

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE
CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

**“LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL
DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO - 2016.”**

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

PRESENTADO POR:

Bach. OSORIO SARMIENTO, Orlando David

DOCENTE ASESOR:

C.P.C. TONIO LUCHO REPETTO GARCÍA

HUÁNUCO – PERÚ

2017

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 12:00 am del día 19 del mes de Diciembre del año 2017, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales "San Juan Pablo II" (Aula 202-P5), y en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes: C.P.C. Nilton Jara y Claudio Presidente); C.P.C Gilver Encarnación Candelario (Secretario); y el Econ. Vladimir Santiago Espinoza (Miembro); nombrados mediante la Resolución N° 1359-2017-D-FCOMP-EAPCF-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO - 2016", presentado por la Bachiller en Contabilidad y Finanzas; OSORIO SARMIENTO, Orlando David para optar el título Profesional de CONTADOR PUBLICO

Teniendo en consideración el contenido del informe final de la tesis y los conocimientos demostrados por el sustentante, se considera *Aprobado* Con la nota de *12.00* (13), correspondiente al calificativo *Suficiente*

En consecuencia queda en condición de ser considerada: *Apto* para recibir el Título Profesional de CONTADOR PUBLICO.


PRESIDENTE
C.P.C. Nilton Jara y Claudio


SECRETARIO
C.P.C Gilver Encarnación Candelario


MIEMBRO
Econ. Vladimir Santiago Espinoza

DEDICATORIA

A Dios, a mis amados padres por darme la oportunidad de vivir cada día y por estar presente en todo instante de mi vida, sus consejos, enseñarme buenos valores, motivación y constancia; lo cual me ha permitido ser una persona de bien, pero más por su amor y cariño brindado con sabiduría e inteligencia.

AGRADECIMIENTOS

- ✓ Quisiera agradecer especialmente a Dios por todo sus bendiciones para culminar este trabajo, dándome la sabiduría necesaria.
- ✓ A mis Padres amados por el gran apoyo incondicional que me han brindado en cada paso de mi vida.
- ✓ A mi asesor de tesis, por haberme orientado con su conocimiento necesario para cumplir con el objetivo planteado del proyecto, con su dedicación, esfuerzo desinteresado, paciencia, esmero, entrega y aporte valioso.
- ✓ Por último a mis maestros y a la E.A.P. Contabilidad y Finanzas, aquellos que marcaron cada etapa de mi camino universitario, estando prestos a brindarme asesorías, por darme respuesta a todas las dudas, por darme ánimo y contribuir a que este proyecto se realice, así mismo a cada una de las personas que participaron directa e indirectamente en la elaboración del proyecto.

INDICE

PORTADA

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMEINTOS	iii
INDICE	iv
RESUMEN.....	vii
ABSTRAC.....	viii
INTRODUCCIÓN	ix

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1.DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	11
1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	14
1.2.1. Problema General	14
1.2.2. Problemas Específicos	14
1.3. OBJETIVO GENERAL	14
1.4. Objetivos Específicos	14
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.	15
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.	16
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	16

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO.

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
2.1.1 A nivel internacional	19
2.1.2. A nivel de nacional	17
2.1.3. A nivel local	20
2.2. BASES TEÓRICAS.	21
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.	27

2.4. HIPÓTESIS.	32
2.4.1. Hipótesis General	32
2.4.2. Hipótesis Específicos	32
2.5. VARIABLES.	32
2.5.1 Variable Independiente:	32
2.5.2 Variable dependiente.	32
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	33

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Tipo de Investigación Referencial	35
3.1.1. Enfoque.	35
3.1.2. Alcance o nivel.	35
3.1.3. Diseño.	35
3.2. POBLACION Y MUESTRA.	36
3.2.1. Población	36
3.2.2. Muestra	37
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	39
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	39

CAPITULO IV

RESULTADOS.

4.1. PROCESAMIENTO DE DETOS	40
4.2. CONTRASTACION DE HIPOTESIS Y PRUEBA DE HIPOTESIS	53
4.2.1. CONTRASTACION DE HIPOTESIS GENERAL.	53
4.2.2. CONTRASTACION DE HISPOTESIS ESPECÍFICAS.	54

CAPITULO V

DISCUSION DE RESULTADOS	56
CONCLUSIONES	58

RECOMENDACIONES	59
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	60
ANEXOS	61

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se centró en el Mercado Central de Huánuco, también conocido como mercado viejo, debido a que es un lugar de gran movimiento comercial.

Titulado como **“la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco 2016”**

Por ello esta tesis explica la gran importancia que tiene la cultura tributaria sobre los comerciantes y tiene como objetivo determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Huánuco – 2016. Donde al final utilizando los instrumentos y métodos para la recolección de información, para determinar la incidencia de la cultura tributaria en sus obligaciones se determinó la incidencia que hay entre ambos.

El tipo de investigación es aplicada, porque se utilizaron como referencias investigaciones ya realizadas, materiales previstas para lograr los objetivos. Es de nivel descriptivo, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental; la población es de 250 comerciantes, y la muestra de 57 comerciantes. Donde se llegó a ver que la mayoría de los comerciantes si tienen conocimientos sobre el tema de tributación, pero no valoran el uso y manejo de los impuestos por parte del Estado, hay mucha desconfianza ya que los comerciantes no están bien informados sobre el uso y destino, por ello suelen cumplir sus obligaciones solo por temor a multas y diferentes tipos de sanciones, pero si tuviesen más instrucción en estos temas si podrán mejorar : contando con un planeamiento tributario, contando con una mejor conciencia tributaria respecto a la distribución de sus tributos para que así sepan que cumplir con las obligaciones tributarias es muy beneficioso ya que el aporte que se le hace al sistema no es perjudicial sino que trae consigo crecimiento económico para el país entero.

