UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

"CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL DE LOS CONTRIBUYENTES DEL DISTRITO DE SAN FELIPE, PROVINCIA JAEN, REGIÓN CAJAMARCA - 2018"

PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE

BACHILLER EN CONTABILIDAD

Autor:

Torres Ramos Raúl

Asesor:
Mg. Wilmer Enrique Vidaurre García

Línea de investigación:
Tributación

Pimentel – Perú
2018

“CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL DE LOS CONTRIBUYENTES DEL DISTRITO DE SAN FELIPE PROVINCIA JAEN, REGIÓN CAJAMARCA - 2018”

Aprobación de la Tesina

Mg. CPC ……..
Asesor metodólogo

Presidente del jurado de tesina

Secretario del jurado de tesina

Vocal del jurado de tesina

DEDICATORIA

Dedico este esfuerso a Dios Por concederme su sabiduría y a mis padres, quienes son mi fortaleza y el motivo para culminar mi carrera profesional, por su apoyo incondicional.

Raúl

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud, vida y fuerza.

A mis padres, hermanos por su apoyo incondicional.

Mi cordial agradecimiento a todos los docentes de la universidad señor de Sipan, que gracias a sus enseñanzas que nos brindan y enriquecen nuestra mente con el aprender de nuestros nuevos conocimientos desarrollados en clases a cerca de nuestra carrera profesional, para que en el futuro no muy cercano aquello aprendido lo pongamos en uso como buenos profesionales en diferentes instituciones Publicas y Privadas.

El autor

RESUMEN

El presente estudio se realiza con el fin de poder determinar el nivel de “Cultura tributaria del consumidor final de los contribuyentes del distrito de San Felipe - 2018”.

La metodología a utilizar es de tipo descriptivo propositiva correlacional, con un diseño no experimental, para lo cual se elaborará y aplicará una encuesta con escala de Likert. Para determinar la fiabilidad del instrumento se usará Alfa de Cron Bach.

La investigación pretende destacar la importancia de la cultura tributaria en nuestro país y sobre todo en el distrito de San Felipe de la Región de Cajamarca, su influencia en la economía nacional, regional y local. La cultura tributaria es el conjunto de valores creencias y actitudes compartidos por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes que rigen: según portal. sat.gob.gt. Según Hernán (2014) “*si el pueblo sintiera que sus autoridades lo aman, pues le darían mayor confianza y credibilidad al gobierno*”. La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. El elevado nivel de conciencia tributaria hará de nuestro distrito, una ciudad diferente con muchas oportunidades de progreso para nuestros hijos donde se reduzca o anule la evasión tributaria y sobre todo el beneficie a la sociedad en general.

Palabras claves: Cultura tributaria, Obligaciones tributarias y contribuyente.

ABSTRACT

v

The "development of the present research work entitled:" Influence of the tax culture on the tax evasion of the merchants of the Municipal Market "Roberto Segura" Jaén - 2018 ". It can be mentioned that they have a scarce culture, because this is reflected in the breach of tax regulations; due to the lack of basic knowledge about tax obligations. The thesis has as a general objective: Determine if the tax culture influences the evasion of taxes of the merchants of the Municipal Market "Roberto Segura" of the city of Jaén. The methodology used was descriptive, quantitative - not experimental.

The population of this study is comprised of all the merchants who work in the municipal market, which is composed of 210 merchants and the sample was calculated using the formula used for a finite population which is determined by 54 merchants. In this regard, the survey and its instrument the questionnaire was applied as a research technique. The information collected from this instrument was processed on a computer using the Statistical Program SPSS V. 23.0.0.0, where the respective interpretations and analysis of each of the questions were carried out.

It is important to mention that the tax culture is a subject of great interest, since it gives rise to all taxes that are of great importance for our country, to conclude that the tax culture of the merchants is due to the limited tax knowledge; therefore, this directly influences tax evasion, due to ignorance and lack of education and neglect of the respective authorities.

KEY WORDS: Tributary Culture, Tax evasion

INDICE

I. INTRODUCCIÓN 9

1.1. Realidad Problemática 9

1.3. Teorías relacionadas al tema. 13

1.3 Formulación del problema 18

1.4 Justificación 18

1.7. Objetivos 19

II. MATERIAL Y METODOS 21

2.1 Tipo y diseño de Investigación 21

2.2. Población y muestra ..... ¡Error! Marcador no definido.

2.3. Variables y operacionalización ..... ¡Error! Marcador no definido.

2.3.1. Variables. ..... ¡Error! Marcador no definido.

2.3.2. Operacionalización: ..... ¡Error! Marcador no definido.

2.4.1. Técnicas de recolección de información. ..... ¡Error! Marcador no definido.

2.4.2. Instrumentos de recolección de información. ..... ¡Error! Marcador no definido.

2.4.3. Validación y confiabilidad de instrumentos ..... ¡Error! Marcador no definido.

2.4.3.1. Validación. ..... ¡Error! Marcador no definido.

2.4.3.2. Confiabilidad. ..... ¡Error! Marcador no definido.

III RESULTADOS 30

3.1. Tablas y Figuras ..... ¡Error! Marcador no definido.

3.2. Discusión de resultados ..... ¡Error! Marcador no definido.

IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ..... ¡Error! Marcador no definido.

REFERENCIAS 45

ANEXOS 49

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

1.1.1 A Nivel Internacional:

En Argentina, la **Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), (2017).** Esta organización posee un estudio de *Cultura Tributaria* que se encarga de atender y difundir la misión social de los impuestos, para esto aplican estrategias que van dirigidos a la población infantil y joven. La AFIP tiene a su cargo dirigir actividades que están divididos en tres sub programas:

I. Educación formal: Es una actividad dirigida especialmente para las áreas educativas, aquí se capacitan a los maestros y ellos se encargan de difundir la información a los estudiantes.

II. Educación no formal: Estas son actividades que se ejecutan en lugares educativos no habituales, con esto se busca extender la labor que se dan en los espacios escolares cuyas actividades no corresponden a lo normado. Dentro de los trabajos que se ejecutan en el cronograma podemos encontrar:

III. También se emplean Materiales didácticos y las estrategias comunicativas con el fin de que los niños puedan reconocer a la entidad del estado. Esto se hace especialmente a través de páginas Web, los audiovisuales, las publicaciones en medios infantiles, los juegos virtuales, entre otros.

En Venezuela, el **Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria - SENIAT, (2016).** Mencionó que se sensibilizó a la población sobre el tema de *Cultura Tributaria*, esta se efectuó durante una etapa que se dio en el estado de Anzoátegui durante este tiempo se llegó a instruir a dos mil trecientas personas, la acción desarrollada fue iniciada por los colaboradores de la Gerencia de Tributos Internos del SENIAT.

De esta forma, los funcionarios públicos se presentaron en el Registro Principal de la capital de Barcelona, con la finalidad de enseñar las gestiones que se deben de realizar en la administración tributaria, también se llevó se hizo lo mismo en los centros comerciales de Colombo, Plaza Mayor en Lechería, Regina de Puerto La Cruz y Vistamar.

Con ello se buscó estimular la cultura Aduanera y Tributaria e informar de las facturaciones y el pago anual del Impuesto a la Renta a todos los pobladores venezolanos.

1.1.2 A Nivel Nacional:

El Perú es uno de los países que se encuentra inmerso a este problema, Prado en el (2014), en una publicación realizada en el periódico Gestión, indica que un 40% aproximadamente, de actividades que se realizan en los centros comerciales de Gamarra y Mesa Redonda, son informales porque no entregan comprobantes de pago, establecidos legalmente por la *SUNAT*. Este problema causa dificultad para que la SUNAT tenga una cantidad específica de comerciantes que pertenecen al Régimen Tributario correspondiente, donde muchos no pagan el IGV porque muchos están Registrados en el Régimen Único Simplificado donde el monto a pagar por tributos es según la categoría. *Por ejemplo, los contribuyentes que están el RUS, sus ingresos y egresos mensuales no superan los S/ 5 000.00, pagaran un tributo de s/ 20.00, y los que sus ingresos y egresos mensuales están entre S/ 5 000.00 hasta S/ 8 000.00, pagaran un tributo de S/ 50.00*

1.1.3 A Nivel Local:

En el Perú existe un gran problema con respecto al tema de cultura tributaria y recaudación de impuestos, y ello podemos observarlo porque repercute en la estabilidad económica, indirectamente, SUNAT nos muestra el comportamiento de los contribuyentes a través de los ingresos obtenidos por la recaudación.

Partiendo de este analisis, podemos decir que el distrito de San Felipe de la Provincia de Jaén, no es ajeno a esta realidad, que ya es conocido en el Perú, a pesar que se viene trabajando en el problema a través de charlas, capacitaciones; sin embargo, no se ven resultados, porque aún existe una alta población que desconoce el tema de impuestos y tiene un bajo nivel de cultura tributaria.

