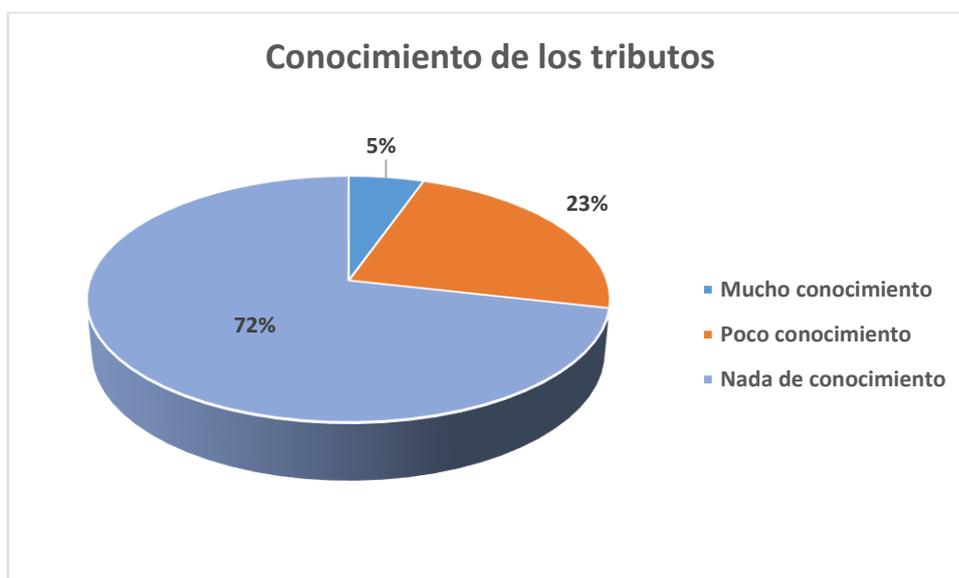


Figura. 2: Conocimiento de los tributos

Del total de dueños de negocios encuestados del Centro Comercial San Antonio el 5% tiene conocimiento de la tributación en el Perú, el 23% tiene poco conocimiento sobre la tributación y el 72% de encuestados no conocen el sistema tributario, tampoco conocen en lo mínimo los tributos que existen como obligación tributaria.

Tabla 3 Conocimiento de los tributos afectos

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Bastante	2	4%
Poco	23	41%
Nada	31	55%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

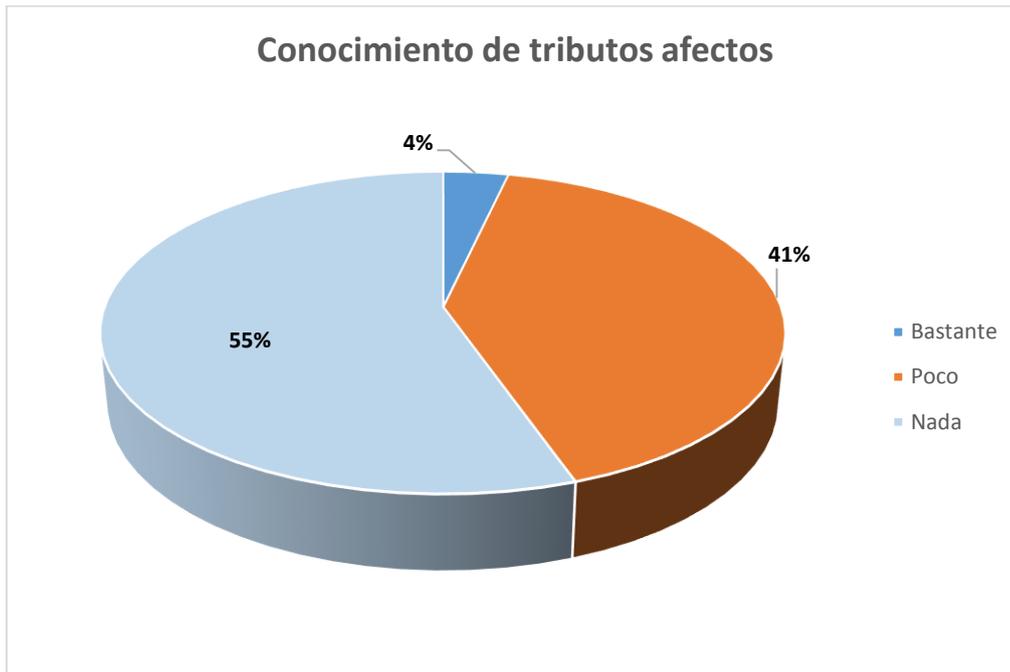


Figura. 3: Conocimiento de los tributos afectos

Cuando a los encuestados se le preguntó sobre el conocimiento de los tributos a los cuales está afecto su negocio y los mismos que paga, se obtuvo, el 4% conoce los tributos que está afecto y los cuales paga, el 41% de los responsables tienen poco o mínimo conocimiento de los tributos afectos y el 55% desconoce en su totalidad los tributos que está afecto el negocio y que paga.

Tabla 4 Capacitación, charlas, cursos, campañas tributarias

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Siempre	0	0%
Algunas veces	3	5%
Nunca	53	95%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta



Figura. 4: Capacitaciones recibidas

El presente resultado, nos indica, que los comerciantes del Centro Comercial San Antonio, en un 5% manifiesta que han tenido capacitaciones tributarias, de tipo charlas y campañas, el 95% de los encuestados manifiestan que en ninguna oportunidad han tenido capacitaciones, charlas, cursos o campañas tributarias por parte de la Administración Tributaria u otras instituciones de la ciudad de Cajamarca.

Tabla 5 Razones del pago de Tributos

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Por obligación del estado	9	16%
Para la ejecución de obras públicas	1	2%
Para pagar a los políticos	15	27%
Para el bienestar de la gente	5	9%
Porque se tienen que pagar	26	46%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

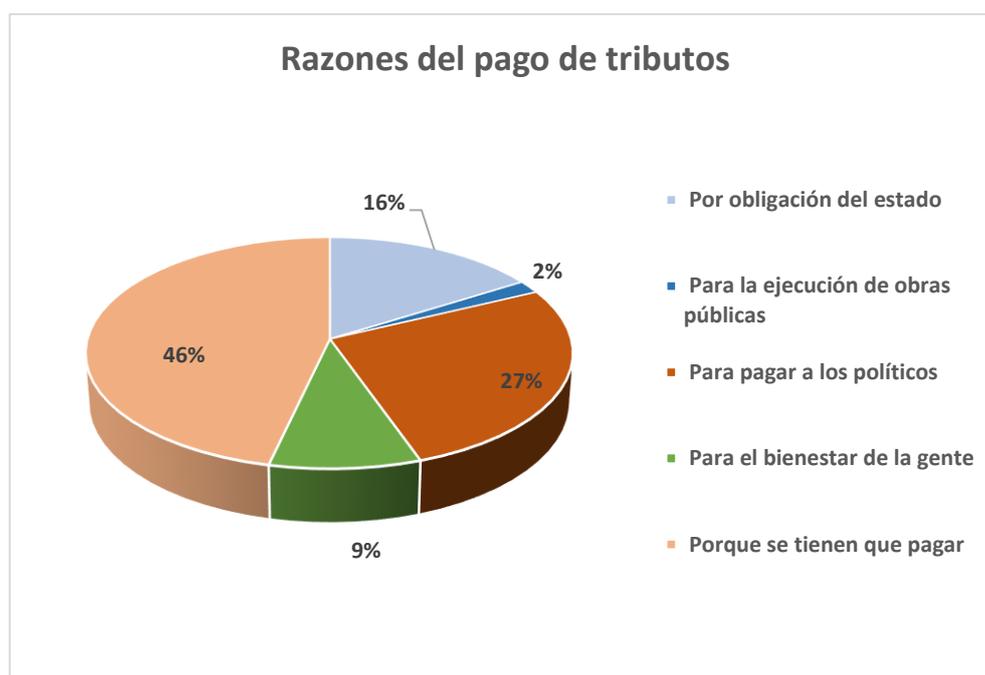


Figura. 5: Razones del pago de tributos

A la pregunta las razones por las cuales se pagan los tributos, los comerciantes del Mercado San Antonio contestaron, el 2% considera que los tributos sirven para hacer obras públicas, el 9% considera que los tributos ayudan en el bien estar de la gente, seguridad salud, etc. El 16% considera que los tributos se pagan por obligación del estado, sin tener en cuenta para qué se paga, el 27% considera que los tributos sirven para cubrir los gastos a los políticos que dirigen al país, el 46% considera que los tributos se pagan por que necesariamente se tienen que pagar para el negocio siga funcionando.