ABSTRAC

The present research work focused on the central market of Huánuco, also known as the old market, because it is a place of great commercial movement.

Titled as "the tax culture and its incidence in the fulfillment of the tributary obligations of the merchants of the central market of the city of Huánuco 2016"

Therefore, this thesis explains the importance of the tax culture that traders have and aims to determine the incidence of tax culture in compliance with tax obligations in the merchants of the central market of the city of Huánuco - 2016. Where in the end using the instruments and methods for collecting information to determine the impact of the tax culture on its obligations.

The type of research is applied, because research already carried out, materials intended to achieve the objectives were used as references. It is descriptive level, quantitative approach and non-experimental design; The population consists of 250 merchants, reaching a sample of 57 merchants. Where it came to be seen that most traders do have knowledge on the subject of taxation, but do not value the use and handling of taxes by the state, there is much distrust as traders are not well informed about the use and destination, therefore usually meet their obligations only for fear of fines and different types of penalties, but if they had more instruction in these issues can be improved as follows; With tax planning, they must also have a better tax awareness regarding the distribution of their taxes so that they know that complying with tax obligations is very beneficial since the contribution made to the system is not harmful, but rather it brings economic growth for the whole country.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad en cuanto respecta a la cultura tributaria, por la cual atraviesa nuestra sociedad peruana y de todo Latinoamérica es muy amplio abarca muchas situaciones políticas, sociales y económicas.

El sistema tributario peruano se desenvuelve dentro del marco conceptual que le brinda el Derecho Tributario y el Código Tributario y se materializa a través del cobro de impuestos, contribuciones y tasas que constituyen ingresos tributarios de los diferentes niveles de gobierno local, regional y central, en este caso que esta administrado y Fiscalizado por la SUNAT. Ya que por medio de los tributos se busca aumentar los ingresos del estado para financiar el gasto público, con ello el Estado destina recursos para satisfacer las necesidades públicas como: Educación, salud seguridad ciudadana, justicia, etc. Y así mismo ´ para sostener lugares públicos como parques y jardines, bibliotecas, museos, limpieza pública, etc.

El incumplimiento tributario es un problema local y nacional, los comerciantes se denominan mayormente por no cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente, sino bajo presión de la Administración Tributaria, por temor a las sanciones y multas que generan el incumplimiento de sus obligaciones.

La investigación se inicia por razones de que se observa y hay un intercambio de palabras con los comerciantes acerca de este tema, de manera que se pudo ver deficiencia y poca valoración en el cumplimiento tributario por parte de la población. Donde resalta una conciencia tributaria baja que tienen todos los comerciantes de pagar voluntariamente y puntualmente sus obligaciones por razones que la ciudadanía no está informado de manera exacta acerca de la tributación y sobre el destino y manejo de los impuestos, ya que todos los ciudadanos debemos estar capacitados en el ámbito tributario, saber cuando comienza y termina la responsabilidad y la de nuestras autoridades para sacar adelante el país, porque los recursos que obtienen es del pueblo y el Estado los debe

devolver en bienes y servicios públicos.

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

En el presente trabajo el capítulo I, se describió la realidad del problema, así mismo se formuló el problema general y las específicas, los antecedentes y el objetivo de la investigación; las limitaciones y justificaciones

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

El capítulo III, está compuesto por la metodología de la investigación, el cual detalla de los métodos y técnica utilizados y los procedimientos de investigación, de la misma manera se detallan la población y la muestra a estudiar.

En el capítulo IV, está compuesto por resultados de la investigación, interpretación de datos, discusión de resultados y contrastación de hipótesis.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

Los cambios presentados en los entornos sociales, culturales y económicos como respuesta a la globalización, se han visto impulsados a realizar un rol diferente en cada país para el desarrollo y la calidad de vida de un país. Donde la cultura tributaria interviene en las empresas permitiendo asumir sus obligaciones tributarias en los diferentes sectores económicas de un país.

Borja Díaz Rivillas y Antonio Henrique Lindemberg participantes de FRODECON México – Cultura Tributaria en América Latina; esbozan un panorama general de la Cultura Contributiva en América Latina. Estos participantes destacan que en materia fiscal, la región padece serias asimetrías respecto a la igualdad entre el Estado y los ciudadanos, motivadas por una conciencia cívico–tributaria débil y problemas de gasto y gestión público, siendo un círculo vicioso que limita los avances política sy sociales. Señalan que esta situación requiere forjar una nueva relación entre Estado y sociedad en materia fiscal basada en la confianza y en la colaboración, y no sólo en la coacción. Para ello se deben de tener en cuenta las estrategias de lucha contra el fraude fiscal y la corrupción debe ser combatida con iniciativas educativas que vinculen el cumplimiento tributario y la vigilancia social del gasto con los siguientes 6 valores democráticos y el ejercicio de ciudadanía. Aseveran que la educación fiscal vinculada a la promoción de la transparencia en la gestión presupuestaria y el derecho de acceso a la información pública son estrategias cada vez más relevantes para lograr una mayor legitimidad, comprensión y rendición de cuentas.

