



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TRABAJO DE INVESTIGACION

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y LAS OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO
COMERCIAL COMERCIANTES UNIDOS BAGUA
GRANDE, 2017**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER
EN CONTABILIDAD**

Autor(es):

**Fernández Rosillo Soimer
Miranda Sánchez Richard**

Asesor

Mg. Sánchez Chero Luis

Línea de investigación:

Tributación

Pimentel – Perú

2017

Página Del Jurado

Presidente

Secretario

Vocal

Dedicatoria

Dedico a dios esta tesina por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por los triunfos y los momentos difíciles, de igual forma dedico a mi esposa e hijos por su apoyo incondicional en este proceso, también a mis profesores por su enseñanza y paciencia en mi vida universitaria y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad Señor de Sipan la que abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formando personas de bien.

Fernández Rosillo Soimer

Quiero dedicar la presente tesina a mi familia en especial a mi esposa e hijos y a mis padres que con sus sabios consejos me han formado para vencer los obstáculos más difíciles que he tenido que afrontar a lo largo de mi vida, la cual me apoyaron incondicionalmente en los años de estudios, llevándome por un camino de bien, y así lograr culminar mi carrera universitaria.

Miranda Sánchez Richard

Agradecimiento

Agradecer a nuestro Dios por guiarnos en cada momento de nuestras vidas universitarias para hacer realidad nuestra carrera profesional, así como también por iluminar nuestras mentes con sabiduría e inteligencia para seguir adelante y lograr nuestros objetivos.

A nuestros familiares por su incondicional y constante apoyo emocional y económico.

A nuestros profesores por sus sabios consejos y apoyarnos intelectualmente y moralmente, en todo momento de nuestra carrera en la Universidad Señor de Sipan, y así lograr nuestro Objetivo de ser profesionales.

A nuestros compañeros de aula, por apoyarnos mutuamente en todo momento de nuestra Carrera Universitaria en la Universidad Señor de Sipan.

***Fernández Rosillo Soimer
Miranda Sánchez Richard***

Presentación

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de la Escuela de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipan, pongo a vuestra consideración la tesina titulada “La Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos Bagua Grande, 2017”, el mismo que se establece con como objetivo general Determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017.

Estamos seguros que se reconocerán los aportes del presente trabajo de investigación, y esperamos cumplir con los requisitos necesarios y que amerite su aprobación; sin embargo, es capaz de ser perfeccionado de acuerdo a lo establecido por Ustedes.

Los Autores

Índice

Página Del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Presentación.....	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad Problemática.....	10
1.2. Formulación del problema	11
1.3. Justificación del Estudio.....	11
1.4. Antecedentes.....	12
1.5. Objetivos y Alcance del Estudio.....	15
1.6. Hipótesis	15
1.7. Teorías Que fundamentan el Estudio	16
1.8. Marco Metodológico	18
II. DESARROLLO	20
2.1. Análisis e Interpretación de Resultados.....	21
2.2. Discusión de Resultados	38
2.3. Contrastación de Hipótesis	40
III. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....	41
3.1. Conclusiones	42
3.2. Recomendaciones:	43
IV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA ELABORAR LA TESINA	45
4.1. Cronograma de actividades.....	45
V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	46
6.1. Referencias Bibliograficas	47
ANEXOS.....	49

Resumen

La presente investigación titulada “La Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos Bagua Grande, 2017”, es un trabajo científico respaldado en Teorías importantes relacionadas con las variables de la investigación.

El objetivo de la investigación fue: Determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017, la cual se realizó con búsqueda de investigaciones previas, libros, aplicación de encuesta y análisis documental de la empresa.

El tipo de estudio utilizado es descriptivo, de diseño no experimental.

En los Resultados se ha determinado que la cultura tributaria si ejerce influencia de en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017.

Palabras Clave: Cultura Tributaria, Obligaciones tributarias, Comerciante, Conciencia Tributaria.

Abstract

The present research entitled "The Tax Culture and the Tax Obligations of Merchants of the United Trade Center Bagua Grande, 2017", is a scientific work supported by important Theories related to the variables of the investigation.

The objective of the investigation was: To determine the influence of the tax culture in the fulfillment of the tax obligations of the merchants of the Mall of the United States of Bagua Grande, 2017, which was carried out with search of previous investigations, books, application of survey and documentary analysis of the company.

The type of study used is descriptive, non-experimental design.

In the Results it has been determined that the tax culture if it exerts influence of in the fulfillment of the tributary obligations of the merchants of the Mall of the United States of Bagua Grande, 2017.

Keywords: Tributary Culture, Tributary Obligations, Trader, Tributary Consciousness.

I. INTRODUCCIÓN

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

Actualmente en el mundo globalizado en que vivimos los negocios día a día se ven en la necesidad de volverse mas competitivos si aspiran a continuar en el mercado y crecer en el tiempo. Una de las principales causas de crecimiento adecuado es cumplir con sus obligaciones tributarias, pues si lo hacen adecuadamente van a continuar con sus operaciones normalmente.

Bonilla Seba (2014) en un estudio realizado en Bogota, para la Revista Ciudades, estados y política, opina que la cultura tributaria es vista como una política fundamental en varios países iberoamericanos. Sin embargo, el objetivo principal de los programas de cultura tributaria difiere de país a país. Para algunos lo más importante es aumentar la base de contribuyentes, mientras que para otros aumentar el recaudo. En Chile el Servicio de Impuestos Internos (SII) tiene a su cargo el Programa de Educación Fiscal. Es relativamente nuevo (2007) y está diseñado bajo tres ejes: Formación en valores, Construcción de la ciudadanía y Cultura Fiscal. Los programas se trabajan de forma secuencial, para tener una idea global y significativa acerca de la Educación Fiscal y su pertinencia. En México el Servicio de Administración Tributaria (SAT) aborda la cultura tributaria como “Civismo Fiscal”. Con sus programas busca generar una cultura fiscal en la que el ciudadano es el eje de las acciones. Las estrategias incluyen acciones educativas y formativas para fomentar valores éticos y para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones. (Bonilla Sebá, 2014)

En el estado peruano los ingresos económicos provenientes de la recaudación tributaria no son capaces para satisfacer las necesidades de la población en lo social, educativo, salud, seguridad entre otros, no ha podido desarrollarse, debido a que los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias, lo cual se constituye en un gran problema que

origina la disminución de la recaudación de los ingresos fiscales tanto del gobierno central como los de gobiernos locales y afecta el desarrollo económico y social del país.