Tabla 6: Mejora del nivel de vida por el pago de tributos

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Bastante	5	9%
Poco	11	20%
Nada	40	71%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

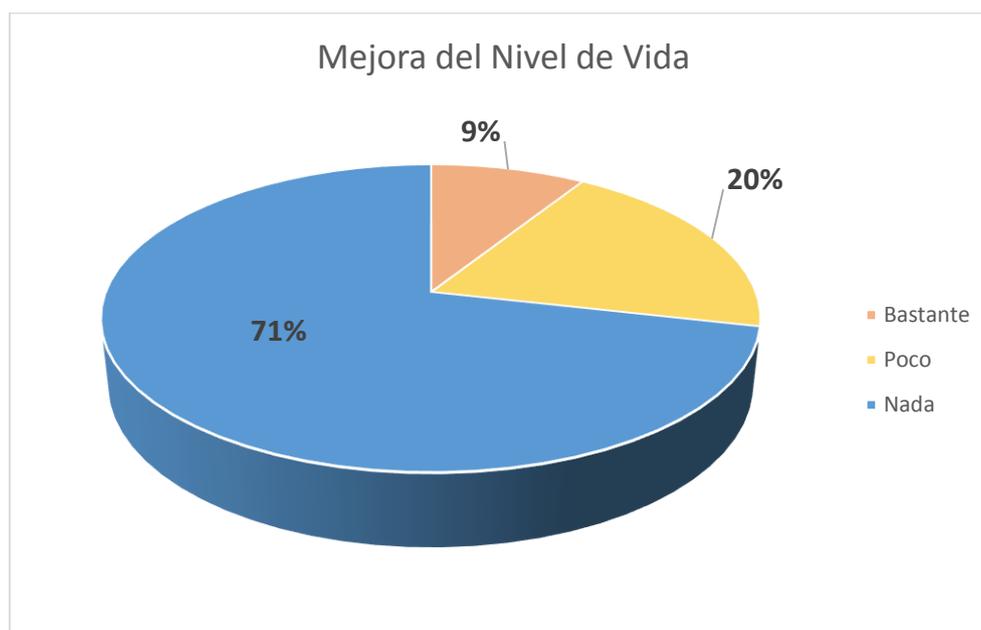


Figura. 6: Mejora del nivel de vida por el pago de tributos

Del total de los encuestados en el Mercado San Antonio dedicados a la venta de prendas de vestir el 9% considera que el pago de los tributos mejora el nivel de vida de las personas, el 20% considera que la mejora en el nivel de vida es relativamente poca y el 71% considera que el pago de los tributos no mejora el nivel de vida de las personas de un determinado lugar.

Tabla 7 Conocimiento del destino de los tributos

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Si tengo conocimiento	7	12%
No tengo conocimiento	49	88%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

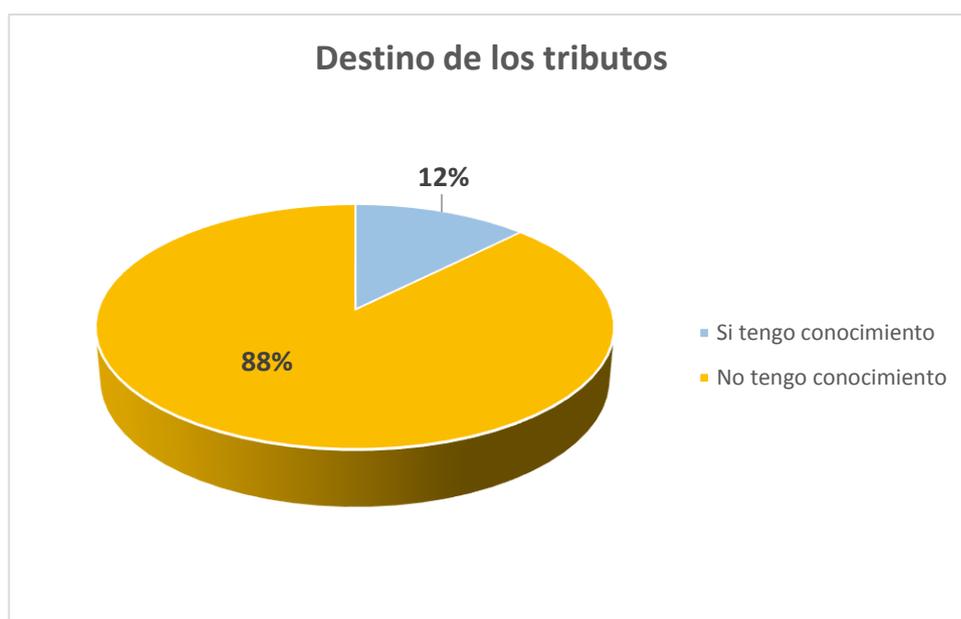


Figura. 7: Destino de los Tributos

El resultado nos ilustra, que del total de comerciantes de prendas de vestir del Mercado San Antonio, encuestados, el 12% manifiesta tener conocimiento del destino que tienen los tributos que se pagan, el 88% de encuestados manifiestan no saber en qué ni la forma que se usan los tributos recaudados o que pagan los contribuyentes que poseen negocios.

Tabla 8 Pago de tributos que le corresponde

CONCEPTO	CANTIDAD	(%)
Lo que corresponde	17	30%
Menos de lo que corresponde	39	70%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

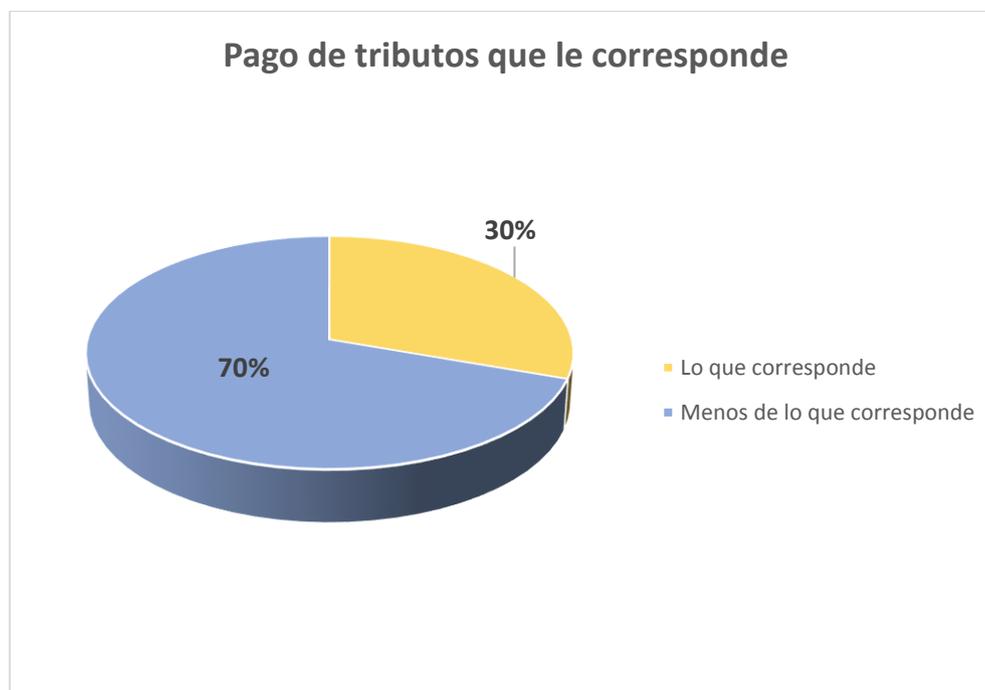


Figura. 8: Pago de tributos como corresponde

Al preguntar a los comerciantes del Mercado San Antonio sobre sí pagan los tributos que les corresponde en función a sus ingresos, manifestaron, el 30% paga sus tributos que le corresponde en función a sus ventas, el 70% de comerciantes encuestados considera que pagan tributos menores a los que correspondería por el volumen de ventas que realizan.