Según el Diario GESTION el Diario de Economía y Negocios del Perú, marzo del 2016- **EVASIÓN DE IMPUESTOS.** El Perú es uno de los países de América Latina que tiene mayor porcentaje de evasión y elusión

tributaria, la mayor parte por emitir comprobantes de pago falsas por operaciones no reales, estos hechos se dan debido a que no existe una conciencia tributaria en los contribuyentes y que a pesar de sus esfuerzos de la SUNAT por reducir la evasión no se está cumpliendo con las funciones que la ley le obliga tales como: Orientar a los contribuyentes de esta zona geográfica y la de establecer mecanismos para que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias. Tal es así que muchos contribuyentes hoy con negocios formales han empezado trabajar como ambulantes sin cumplir con sus obligaciones tributarias.

Entendemos que el cumplimiento de las obligaciones tributarias es una actividad poco agradable para los contribuyentes, debido a muchas consideraciones entre las que se podrían destacar el mal uso de los fondos, la falta de servicios básicos en la ciudad, etc. esta realidad sumada al bajo nivel cultural de no conocer cual es el destino de nuestras contribuciones hace que el contribuyente no tenga la responsabilidad en cumplir con sus obligaciones tributarias. El incumplimiento tributario es un problema diario en el ámbito nacional y local, los comerciantes están denominados mayormente por no cumplir voluntariamente con sus obligaciones tributarias de forma voluntaria, solo cumplen por temor a las sanciones y multas que genera el incumplimiento de sus obligaciones.

El presente trabajo de investigación se inicia debido a todos estos antecedentes, así mismo se ha podido observar que este tema no ha sido suficientemente abordado en nuestra ciudad, así mismo al conversar con los comerciantes durante mi permanencia en la Municipalidad Provincial de Huánuco como practicante, se pudo ver deficiencia y poca valoración en el cumplimiento tributario por parte de la población, centrado en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco. Donde resalta una conciencia tributaria baja que tienen todos los ciudadanos de pagar voluntariamente y puntualmente sus obligaciones por razones que la ciudadanía no está informado en su totalidad acerca de la tributación y sobre el destino y manejo de los impuestos, ya que todos los ciudadanos debemos estar capacitados en el ámbito tributario, saber dónde comienza y termina la responsabilidad y la de nuestros gobernantes para sacar

adelante el país porque los recursos que obtienen pertenece al pueblo y el Estado los debe devolver en bienes y servicios públicos.

La SUNAT no ha podido establecer medidas firmes para establecer acciones y políticas tributarias efectivas, acorde al incremento de las necesidades de la población y teniendo en cuenta que la tributación es un tema de mucha importancia y es muy sensible, porque se trata de que el contribuyente considera que el tributo que le comprende pagar es suyo, considerando a favor del estado.

Donde se observó que los comerciantes del Mercado Central de Huánuco y se pudo percibir una cultura tributaria débil basado en el incumplimiento de sus obligaciones tributaria: por lo que a que no cuentan con los conocimientos básicos sobre sus obligaciones tributarias, no le asignan un valor a la función social del tributo, y por el escaso nivel de conciencia tributaria.

Según CABELLO VELA, Juan. Huánuco - Perú 2013. La escasa conciencia tributaria que tienen los contribuyentes, por la ineficiencia de las políticas tributarias y la administración tributaria debe generar y ejecutar información tributaria clara, precisa de fácil entendimiento por todos los contribuyentes.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la Cultura tributaria incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016?

1.2.2. Problemas Específicos.

¿De qué manera los conocimientos de tributación inciden en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco-2016?

¿De qué manera la valoración de los tributos incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016?

1.3. OBJETIVO GENERAL.

Determinar la incidencia de la Cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Determinar la incidencia de los conocimientos de tributación en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco -2016.

Determinar la incidencia de la valoración de los tributos en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco -2016.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

Justificación Práctica.

Se justifica esta investigación ya que es necesario para determinar la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco -periodo 2016.

Además para poder participar en el ámbito social, ya que los resultados contribuirán en la toma de decisiones apropiadas por las entidades correspondientes, para el mejoramiento e implementación de estrategias de creación de cultura tributaria en los comerciantes.

Justificación Teórica.

Teniendo como valor teórico la siguiente investigación podrá servir y aportar como material útil ya sea como antecedentes, base teóricas para las investigaciones que se podrán realizar los estudiantes universitarios, empresas, etc. Así mismo generando conocimientos teóricos sobre cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del departamento de Huánuco.

Justificación Metodológica.

La investigación permite utilizar un conjunto de procedimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada y sistemática para poder obtener información vinculada a la investigación sobre la Cultura Tributaria y su incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Huánuco 2016.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.

Las limitaciones de la ejecución de este proyecto de tesis son:

- El acceso a la información en el mercado central es limitada por parte de los comerciantes que no brindan información correcta y otros se abstienen.
- También imprevistos que pueden presentarse en el proceso de la investigación.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

El proyecto la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016, es viable, porque hay posibilidad de llevarse a cabo con un plan de proyecto e información necesaria para su desarrollo.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO.

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1.1 A nivel internacional:

Autor: ROMERO AUQUI MIGUEL NATHAEL, VARGAS MOREIRA CINDY MARÍA.

Título: LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EN LOS COMERCIANTES DE LA BAHÍA “MI LINDO MILAGRO” DEL CANTÓN MILAGRO.

Año: MILAGRO, SEPTIEMBRE DEL 2013-ECUADOR.