De todo lo mencionado anteriormente podemos decir que es necesario y urgente que cada uno de nosotros que posee un negocio, voluntariamente debemos de cumplir con nuestras obligaciones tributarias para lograr un mejor desarrollo a nivel de país.

1.2. Formulación del problema

¿De que manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017?

1.3. Justificación del Estudio

Su fundamento se sustenta en teorías investigadas con anterioridad, además también vamos a emplear diseños metodológicos con fundamento científico, con lo cual vamos a realizar aporte a la investigación, la misma que puede ser usada para posteriores investigaciones.

Esta investigación está centrada en los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, Departamento de Amazonas, donde se desarrollo el presente estudio de conocimiento, evaluación y aplicación, mediante el uso de encuestas. Con nuestra investigación queremos dar a conocer la importancia de los conocimientos tributarios que deben tener todas las personas que se dedican al negocio para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Se consideró los diferentes métodos, instrumentos y mecanismos que utilizaremos en nuestra investigación durante todo el tiempo de su desarrollo. Formas de aplicación de encuestas, consulta de base de datos y revisión estadística.

Se sustenta en la normatividad tributaria emitida en nuestro país por el Gobierno Central y la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - SUNAT.

1.4. Antecedentes

En el trabajo de investigación realizado por Leon (2010); año 2010; Distrito de Barinas – Venezuela; titulada Estrategias de cultura tributaria para los comerciantes de expendio de licores de la parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio de Barinas. El tipo de Investigación es descriptiva y de campo, donde concluye que: Un porcentaje significativo de comerciantes no poseen un grado de instrucción, así como formación pertinente que los motive al cumplimiento de los deberes constitucionales y en especial contribuir con el Servicio autónomo municipal de administración tributaria. Otra conclusión es que las estrategias actuales utilizadas por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria en relación a la Cultura Tributaria no ha sido la más adecuada, ya que la recaudación se logra de manera coercitiva. Recomendando, proporcionar información adecuada y orientación oportuna a la población sobre los aspectos fiscales, con el fin de fomentar su actitud de cumplimiento con responsabilidades tributarias. Brindar orientaciones específicas respecto a los impuestos como un deber formal y, también como un derecho de participación ante la cosa pública; así como, sensibilizar a la comunidad de la importancia de los impuestos y el pago voluntario en el desarrollo de la economía tanto regional como nacional (Leon, 2010).

para (Cárdenas, 2012), en su tesis denominada “Cultura Tributaria en un grupo de actividad económica informal en la Provincia de Pichincha – Cantón Quito. El tipo de Investigación es descriptiva, donde concluye que: La cultura Tributaria no se logra de un día para otro, para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y del Estado con respecto a la importancia y necesidad que puedan tener los impuestos para que permitan cubrir las necesidades colectivas. Otra conclusión es: La realidad demuestra que la falta de conocimiento en su defecto la mala

aplicación y desconocimiento de las leyes o normas tributarias, eso sumado a la falta de difusión o del descuido del contribuyente, implica que la ciudadanía no conoce sus obligaciones y responsabilidades. Recomendando, a) desarrollar programas de información y educación promoviendo la sensibilización de los contribuyentes, haciendo énfasis en el tipo, uso y destino de los ingresos obtenidos por concepto de recaudación de impuestos; b) La administración tributaria debe fomentar y promover en todos sus habitantes el verdadero significado e importancia que tienen los impuestos al ser un recurso inagotable ya que estos servirán para la planificación y ejecución de obras en beneficio del país.

Investigación realizada por Tarazona & Veliz de Villa (2016); año 2016; Provincia de Pomabamba – Ancash Perú; titulada cultura tributaria en la formalización de las Mypes, provincia de Pomabamba- Áncash año 2013 (caso: micro empresa T&L SAC). El tipo de investigación empleado es la Metodología Descriptiva, donde se concluye que: el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen; por tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización. Recomendando : a) realizar charlas, capacitaciones concernientes a la importancia de la tributación y al proceso de formalización con el objetivo de crear una adecuada conciencia tributaria, para lograr el compromiso del contribuyente con sus obligaciones tributarias así mismo evitar las dificultades por lo que paso la empresa T&L S.A.C. b) Establecer políticas de planeamiento estratégico para la difusión de los temas tributarios por parte del gobierno local de la provincia de Pomabamba. Para lo cual se tiene que motivar a los contribuyentes a cumplir en forma voluntaria sus obligaciones y los tributos que son recaudados se les retribuyan en bienes y servicios que beneficiara a los mismos; como seguridad limpieza pública entre otros (Tarazona & Veliz de Villa, 2016).

La investigación realizada por Marquina (2014); año 2014; en la ciudad de Lima; Titulada: Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes

ante una verificación de obligaciones formales SUNAT – Intendencia Lima en el periodo 2013. El método de investigación es descriptivo, de diseño no experimental de corte transversal, donde se concluye que: el grado de cultura con respecto al cumplimiento de sus obligaciones formales de los contribuyentes del cercado de Lima es Débil y es percibido con falta de difusión y/o capacitación por parte de la SUNAT. También se obtuvo como conclusión de la investigación que la falta de cultura y/o conocimiento de los contribuyentes del cercado 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 (presión tributaria 17% PBI). Recomendando: Llevar a cabo capacitaciones tributarias constante y estar permanentemente asesorados para cumplir con sus obligaciones tributarias. Promover la educación tributaria en el nivel básico, de manera que pueda expandirse a los potenciales contribuyentes, que pueda ayudar directa o indirectamente en la recaudación fiscal (Marquina, 2014).