Tabla 9 Régimen Tributario

CONCEPTO	CANTIDAD	(%)
Régimen General	4	7%
Régimen Especial	11	20%
Régimen Único Simplificado	32	57%
Régimen MYPE tributario	9	16%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

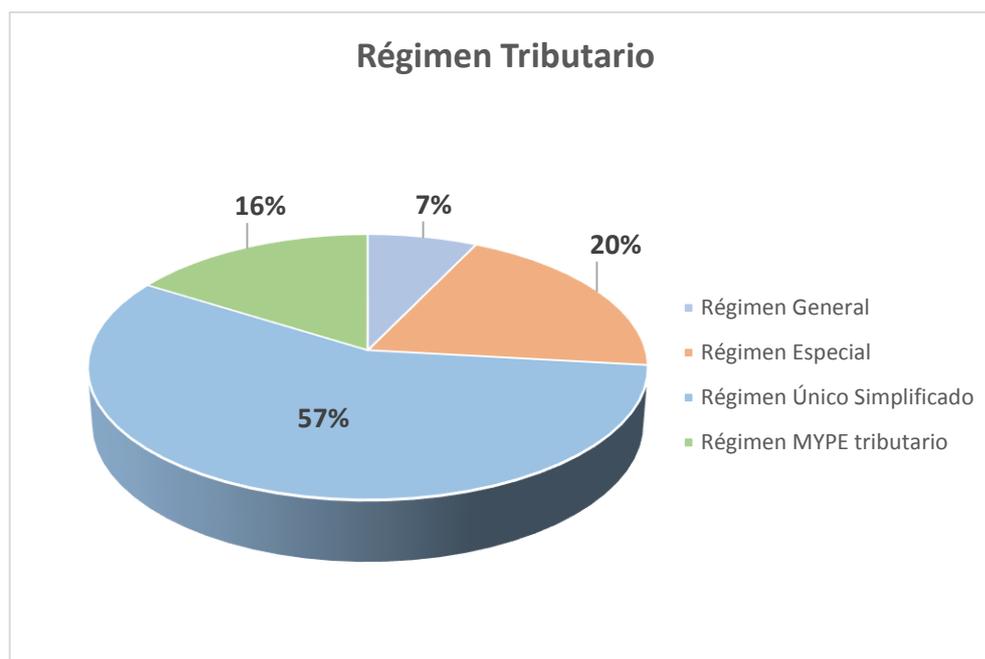


Figura. 9 Régimen Tributario

El resultado del estudio muestra, que el 7% de comerciantes del Centro Comercial San Antonio están en el Régimen General de Renta, el 16% en el MYPE tributario, el 20 % en el Régimen Especial de Renta y el 57% se encuentran acogidos al Régimen único Simplificado.

Tabla 10 Acogimiento al Régimen según Ventas

CONCEPTO	CANTIDAD	(%)
Si	12	21%
No	44	79%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

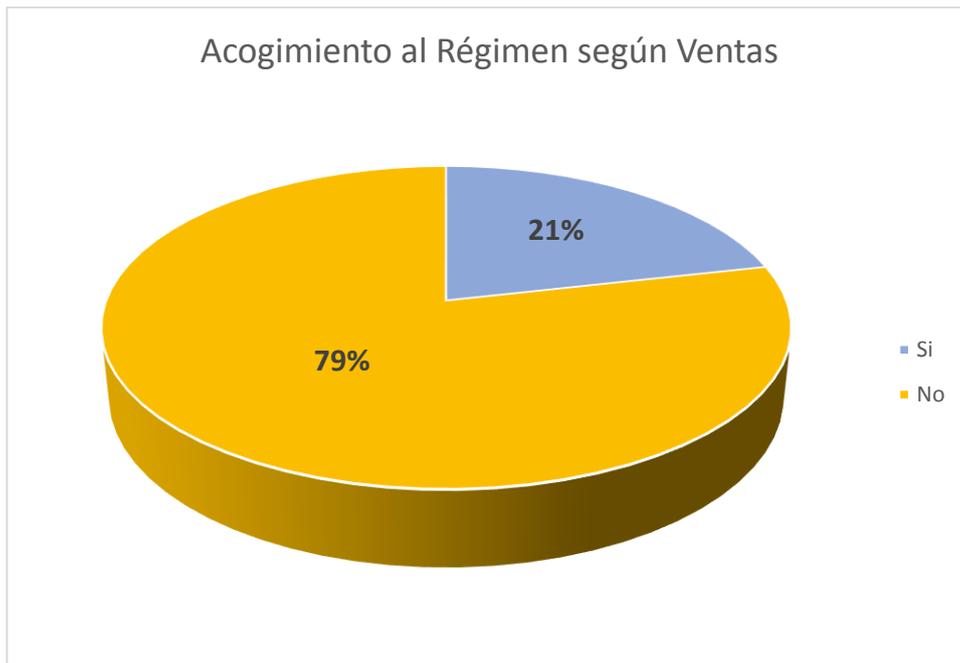


Figura. 10 Acogimiento al Régimen

Al considerar el correcto acogimiento a un determinado régimen tributario, la encuesta arrojó que el 21% de comerciantes del Centro Comercial San Antonio dedicados a la venta de prendas de vestir, manifiestan que por el volumen de sus ventas sí se encuentran bien acogidos al Régimen y el 79% de comerciantes consideran que no se encuentran acogidos correctamente, entendiendo, que sus ventas ameritan estar en otro Régimen tributario.

Tabla 11 Emisión de comprobantes de pago

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Siempre	3	5%
Casi siempre	7	13%
Cuando me solicitan	14	25%
Nunca	32	57%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

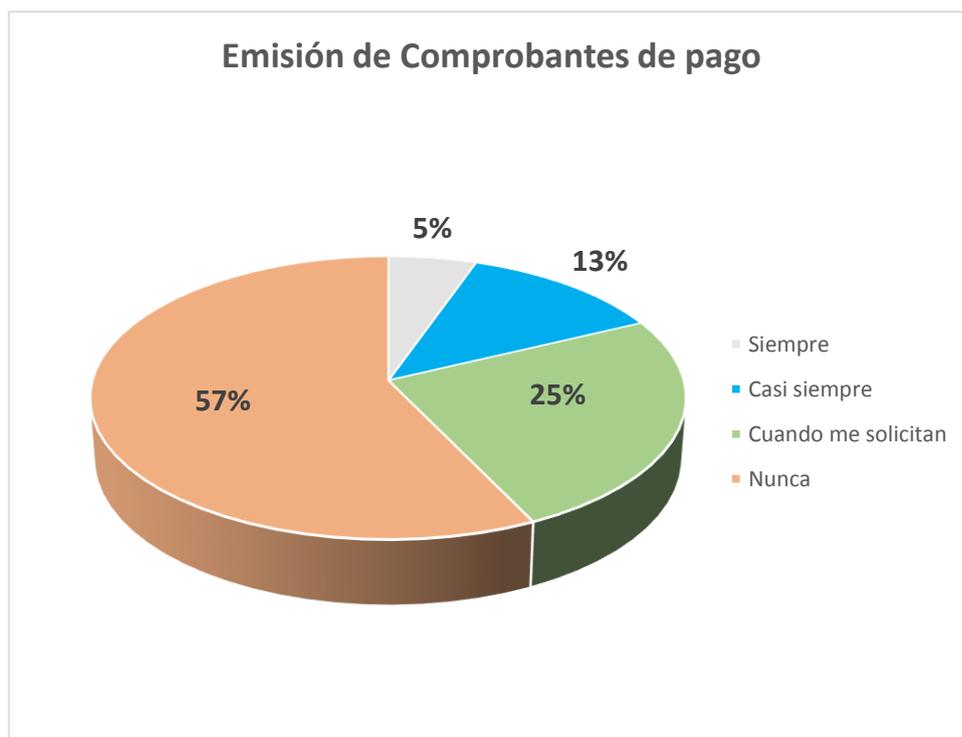


Figura. 11: Emisión de comprobantes de pago

La figura muestra, el resultado del estudio realizado en el cual el 5% de negocios de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio siempre emiten con regularidad comprobantes de pago, válidos tributariamente, el 13% de encuestados manifiestan emitir comprobantes de pago casi siempre, el 25% de encuestados indican que emiten comprobantes de pago, cuando el comprador lo solicita y el 57% de encuestados contestaron que nunca emiten comprobantes de pago.