Conclusiones:

- Actualmente el Servicio de Rentas Internas posee espacio físico dentro de

sus instalaciones, pero no mejora la propagación de publicaciones tributarias a los contribuyentes.

- Como consecuencia de una escasa, inexistente o equivocada Cultura Tributaria, los comerciantes de la Bahía “Mi Lindo Milagro” no activan el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.
- El Servicio de Rentas Internas realiza capacitaciones durante todo el año, pero se recalca que éstas no incitan o involucran a la población estudiada para obtener información tributaria.
- La tributación no solamente consiste en ser una obligación legal que tiene que asumir todo ciudadano, más bien debe ser un acto cívico que beneficie a su entorno. Para que el Estado asuma y retribuya mejor sus obligaciones, la persona debe asumir también su responsabilidad de pagar impuestos.
- Las estrategias planteadas posiblemente contribuirán a la generación de Cultura Tributaria y a mejorar en gran parte la calidad de información en cada uno de los ciudadanos acerca de los impuestos, deberes-derechos como futuros contribuyentes y el rol importante que el Estado desempeña dentro de la sociedad.

2.1.2. A nivel de nacional

Autor: Hanco Larico, Odila Bertha

Título: NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODOS 2012 -2013.

Año: 2015- Puno

Conclusiones:

PRIMERA: Se establece según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 117 comerciantes no tienen una cultura tributaria, lo cual representa el 51% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 28.33% son del rubro textil, el 7.41% del rubro electrodomésticos, 4.36% del rubro

calzados y 10.90% rubro abarrotes, lo que influye negativamente en la informalidad comercial que existe y de esa manera hacen que se incremente más la actividad informal en el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca.

SEGUNDA: En los valores y actitudes, los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 132 comerciantes no practican valores para la tributación, lo que representa el 58% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 36.47% son del rubro textil, el 7.47% del rubro electrodomésticos, 3.08% del rubro calzados y 10.98% rubro abarrotes.

TERCERA: En el cumplimiento de las obligaciones tributarias y sobre la responsabilidad del pago de impuestos de los comerciantes según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 153 comerciantes no pagan ningún tipo de impuestos; y esta representa el 66% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 38.82% son del rubro textil, el 10.78% electrodomésticos, 3.88% calzados y 12.51% rubro abarrotes, se concluye que, el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes rubros de negocios comerciales.

CUARTA: Si se incrementa en los Programas Curriculares del Sistema Educativo contenidos sobre Educación Tributaria, basada en la práctica de valores, los resultados a futuro serian favorables para el Estado ya que el crecimiento de la recaudación seria paralela a la base tributaria, lo cual ayudara en desarrollo del país y asi gozar de mejor calidad de servicios que brinda el estado.

Autor: BACH. CLAUDIA GIOVANNA CHÁVEZ RODRÍGUEZ

Título: CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL

CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SEÑOR DE LA SOLEDAD DE HUARAZ 2015.

Año: Huaraz – Perú 2017

Conclusiones:

- **Respecto a la cultura tributaria de los comerciantes.**

Se ha descrito la cultura tributaria de los comerciantes del mercado señor de la soledad de Huaraz, de la siguiente manera, El 67.5% de los comerciantes dicen que conocen y cumplen sus obligaciones tributarias, mientras que el 32.5% de los comerciantes manifiestan lo contrario. Asimismo, el 60% de los comerciantes son conscientes que el pagar los tributos mejora la calidad de vida de los ciudadanos, mientras que el 40% de los comerciantes opinan lo contrario. Seguidamente el 57.5% de los comerciantes dicen que realizan su declaración de pagos a la SUNAT de manera voluntario, por el caso contrario el 42.5%, de manera obligatoria.

- **Respecto a las obligaciones tributarias de los comerciantes.**

Se ha descrito las obligaciones de los contribuyentes, teniendo como resultado, que el 100% de ellos se encuentran inscritos en el Registro Único de Contribuyentes como persona natural; así mismo el 100% responden, que emiten y entregan el comprobante de pago por la venta y/o servicio realizado. Del mismo modo que el 85% cumplen con el pago de tributo oportunamente cuando la Sunat lo solicita, mientras que el 15% responden lo contrario.

- **Respecto a la cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los comerciantes.**

Se ha descrito la cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los comerciantes de la siguiente

manera; el 67.5% de los comerciantes dicen que conocen y cumplen sus obligaciones tributarias, mientras que el 32.5% de los comerciantes manifiestan lo contrario. Asimismo, el 60% de los comerciantes son conscientes que el pagar los tributos mejora la calidad de vida de los ciudadanos, mientras que el 40% de los comerciantes opinan lo contrario. Seguidamente el 57.5% de los comerciantes dicen que realizan su declaración de pagos a la SUNAT de manera voluntario, por el caso contrario el 42.5%, de manera obligatoria. Del mismo modo el 100% de ellos se encuentran inscritos en el Registro Único de Contribuyentes como persona natural; así mismo el 100% responden, que emiten y entregan el comprobante de pago por la venta y/o servicio realizado. Del mismo modo que el 85% cumplen con el pago de tributo oportunamente cuando la Sunat lo solicita, mientras que el 15% responden lo contrario; concluyendo de esta manera que la cultura tributaria de los comerciantes del mercado señor de la soledad de Huaraz, incide favorablemente en sus obligaciones tributarios.