La investigación realizada por Mogollón (2014); año 2014; en la ciudad de Chiclayo; cuyo título es: 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. El tipo y diseño de investigación asumido para la presente investigación es descriptivo, no experimental, con enfoque: Cuantitativo – Cualitativo. Concluyendo: Que el nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 es bajo. También ha quedado evidenciado, que el contribuyente Chiclayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía. Recomendando: Que el Ministerio de Educación deberá realizar una revisión al proyecto curricular existente a nivel de educación primaria, secundaria y superior, donde incluye en su contenido el tema de tributos como un módulo, de acuerdo al grado de estudios, de esta forma los estudiantes podrán recibir instrucción formal sobre el tema, ello permitiría la formación y el desarrollo de una cultura tributaria que genere una visión

sobre la importancia del cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias permitiendo cubrir las expectativas existente en el Perú sobre la disminución de evasión fiscal (Mogollón, 2014).

1.5. Objetivos y Alcance del Estudio

1.5.1 General

Determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017.

1.5.2 Específicos

1. Identificar el nivel de conocimientos en cultura tributaria que tienen los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017.
2. Averiguar las actitudes en el cumplimiento de las obligaciones tributarias que tienen los Comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017.
3. Establecer en qué medida la cultura tributaria es influyente para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017.

1.5.3 Alcance del Estudio

El presente estudio se realizó en el Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande y es de alcance de todos los comerciantes ubicados en el centro comercial.

1.6. Hipótesis

Si promovemos mayor cultura tributaria entonces, va a mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017.

1.7. Teorías Que fundamentan el Estudio

1. Definición de Cultura tributaria.

La definición según Valero, T. y Ramírez, M. (2009), citado por Burga (2014), decía que, La cultura tributaria “se refiere al conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de conciencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria” (Burga, 2014).

Roca, (2011) define cultura tributaria como un “Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación” (Roca, 2011, p. 66).

2. Conciencia tributaria.

Bravo (2012), dice que 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 de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo (Bravo, 2012, p. 175).

3. Importancia de la Cultura Tributaria

Burga (2014) dice que 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. 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 (Burga, 2014).

Roca (2011) dice que 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. Pero hay contextos sociales en los que se percibe una ruptura o disfunción entre la ley, la moral

y la cultura, estos tres sistemas regulan el comportamiento humano (Roca, 2011).

4. Determinantes del Cumplimiento Tributario

En el cumplimiento tributario intervienen elementos no asociados a la racionalidad económica, como son: La Coerción, Conciencia Tributaria, El grado de información del contribuyente y Acceso a servicios de la Administración Tributaria (Mogollón, 2014)

5. Obligaciones Tributarias.

Según Bravo (2012), nos dice que las obligaciones de los contribuyentes se encuentran establecidas en el Código Tributario. "La obligación tributaria [...] es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente". (Código tributario. Artículo 1º)

6. Nacimiento de la Obligación Tributaria.

Yangali (2015) indica:

Que la obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. En ese sentido para que exista la obligación tributaria deben concurrir en un mismo momento, la configuración de un hecho, su conexión con un sujeto y su localización y consumación en un momento y lugar determinado (p. 92).

7. Exigibilidad de la Obligación Tributaria.

Yangali (2015) menciona "que de acuerdo al artículo 3º del Código Tributario, la exigibilidad de la obligación tributaria está condicionada a su determinación y así esta haya sido realizada por el deudor tributario o la administración tributaria" (p. 95).

8. Dimensiones de las Obligaciones Tributaria.

Según Bravo (2012) "las Obligaciones Tributarias, tiene dos dimensiones: formales y sustanciales: Las obligaciones formales y las obligaciones sustanciales" (p. 136).

1.8. Marco Metodológico

1.8.1 Tipo del Estudio

El tipo de estudio de la investigación es descriptivo, el mismo que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es detallar cómo son y se manifiestan.

1.8.2 Diseño de Investigación

(Ñaupas, Mejia , Novoa, & Villagomez, 2013), “describe que el diseño de la investigación es no experimental porque busca observar el fenómeno tal como se da en su contexto natural” (p. 45).

El diagrama que le corresponde se resume en el siguiente esquema:

M ----- O

Dónde:

M: Representa la muestra de la cual se recogió información para el estudio.

O: Representa el resultado que se va a obtener.

1.8.3 Población y Muestra

1.8.3.1 Población:

La población la conforman el número total de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, cuyo número de acuerdo a los afiliados en la asociación son 350.

1.8.3.2 Muestra:

Cuando es una población amplia se debe considerar esta fórmula para obtener una muestra.

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

Dónde: n = Tamaño de muestra

N =Tamaño de la población=

350 Z = Nivel de confianza al
95% establecido por el
investigador = 1.96 p = 0.5
Proporción de individuos de la
población que tiene las
características que se desean
estudiar.

q = 0.5 Proporción de individuos de la población que no tienen las
características de interés.

e = Margen de error permisible establecido por el investigador = 10%

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (350)}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.10)^2 (350-1)}$$

n = 76 sujetos.

II. DESARROLLO

II. Desarrollo

2.1. Análisis e Interpretación de Resultados

La presente investigación se ha llevado a cabo con los Comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, mediante la aplicación de una encuesta realizada en un solo momento.

Tabla 1

1. ¿Qué es lo que Usted Vende?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Ropa	23	30
Abarrotes	11	15
Carnes y Pescados	8	10
Frutas y Verduras	11	14
Otros	23	30
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 1



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la Figura N° 1, podemos decir que de las encuestas aplicadas a los Comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, se determinó que el 30% de los Encuestados su actividad económica principal es la venta de Ropa; el 30% Otras actividades; 15% Abarrotes; 14% a la venta de Frutas y verduras y el 11% vende carnes y Pescados. Encuestados que representan la muestra total de la Investigación.