Tabla 12 Tipo de Comprobante de pago que emite

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Facturas	5	9%
Boletas de venta	20	36%
Guías de remisión	5	9%
Ningún comprobante	26	46%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

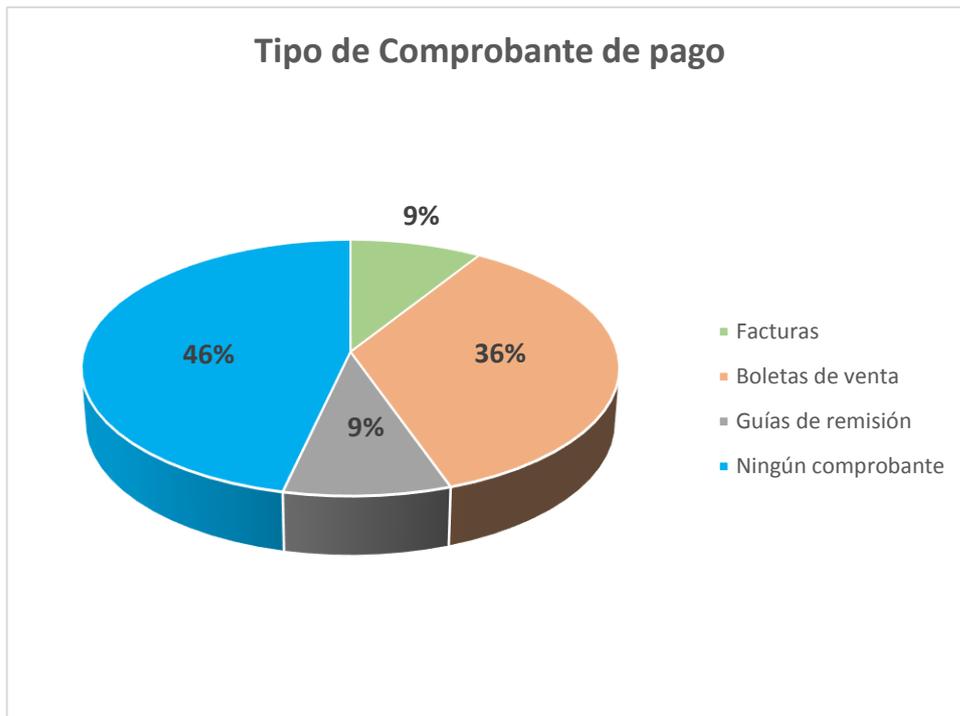


Figura. 12 Tipo de comprobante de pago que emite

A la pregunta el tipo de comprobante que emiten los comerciantes del Centro Comercial San Antonio por las ventas que realizan, nos manifestaron el 9% de encuestados emiten facturas, el 36% emiten boletas de venta, un 9% emiten guías de remisión solamente y el 46% de encuestados no emiten comprobante de pago por sus ventas realizadas.

Tabla 13 Importancia de emitir comprobante de pago

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Si	12	21%
No	44	79%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

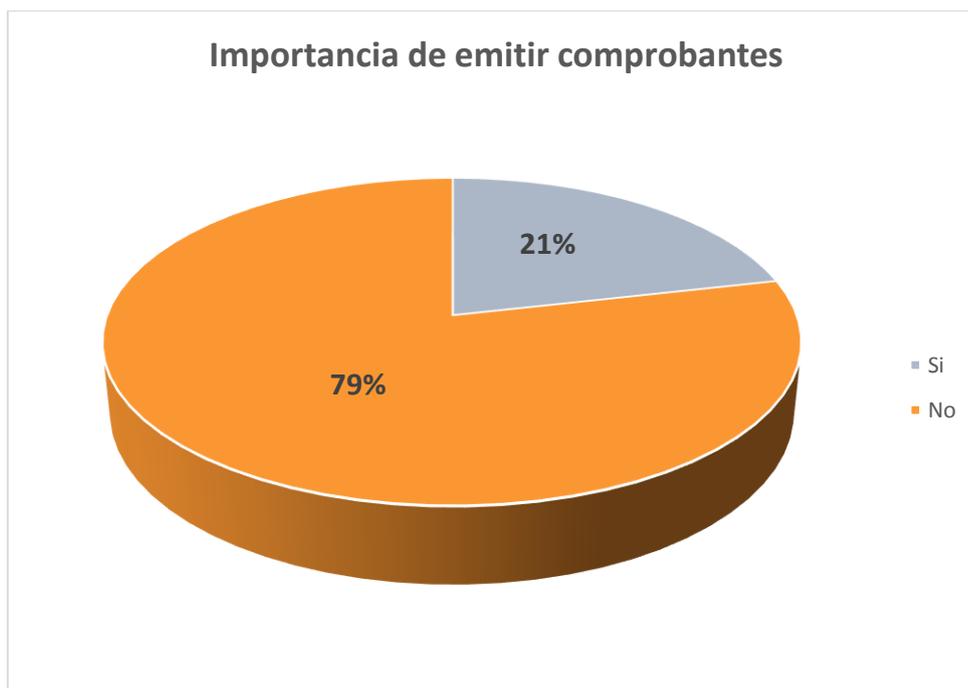


Figura. 13 Importancia de la emisión de comprobantes de pago

Cuando se les pregunta a los comerciantes de prendas de vestir encuestados del Centro Comercial San Antonio sobre el conocimiento de la importancia de emitir comprobantes de pago, manifestaron: El 21% considera tener conocimiento de la importancia de emitir comprobantes de pago en su establecimiento, el 79% de encuestados indica que desconoce totalmente la importancia que tienen la emisión de comprobantes de pago.

Tabla 14 Llevado de Registro de ventas

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Si	24	43%
No	32	57%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

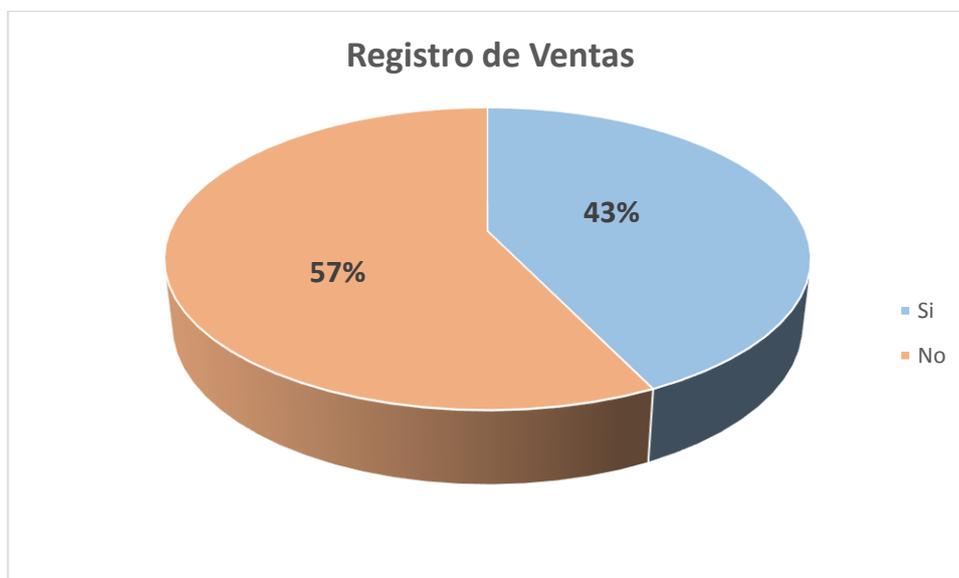


Figura. 14 Registro de Ventas

Los resultados presentados en la presente pregunta se refiere al llevado de registros y libros contables por los comerciantes del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca, cuyos resultados indican que, el 43% de negocios de prendas vestir llevan libros y registros contables y el 57% de negocios no llevan ningún tipo de libro y registros de contabilidad.

Tabla 15 Llevado del Registro de Compras

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Si	24	43%
No	32	57%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

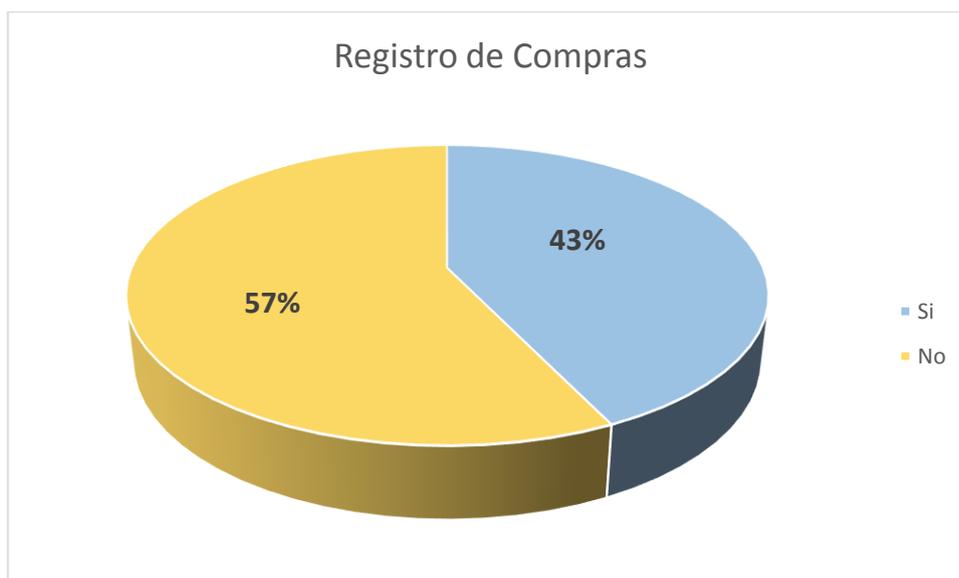


Figura. 15 Llevado de Registro de Compras

El presente resultado de la investigación realizada nos muestra que el 43% de los negocios de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca lleva legalmente un registro de compras y el 57% de negocios no llevan registro de compras.