2.1.3. A nivel local

Autor: Bach. GALARZA ARANA, Gisela Francisca

Título: INCIDENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA DISMINUCIÓN DE LA EVASIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES DE CUARTA CATEGORÍA AL IMPUESTO A LA RENTA EN LA PROVINCIA DE HUÁNUCO EN EL PERIODO 2012-2013.

Año : 2013- HUANUCO-PERU

Conclusiones:

- Si bien para ellos existe una norma socialmente aceptada como lo es la obligatoriedad del pago de impuestos por mandato de ley, esta norma por diversas razones puede saltarse o desconocerse. Esto se evidencia al haber un porcentaje mucho mayor de contribuyentes que consideraron no estar de acuerdo con la afirmación de que la falta de

honradez de algunos no es excusa para que otro deje de pagar sus impuestos y al expresar que una de sus razones de sus desmotivación era que si un contribuyente no pagan yo tampoco.

- Se concluye que, con este estudio ha quedado evidenciado, que el contribuyente de la provincia de Huánuco no lleva arraigada su obligación del pago de tributo como algo inherente a su ciudadanía. La gran mayoría de los entrevistados respondió negativamente sobre el cumplimiento de las leyes tributarias y sobre la responsabilidad del pago de sus impuestos.

2.2. BASES TEÓRICAS.

El presente trabajo de investigación se sustenta con el siguiente fundamento teórico.

Según Ataliba Geraldo (2000 - p.1) **HIPOTESIS DE LA INCIDENCIA TRIBUTARIA.** Lima, Instituto Peruano de Derecho Tributario.

“La cultura tributaria es la capacidad o comportamiento que optan los contribuyentes, de la misma manera es la manifestación frente a la administración tributaria, de como enfrentan los contribuyentes sus deberes y derechos frente a esta situación. Es la forma de ser y actuar de los contribuyentes frente al ámbito y sistema tributario. La cultura tributaria es un proceso. Dicho proceso parte con la educación tributaria, continua con la generación de conciencia tributaria y termina en la cultura tributaria, es decir con la manifestación de una forma de vida frente al sistema tributario del país. No es fácil tener cultura tributaria, es más algunos países no logran tenerlo. La cultura tributaria se manifiesta en el primer mundo. En nuestro medio la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria tiene un plan para la generación de cultura tributaria, gran parte ya se ha ejecutado, estos no tuvieron buenos resultados en los contribuyentes frente a los temas tributos.

La expansión de cultura tributaria tiene una contrapartida, donde se ha llegado a la conclusión de que los contribuyentes dejarían de eludir y evadiré en el caso de que el Estado utilizara correctamente sus tributos,

pero frente a un estado con avisos de corrupción la generación de cultura no avanza en ningún ámbito, se encuentra realmente estancada. La cultura tributaria es el corolario de desarrollo de conciencia ciudadana y tributaria en la población para el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias.”

CULTURA TRIBUTARIA:

Según LLANCO INGARUCA CESAR FERNANDO.HUANUCO – PERU.

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

Según Valerio y Ramírez, (2009. P. 59) 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”

IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Según Armas, M. (2009) nos dice que la importancia de la cultura tributaria está en la propia persona quien es la que acepta el sitio que le corresponde en la sociedad, por lo cual desarrolla un sentido de solidaridad para con los demás. Por lo tanto, se debe admitir que las obligaciones tributarias es un dispositivo en pro del bien común. También el cumplimiento de esas obligaciones lleva inherente el derecho y legitimidad que tienen los ciudadanos de exigir al Estado el cumplimiento de sus obligaciones.

CARACTERISTICAS DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Según Armas, M. (2009) se pueden mostrar características particulares de la cultura tributaria, tales como los valores sociales, conocimiento y actitud ante una situación, el tributo que a su vez está estrechamente relacionado con las normas legales que involucran deberes, obligaciones y derechos para los sujetos que intervienen en la relación jurídico tributario.

ELEMENTOS DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Según Armas, M. (2009) está conformada por los atributos que caracteriza la cultura tributaria, estos son:

- Valores
- Normas legales
- Tecnología

COMPONENTES DE LA CULTURA TRIBUTARIA

- La ciudadanía
- Las autoridades políticamente responsables
- La legalidad, los ciudadanos deben respetar las leyes y regirse base a ellas, de no hacerlo así el Estado cuenta con sanciones para los que violan dichas normas.

OBLIGACIÓN TRIBUTARIA:

Según Margain. (2000, p.229) define a la obligación tributaria como: “el vínculo jurídico en virtud del cual el Estado, denominado sujeto activo, exige de un deudor, denominado sujeto pasivo, el cumplimiento de una prestación pecuniaria excepcionalmente en especie”.

Según el código tributario del Artículo 1º.- CONCEPTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA:

“La obligación tributaria es de derecho público, esta vinculado con el acreedor y el deudor tributario establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente”.

OBLIGACIONES FORMALES Y SUSTANCIALES

Estas obligaciones varían según las categorías de renta o el régimen tributario en el que está comprendido el contribuyente. Por otra parte, los plazos para cumplir estas obligaciones están señalados en el Cronograma de Vencimientos que establece la SUNAT. Dicho cronograma está en función del último dígito del número de RUC de los contribuyentes y de la incorporación de los contribuyentes y responsables han sido incorporados al Régimen de Buenos Contribuyentes.

Las obligaciones formales son aquellas que no están referidas directamente al pago de tributos, pero lo facilitan, permitiendo a la Administración Tributaria su recaudación y fiscalización, como en el caso de la presentación de declaraciones mensuales.

En cambio, las obligaciones sustanciales están referidas al pago de tributos.