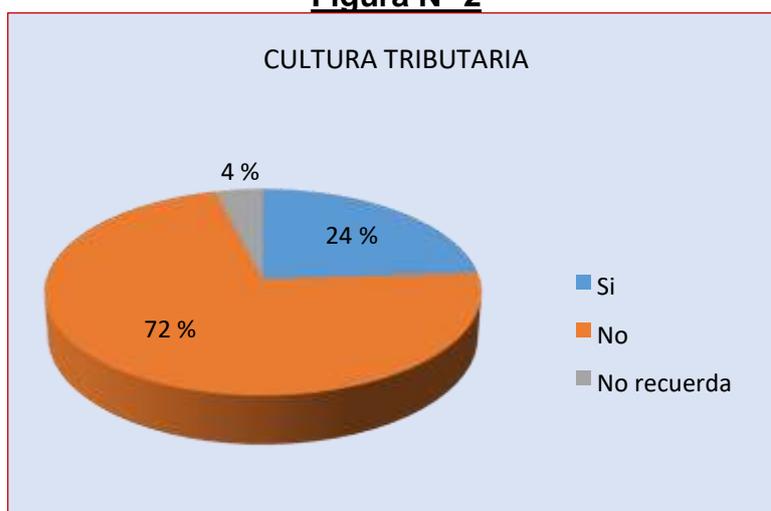
Tabla 2

2. ¿Ha recibido información referente a Cultura Tributaria?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	18	24
No	55	72
No recuerda	3	4
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 2



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la información mostrada en la Figura N° 2, podemos decir que el 72% de los Comerciantes encuestados indican que No han recibido información referente a Cultura Tributaria, mientras que el 24% manifiesta que si recibió información y el 4% No recuerda.

Tabla 3

3. ¿La información recibida hasta ahora en relación a cultura tributaria ha sido la más adecuada?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	13	17
No	57	75
No Sabe	6	7
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 3



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la información mostrada en la Figura N° 3, podemos decir que el 75% de los Comerciantes encuestados indican que la información referente a Cultura Tributaria recibida hasta ahora no ha sido la más adecuada, mientras que el 17% manifiesta que si recibió información adecuada y el 8% No recuerda haber recibido información referente a Cultura tributaria.

Tabla 4

4. ¿Alguna vez se ha sentido desmotivado para cumplir con el pago de sus tributos?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	47	62
No	28	37
No Sabe	1	1
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 4



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la información mostrada en la Figura N° 4, podemos manifestar que el 62% de los Comerciantes encuestados indican que se han sentido desmotivados para cumplir con el Pago de sus Tributos, mientras que el 37% manifiesta no sentirse desmotivados y pagar normalmente sus tributos, y el 1% No responde nada por desconocer el tema.

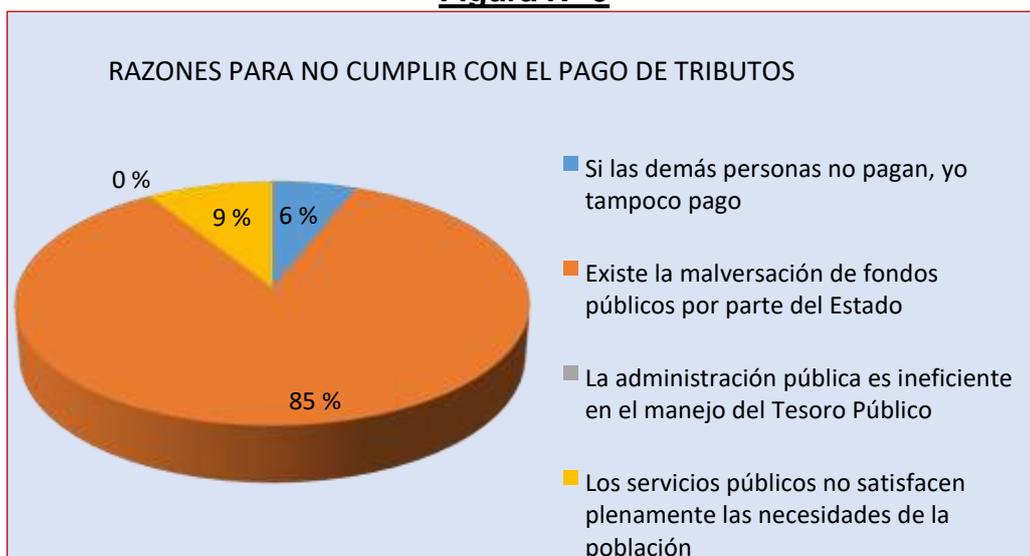
Tabla 5

5. Si su respuesta ha sido afirmativa indique: ¿Cuál de los siguientes ítems considera usted que es la razón para sentirse desmotivado?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si las demás personas no pagan, yo tampoco pago	3	6
Existe la malversación de fondos públicos por parte del Estado	40	85 del
La administración pública es ineficiente en el manejo del Tesoro Público	0	0
Los servicios públicos no satisfacen plenamente las necesidades de la población	4	9
	47	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 5



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la información mostrada en la Figura N° 5, podemos manifestar que el 85% de los Comerciantes encuestados indican que la razón para no cumplir con el Pago de sus Tributos es que existe malversación de los Fondos Públicos por parte del Estado, mientras que el 9% manifiesta que no cumple con el pago de sus tributos porque los servicios públicos no satisfacen plenamente las necesidades de la población; mientras que el 6% de los encuestados manifiesta que no cumplen con el pago de sus tributos porque los demás contribuyentes no pagan sus impuestos.