Tabla 16 Control de sus ventas

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Apuntes de ventas diarias	29	52%
Control de caja diario	8	14%
No se controla	19	34%
	56	100%

Fuente: Encuesta

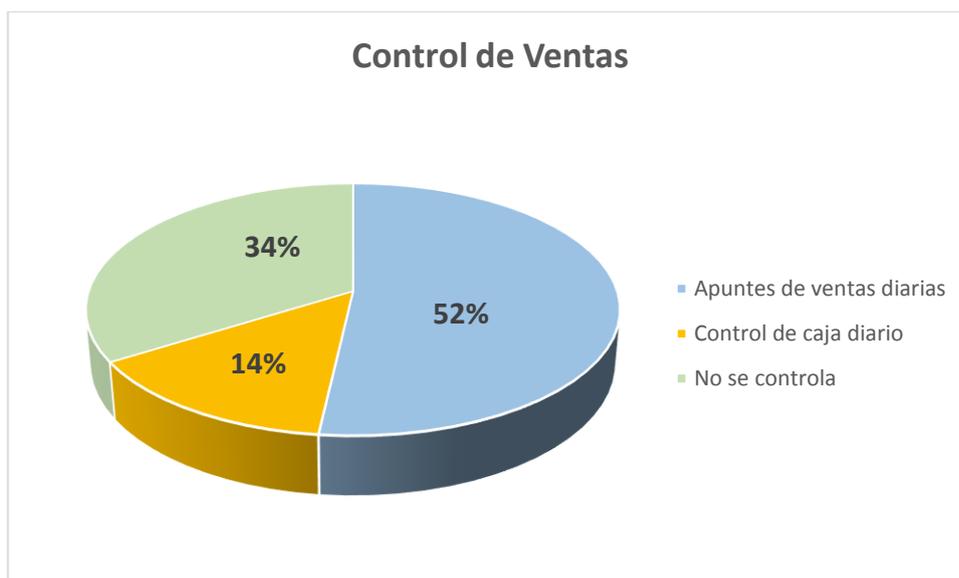


Figura. 16 Control de sus Ventas.

El resultado nos muestra la forma que tienen los Comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio para llevar el control de sus ventas, teniendo como resultado que, el 14% de negocios controlan sus ventas bajo la modalidad de control de caja diariamente, el 34% de dueños de negocios manifiestan que no controlan sus ventas bajo ningún medio, el 52% de los dueños de negocio controlan sus ventas bajo la modalidad de apuntes de ventas diarias en un anexo tipo cuadernillo de apuntes.

Tabla 17 Declaraciones mensuales

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Si se declara	32	57%
No se declara	24	43%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

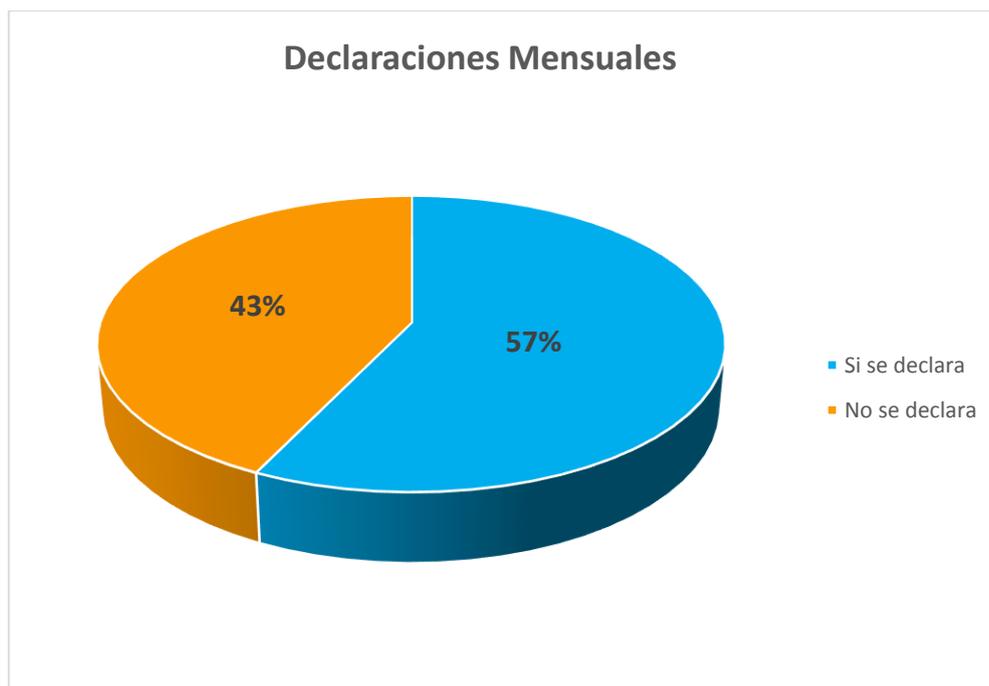


Figura. 17 Declaraciones mensuales

El resultado de la encuesta realizada a dueños de negocios de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca referente a sus declaraciones de tributos mensuales, manifestaron que, el 43% de los negocios hacen sus declaraciones por el movimiento económico que realizan, sin embargo, el 57% de negocios no realizan sus declaraciones mensuales de tributos, por no estar obligados o por desconocimiento.

Tabla 18 Elaboración de Declaraciones Juradas

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Personalmente	16	29%
Contador	38	68%
Terceros	2	4%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

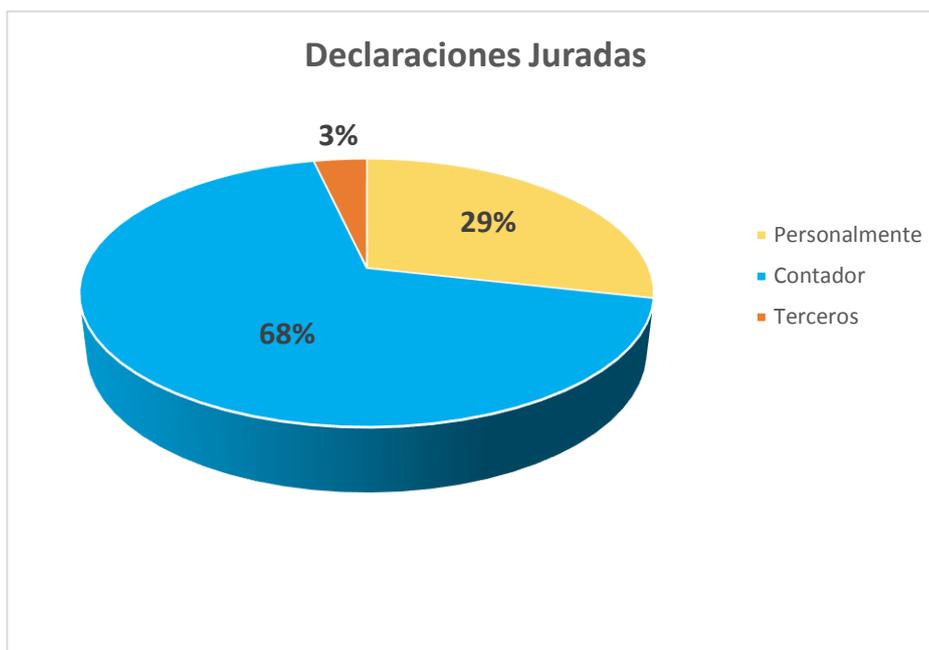


Figura. 18 Declaraciones Juradas

En la presente investigación, a la pregunta sobre quién es la persona encargada de realizar las declaraciones mensuales de tributos, manifiestan en un 29% lo realizan de manera personal, el 3% de dueños de negocios manifiestan que las declaraciones lo realizan por intermedio de terceras personas, el 68% de titulares de negocios contratan a un profesional en Contabilidad para hacer las declaraciones y pago de los tributos.