Para el año 2017 hubo una disminución en la recaudación de impuestos en las regiones de San Martin y Amazonas, en el primer trimestre del año se registró un ingreso de 173.5 millones teniendo un incremento de un 5.1% con respecto al trimestre anterior (2016) y para el segundo trimestre del año disminuyo en un 6.1%, lo que significa que no se hizo una buena recaudación y existe menor ingreso, informo el Centro de Investigación Empresarial (CIE), publicado por, (GESTION, 2018).

La recaudación es una herramienta fundamental para el desarrollo del país, sabemos que existe empresas y negocios grandes y son quienes se mantienen en la informalidad o tributan a medias, por lo que se genera menos recaudación. Pero dentro de ello podemos mencionar a los consumidores finales, estos consumidores también interactúan con las empresas o negocios medianos o grandes, que tiene la obligación de entregar comprobantes de pago por lo que muchas veces no lo hacen. Pero todo esto sucede por la falta de cultura tributaria lo que genera evasión e informalidad, por eso es que el estado debería ver a los consumidores finales como aliados para mejorar la recaudación de impuestos, podría ser a través de una educación en cultura tributaria, dándole más énfasis a la importancia de los impuestos.

1.2. Trabajos previos

1.2.1 A Nivel Internacional

Camacho y Patarroyo (2017), en su investigacion realizada, “ *Cultura Tributaria en Colombia*” (tesis pregrado), para optar el título profesional de Contador Autorizado, en la Universidad de Colombia. Considero tener como objeto de estudio, el análisis del perfil de los contribuyentes respecto a la cultura tributaria en Colombia. Finalizando menciona que la cultura tributaria en

Colombia es una herramienta importante que ayuda a incrementar el desarrollo sociocultural, económica y político.

Por lo que es importante conocer el perfil del contribuyente frente a la tributación, siendo un factor indispensable para la recaudación del sostén de cualquier estado. Por lo que se sugiere que se les tiene que dar una información comprensible para ayudar a sus conocimientos, con la finalidad de mejorar la cultura tributaria en los contribuyentes y pasar a los consumidores.

1.2.2 A Nivel Nacional

Gonzales Agurto, (2016) en su estudio titulado "Nivel de cultura tributaria en el mercado Maria del Socorro, 2016". (tesis pregrado), para obtener el título profesional de Contador Público, en la Universidad Nacional de Trujillo. Mediante el objetivo general se determinó el nivel de educación tributaria, se determinó que es de nivel bajo, según a los resultados obtenidos podemos decir que el 83% de los consumidores del mercado reflejaron que no existe cultura tributaria, no tienen el conocimiento adecuado y el problema de corrupción es un factor que se pone en contra de la recaudación de impuestos. Por lo que sugiere asesorar mejor a los contribuyentes, la SUNAT tiene que poner más énfasis en sectores como estos y la población en general.

Pérez Mantilla (2016), en el estudio que realizo, "*Cultura tributaria y su relacion con la evasion tributaria de los comerciantes en el sector ferreteros de Trujillo*", (tesis pregrado), para obtener el título profesional de Contador Público, en la Universidad Nacional de Trujillo. considero como objetivo general determinar la influencia de la cultura tributaria y la evasion de impuestos.

Con los resultados obtenidos podemos decir que hay un 40% de evasion en los comerciantes del sector, lo que se considera un nivel medio de evasion. Por lo que sugiere tomar en cuesta estos resultados, y realizar capacitaciones sobre cultura tributaria y la importancia de los pagos de las obligaciones tributarias, se nececita ser mas concientes con el tema.

1.2.3 A Nivel Local

Fernandez & Miranda (2017), en su estudio realizado, “Cultura Tributaria y el cumplimiento de los pagos de impuestos en el centro comercial de Chota” (tesis pregrado), para optar el grado de Bachiller en Contabilidad, en la Universidad Señor de Sipan, Perú. Considero como objetivo principal determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones. El estudio tuvo una metodología de tipo descriptiva no experimental, se concluye que la cultura tributaria si tiene influencia respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Iglesias & Ruiz (2017), en el estudio titulado “La cultura tributaria y la relacion en las obligaciones tributarias de los arbitrios municipales en Cutrervo 2016” (tesis pregrado), para optar el título profesional de Contadores Públicos, en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, Amazonas. Consigno como objetivo general determinar la relación entre cultura tributaria y los pagos de los arbitrios. La metodología en la que incurrió el estudio es correlacional. Por lo que se concluye y podemos decir que existe una relación estrecha entre la cultura tributaria y los pagos de los arbitrios municipales.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. Cultura Tributaria.

Son un conjunto de conocimientos e información que tiene un individuo y la sociedad en su conjunto respecto los impuestos que impone un país, como el de percepciones, criterios y hábitos, que sociedad debe adoptar sobre la tributación. Por lo que las administraciones tributarias de América Latina consideran como solución a los problemas económicos y el desarrollo de la población mediante la educación tributaria, con base de concientización. (La Real academia de la Lengua Española, 2014, p.483).

Tributación

Según la Real Academia Española (2012), señala que la palabra tributación es un sustantivo con las siguientes que se define como, acción de

tributar, aquello que se tributa y régimen o sistema tributario. Además, la palabra tributario se define como, quien paga tributo o está obligado a pagarlo.

Asimismo, el portal web del **Ministerio de Economía y Finanzas (2015).** Señala que tributación se refiere a todas las obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, sus propiedades, mercancías; o servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transportes, comunicaciones, educación, sanidad, vivienda, etc.

Clasificación de los tributos

Amasifuen Reátegui, (2015) clasifica de la siguiente manera:

1. **Tributos que recauda la SUNAT**

   El principal es que grava a las rentas y a eso se le conoce como impuesto a la renta, como rentas entendemos que son los ingresos que vienen de una fuente que perdura y genera ingresos entre periodos". (p.82).

   a) **"El impuesto general a las ventas**, más conocido como IGV, es un tributo que lo encontramos y pagamos al momento de realizar una compra o se contrata un servicio, se encuentra ya incluido en el precio de venta y el vendedor es quien le paga al estado todo lo recaudado. Y esta grava, las ventas hechas en el país, por brindar un servicio, los contratos de construcción y la primera venta que se hace un inmueble." (p.82 - 83).

   b) "**El impuesto selectivo al consumo (ISC),** es uno de los tributos que grava las ventas en el Perú, así como el nivel de las producciones e importaciones de bienes que se puedan realizar, al importador de bienes que está tipificado en el apéndice IV de la ley del IGV y los juegos de azar, apuestas como las loterías, sorteos, etc." (p.83)

   c) "**Nuevo Régimen Único Simplificado**, este es un impuesto que ha sustituido al impuesto a la renta, el IGV y el impuesto de promoción municipal por una cuota mensual, con la finalidad de promover una

ampliación sobre la base tributaria, que se les otorga a los pequeños negocios" (p.83).

Impuesto Temporal a los Activos Netos *(ITAN)*, "Impuesto temporal que grava la tenencia de activos" (p.83).

d) **"La ITF**, es un impuesto temporal que afecta las operaciones nacionales o extranjeras y son ejecutados por el sistema financiero nacional. Existe la lucha en contra de la evasión por medio de leyes, por ello se creó el ITF, así mismo impone operaciones que se encuentran gravados y otros exonerados." (p.83).

e) **"El impuesto Extraordinario para la promoción y desarrollo turístico nacional**, este se encarga de gravar a las personas naturales que usen medios de transporte aéreo. Estos ingresos son recaudados por la Sunat, esto regresa y son invertidos en el promoción y desarrollo turístico del país", (p.83).

f) "Los aranceles, son derechos que afectan a las importaciones de los productos que se traen, uno de ellos es el advalorem teniendo una tasa de 5% y el advalorem CIF, es algo específico que afecta a las importaciones a los productos comestibles" (p.83).

g) **"Impuesto a la Promoción Municipal**, esta grava con una tasa del 2%, afecta a las operaciones del IGV y está en base a las mismas normas, el pago se hace junto, al momento de hacer las compras y es recaudado por la administración tributaria" (p.84).

h) "**Essalud**, es una contribución que se hace al seguro social, es un ente público que promueve el sector de trabajo y promoción social, es una persona jurídica con derechos públicos, es independiente, técnica, administrativa, económica y presupuesto. Con el fin de cubrir a las personas sujetas a este servicio" (p.84).

i) **“El aporte a ONP** consiste en contribuir al sistema nacional de pensiones, siendo una institución pública descentralizada, es una persona jurídica con derechos públicos, usa recursos y patrimonio propios “(p.84).