*** OBLIGACIONES TRIBUTARIAS PRINCIPALES**

Según Vara, j. (2010)

- LA OBLIGACION DE “DAR”

Es la obligación que tiene el sujeto pasivo de dar en la generalidad de los casos una suma de dinero o especie en una excepcionalidad, constituye una obligación y/o tarea del contribuyente.

*** OBLIGACIONES TRIBUTARIAS SECUNDARIAS**

Según Vara, j. (2010)

- LA BOLIGACION DE “ HACER”

Es todo lo racionado con los deberes como la presentación de declaraciones, la liquidación de impuesto, la verificación de los hechos, la investigación y comprobación de capacidad contributiva.

- **LA OBLIGACION DE “NO HACER”**

Están referidas como su nombre lo indica de no realizar actos que la SUNAT prohíba, para facilitar la administración y correcto orden en los parámetros de imposición del impuesto.

En este caso se refiere a no atrasar o entorpecer la actividad de fiscalización por parte del sujeto pasivo.

- **LA OBLIGACION DE “TOLERAR”**

El deudor tributario debe de permitir en una determinación de tributos de oficio por parte de la Administración, exhibir libros de actas, libros y registros contables además de documentos relacionados con hechos generadores de la Obligación Tributaria en la forma y plazo en las que se requiere.

Proporcionar a la Administración tributaria la información que esta requiere o la que ordena las normas tributarias.

NACIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

Según el TUO, (2013) la obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación.

EXIGIBILIDAD DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

Según el TUO, (2013) es exigible:

- Cuando es determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por ley o reglamento.

- .cuando deba ser determinado por la Administración Tributaria, desde el día siguiente que contenga la determinación de la deuda tributaria

CAPACIDAD TRIBUTARIA

Tienen capacidad tributaria las personas naturales o jurídicas, comunidades de bienes, patrimonios, sucesiones indivisas, fideicomisos, sociedades de hecho, sociedades conyugales u otros entes colectivos, aunque estén limitados o carezcan de capacidad o personalidad jurídica según el derecho privado o público, siempre que la Ley le atribuya la calidad de sujetos de derechos y obligaciones tributarias.

CONTRIBUYENTES

Es aquella persona física con derechos y obligaciones, frente a un ente público, derivados de los tributos. Es quien está obligado a soportar patrimonialmente el pago de los tributos, con el fin de financiar el Estado.

COMERCIANTE

Es la persona dedicada a realizar transacciones de compra y venta en un mercado, ya sea como empresario individual o en representación de la una sociedad. La actividad que realiza puede ser al por mayor o menor.

MERCADO

Es una institución u organización donde se realiza conjunto de actividades de compra y venta de mercancías y servicios; oferta y demanda de la misma a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.

Tributo:

Prestación generalmente pecuniario que el estado exige en ejercicio de su poder de imperio en virtud de la ley, para cubrir gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines.

El tributo comprende:

1. **impuestos.-** cuyo cumplimiento no dirigirá a una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del estado.
2. **contribuciones.-** es el tributo cuya obligación tiene como generador de beneficios derivados de la realización de las obras públicas o actividades estatales.
3. **Tasas.**
 - 3.1. **Arbitrios.-** tasa que se paga por la prestación o mantenimiento de un servicio público.
 - 3.2. **Derechos.-** tasa que se paga por una prestación de un servicio administrativo público.
 - 3.3. **Licencias.-** tasa que gravan la obtención de autorización específica para la realización de actividades de provecho particular, siendo sujeto a control.

Los Regímenes Tributarios

Son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que posea o va a iniciar un negocio deberá estar registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, que establece los niveles de pagos de impuestos nacionales.

- **Nuevo Régimen Único Simplificado - RUS**

Es el primer régimen donde se encuentran las personas o negocios de menor movimiento económico establecido dentro de los rangos establecidos por la SUNAT.

- **Régimen Especial del Impuesto a la Renta - RER**

El RER es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes, es decir rentas de naturaleza empresarial o de negocio.

- **Régimen MYPE Tributario**

En este régimen están Personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, la asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domicilias en el país cuyos ingresos no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable.

- **Régimen General del Impuesto a la Renta**

El Impuesto a la Renta de Tercera Categoría grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo.

Dentro de las características principales de este régimen tenemos:

- Es régimen con un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados.
- Es fuente generadora de renta: Capital y Trabajo.
- Se tiene que sustentar sus gastos.
- Se debe realizar pagos a cuenta mensuales por el Impuesto a la Renta.
- Se presenta Declaración Anual.

CONCIENCIA TRIBUTARIA

Es el sentido común que cada persona tiene para actuar o tomar posición frente al tributo.

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) se encarga de administrar los impuestos internos y recauda

aproximadamente el 72% de los ingresos, mientras que la Superintendencia Nacional de Aduanas (ADUANAS), contribuye con cerca del 26%.

Entonces, del éxito que tengan estas instituciones en sus respectivas labores dependerá que podamos tener mejor educación con escuelas bien equipadas, buenas carreteras, servicios de salud adecuados, administración de justicia eficiente y mayor seguridad interna y externa, entre otras cosas.

En este orden de ideas, un elemento clave para lograr una mayor recaudación es el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los ciudadanos. Para ello es necesario que las personas asuman la tributación como un compromiso que forma parte de sus deberes y derechos como ciudadanos integrantes de una comunidad, como agentes activos del proceso y no en forma pasiva.