Tabla 19 Cumplimiento en el pago de impuestos

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Siempre	11	20%
Algunas veces	13	23%
Nunca	32	57%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

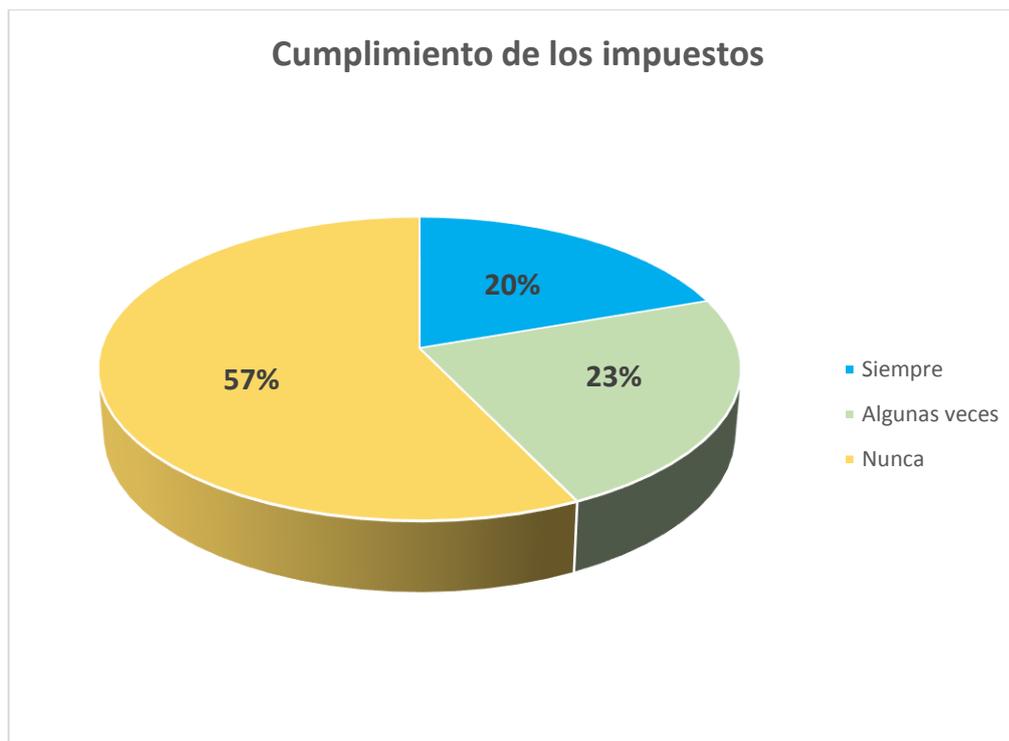


Figura 19 Cumplimiento en el pago de impuestos

El resultado de la investigación nos muestra que los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antoni de Cajamarca en un 20% cumplen con declarar y pagar sus tributos mensuales, un 23% cumplen parcialmente en declarar y pagar sus tributos es decir, algunas veces, el 57% de titulares del negocio encuestados manifiestan que nunca cumplen con declarar y pagar oportunamente sus tributos.

Tabla 20 Importancia de las declaraciones

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Bastante	5	9%
Poco	14	25%
Nada	37	66%
Total	56	100%

Fuente : Encuesta

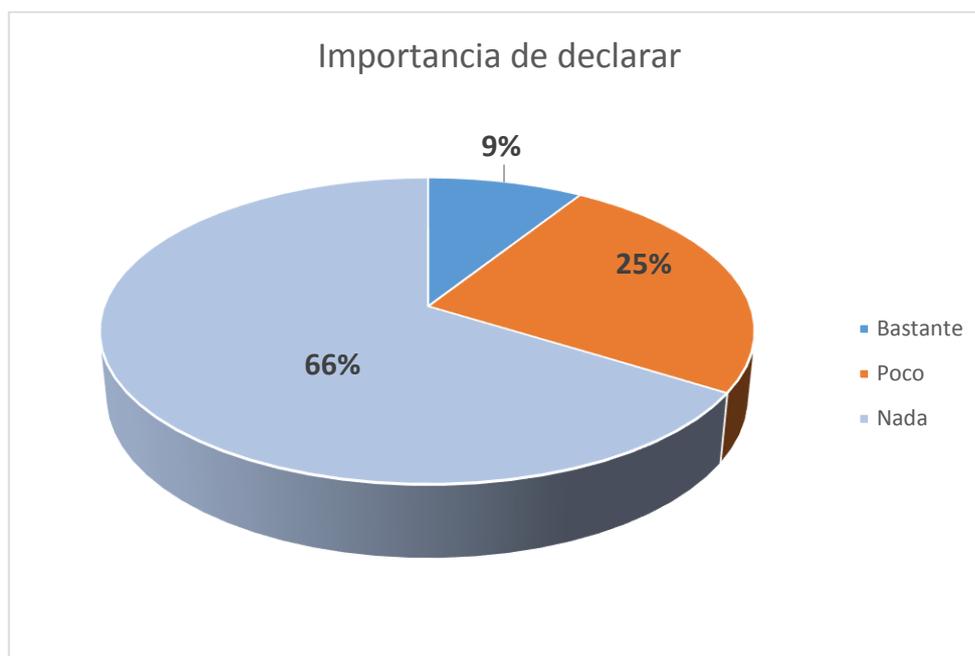


Figura 20 Importancia de declarar

A la pregunta por la importancia que constituye declarar sus tributos, los titulares de negocio de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca, manifestaron en un 9% conocen la importancia que tienen declarar los tributos a los que están afectos, el 25% de titulares de negocios conocen medianamente la importancia de declarar los tributos, es decir, tienen poco conocimiento del tema, el 66% de titulares de los negocios desconocen en su totalidad la importancia que tienen declarar oportunamente sus tributos.

Tabla 21 Conocimiento de infracciones

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Si tengo conocimiento	12	21%
No tengo conocimiento	44	79%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

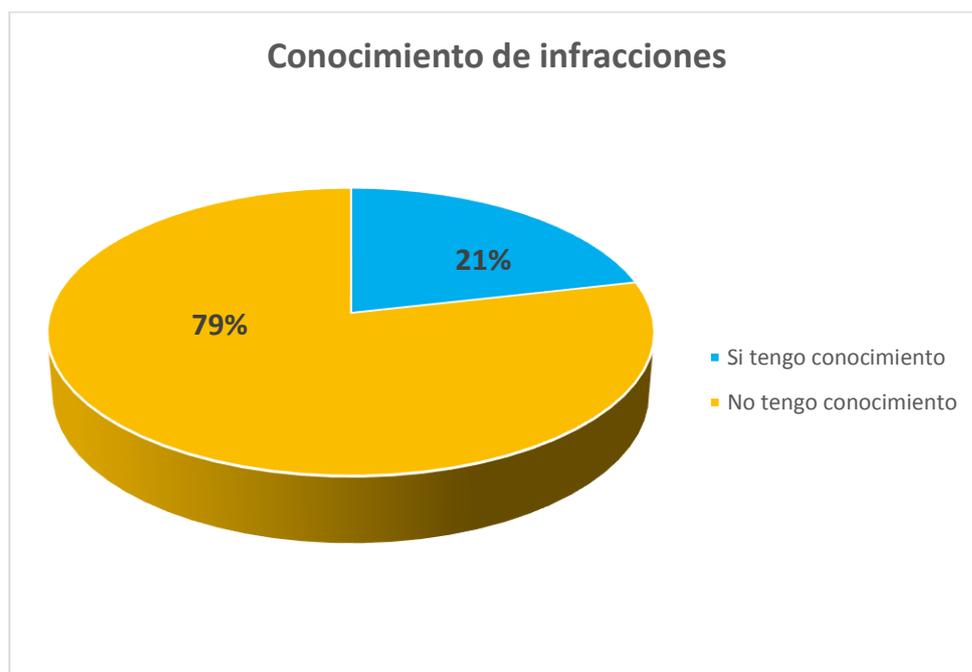


Figura 21 Conocimiento de infracciones

El resultado de la presente tabla y figura, nos muestra que los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca, en un 21% tienen conocimiento de las infracciones y sanciones que ocasiona el incumplimiento de declarar y pagar sus tributos en su oportunidad, el 79% de los encuestados manifiestan no tener en absoluto conocimiento de las infracciones y sanciones que se producen por el incumplimiento de la obligación tributaria de declarar y pagar oportunamente sus tributos.

5.2 Prueba de Hipótesis.

Hipótesis General

H: La Cultura Tributaria es un factor determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018

H₀: La Cultura Tributaria no es un factor determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018

Al contrastar la hipótesis principal, la investigación realizada nos muestra en los resultados, que la Cultura Tributaria determina positivamente el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca, cumpliéndose, por lo tanto la hipótesis positiva planteada y rechazando la hipótesis general negativa contrastada.

Hipótesis Específica 1

H₁: El conocimiento de tributación determina favorablemente el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018.