2. **Tributos que recaudan las municipalidades**

“El impuesto predial, se encarga de gravar a los inmuebles urbanos y rústicos, las municipalidades son los responsables de la recaudación” (p.85).

a) **“Impuesto de Alcabala** “afecta a las transferencias de a títulos onerosos o gratuito, puede ser cualquiera la modalidad, la primera venta de inmuebles que hacen las entidades constructoras no grava en impuesto a menos que sea la parte del terreno. Se considera como base imponible el valor del autoevaluó del bien correspondiente” (p.85).

b) **“Impuesto a los juegos**, esta grava a las operaciones que provengan de los juegos, por ejemplo, las loterías, bingos y rifas, también los premios ganados al azar” (p.85).

c) **“Impuesto al patrimonio vehicular**, este impuesto afecta a los bienes como los vehículos, camionetas, buses y ómnibus, no debe pasar tres años de antigüedad” (p.86).

d) “**Tasas**, estos son creados por las municipalidades, esto por brindar servicios públicos o administrativo, que esta modulado por la municipalidad, pero tiene que estar de acuerdo y en base a la ley orgánica de las municipalidades “(p.86).

e) “**Contribución especial por obras públicas**, este se encarga de afectar a los beneficios que se dan por la construcción de las obras públicas, los municipios son los encargados de calcular el monto tomando en cuenta el monto mayor que tenga la propiedad en beneficio a las obras municipales” (p.86).

f) Educación Cívica Tributaria

"Se encontró que, en Burga Argandoña, (2015) el objetivo de la administracion tributaria es fomentar el desarrollo de conciencia y cultura tributaria , por lo que busca hacerlos de diferentes formas una de las mas comunes son las capacitaciones" (p.19).

"Una de las estrategias que usa la SUNAT en el periodo de 2013 capacito a 4946 docentes de educación básica en los departamentos de todo el Perú. Con la finalidad de poder promover la cultura que tanta falta hace, esperando tener resultados positivos, disminuyendo el factor principal que es la evasión e incumplimiento de las obligaciones tributarias" (p.20)

g) La lucha contra la evasión tributaria

Según Amasifuen Reátegui, (2015) esta:

"Esta acción es un reto para la administración porque busca disminuir el nivel de evasión y contrabando, con esta acción se quiere incrementar la recaudación así el fisco nacional podrá tener mayores recursos para poder invertir en el beneficio de la sociedad" (p.86).

h) La evasión

Para Amasifuen Reátegui, (2015) nos dice "que es el incumplimiento o la acción de dejar de contribuir con el estado respecto a las obligaciones tributarias, las formas de evasión más usuales son: el no entregar comprobantes de pago, no declarar las ventas verdaderas, no pagar impuestos recaudados, emitir comprobantes falsos, llevar doble facturación y libros fraudulentos" (p.86).

Es importante conocer la diferencia de evasión y elusión tributaria, siendo que la elusión tributaria es una acción legal que se acoge de los vacíos de las leyes con el fin de evitar el pago de los impuestos mientras que la evasión es un acto ilícito que viola las normas.

i) Rol de los ciudadanos

Amasifuen Reátegui, (2015) sostiene:

La Sunat viene haciendo actividades para resolver los problemas de incumplimiento de las obligaciones tributarias, pero no ha funcionado, esto

debido a la falta de conciencia y cultura tributaria, las consecuencias son altas ya que los niveles de evasión se van incrementando cada vez más.

j) Consumidor final:

La definición de esta es, que toda persona sea natural o jurídica, que tiene el beneficio de disfrutar de bienes, productos y servicios finales, puede ser individual o familiar, es considerado como consumidor final, además no tiene que tener relación empresarial o actividades económicas. INCP, (2014)

1.3 Formulación del problema

¿Cómo influye la cultura tributaria del consumidor final de los contribuyentes en el distrito de San Felipe, 2018?

1.4 Justificación

El presente estudio de investigación se justifica porque se considera pertinente por que los aportes de la misma pueden ayudar en concientizar a las personas que las contribuciones con los impuestos generan mayor inversión y el desarrollo social del Perú, y en especial, al distrito de San Felipe. Se busca destacar la importancia de la cultura tributaria en nuestro país y su influencia en la economía nacional, pero sobre todo enseñar cuáles son las obligaciones como contribuyente.

Se incurrió la investigación este tema porque el vivir diario de la colectividad muestra que no existe un adecuado conocimiento en los ciudadanos acerca de la cultura tributaria y el complimiento de las obligaciones tributarias. Para ello, se contó con la asesoría de profesionales especialista en la elaboración y desarrollo de trabajos de investigación. Asimismo, con los recursos financieros necesarios y los recursos materiales que se requiere para llevar a cabo un trabajo de investigación de esta envergadura.

Podemos presentar una limitación en la investigación representada por la dificultad en relación a las fuentes de información estadística, ya que es escasa

en cuanto al tema de cultura tributaria en nuestro distrito. Sin embargo, nos podemos apoyar en información estadística relacionado a la PEA en el Perú y estadísticas de la SUNAT.

Finalmente, este estudio servirá como fuente de apoyo a otros profesionales que incurran en una investigación de un tema parecido, así mismo a las personas que tengan interese en tener más conocimientos e información respecto al tema de cultura tributaria y la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

1.6. Hipótesis

Hi: p ≠ 1 (Existe relación): La cultura tributaria del consumidor final si influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de San Felipe, 2018.

Ho: p ≠ 0 (No existe relación): La cultura tributaria del consumidor final no influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de San Felipe, 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar el nivel de cultura tributaria del consumidor final en el distrito de San Felipe, 2018.

1.7.2. Objetivos específicos

a. Analizar cómo la cultura tributaria del consumidor final influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes en el distrito de San Felipe.
b. Identificar los factores que dificultan la influencia en los consumidores finales sobre las obligaciones tributarias en el distrito de San Felipe.
c. Evaluar que la valoración hacia los tributos por parte del consumidor final, incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del distrito de San Felipe.

CAPÍTULO II
MATERIAL Y MÉTODOS

II. MATERIAL Y METODOS

2.1 Tipo y diseño de Investigación

Tipo de Investigación.

La presente investigación se encuentra dentro del enfoque cuantitativo en el nivel descriptivo correlacional.

> **Descriptivo:** Se encontró que Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014) afirman que "la intencion es medir o obtener datos de manera independiente o conjunta sobre las definiciones o las variables a las que se refiere" (p.92).

Cualitativo, porque los elementos que conformaron la muestra de estudio se determinaron de acuerdo a las necesidades de la investigadora y de esta manera se pudo conocer la opinión de los contribuyentes del distrito de San Felipe.

Diseño de la Investigación.

Para la presente investigación se hizo uso del diseño No Experimental, debido a que no se manipularon deliberadamente las variables de estudio y de igualmanera es Ex post facto, debido a que corresponden a hechos que ya ocurrieron, así mismo como se pudo observar la relación que hay entre las variables, es decir la relación entre la cultura tributaria y la evasión de impuestos.

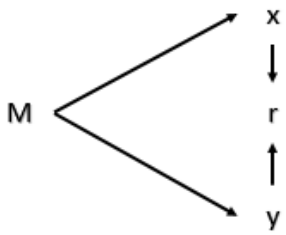
Dónde:

M : Muestra

Y1 : Variable Independiente

Y2 : Variable Dependiente

r : Correlación



Métodos de Investigación

Los métodos empleados son:

Método Descriptivo

Este método descriptivo ha sido empleado para describir los resultados obtenidos a través de la observación, conllevando al análisis de la relación existente entre las variables.

Cabe mencionar, que este método permite la obtención de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos para determinar la influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos de los comerciantes del mercado Municipal “Roberto Segura”.

Método Cuantitativo

La implementación de este método nos ha permitido utilizar valores cuantificables como porcentajes, magnitudes, entre otros conceptos, obteniendo información específica con el fin de analizar el comportamiento de una serie de causas o efectos, a partir de datos numéricos y base a estudios probabilísticos, sobre la influencia que ejerce la cultura tributaria en la evasión de impuestos por parte de los comerciantes de abarrotes.

2.2 Variables, Operacionalización

2.2.1 Variables

Tabla 1

INDEPENDIENTE
Cultura tributaria
Son un conjunto de conocimientos e información que tiene un individuo y la sociedad en su conjunto respecto los impuestos que impone un país, como el de percepciones, criterios y hábitos, que sociedad debe adoptar sobre la tributación. Por lo que las administraciones tributarias de América Latina consideran como solución a los problemas económicos y el desarrollo de la población mediante la educación tributaria, con base de concientización. (La Real academia de la Lengua Española, 2014, p.483).