Tabla 6

6. ¿Cree usted que el gobierno utiliza correctamente los ingresos de sus tributos?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	1	1
No	71	93
No Sabe	4	5
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 6



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: La Figura N° 6 muestra que el 93% de los encuestados considera que el gobierno no utiliza correctamente los ingresos que percibe por los tributos, mientras que el 5% No sabe / no opina del tema, y el 1% considera que el gobierno si utiliza correctamente los ingresos que percibe por los tributos

Tabla 7

7. ¿Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT respecto a información tributaria?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	11	14
No	62	82
No Recuerda	3	4
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 7



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la Figura N° 7, el 82% de los comerciantes encuestados manifiestan que no han asistido a las charlas dictadas por funcionarios de la SUNAT, mientras que el 14% manifiesta que si lo hizo. El 4% de los encuestados manifiestan no recordar.

Tabla 8

8. ¿Usted cree que la forma de difusión que utiliza el Estado llega a todos?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	7	9
No	69	91
No Sabe	0	0
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 8



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la Figura N° 8 el 91% de los Comerciantes encuestados manifiestan que la forma de difusión sobre cultura tributaria y obligaciones tributarias que utiliza el estado no llega a todos los contribuyentes, mientras que el 9% de los encuestados manifiestan que si es correcta la difusión.

Tabla 9

9. ¿Su negocio esta formalizado? (Tiene RUC)

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	72	95
No	4	5
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 9



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la Figura N° 9, podemos decir que el 95% de los Comerciantes Encuestados tiene su negocio Formalizado al contar con RUC, y el 5% manifiestan no contar con RUC.

Tabla 10

10. ¿Considera usted que es responsable en el pago de sus tributos?

<u>Detalle</u>	<u>Cantidad Porcentaje</u>	
Si	66	87
No	7	9
No Opina	3	4
	73	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 10



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la Figura N° 10, manifestamos que el 87% indico ser responsable en el pago de sus tributos, a pesar que el nivel de cultura tributaria es baja, el 9% manifiesta que no es responsable pagando sus tributos y el 4% no opina al respecto.

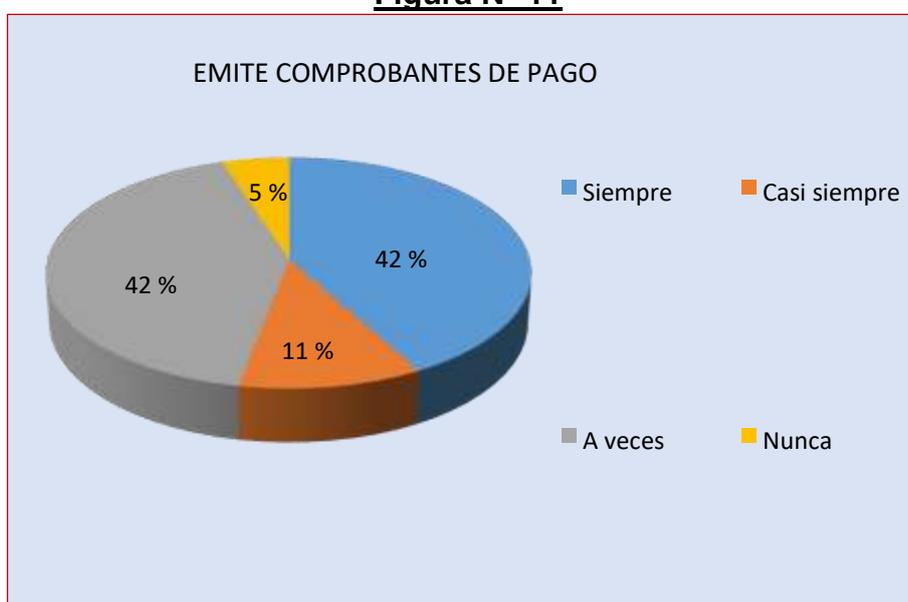
Tabla
11

11. ¿Emite comprobantes de pago?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Siempre	32	42
Casi siempre	8	11
A veces	32	42
Nunca	4	5
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 11



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la Figura N° 11, podemos observar que el 42% de los comerciantes encuestados indicaron que siempre emiten comprobantes de pago por sus ventas, así como también el 42% indicó que lo hace A veces, el 11% emite comprobantes de pago casi siempre y el 5% de los comerciantes encuestados nunca lo hace.

Tabla

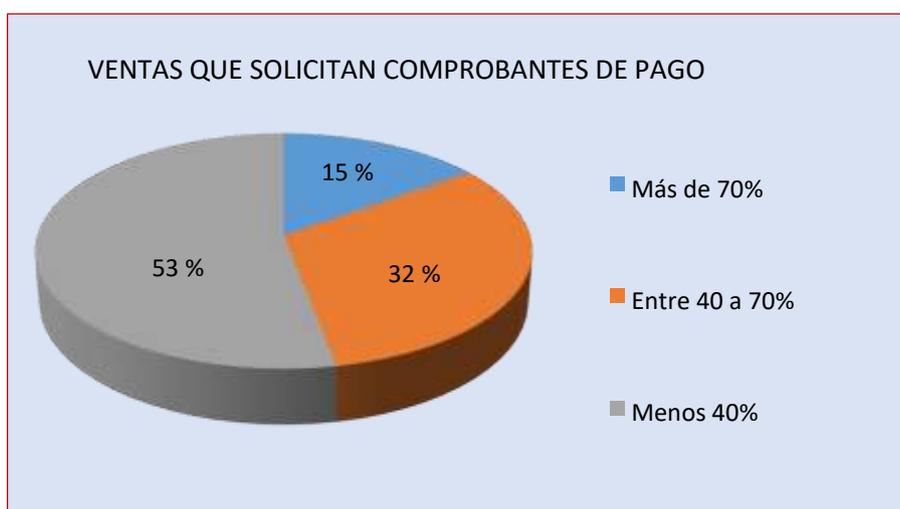
12

12. ¿Qué porcentaje de sus ventas representa las que le solicitan comprobante de pago?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Más de 70%	11	15
Entre 40 a 70%	23	32
Menos 40%	38	53
	72	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 12



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la Figura N° 12, observamos que el 53% de los comerciantes encuestados manifiestan que menos del 40% de sus ventas le solicitan que emita un comprobante de pago; el 32% de sus ventas le solicitan que emita comprobante de pago y está en el grupo de 40 a 70% de sus ventas; finalmente el 15% de los comerciantes encuestados manifiestan que de sus ventas más del 70% emiten comprobantes de pago.