H₀: El conocimiento de tributación determina desfavorablemente el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018.

El estudio de investigación realizado, ha demostrado según los resultados obtenidos, que el conocimiento de la tributación es determinante positivamente para el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca, por lo tanto se cumple la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis negativa contrastada.

Hipótesis Específica 2

H1: La valoración de los tributos determinan **favorablemente** el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio Cajamarca 2018.

H0: La valoración de los tributos determinan **Desfavorablemente** el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio Cajamarca 2018.

Los resultados obtenidos en la investigación corroboran que el valor que tienen los comerciantes de prendas de vestir del Mercado San Antonio de Cajamarca respecto a los tributos determinan de manera positiva el cumplimiento de las obligaciones tributarias, cumpliéndose la hipótesis planteada y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis Específica 3

H1: La conciencia tributaria determina **favorablemente** el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio Cajamarca 2018.

H0: La conciencia tributaria determina **desfavorablemente** el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio Cajamarca 2018.

El estudio de investigación realizado ha demostrado que la conciencia tributaria es determinante positivamente para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de prendas de vestir del Mercado san Antonio de Cajamarca, demostrando la hipótesis planteada de manera positiva y rechazando la hipótesis nula estipulada en el estudio.

5.3. Discusión de Resultados

Tapia Arichabala, (2013) en su tesis *La Cultura Tributaria y su Incidencia en las Obligaciones de las Personas Naturales Obligadas a llevar Contabilidad de la ciudad de Macas*, manifiesta que las personas naturales de la ciudad de Macas caen en infracciones tributarias por falta de conocimiento y asesoramiento por parte del organismo de control tributario del país.

Frente a estos resultados, debo manifestar, que en la investigación realizada de la misma manera se ha obtenido como uno de los resultados que la falta de conocimiento del sistema tributario peruano los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca, caen en infracciones tributarias, por lo tanto, se coincide con el autor mencionado en su tesis publicada y en su hipótesis planteada.

En el presente estudio de investigación, los resultados obtenidos, se relacionan y se coincide con lo manifestado por el autor Argandoña B, (2014) en su tesis: *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra*, el cual menciona que los comerciantes del Emporio Comercial de Gamarra, no cumplen sus obligaciones tributarias por falta de conciencia tributaria, falta de sensibilización en el aspecto cultural y ético de los comerciantes, coincidiendo con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Mogollón D. (2012) en su tesis titulada *Nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes de la Ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo, Perú*, ha determinado que, los ciudadanos en estudio no están dispuestos a cumplir con sus obligaciones tributarias por que perciben que el estado no cumple con sus funciones adecuadamente. Este resultado coincide con nuestro estudio toda vez que, se obtiene como resultado que los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio no cumplen con sus obligaciones tributarias porque consideran que el estado no emplea la

recaudación tributaria en beneficio de las necesidades de la población y tienen desconocimiento el destino que tienen los tributos.

Llanos, A (2009), en su tesis titulada “la informalidad tributaria como causa del sub desarrollo económico en la micro empresa de la ciudad de Celendín” ha determinado como conclusión que la evasión tributaria puede ser del orden social, estructural, normativo, administrativo, también están aquellas de naturaleza técnica como los vacíos en las leyes, la falta de claridad y las dudas en su interpretación y aplicación.

Al respecto, en nuestra investigación realizada en los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca se ha determinado que el incumplimiento tributario es producto de la falta de cultura y conciencia tributaria, así mismo por el poco o nada entendimiento de las normas tributarias, coincidiendo así, con lo investigado y manifestado con el autor de la tesis en mención.

CONCLUSIONES

1. En los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de la ciudad de Cajamarca, existen factores de conocimiento, valoración y conciencia tributaria determinantes en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, factores que limitan el cumplimiento legal de sus obligaciones fiscales y no contribuyen en potencializar la recaudación tributaria.
2. La falta de conocimiento sobre los tributos como imposición en el Perú es un factor que determina el cumplimiento tributario de los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de la ciudad de Cajamarca, toda vez, que en el estudio realizado se ha determinado que el 23% de comerciantes tienen poco conocimiento de tributación, y el 71% no tienen nada de conocimiento de los tributos existentes, así mismo un promedio del 55% de comerciantes tienen total desconocimiento de los tributos a los que se encuentran afectos como dueños de negocios. Esto significa, según el estudio, que falta capacitaciones tributarias, charlas, cursos por parte del Estado a los contribuyentes del Mercado San Antonio de Cajamarca ya que en un 95% de comerciantes nunca han tenido ningún tipo de capacitación por ningún gremio.
3. La valoración de los tributos es un factor que determina el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca, tal factor se sustenta con los resultados obtenidos ya que el 46% de dueños de negocios consideran que los tributos lo pagan por que están obligados hacerlo y tienen que cumplir necesariamente, a sí mismo, el 71% considera que los tributos no mejoran el nivel de vida de la población y el 88% manifiestan desconocer el destino que tiene los tributos que se aporta al Estado. Se muestra, por lo tanto, que no existe valoración y contribución social sobre la tributación por parte de los contribuyentes, demostrando que existe un bajo compromiso del Estado con los contribuyentes respecto a la valoración de los tributos.

4. La conciencia tributaria constituye un factor predominante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca, mostrando en la presente investigación que el 70% de negocios declaran menos de lo que les corresponde, así mismo, el 79 % de negocios se encuentran acogidos al régimen tributario que no les corresponde en función a sus ventas que realizan, de la misma manera no emiten comprobantes de pago en un 57%, vale decir, que existe evasión considerable. Esto conlleva a determinar falta conciencia tributaria en los comerciantes del Centro comercial San Antonio de Cajamarca.

RECOMENDACIONES

1. A los comerciantes de prendas de vestir del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca, para que se comprometan a generar conocimiento, valorar y crear conciencia tributaria, con la finalidad de cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias y contribuir con el estado para mejorar las condiciones sociales de la población.
2. A los gremios empresariales y profesionales, como la Cámara de comercio y Producción de Cajamarca, los Colegios Profesionales de Contadores Públicos, Economistas y otros para incentivar con charlas a los comerciantes del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca y otros sectores con la finalidad de disminuir la informalidad que existe en la ciudad de Cajamarca.
3. A la Administración Tributaria (SUNAT), para implementar un programa de charlas, cursos, capacitaciones, ferias tributarias a los comerciantes del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca y los diferentes sectores que se encuentran en la informalidad y que por falta de capacitación incumplen con sus obligaciones tributarias que perjudican a los contribuyentes determinando infracciones y sanciones. Es labor de la Administración Tributaria concientizar a la población sobre la importancia de la tributación, hecho que no se produce en la ciudad de Cajamarca.
4. A las Universidades Públicas y Privadas, que por intermedio de sus facultades de Ciencias Económicas Contables y Administrativas, facultades de Derecho y otras, lleguen por intermedio de los programas de proyección y responsabilidad social a los sectores económicos con planes de capacitación sobre materia tributaria y fortalecimiento de capacidades empresariales con la finalidad de mejorar su productividad y crear cultura y conciencia tributaria para el beneficio del Estado y la Sociedad en su conjunto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amasifuen Reátegui, M. (2015) *Importancia de la Cultura Tributaria en el Peru.* , Perú
- Bonell Colmenero, R. (2014) *Conciencia Cívico - Tributaria en el S. XXI. Ljubljana, Ecuador.*
- Burga Argandoña, M. E. (2014) *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las Empresas Comerciales del Emporio Gamarra. Lima.*
- Castro Polo, S. P., & Quiroz Vega, F. C. (2012) *Las Causas que Motivan la Evasión Tributaria en la Empresa Constructora los Cipreses S.A.C. en la Ciudad de Trujillo en el Período 2012. Trujillo.*
- Hernando de Soto. (1986) *El Otro Sendero. La Revolución Informal. Editorial barranco, Perú.*
- López, J. (2011) *Evasión tributaria de las mypes informales del sector comercial del mercado de abasto central de la ciudad de Cajamarca. Tesis Maestría. Cajamarca.*
- Llanos, A. (2009). *La informalidad tributaria como causa del sub desarrollo económico en la micro empresa de la ciudad de Celendín. Tesis de Postgrado. Celendín. Cajamarca.*
- Villegas, H. (2009) *La cultura tributaria en América Latina. Editorial, Santa Rosa. Perú.*
- (Ricardo. (1969) *Teoría Sobre Tributación. P. 46*
- Allingham y Sandmo. (1972). *Análisis Económico de la Evasión Fiscal. Journal of public Economics, N° 1.*
- Arthur Betz Laffer. (1974). *Teoría de la curva de Laffer.*
- CIAT, (2012). *Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. Sistema Tributario Peruano.*