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Operacionalización

Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
INDEPENDIENTE Cultura Tributaria	Educación Tributaria	Nivel de información Nivel de conocimiento	Entrevista / Guía de entrevista Análisis documental/ Ficha de análisis documental Observación/ Guía de observación Entrevista / Cuestionario Encuesta / Cuestionario
	Estimación de los tributos	Nivel de repercusión Conciencia tributaria Difusión y orientación Tributaria	
DEPENDIENTE Obligaciones Tributarias	Obligaciones tributarias	Solicitud de comprobantes de pago Grado de presión por parte del consumidor final Infracciones y sanciones tributarias	

Fuente: Elaboración propia

2.3 Población y muestra.

2.3.1 Población

La investigación se realizó teniendo una población de 15,620, total de habitantes del distrito de San Felipe. (Según datos del INEI)

Al respecto, Ñaupas Paitán, Mejía Mejía, Novoa Ramírez, & Villagómez Paucar, (2013), define que, "la población es un conjunto de grupos o individuos u organizaciones que son causa de investigación" (p. 205).

2.3.2 Muestra

Tamayo, M., (2012), lo define que "la muestra indica las características que conceptualizan la población de donde fue extraída". Para la presente investigación se tomará en cuenta toda no toda la poblacion, se aplicara la formula para conocer la muestra, con la finalidad de determinar la mejor aplicación del instrumento al sector más adecuado de la población.

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

Valores de las variables para el cálculo del número de encuesta a aplicar.

N= 15620

K= 95% = 1.96 (nivel de confianza)

e= 5%= 1.96 (nivel de error)

p= 50%= 0.5 (probabilidad de éxito)

q= 50%= 0.5 (probabilidad de fracaso)

se reemplazó la fórmula se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 23939}{\left(0.05^2 \times (23939-1)\right) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n= 378 habitantes

La muestra estará representada por 378 habitantes del distrito de Chachapoyas, quienes serán encuestados.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Para Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014), la recolección de información, consiste en diseñar un plan que nos conduzca a reunir datos con un propósito específico, el presente trabajo de investigación utilizará como instrumentos de recolección, la observación y las encuestas a través de cuestionarios, este plan incluye:

2.4.1 Técnicas de recolección de datos.

Encuesta. - Esta técnica es muy útil para el proceso de investigación científica. "Contiene factores del fenómeno que se consideran importantes; permite, además, retirar ciertos problemas no son relevantes, principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio" (Tamayo, M., 2012, p.190.)

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos

a) **Guía de Encuesta. -** Es un procedimiento de investigación afín de recopilar información. Tamayo, M. (2012) Indica. "Es un cuestionario que lee el respondedor, contiene una serie de ítems o preguntas estructuradas, formuladas y llenadas por un empadronador frente a quien responde" (p.216).

b) **Técnica del fichaje. "**Es una técnica usada para la recopilación de datos, consiste en registrar información significativa y de gran interés para el investigador por escrito, en tarjetas de diferentes tamaños denominadas fichas" (Carrasco, 2014).

2.4.3 Validación del Instrumento

Según Hernández et al. (2014), afirma que:

"La validez de un instrumento de medición se evalúa sobre la base de todos los tipos de evidencia. Cuanta mayor evidencia de validez de contenido, de validez de criterio y de validez de constructo tenga un

instrumento de medición, éste se acercará más a representar las variables que pretende medir" (pág. 204).

La validez del instrumento se llevara a cabo por medio del juicio de expertos, profesionales con mucha trayectoria y experiencia suficiente en el campo de la investigación científica.

2.4.4 Confiabilidad del Instrumento

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014): "existen diferentes procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. En su mayoria utilizan procedimientos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad. Por lo general suele ser entre cero y uno, donde un coeficiente de cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuanto más se acerque el coeficiente a cero, mayor error habrá en medición" (pág.207).

Para la presente investigación se utilizará el coeficiente Alfa de Cron Bach, que muestra las determinaciones de confiabilidad basadas en la correlación promedio entre reactivos dentro de una prueba. Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014), señalan que un coeficiente de confiabilidad será más significativo mientras más se acerque el coeficiente a uno (1), lo cual significará un menor error de medición. La medición va de 0 a 1, tal como se muestra a continuación: De 0, 00 a 0,19 representa un nivel de confiabilidad muy débil; de 0,20 a 0,39 débil; de 0,40 a 0,59 tiene un nivel moderado; por su parte, de 0,60 a 0,79 es fuerte; y, finalmente, de 0,80 a 1,00 significa un grado de confiabilidad muy fuerte.

Validaron a través del software SPSS23. Utilizando el coeficiente del alfa Cron Bach obteniendo un valor de 0.806 que corresponde a un instrumento confiable.

Haciendo uso de la fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1}\left(1 - \frac{\Sigma Vi}{Vt}\right)$$

K:	El número de ítems	16.00
Σ Si² :	Sumatoria de las Varianzas de los Ítems	20.95
S_T^2 :	La Varianza de la suma de los Ítems	85.81
α :	Coeficiente de Alfa de Cron Bach	0.806

Fuente: elaboración propia

Tomando en cuenta que el índice del Alfa de Cron Bach es 0.806, se puede afirmar que la validez del instrumento es aceptable.

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 V
AR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR000
16
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

Fiabilidad

[Conjunto_de_datos0]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	380	100,0
	Excluido[a]	0	,0
	Total	380	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,806	16

Fuente: elaboración propia

2.5 Métodos de análisis de datos.

Se utilizará los cuadros de distribución de las puntuaciones o frecuencias. Las distribuciones de frecuencias, se le da prioridad al momento de utilizar las frecuencias absolutas, pude mostrarse en gráficos de barras, gráficas circulares y polígonos de frecuencia; todo esto analizado mediante utilización Microsoft Excel, software estadístico y el SPSS versión 23.

2.6 Aspectos éticos

Se tomará en cuenta ciertos puntos, como la privacidad de la información adquirida, seguridad sobre la información y la aplicación de instrumento con mucha responsabilidad considerando lo siguiente:

Autonomía. Los entrevistados serán totalmente libres en todas sus respuestas, no podrá haber manipulación sobre ellos, por parte de otras personas o del investigador, con el fin de adquirir respuestas claras y concisas que sirvan para la investigación.

Responsabilidad. Aceptamos la responsabilidad como investigador de los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación.

Privacidad. Tendremos en cuenta desde el inicio de la investigación, el respeto a la privacidad de los ciudadanos que participarán en la aplicación del cuestionario.

Confidencialidad. Los datos adquiridos de los encuestados del distrito de Chachapoyas no pueden ser revelada en forma parcial o totalmente, son confidenciales y reservados, utilizándose sólo para fines de la investigación.

CAPÍTULO III
RESULTADOS

III RESULTADOS

San Felipe es un distrito con un nivel bajo de cultura tributaria, donde existe desconocimiento, no tienen conciencia de la importancia y rol que cumplen los tributos en el país. En consecuencia, todas estas acciones llevan a una menor recaudación de impuestos, para el año 2017 se registró una disminución de impuesto a la renta y del IGV en un 5.1 % equivalentes a 15.500 millones de soles.

3.1. Resultados de la encuesta aplicada a los comerciantes del mercado municipal "Roberto Segura".

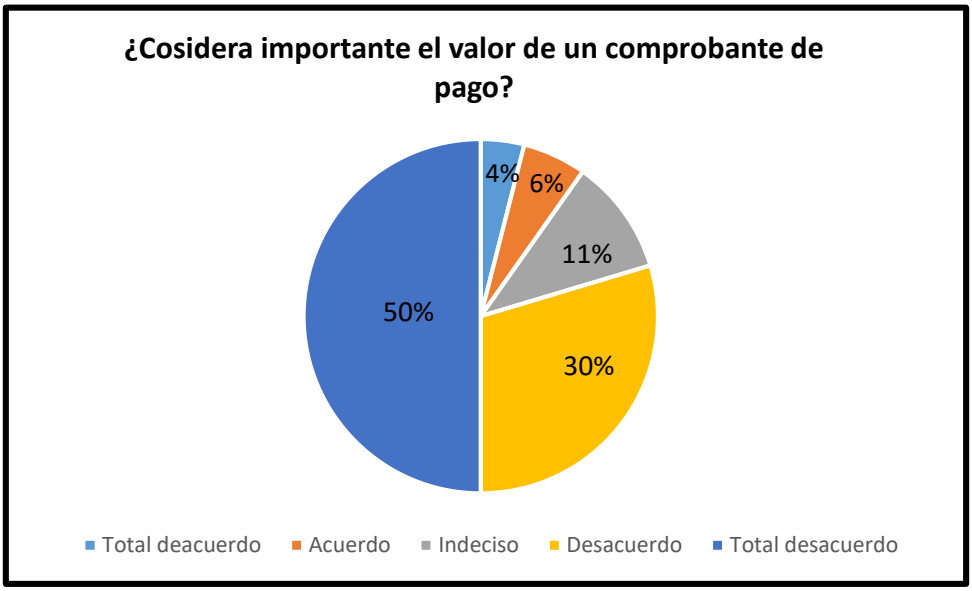
Respecto al Objetivo Específico 1: Determinar el nivel de conocimientos en temas tributarios y de incumplimiento fiscal de los comerciantes del Mercado Municipal "Roberto Segura", los resultados del cuestionario de encuesta se muestran a través de las siguientes tablas y figuras:

Tabla 1

¿Conoce el valor o importancia de un comprobante de pago?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	15	4%
Acuerdo	22	6%
Indeciso	40	11%
Desacuerdo	112	30%
Total desacuerdo	189	50%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 1- Importancia del valor de un comprobante

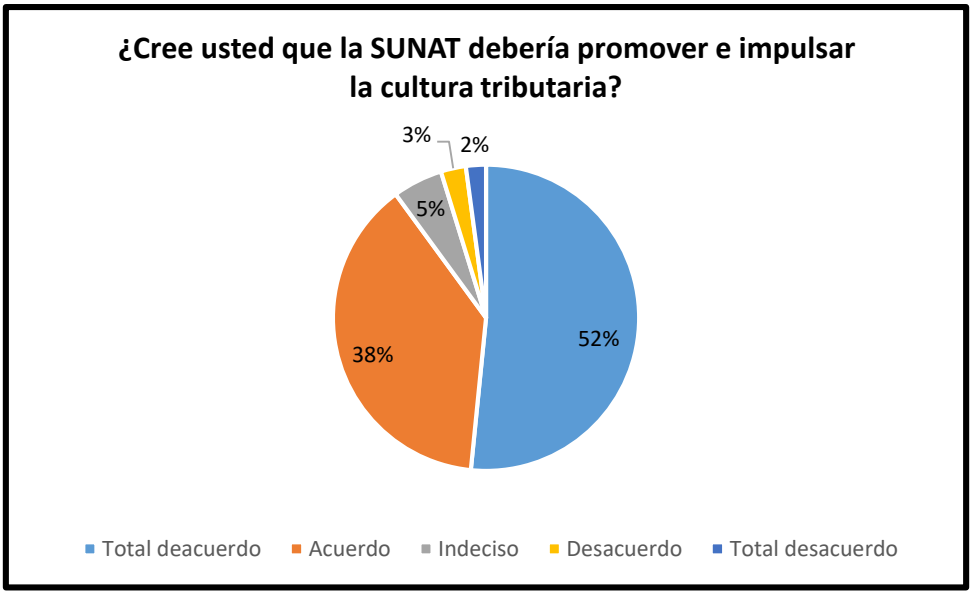
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 50% de los ciudadanos encuestados desconoce la importancia de los comprobantes, teniendo en cuenta que esto contribuye con la evasión de impuestos, el 30% está en desacuerdo que los comprobantes de pago sean importantes, mientras que el 11% está indeciso y están de acuerdo y totalmente de acuerdo un 4% y 6% de los encuestados.

Tabla 2

¿Cree usted que la SUNAT debería promover e impulsar la cultura tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	195	52%
Acuerdo	145	38%
Indeciso	20	5%
Desacuerdo	10	3%
Total desacuerdo	8	2%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 2- Importancia de promover la cultura tributaria

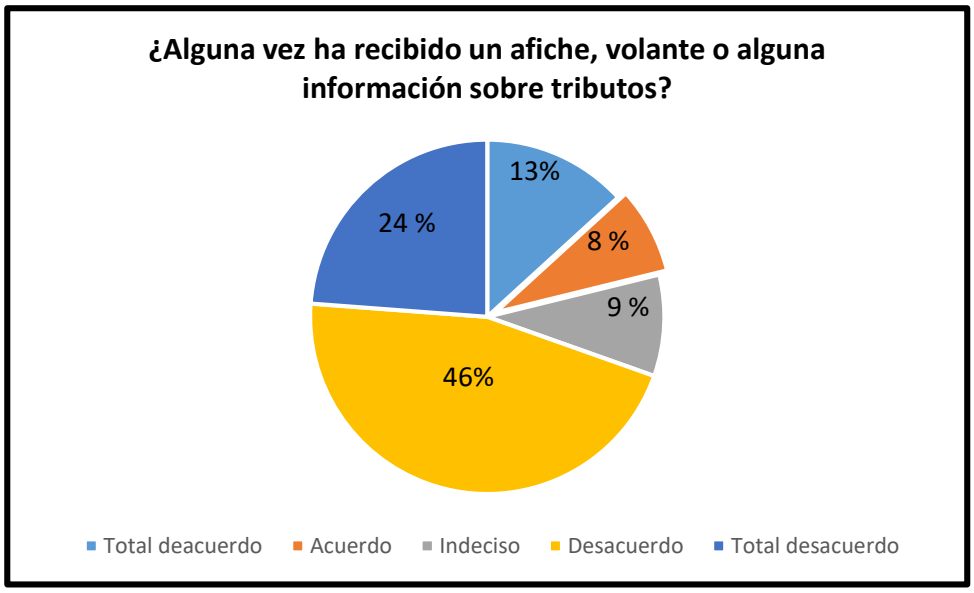
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 52% de los ciudadanos encuestados está de acuerdo que el estado debe fomentar una cultura tributaria, en consecuencia, mejorar la recaudación de impuestos, el 38% está de acuerdo con la responsabilidad que tiene SUNAT, mientras el 5 %, 3 % y 2% de los encuestados cree lo contrario.

Tabla 3

¿Alguna vez ha recibido un afiche, volante o alguna información sobre tributos?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	50	13%
Acuerdo	30	8%
Indeciso	35	9%
Desacuerdo	173	46%
Total desacuerdo	90	24%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 3- Importancia de la información distribuida por SUNAT

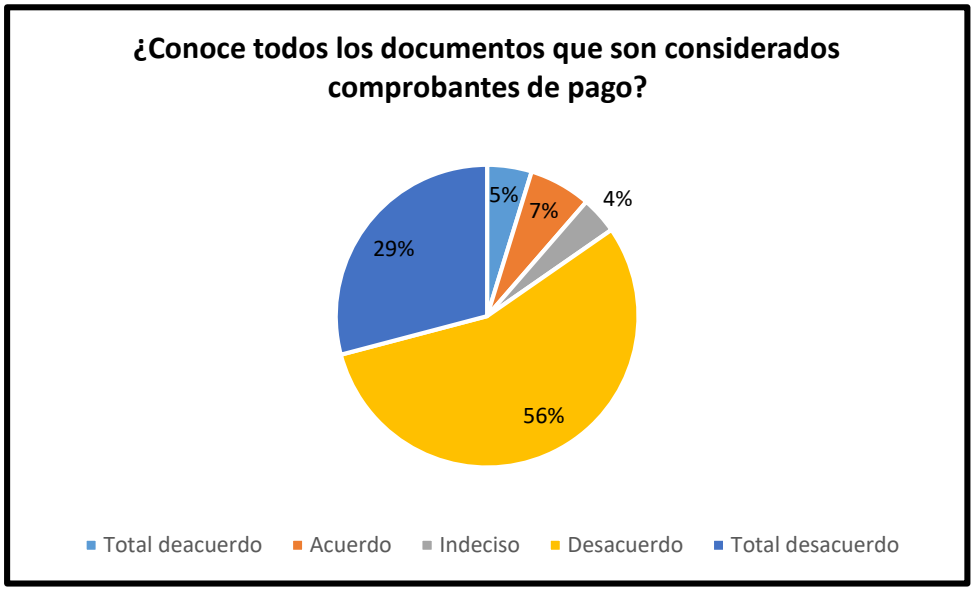
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 46% de los ciudadanos encuestados están en desacuerdo de alguna vez haber recibido algún afiche con el tema relacionado a los tributos, el 24 % está en total desacuerdo haber tenido una información respecto a la importancia de los tributos, lo que genera desconocimiento y valor hacia ellos, mientras que el 13 % está en total de acuerdo de haber recibido información alguna referente a los tributos, el 8% y 9% también afirma haber recibido algún tipo de estos afiches o volantes, por lo que podemos decir que solo una minoría de la población ha recibido información alguna respecto a los tributos.