Tabla

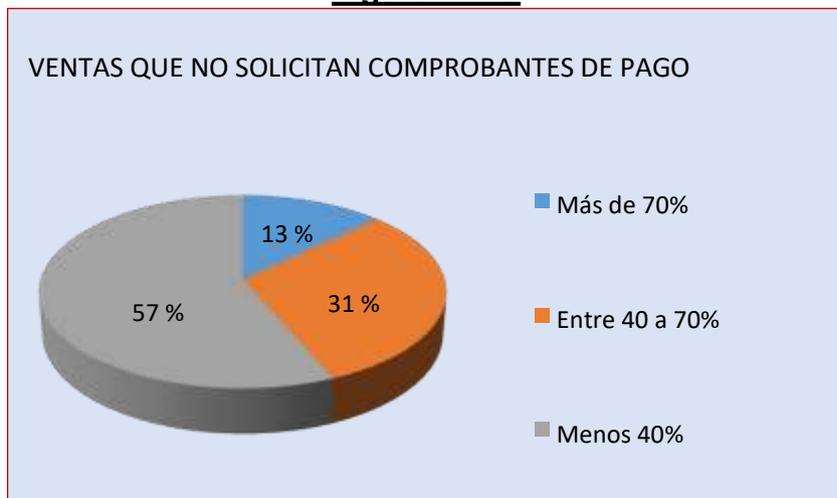
13

13. De las ventas por las cuales no le piden comprobante de pago. ¿Qué porcentaje usted las emite?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Más de 70%	9	13
Entre 40 a 70%	22	31
Menos 40%	41	57
	72	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 13



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se presentan en la Figura N° 13, el 57% de los comerciantes encuestados manifiestan que de la proporción de sus ventas que no solicitan comprobantes de pago, ellos emiten menos del 40%; el 31% manifiesta que emiten comprobantes de pago a las venta que no le solicitan entre el 40 y 70%; y finalmente el 13% manifiesta que del total de ventas que no solicitan comprobantes de pago, ellos si emiten estos comprobantes y representan el 70%.

Tabla

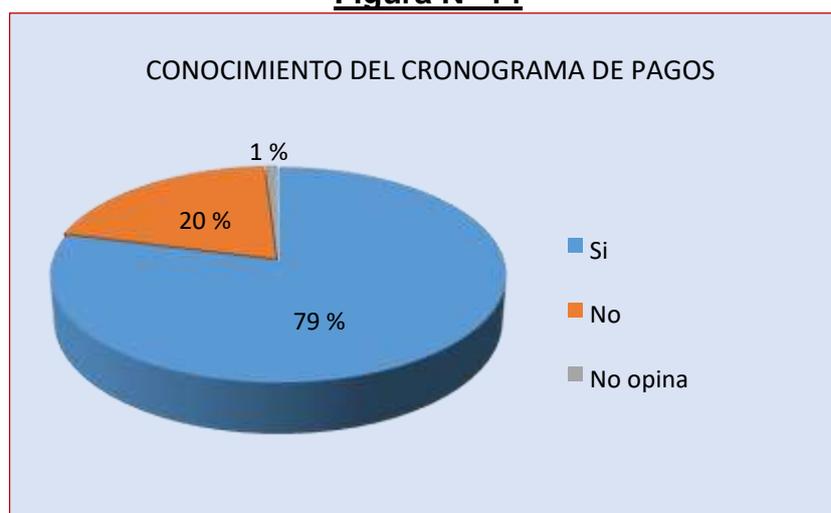
14

14. ¿Tiene conocimiento del cronograma de pagos? Detalle

	<u>Cantidad Porcentaje</u>	
Si	60	79
No	15	20
No opina	1	1
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 14



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la Figura N° 14, podemos decir que el 79% de los comerciantes encuestados manifiestan que si tienen conocimiento del cronograma de pagos de tributos que emite SUNAT, mientras que el 20% de los encuestados manifestaron que ellos no tienen conocimiento que exista un cronograma de vencimiento de pagos de tributos a SUNAT, finalmente el 1% no opino respecto al tema.

**Tabla
15**

15. ¿Cumple con una correcta presentación de sus declaraciones mensuales?

Detalle	Cantidad Porcentaje	
Si	59	78
No	13	17
No sabe	4	5
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 15



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la Figura N° 15, observamos que el 78% de los comerciantes encuestados manifiestan que si cumplen con la presentación correcta de sus declaraciones mensuales ante SUNAT, EL 17% indica que no cumple con la presentación y el 5% indica no saber respecto al tema consultado. **16**

16. Si el Estado no controlara el pago de impuestos y no le multara por no hacerlo, ¿Ud. Pagaría sus impuestos en forma voluntaria y consiente?

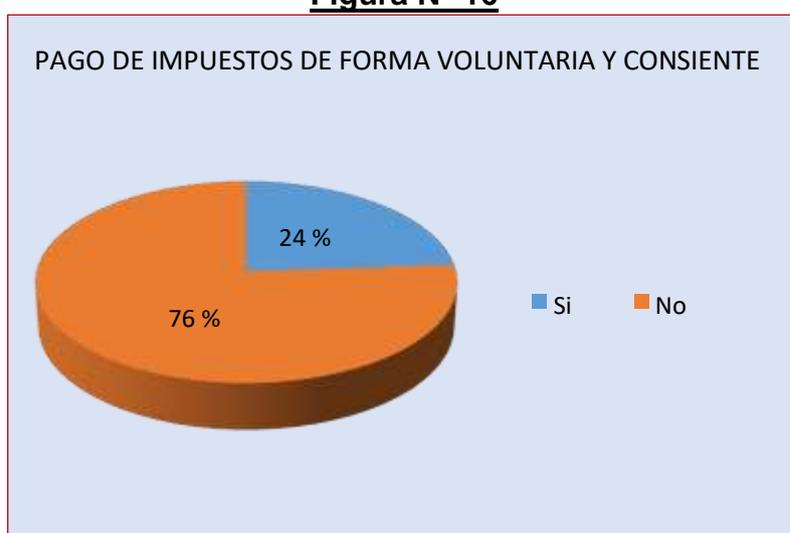
Detalle	Cantidad Porcentaje	
Si	18	24

Tabla

No	58	76
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 16



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la Figura N° 16, podemos observar que el 76% de los comerciantes encuestados manifiestan que no cumplirían de forma voluntaria y consiente con el pago de sus impuestos si el estado a través de la SUNAT no multara; mientras que el 24% de los encuestados manifiestan que si cumplirían con pagar sus impuestos de forma voluntaria y consiente así el estado no controle el cumplimiento o no los multe por no hacerlo.