Un agente activo es un ciudadano que toma conciencia de su modo de actuar en sociedad, es más participativo y crítico, acepta las normas y cumple con sus obligaciones por convicción, lo que lo faculta a exigir el respeto y el cumplimiento de sus derechos. En ese sentido, toma conciencia que tiene participación activa en el futuro de su sociedad y del país, asumiendo responsabilidades sociales y aportando al desarrollo de la comunidad. Dentro de estas responsabilidades está incluida la tributación.

En el campo tributario, esto significa interiorizar el concepto que pagar impuestos no es sólo un acto de solidaridad o una obligación, sino principalmente es un compromiso de todos y cada uno de los que vivimos en este país.

Factores para el cumplimiento voluntario

La aceptación de los impuestos depende de diversos factores, que pueden ser, psicológicos, sociales, organizativos, económicos y legales que están estrechamente vinculados entre sí

a) Sicológicos.- Para que los contribuyentes acepten los impuestos, deben considerar que el sistema tributario es justo. Esto ocurre cuando en forma generalizada aceptan que son tratados individualmente con justicia tanto por las normas como por las instituciones que administran los tributos.

Los contribuyentes que se sientan tratados injustamente, aun cuando ello no responda a la realidad, tendrán una actitud contraria y de resistencia al pago de impuestos.

b) Sociales.- El grado de aceptación del sistema tributario también estará en función a la calidad de los servicios que brinda el Estado y a en qué grado éstos responden a las necesidades de la población. En la medida que es la actuación de la Administración Tributaria la que el contribuyente relaciona con los impuestos que paga, una atención rápida, amable y eficiente propiciará un mayor cumplimiento.

En este punto, también cabe destacar el papel de los derechos de las personas. Dado que los impuestos son obligatorios y teniendo la Administración Tributaria, facultades para su cobranza, es imprescindible tener en cuenta los derechos y garantías de los contribuyentes. En caso contrario, se producirá un rechazo social.

c) Organizativos.- La conciencia tributaria se ve condicionada además por la forma en que los contribuyentes perciben su funcionamiento. Así, la complejidad de las normas, la utilización de un lenguaje poco comprensible para el ciudadano y las dificultades de los contribuyentes para entender el funcionamiento de la Administración Tributaria influyen negativamente en el cumplimiento voluntario.

d) Legales.- La existencia de un sistema tributario justo, simple, de aplicación masiva, con tasas moderadas y que no distorsione la asignación de recursos, además de facilitar la recaudación, también contribuye a la aceptación de los tributos.

En ese sentido, la complejidad de un sistema puede contribuir a su rechazo en la medida que genera una desigualdad de oportunidades por la

información con que cuentan los contribuyentes. Aquéllos mejor informados estarán en mejores condiciones para cumplir con sus obligaciones, otros deberán gastar en asesoramiento externo y los de menores recursos se verán inducidos al incumplimiento.

Sobre el particular, debemos indicar que la existencia de exoneraciones e incentivos tributarios es un elemento de distorsión y complejidad del sistema tributario. En la mayor parte de países de la región, éstos son utilizados como instrumentos de política económica y se fundamentan en:

- Promover la descentralización productiva, incentivando actividades industriales en regiones deprimidas, principalmente selva y frontera.
- Promover el desarrollo de la pequeña empresa.
- Abaratar los bienes y servicios de primera necesidad, por medio de la exoneración del IGV.
- Promover el desarrollo de determinadas actividades económicas, tales como la agricultura, la agroindustria y la minería.

Sin embargo, la aplicación de estos incentivos da lugar a sofisticaciones en la legislación, por ejemplo, inclusión de tasas diferenciales, exoneraciones y el uso de créditos fiscales y compensaciones, que a veces son utilizados inadecuadamente a través de formas de elusión y evasión tributaria.

e) Económicos.- Una persona que no paga sus impuestos, puede seguir disfrutando de los servicios del Estado, lo que resulta negativo para una cultura de aceptación de los impuestos. Sin embargo, si esta persona es descubierta, su situación económica se verá afectada por la regularización tributaria que deberá efectuar, además de la probable sanción que se le aplicará.

De allí que la decisión de cumplir con sus obligaciones tributarias está en relación directa con el riesgo de ser descubierta. Es por ello que las acciones de la Administración Tributaria no pueden centrarse únicamente en proporcionar información, orientación o brindar una atención eficiente, sino que debe enfatizar también en las acciones de fiscalización y control.

2.4. HIPÓTESIS.

2.4.1. Hipótesis General:

La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco-2016.

2.4.2. Hipótesis Específicos:

El conocimiento de los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016.

La valoración de los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de Huánuco - 2016.

2.5. VARIABLES.

2.5.1 Variable Independiente:

Cultura tributaria

2.5.2 Variable dependiente.

Cumplimiento de las obligaciones tributarias

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (Dimensiones e Indicadores)

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
V.I Cultura Tributaria	Conocimiento de tributación	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de instrucción Nivel de educación tributaria (Charlas y capacitaciones) 	2. Nivel de instrucción 4. ¿Ud. sabe que es un tributo? 7. ¿Ud. recibe información (charlas y capacitaciones) de la SUNAT acerca de la tributación?
	Valoración de los tributos	<ul style="list-style-type: none"> Conciencia tributaria Motivación por el cumplimiento tributario Difusión informativa sobre el uso de los impuestos recaudados. 	9. ¿Ud. efectuaría sus declaraciones y pagos de impuesto sin el control del estado? 5. ¿Usted cree que es muy importante pagar los tributos? 12. ¿Usted recibió algún tipo de motivación por cumplir con sus impuestos puntualmente? 6. ¿Ud. sabe para que se destinan los impuestos?