Tabla 4

¿Conoce todos los documentos que son considerados comprobantes de pago?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	18	5%
Acuerdo	25	7%
Indeciso	15	4%
Desacuerdo	210	56%
Total desacuerdo	110	29%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 4- Conocimiento de los requisitos para ser comprobante de pago

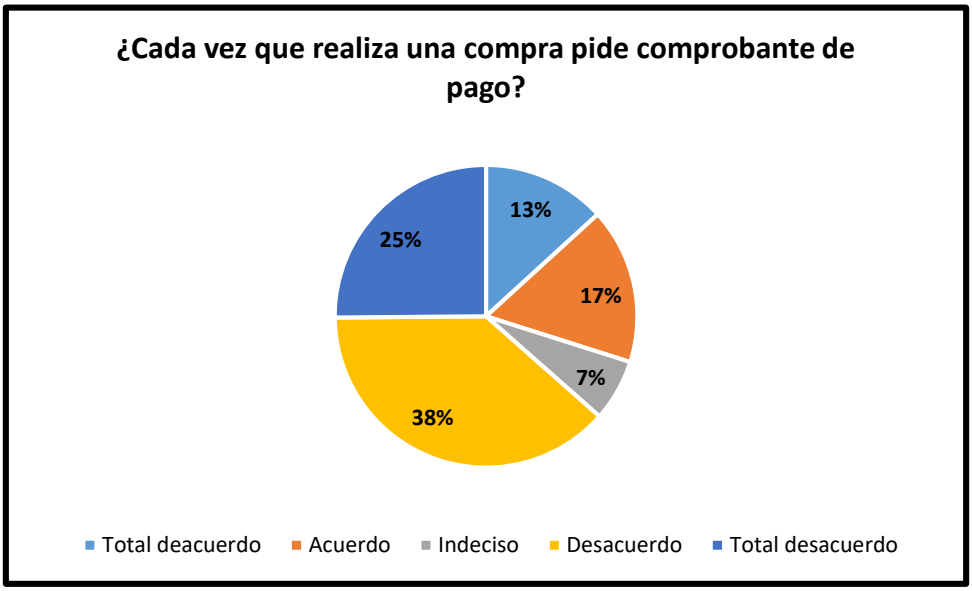
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 56% de los ciudadanos encuestados desconoce los documentos que son considerados como comprobantes de pago, lo cual hace más sencillo la evasión de impuestos, el 29 % está en total desacuerdo tener conocimiento de esta, el 7% está de acuerdo en saber cuáles son los documentos que son comprobantes, mientras que el 5% y 7% están indecisos de tener conocimiento.

Tabla 7

¿Cada que realiza una compra pide comprobante de pago?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	50	13%
Acuerdo	63	17%
Indeciso	25	7%
Desacuerdo	145	38%
Total desacuerdo	95	25%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 5- Importancia de pedir el comprobante de pago

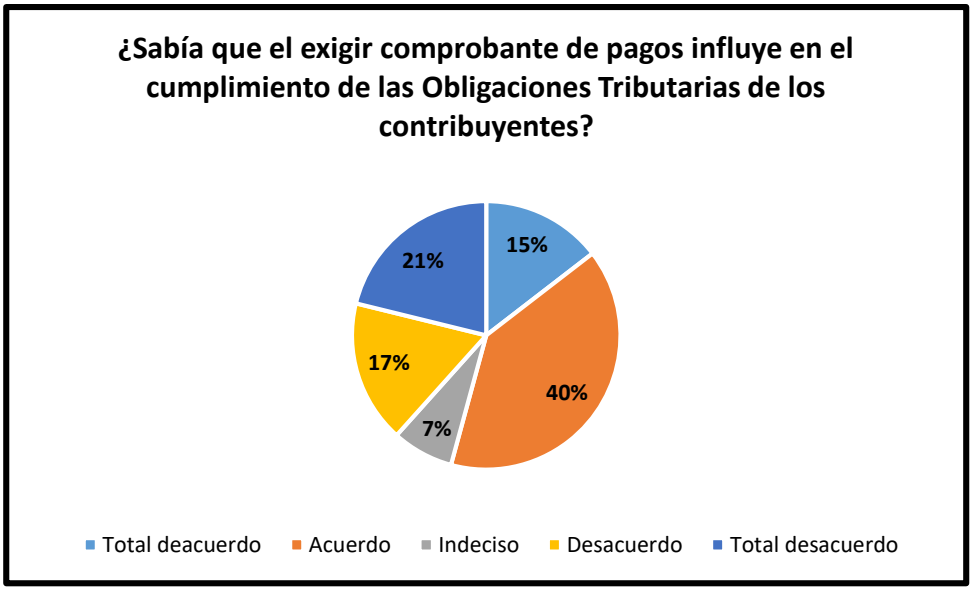
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 38% de los ciudadanos encuestados está en desacuerdo realizar el pedido del comprobante de pago al momento de hacer compras, el 25% está en total desacuerdo realizar la acción ya antes mencionada, el 17% si suele pedir comprobantes de pago después de realizar compras, mientras el 13% de los encuestado si lo hace después de cada compra. Finalmente, el 7% está indeciso de hacerlo.

Tabla 8

¿Sabía que el exigir comprobante de pagos influye en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los contribuyentes?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	55	15%
Acuerdo	150	40%
Indeciso	28	7%
Desacuerdo	65	17%
Total desacuerdo	80	21%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 8- Influencia de pago en el cumplimiento de las O. T

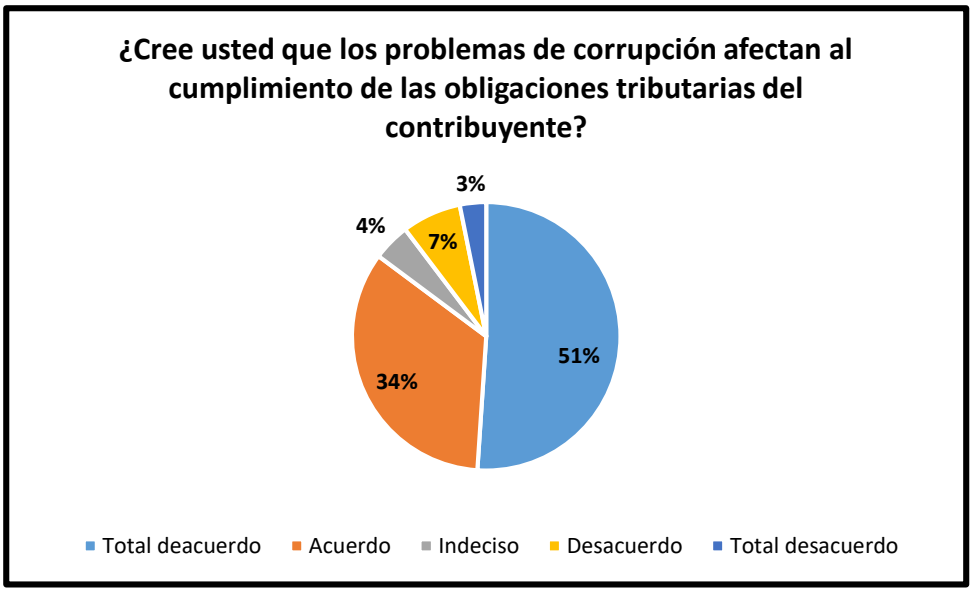
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 40% de los ciudadanos encuestados está de acuerdo que exigir los comprobantes de pago contribuye al cumplimiento de las O. T de los contribuyentes, 21% está totalmente de acuerdo con la acción mencionada, el 17 % cree lo contrario estando en desacuerdo. Mientras que el 15% está totalmente en desacuerdo con la contribución al cumplimiento de las O. T. finalmente el 7% es indiferente a lo mencionado.

Tabla 9

¿Cree usted que los problemas de corrupción afectan al cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	193	51%
Acuerdo	129	34%
Indeciso	17	4%
Desacuerdo	27	7%
Total desacuerdo	12	3%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 9- Repercusión de los problemas de corrupción en el cumplimiento de las O. T

Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 51% de los ciudadanos encuestados está totalmente de acuerdo que los problemas de corrupción influyen en el cumplimiento de las O. T, el 34% está de acuerdo en creer que, si afectan el cumplimiento de las obligaciones, el 7% de la población piensa que no afecta en nada, mientras que el 7% y 4% está indeciso frente a la premisa.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

IV. DISCUSION

4.1 Discusión de los Resultados

Con los resultados obtenidos se ha podido determinar que la cultura tributaria del consumidor final influye en el reconocimiento de los comprobantes de pago, lo cual puede ser verificadas en la Tabla 3 y 4, lo que nos muestra que existe relación entre las variables.

El estudio demuestra que la educación tributaria del consumidor final del distrito de San Felipe se encuentra con un nivel bajo equivalente a más del 50% de la población, lo cual está sustentado y formulado en base a los indicadores de nivel de información y conocimiento. Por lo tanto, podemos decir que existe un bajo nivel de cultura tributaria en los ciudadanos de Chachapoyas, porque no han recibido la información suficiente y adecuada, a través de volantes, charlas, folletos, etc.; esto demuestra que los conocimientos que tienen son escasos. Generando que los contribuyentes evadan sus obligaciones tributarias. Considerando que si los indicadores son intensificados se obtendría mayor recaudación, lo que genera beneficio a toda la sociedad. Ludeña Saldaña,(2017)**,** afirma que 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.