17

17. ¿Conoce usted cuales son las sanciones tributarias que le podría afectar a su negocio?

<u>Detalle</u>	<u>Cantidad Porcentaje</u>	
Si	39	51
No	27	36
No sabe	10	13
	76	100

FUENTE: Elaboración propia

Tabla

Figura N° 17



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la Figura N° 17, observamos que el 51% de los comerciantes encuestados manifiestan que si conocen las sanciones tributarias que pueden afectar su negocio si incumplen alguna de las normas emitidas para tal fin, mientras que el 36% manifiesta no conocer las sanciones tributarias; finalmente el 13% indica no saber del tema.

18

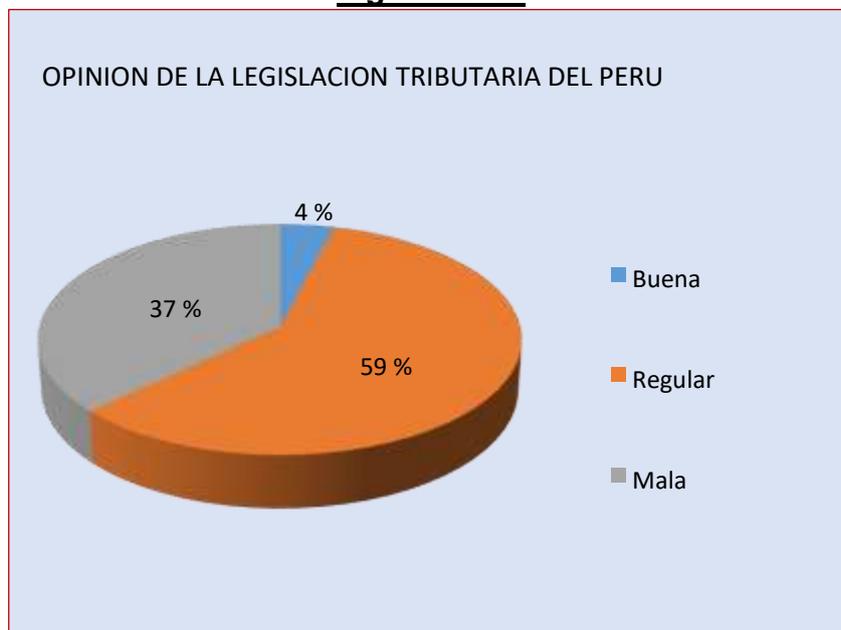
18. ¿Qué opinión le merece la actual legislación tributaria en el Perú?

<u>Detalle</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
Buena	3	4
Regular	45	59
Mala	28	37
	76	100

Tabla

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 18



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la Figura N° 18, observamos que el 59% de los comerciantes encuestados opinan que la actual legislación tributaria en el Perú es Regular, el 37% manifiesta que es mala; mientras que el 4% indica que es buena.

2.2. Discusión de Resultados

Teniendo en cuenta los objetivos materia de estudio, la hipótesis propuesta en la presente investigación y los resultados obtenidos en el análisis de los resultados de la encuesta, podemos manifestar que el nivel

de cultura tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande es bajo, debido a que el 76% de los encuestados (Tabla 16), manifiestan que si el Estado no controlara el pago de impuestos y no le multara por no hacerlo, no pagarían sus impuestos de forma voluntaria y consciente, siendo esta la respuesta al cumplimiento de sus obligaciones tributarias. También se ha determinado que el 91% de los encuestados (Tabla 8), indican que la forma de difusión que el estado utiliza para temas tributarios no llega a todos los contribuyentes, motivos por el cual el 72% de los encuestados (Tabla 2) manifiestan no haber recibido información respecto a cultura tributaria, y de la muestra total de encuestados el 75% (Tabla 3) manifiestan que la información recibida hasta ahora sobre cultura tributaria no ha sido la más adecuada.

Además también podemos manifestar que la falta de cultura tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es debido a que no existe motivación en los contribuyentes por hacerlo, pues el 62% de los encuestados (Tabla 4) manifiesta estar en esa condición, y las razones de no existir motivación en el pago de sus tributos son: la malversación de fondos públicos por parte de la administración que representa el 85% (Tabla 5) y el uso no correcto de los ingresos por captación de tributos que hace el gobierno central a través del cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, pues esto representa el 93% del total de la muestra (Tabla 6).

Revisando los antecedentes de estudios previos planteados y los resultados obtenidos en el trabajo de campo, investigaciones que se han realizado en diferentes países, ciudades y tiempos, la realidad respecto al manejo de información respecto a cultura tributaria es la misma, en todas las investigaciones se ha determinado que el nivel de cultura tributaria es muy baja, manteniéndose alto índice de informalidad empresarial, esto como consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas de administrar los tributos en nuestro país, por lo que aun queda mucho por hacer respecto al manejo de Cultura tributaria en busca de lograr dar a conocer a toda la ciudadanía sobre el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en el país.

2.3. Contrastación de Hipótesis

Revisando nuestra hipótesis planteada y los resultados obtenidos en el trabajo de campo, podemos decir que el estado debe promover mayor cultura tributaria con el objetivo de fortalecer los conocimientos y cumplimiento de todas las obligaciones tributarias que tienen los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, para lograr un mayor captación de recursos.

III. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

3.1. Conclusiones

1. Se ha determinado que la cultura tributaria si ejerce influencia de en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017.
2. El nivel de conocimientos sobre cultura tributaria que tienen los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017; es baja.
3. De la investigación realizada podemos concluir que los conocimientos sobre cultura tributaria si influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, esto debido a que aun siendo bajo el nivel de conocimiento en cultura tributaria, los contribuyentes cumplen con la presentación de sus declaraciones juradas (78% - tabla 15) y además se consideran responsables en el cumplimiento del pago de sus tributos (87% tabla 10).
4. También se concluye que los conocimientos sobre Cultura Tributaria que tienen los contribuyentes no son suficiente para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, también influye el actuar del gobierno central, pues los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, se sienten desmotivados para cumplir con sus obligaciones tributarias por que perciben que existe malversación de los fondos públicos 85% (Tabla 5) y los servicios públicos que presta el estado no satisfacen plenamente las necesidades de la población 9%.

3.2. Recomendaciones:

- 1 El estado a través SUNAT- Bagua Grande, debe implementar estrategias de difusión sobre cultura tributaria a los comerciantes del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, para lograr una mayor captación de recursos.
- 2 SUNAT debe implementar stands tributarios en el Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande y coordinar con Administración del Mercado la implementación de charlas informativas de capacitación para mejorar el nivel de conocimientos de Cultura Tributaria en los Comerciantes.
- 3 Debido a que los conocimientos de cultura tributaria si influyen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el estado debe implementar estrategias de difusión eficientes en el punto de venta de los comerciantes; esto es, más cerca del contribuyente, de tal manera que las dudas que tengan van a ser absueltas de manera rápida en el menor tiempo y sin cerrar sus establecimientos, permitiendo con esto que no afectar la economía del contribuyente.
- 4 El estado debe fortalecer la relación Contribuyente – Administración, con el único fin de mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, pues del instrumento aplicado se demostró que los contribuyentes muestran actitudes positivas a las normas tributarias emitidas para este fin.

IV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA ELABORAR LA TESINA

V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

5.1. Referencias Bibliograficas

- Bonilla Sebá, E. C. (Enero de 2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: la experiencia de Bogotá. *Revista Ciudades, Estados y Política*(1), 21 - 35. Recuperado el 17 de 06 de 2016, de <http://www.bdigital.unal.edu.co>
- Bravo, F. (2012). *Cultura tributaria. Libro de consulta* (Segunda ed., Vol. I). (Instituto de Administración Tributaria y Aduanera, Ed.) Lima, Perú.
- Burga, M. (2014). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio de gamarra, 2014*. Tesis Titulo Profesional, Universidad San Martin de Porras, Lima.
- Cárdenas, A. (2012). *Cultura Tributaria en un grupo de actividad económica informal en la Provincia de Pichincha – Cantón Quito*. Tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana, Departamento de Post Grado, Quito.
- Leon, C. (2010). *Estrategias de cultura tributaria para los comerciantes de expendio de licores de la parroquia ramón ignacio méndez del municipio barinas*. Tesis de Grado, Universidad centro Occidental Lisandro Alvarado, Contabilidad, Barinas.
- Marquina, c. (2014). *Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales SUNAT - Intendencia de Lima en el periodo 2013*. Tesis para Titulo profesional, Universidad Nacional de Trujillo, Contabilidad y Finanzas, Lima.
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de Cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la Región - Chiclayo, Perú*. Tesis para Titulo Profesional, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo , Contabilidad, Chiclayo.
- Ñaupas, H., Mejia , E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2013). *Metodología de la investigacion científica y Elaboracion de tesis* (Tercera ed.). Lima: Editorial e Imprenta San Marcos.
- Roca, C. (Setiembre de 2011). Estrategias para la formación de la cultura tributaria. *Serie Temática Tributaria*(15).
- Tarazona, i., & Veliz de Villa, S. (2016). *Cultura tributaria en la formalización de las mypes, provincia de pomabamba - ancash año 2013 (Caso: Micro empresa*

T&L sac). Tesis para Título de Contador, Universidad de Ciencias y humanidades, Contabilidad, Pomabamba.

ANEXOS.

ENCUESTA DE INVESTIGACION DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL COMERCIANTES UNIDOS DE BAGUA GRANDE, 2017

I. **Objetivo:** Recoger información respecto al conocimiento sobre Cultura Tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del del Centro Comercial Comerciantes Unidos de Bagua Grande, 2017.

II. **Instrucciones:** Según lo que se le indique conteste objetivamente cada una de las pregunta.

III. **Ítems:**

1. **¿Qué es lo que Usted Vende?**

- a. Ropa
- b. Abarrotes
- c. Carnes y pescados
- d. Frutas y verduras
- e. Otros

2. **¿Ha recibido información referente a Cultura Tributaria?** Si
No No recuerda

3. **¿La información recibida hasta ahora en relación a cultura tributaria ha sido la más adecuada?**
Si No No sabe

4. **¿Alguna vez se ha sentido desmotivado para cumplir con el pago de sus tributos?**
Si No No sabe

5. **Si su respuesta ha sido afirmativa indique ¿Cuál de los siguientes ítems considera usted que es la razón para sentirse desmotivado?**

- a. Si las demás personas no pagan, yo tampoco pago
- b. Existe la malversación de fondos públicos por parte del Estado
- c. La administración pública es ineficiente en el manejo del Tesoro Público

16. Si el Estado no controlara el pago de impuestos y no le multara por no hacerlo, ¿Ud. Pagaría sus impuestos en forma voluntaria y consciente?

Si () No ()

17. ¿Conoce usted cuales son las sanciones tributarias que le podría afectar a su negocio?

Si () No () No sabe ()

18. ¿Qué opinión le merece la actual legislación tributaria en el Perú?

a) Buena () b) Regular () c) Mala ()