- Schneider. (2010). *El incumplimiento tributario en el Perú*.
- Decreto Supremo. N°. 133-2013-EF. *Código Tributario Peruano*.
- Decreto Ley N° 25632. *Ley Marco de Comprobantes de Pago. Art. 1*
- SUNAT. La Resolución de Superintendencia N° 234-2006.
- Decreto Supremo N° 055-99-EF. *Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo. Art.1*
- Hernandez Zambrano, E. R. (2015) *Incumplimiento de las Obligaciones Tributarias de las Entidades Sin Fines de Lucro Localizadas en Guayaquil e Incidencia en la Recaudación Local del Servicio de Rentas Internas (SRI). Período 2010-2014 . Guayaquil., Ecuador.*
- Marquina Cruzado, C. J. (2013) *Incidencia de la Cultura Tributaria de los Contribuyentes Ante una Verificación de Obligaciones Formales SUNAT-Intendencia Lima en el Periodo 2013. Trujillo.*
- Mogollón Díaz, V. (2012) *Nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes de la Ciudad de Chiclayo en el Período 2012 para Mejorar la Recaudación Pasiva de la Region Chiclayo, Peru. Chiclayo.*
- Peñaloza, L. V. (2013) *La Planificación Tributaria, y su Incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Fiscales de la Clínica de Especialidades Pediátricas Cliniesped. Ecuador.*
- Solórzano Tapia , D. L. (2015) *La Cultura Tributaria, un Instrumento para Combatir la Evasión Tributaria en el Perú. Lima.*
- SUNAT. (24 de Abril de 2017) *Orientación Sunat. Obtenido de [orientación.sunat.gob.pe /index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/régimen-general-delimpuesto-a-la-renta-empresas](http://orientación.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/régimen-general-delimpuesto-a-la-renta-empresas)*
- SUNAT. (20 de abril de 2017). *SUNAT EMPRESAS. Obtenido de orientación.sunat.sunat.gob.pe*
- SUNAT. (s.f.). *Ciclo de Vida de Un Negocio Aspectos Tributarios*

- Tapia Arichabala, G. V. (2013) *La Cultura Tributaria y su Incidencia en las Obligaciones de las Personas Naturales Obligadas a Llevar Contabilidad de la Ciudad de Macas. Macas.*
- Argandoña B. (2014). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra. Tesis de Grado Lima. Perú.*
- Elizondo, A. (2009). *Metodología de la Investigación. Editorial. Paraninfo.*
- Timaná, J., & Pazo, Y. (2014) *Pagar o no Pagar es el Dilema: Las Actitudes de los Profesionales hacia el Pago de Impuestos en Lima Metropolitana. Lima.*
- Villegas Lévano, C. M., & López Valladares, B. M. (2015) *El Impuesto a la Renta y la Obligación de Declarar.*

IV. ANEXOS

ANEXO N°1

8.1. Matriz de Consistencias Metodológica

Cultura Tributaria como factor en el cumplimiento tributario de los comerciantes del Centro Comercial San Antonio de Cajamarca 2018

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSION ES	INDICADORES	INSTRUMENTO S	METOLOGÍA
<p>General ¿De qué manera la cultura tributaria es un factor determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del mercado San Antonio de Cajamarca-2018?</p> <p>Específicos ¿De qué manera los conocimientos de tributación son determinantes en el cumplimiento tributario de los comerciantes del Centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018?</p> <p>¿De qué manera la valoración de los tributos son determinantes en el cumplimiento tributario de los comerciantes del</p>	<p>General Explicar los aspectos determinantes de la cultura tributaria en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018.</p> <p>Específicos Identificar los conocimientos de tributación como factores determinantes en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018</p> <p>Describir la valoración de los tributos como factor determinante en el cumplimiento tributario de los</p>	<p>General La Cultura Tributaria es un factor determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018.</p> <p>Específicos Los conocimientos de tributación determinan significativamente el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018</p> <p>La valoración de los tributos determinan significativamente el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio Cajamarca</p>	<p>CULTURA TRIBUTARIA</p> <p>CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO</p>	<p>1. Conocimiento de tributación.</p> <p>2. Valoración de los tributos.</p> <p>3. Conciencia Tributaria</p> <p>1.- Emitir y entregar comprobantes de pago</p> <p>2.- Llevar libros y registros contables</p> <p>3.- Efectuar las declaraciones y pagos</p>	<p>✓ Grado según encuesta</p> <p>✓ Grado según encuesta</p> <p>✓ Grado según encuesta</p> <p>✓ Facturas</p> <p>✓ Boletas de venta</p> <p>✓ Otros</p> <p>✓ Registro de ventas</p> <p>✓ Registro de compras</p> <p>✓ Otros Registros</p> <p>✓ IG</p> <p>✓ Renta</p> <p>✓ Otras</p>	<p>Encuesta a los comerciantes del centro comercial San Antonio.</p> <p>Muestra estadística</p> <p>Elaboración de cuestionario</p>	<p>Inductivo</p> <p>Deductivo.</p> <p>Explicativo</p> <p>Transversal</p>

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	METODOLOGÍA
<p>centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018?</p> <p>¿De qué manera la conciencia tributaria es determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca-2018?</p>	<p>comerciantes del mercado San Antonio de Cajamarca 2018.</p> <p>Estudiar la conciencia tributaria como factor determinante en el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio de Cajamarca 2018</p>	<p>2018</p> <p>La conciencia tributaria determina significativamente el cumplimiento tributario de los comerciantes del centro comercial San Antonio Cajamarca 2018</p>				<p>Encuesta a los comerciantes del centro comercial San Antonio.</p> <p>Muestra estadística</p> <p>Elaboración de cuestionario</p>	<p>Inductivo Deductivo. Explicativo Transversa</p> <p>1</p>

ANEXO N°02

FORMATO DE ENCUESTA

OBJETIVO: La siguiente encuesta tiene por finalidad identificar a la cultura tributaria como factor que determina la existencia de cumplimiento tributario por parte de los comerciantes de prendas de vestir del centro comercial san Antonio de la ciudad de Cajamarca, con la finalidad de establecer estrategias de solución orientadas a mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en mencionado centro comercial.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada pregunta. Luego, marque con un aspa (x), en el casillero que usted crea correspondiente.

I. VARIABLE CULTURA TRIBUTARIA

Dimensión; Conocimientos de tributación

1. ¿Qué tipo de organización tiene su negocio?

Persona natural con negocio () Persona Jurídica ()

2.- ¿Tiene conocimiento de los tributos que se pagan en el Perú?

- a) Mucho conocimiento
- b) Poco conocimiento
- c) Nada de conocimiento

3.- ¿Conoce los tributos a los que está afecto su negocio?

- b) Bastante
- c) Poco
- d) Nada

4. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación, charlas, cursos, campañas tributarias?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

Dimensión: Valoración de los tributos

5.- ¿Por qué cree que se pagan los tributos?

- a) Por obligación del estado
- b) Para la ejecución de obras públicas
- c) Para pagar a los políticos
- d) Para el bienestar de la gente
- e) Porque se tienen que pagar

6.- ¿Considera que el pago de los tributos mejora el nivel de vida de la gente?

- a) Bastante
- b) Poco
- c) Nada

7. ¿Conoce el destino que tienen los tributos que se pagan?

- a) Si tengo conocimiento
- b) No tengo conocimiento

Dimensión: Conciencia Tributaria

8.- ¿Usted considera que paga sus tributos, que le corresponde como contribuyente?

Si, lo que corresponde () Menos de lo que corresponde ()

9.- ¿En qué régimen tributario se encuentra su negocio?

- a) Régimen General
- b) Régimen Especial
- c) Régimen Único Simplificado
- d) Régimen MYPE tributario

10.- ¿Según sus ventas mensuales cree usted que está bien acogido a su régimen tributario?

Si () No ()

Dimensión: Efectuar declaraciones y pagos

17.- ¿Usted realiza declaraciones mensuales por sus ventas?

Si se declara () No se declara ()

18.- ¿Quién realiza las declaraciones de sus impuestos?

- a) Personalmente
- b) Contador
- c) Terceros

19.¿Cumplen con pagar sus impuestos en su oportunidad?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

20.¿Conoce usted la importancia que tiene presentar sus declaraciones de impuestos?

- a) Bastante
- b) Poco
- c) Nada

21.- ¿Tiene conocimiento que no cumplir con declarar sus impuestos tiene multa?

- a) Si tengo conocimiento
- b) No tengo conocimiento