También se ha podido observar que la valoración de la importancia de los tributos por parte del consumidor final influye de manera directa con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, lo cual se puede observar en las tablas N° 7 y 8 de los resultados. Lo cual contribuye con la relación existente de ambas variables con un 57%, también demuestra que ese nivel del conocimiento de la importancia de los tributos es bajo. Por lo que cabe decir que si en consumidor final considere mayor el valor de los tributos pues se podrá incrementar el pago de las obligaciones tributarias de los contribuyentes.

Si la cultura o educación tributaria es de bajo nivel, según lo arrojado y observado después de la aplicación del instrumento o técnicas de recolección de datos, también influye o se relaciona con el bajo nivel de compromiso del cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

Según los resultados obtenidos después de la aplicación de la encuesta a los consumidores finales del distrito de San Felipe, el 67% de los encuestados afirman que no están de acuerdo que se les haga entrega del comprobante de forma voluntaria y el 7% lo hace de vez en cuando. Lo que nos hace pensar que no solo depende de ellos, sino también de los consumidores finales al momento de exigir o pedir sus respectivos comprobantes de pago.

Si la emisión del comprobante de esta condicionada que el consumidor final debe solicitarlos, pues hace mucha falta, lo cual deben elevar el nivel de exigencia de los comprobantes al momento de realizar sus compras, lo cual es demostrado en la tabla N° 8, que el 63% de la población encuestada no exige ni pide la entrega de sus comprobantes de pago. Por lo que será importante restituir estas acciones con el fin de que se incremente el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Quispe (2015) nos dice que no solo los contribuyentes son los principales culpables de la evasión de impuestos sino también los consumidores finales que no exigen ni piden la boleta o factura por realizar compras.

La ideología de los contribuyentes es que el pagar impuestos atenta a su rentabilidad, lo cual demuestra egoísmo y falta de conciencia. Por eso que los consumidores finales son piezas y estrategas importantes para la recaudación de impuestos, pero con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada podemos decir que los consumidores no están cumpliendo con su rol, como evidencia es la tabla 13, solo un 35% cumple con esta acción lo cual es pobre aun, no todos aceptan los comprobantes de pago la mayoría de las personas siempre ignoran este proceso importante para el país. Vargas & Moreira (2016) afirma que se debería implantar una guía didáctica que englobe todas las acciones e informe de manera más fácil para los contribuyentes con el fin de incentivar a crear actitudes positivas que son un beneficio para la sociedad.

El rol de aliado por parte de los contribuyentes finales con el estado, ha resultado tener un nivel bajo, porque no tiene una cultura tributaria adecuada, conciencia, y sobre todo falta de valor de los tributos, esto puede ser evidenciado en la Tabla N° 11, el 44% de los

encuestados no se consideran como aliados, lo cual crea deficiencia respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias, esto ha sido resultado de una incorrecta educación e información.

La mitad de la población encuestada en el distrito de San Felipe tiene un nivel bajo de cultura tributaria, desconocimiento de los comprobantes de pago, falta de valoración a los tributos, por ende, todo ello desencadena en la contribución al no cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. Los resultados obtenidos no son agradables, pero si se puede mejorar intensificando la fomentación de información y la cultura tributaria e información de tributos respectivamente.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

a) El nivel de la cultura tributaria de los consumidores finales en el distrito de San Felipe es bajo, ya que, al aplicar la encuesta en la población, los resultados arrojaron sus principales problemas como son que no tienen conocimiento adecuado sobre los comprobantes de pago, falta de valoración de los impuestos, no tienen conciencia de que al no exigir comprobantes de pago están contribuyendo al incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. Por lo que se puede afirmar que este conjunto de acciones y deficiencias repercuten directamente en el incumplimiento de las obligaciones tributarias en consecuencia la evasión de impuestos.

b) Con los resultados obtenidos después de la aplicación de la encuesta en el distrito de San Felipe se pudo analizar que al existir un bajo nivel de cultura tributaria en la población influye directamente en el aprovechamiento por parte de los contribuyentes hacia los consumidores finales, lo que desencadena en el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, porque estos no tienen una educación tributaria adecuada, sobre todo les hace falta informarse, conocer, darle valor a rol que cumplen los impuestos en su distrito y en país entero.

c) Se Logró identificar los factores que vienen dificultando en los consumidores finales del distrito de San Felipe que tienen un bajo nivel de cultura tributaria, desorientación y falta de información respecto a los impuestos, comprobantes de pago, etc. Pero no es tan malo, ya que se puede mejorar la situación, cambiar el panorama, a través de una adecuada educación tributaria, realizando charla con resultados, y sobre todo darle información básica respecto a la tributación en el país. Estas acciones repercutirán en el futuro, porque más allá de informar se creará conciencia, lo que generará el cumplimiento de las obligaciones tributarias y sobre todo el compromiso con la tributación peruana, lo que más se necesita en estos momentos.

d) La valoración hacia los tributos por parte de los consumidores finales incide favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del distrito de San Felipe, cuando los consumidores se identifican

con el rol que tienen en la sociedad se hacen más conscientes que el desarrollo del Perú es tarea de todos, por lo que contribuir con el estado generara la incrementación de los ingresos que serán utilizados principales necesidades que tenemos como es el sector de Salud, Educación, Inseguridad y vías de Comunicación.

V. RECOMENDACIONES

a) La SUNAT debe capacitar periódicamente a la población en general, puede ser cada 3 y 6 meses a los ciudadanos del distrito de San Felipe y medir los resultados obtenidos, para ver si esta estrategia está siendo eficiente, en especial dándole mayor énfasis a los consumidores finales, lo que generara un incremento en el nivel de cultura tributaria.

b) Se debe fomentar en las municipalidades la idea de los que todos tenemos la tarea con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, como consumidores finales siempre exigir los comprobantes pago con esta acción tan simple se contribuirá enormemente en la recaudación de impuestos.

c) La municipalidad del distrito de San Felipe debe brindar charlas, brindar información entendible, difundir la importancia de los tributos de tal manera concientizar al consumidor final respecto al rol que cumple dentro de la sociedad como aliado del estado, es una estrategia muy fácil de aplicar, tan solo siendo responsable como consumidor y así mismo con el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

d) La administración tributaria debe realizar charlas que ayuden al conocimiento de los comprobantes que son considerados como tal y los requisitos que estos deben cumplir, así como los dispositivos legales, con el fin de mejorar el rol que tienen como ciudadanos y elevar su nivel de cultura tributaria.

REFERENCIAS

Alcaldía Mayor de Bogotá. (14 de mayo de 2015). *http://bogota.gov.co*. Recuperado de http://bogota.gov.co: http://bogota.gov.co/article/bogotanos-ejemplo-de-cultura-tributaria

Amasifuen Reátegui, M. (2015). *Importncia de la cultura tributaria en el Perú.* Tarapoto.

Árias Jiménez, F. (16 de Febrero de 2017). *El Colombiano*. Recuperado de El colombiano.com: http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/ferreterias-buscan-expandir-sus-negocios-en-colombia-NA5938197

Ávila, J. (2013). *Analisis del sistema de control de tributos (ISLR) del comercio a través del internet.* Carobogo.

Ávila, J. (2013). *Análisis del Sistema de Control de Tributos (ISLR) del comercio a través del Internet.* Carabobo - Venezuela.

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

Camacho, A. P., & Patarroyo, Y. T. (2017). *Cultura tributaria en Colombia.* Bogotá.

Cubas Villanueva, V. (2010). *El papel del Ministerio Público en la investigación del delito.* Lima.

Damaro, R. (14 de junio de 2013). *www.econlink.com.ar*. Recuperado de www.econlink.com.ar: https://www.econlink.com.ar/impuestos-cultura-tributaria

Diario Gestión. (31 de enero de 2014). *https://gestion.pe*. Recuperado de https://gestion.pe: https://gestion.pe/economia/pwc-persona-tenga-cultura-tributaria-sunat-continuara-presionando-labor-fiscalizacion-2938

Farfán Liévano, M. A. (2016). *Diseño de un sistema Contable de Direccionamiento Estratégico Aplicable a las Pequeñas y Medianas Empresas Latinoamericanas.* Buenos Aires.

Flores Castillo, C. (2012). *Diseño e implementación de un sistema contable tributario y nómina aplicado a la Microempresa TEXDURA.* Quito.

García, J. L. (13 de junio de 2017). *http://www.uch.edu.pe*. Recuperado de http://www.uch.edu.pe: http://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru

GESTION. (11 de abril de 2018). *Gestion.com*.

Gonzales Agurto, K. V. (2016). *Nivel de cultura tributariaen el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016.* Huanchaco.

Granados, O. (28 de Abril de 2017). *El País*. Recuperado de América Latina tiene su ferretero: https://elpais.com/economia/2017/04/28/actualidad/1493368076_319304.html

Gutiérrez Arroyave, L. M. (2012). *Diseño del sistema de información contable para la empresa FABRIFARMA S.A.* Santiago de Cali.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación.* México D.F.: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. De CV.

Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2015). *Metodología de la Investigación.* Mexico: McGraw-Hill.

Hinojosa Salazar, C. A. (2015). *Valor económico de los pagos efectuados por concepto de primera categoría de los propietarios de los inmuebles en relación a la evasión tributaria de la ciudad de Chachapoyas, 2015.* Chachapoyas.

Huaman, M., & Burga, M. (2015). *cultura tributaria y obligaciones tributarias de las empresas emporio gamarra 2014.* Lima. Recuperado de http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4311

Illescas Cárdenas, E. M., & Baculima Barreto, V. R. (2013). *Análisis económico financiero y su incidencia en la toma de decisiones de la coorporación BP CIA LTDA. durante el periodo 2011 - 2012.* Cuenca.

INCP. (13 de Diciembre de 2014). ara entender el concepto de consumidor final.

Instituto Americano de Contadores Públicos . (2014). *Contabilidad.* Obtenido de Ecured: https://www.ecured.cu/Contabilidad

Lascano, C. (2013). *La insostenible modernizacion del derecho penal basada en la tolerancia creo desde la prespectiva de los paises emergentes. .*

Ludeña Saldaña, K. L. (2017). *La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de obligaciones tributarias de rentas personales de la población de la región de Lima, año 2017.* Lima.

Mendoza Shaw, F. A. (2016). Correlación entre cultura trubitaria y educación tributaria universitaria: Caso Universidad Estatal de Sonora. *Revista Global de Negocios*, 61 - 76.

Ministerio Público del Perú. (2014). *Plan Estratégico Institucional 2014 - 2017.* Lima.

Molina Valenzuela, J. R. (2017). *Aportes de la contabilidad gerencial y la toma de decisiones en una mediana empresa del sector industrial en V.M.T.* Lima.

Montero Jiménez, M. B. (2012). *Diseño de un sistema contable Financiero aplicado a la Empresa de protección y seguridad Internacional PROSEI CÍA. LTDA.* Quito.

Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2013). *Metodología de la Investigación Científica y Elaboración de Tesis* (Tercera Edición ed.). Lima, Perú: CEPREDIM.

Paz Romero, J. A., & Dávalos Guzmán, J. M. (2014). *La contabilidad gerencial como herramienta de gestión y su incidencia en la toma de decisiones en el área de operaciones del Banco Financiero de la ciudad de Trujillo en el año 2013-2014 .* Trujillo.

Pérez Mantilla, D. V. (2016). *La cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada "Albarracín", Trujillo - 2015.* Trujillo.

PerúRetail. (18 de abril de 2017). *www.peruretail.com*. Recuperado de La web del retail y los canales comerciales: https://www.peru-retail.com/nuevo-jugador-podria-ingresar-sector-retail-ferretero-en-peru/

Quispe, D. (2015). *La politica tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado Bolognesi- Tacna.* pregrado, Lima .

Requejo Jiménez, L. V., & Saavedra Pinedo, L. A. (2016). *El Sistema Contable CONCAR y su incidencia en la toma decisiones del estudio contable Campos Torres Victor Manuel - Bagua Grande.* Bagua Grande.

Revista Lideres. (2015). Recuperado *de http://www.revistalideres.ec/lideres/10-reformas-tributarias-impactos.html*.

Reyes Vega, D. E., & Salinas Jara, A. N. (2015). *Implementación de un sistema de información contable y su influencia en la gestión de la contabilidad en la empresa de transportes Turismo Díaz S.A. Año 2015.* Trujillo.

Ribbeck Gómez, C. G. (2014). *Análisis e interpretación de estados financieros: herramienta clave para la toma de decisiones en las empresas de la industria metalmecánica del distrito de ate vitarte, 2013.* Lima.

Robalino, S. (2013). *"CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL SECTOR DE CALDERON DE LA CIUDAD DE QUITO PERIODOS 2012-2013.* Quito. Obtenido de http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1518

Rodríguez, J. C., & Villalba, R. (2015). *La cultura tributaria y la sociedad.* Asunción - Paraguay. Obtenido de http://paraguaydebate.org.py.

S. Polimeni, R., J. Fabozzi, F., H. Adelberg, A., & A. Kole, M. (2000). *Contabiidad de Costos.* Colombia: McGRAW-HILL.

Sampieri , R., & Fernandez, C. (2014). *Metodologia de la Investigacion.* Mexico.

Sánchez López, P. A. (2012). *Ánalsis financiero y su incidencia en la toma de decisiones de la empresa VIHALMOTOS.* Ambato.

Sandoval Saldivar, S. K., & Valderrama Rodríguez, J. (2017). *Propuesta de un sistema de gestión estratégica de costos como herramienta para la toma de decisiones gerenciales en la cadena de boticas Econosalud en el periodo enero-mayo del año 2015.* Chiclayo.

Sidney, D., & Roman L, W. (1992). *McGraw-Hill.* McGraw-Hill.

Silva, G. (2016). *LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA GESTIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS FORMALES EN EL DISTRITO DE BAGUA.* Bagua.

Sisniegas Vásquez, J. (2015). *Administración de inventarios ABC para mejorar la gestion de almacenes ZICSA Contratistas Generales S.A.C. en Retamas - Parcoy - Pataz, 2014 .* Trujillo.

Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica.* México: LIMUSA, S.A.

Távara Infantes, C. M. (2014). *Mejora del sistema de almacen para optimizar la gestión logística de la empresa comercial PIURA.* Piura.

Valencia, A. (11 de 02 de 2010). *e-news*. Obtenido de Web site GS1 Perú: http://www.gs1pe.org/e_news/11_citelogistica_01.htm

Vargas, J., & Moreira, L. (2016). *La cultura tributaria y las obligaciones fscales de los negocios informales de Guayaquil.* Quito. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10601

Vásquez Sánchez, R. (2014). *Eficiencia del gasto público en educación básica.* Jalisco.

ANEXOS

Instrumentos

Anexo 1: Cuestionario dirigido a los consumidores finales del distrito de San Felipe.

Objetivo: Identificar el nivel de Cultura Tributaria de los consumidores Finales del distrito de San Felipe.

Instrucciones: Estimado colaborador (a) a continuación se le presenta una serie de preguntas sírvase marcar con una **X** la respuesta que Ud. crea conveniente.

TD (1)	D(2)	I (3)	A (4)	TA (5)
Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

ÍTEM / Cultura Tributaria		TA	A	I	D	TD
01	¿Conoce el valor o importancia de un comprobante de pago?					
02	¿Cree usted que la SUNAT debería promover e impulsar la cultura tributaria?					
03	¿Alguna vez ha recibido un afiche, volante o alguna información sobre tributos?					
04	¿Conoce todos los documentos que son considerados comprobantes de pago?					
05	¿Conoce los requisitos que deben cumplir los comprobantes para calificar como tal?					
06	¿Sabía que el exigir comprobante de pagos influye en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los contribuyentes?					
07	¿Cree usted que los problemas de corrupción afectan al cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente?					
08	¿Se identifica como aliado del estado para lograr que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones?					

Instrumentos

Anexo 2: Cuestionario dirigido a los consumidores finales del distrito de Chachapoyas.

Objetivo: Identificar el nivel de Cultura Tributaria de los consumidores Finales del distrito de Chachapoyas.

Instrucciones: Estimado colaborador (a) a continuación se le presenta una serie de preguntas sírvase marcar con una **X** la respuesta que Ud. crea conveniente.

TD (1)	D(2)	I (3)	A (4)	TA (5)
Total, desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

ÍTEM / Obligaciones Tributarias		TA	A	I	D	TD
01	¿Cuándo realiza compras le entregan los comprobantes de forma voluntaria?					
02	¿Cada que realiza una compra pide comprobante de pago?					
02	¿Acepta los comprobantes de pago que le dan o los ignora?					
03	¿Considera importante que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias?					
04	¿Considera que cuando no exige el comprobante de pago está contribuyendo con la evasión de impuestos?					
05	¿Sabe qué medidas tomar cuando no le entregan un comprobante de pago?					
06	¿Usted está de acuerdo que SUNAT sancione cerrando un negocio?					
07	¿Considera que el estado es responsable del cumplimiento de las obligaciones tributarias?					

- **Plaza de armas del Distrito de San Felipe.**