<p style="text-align: center;">V.D</p> <p>Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias</p>	<p>Cumplimiento de las Obligaciones formales y sustanciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de comprobante de pago • Lleva libros y registros contables • Efectúa declaraciones y pagos 	<p>8. ¿Ud. efectúa sus declaraciones y pagos de impuesto en la SUNAT?</p> <p>10. ¿Usted emite sus comprobantes de pago ? (boleto de venta, factura)</p> <p>11. ¿Usted lleva libros y/o registros contables?</p>
---	--	---	---

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Tipo de Investigación Referencial.

La presente investigación es de tipo aplicada.

Según **H. Sampieri** (2006). Dado que busca ampliar y profundizar la realidad de las variables tanto independiente como dependiente en el sujeto de investigación. Ello a partir de la caracterización de los componentes que integran cada uno de ellos sustentados en la operacionalización de variables.

3.1.1. Enfoque.

La presente investigación es de enfoque cuantitativo.

Según **H. Sampieri** (2010) el enfoque cuantitativo son un conjunto de procesos donde se recolecta datos para probar hipótesis mediante la medición numérica y análisis estadístico con la cual se puede probar las bases teóricas.

3.1.2. Alcance o nivel.

El alcance o nivel de investigación es descriptivo

Descriptivo.- Según **H. Sampieri** (2010) este nivel de investigación busca describir, especificar propiedades, describir fenómenos, características, situaciones, rasgos y eventos de importancia; ya sea de personas, grupos, comunidades u objetos que se someta a un estudio independiente o en conjunto.

3.1.3. Diseño.

El diseño de investigación según **H. Sampieri (2010)** es toda estrategia o plan adoptada, desarrollada para conseguir la información deseada para realizar una investigación.

No experimental – transversal, de tipo correlacional – causal (Hernández Sampieri, 2006). La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir es una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes, lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal cual, y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. De hecho, no hay condiciones o estímulos los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

Los diseños no experimentales transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede; por otro lado, los diseños no experimentales – transeccional de tipo correlacional – causal son diseños que describen relaciones entre dos o más variables en un momento determinado mediante el siguiente esquema:

$$X_1 \text{ ————— } Y_2$$

3.2. POBLACION Y MUESTRA.

3.2.1. Población:

Según H. Sampieri (2006) la población es un conjunto de elementos o seres vivos con características parecidas o similares que se dirige para una determinada investigación y que se delimita por el problema y objetivo del desarrollo de investigación.

La población del presente trabajo de investigación, lo constituyen todos los Comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco según el padrón

del año 2015 vigente a la fecha se tiene **250** comerciantes, información brindada por la parte administrativa del Mercado Central.

3.2.2. Muestra:

Según H. Sampieri (2006) la muestra es una parte de la población del cual se desea estudiar mediante recolección de datos para conseguir los objetivos planteados.

Para la siguiente investigación se utilizó la muestra piobalística, porque permite determinar de manera exacta los datos para conseguir los objetivos planteados. Donde se define a la muestra probabilística como un subgrupo de la población donde todos tienen las misma posibilidad de ser elegidos utilizando una mecánica de unidad de análisis con la siguiente formula.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot pq}{d^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot pq}$$

N: población = 250

Z: límite de confianza= (1.96)

p: probabilidad de éxito = 0.95

q: probabilidad de fracaso = 0.05

d: precisión absoluta = 0.05

n= muestra.

Luego se aplica la fórmula:

$$n = \frac{250 (1.96^2) \cdot (0.95)(0.05)}{0.05^2 \cdot (250 - 1) + (1.96^2) \cdot (0.95)(0.05)}$$

$$n = 57$$

Muestra Probabilística Estratificada

Según H. Sampieri (2006) sostiene que Muestra Probabilística Estratificada es cuando la población se divide en partes o segmentos y por ello se selecciona una muestra por cada segmento.

$$ME = \frac{n}{N}$$

$$ME = \frac{57}{250}$$

$$ME = 0.228$$

Cuadro N° 01

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA:

UBICACIÓN	N	0.228	n
ABARROTÉS	35	0.228	8
COMIDA	70	0.228	16
ROPA-ZAPATERIA	60	0.228	14
FERRETERIAS	15	0.228	3
FRUTAS Y VERDURAS	30	0.228	7
OTROS	40	0.228	9
TOTALES	250		57

FUENTE: Elaboración Propia

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

VARIABLE	TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS	INSTRUMENTO
CULTURA TRIBUTARIA,	Encuesta	Cuestionario
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	Encuesta	

3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de información.

- **Cuadros estadísticos.-** es una presentación ordenada de un conjunto de datos cuantitativos, también denominado tabulado o tabulación, ya sea en una sola columna o en un solo renglón o también en columnas o renglones cruzados.
- **Gráficos.-** En este apartado se presentan una serie de lineamientos que permitan estandarizar y homogeneizar tanto la presentación como la interpretación de la representación gráfica de las diferencias de los datos entre categorías, unidades territoriales o temporales.
- Microsoft Excel-hoja de cálculo y Word.

CAPITULO IV RESULTADOS

4.1. Procesamiento de datos

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los Comerciantes del Mercado Central de Huánuco-2016, conoceremos la incidencia de la Cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias.

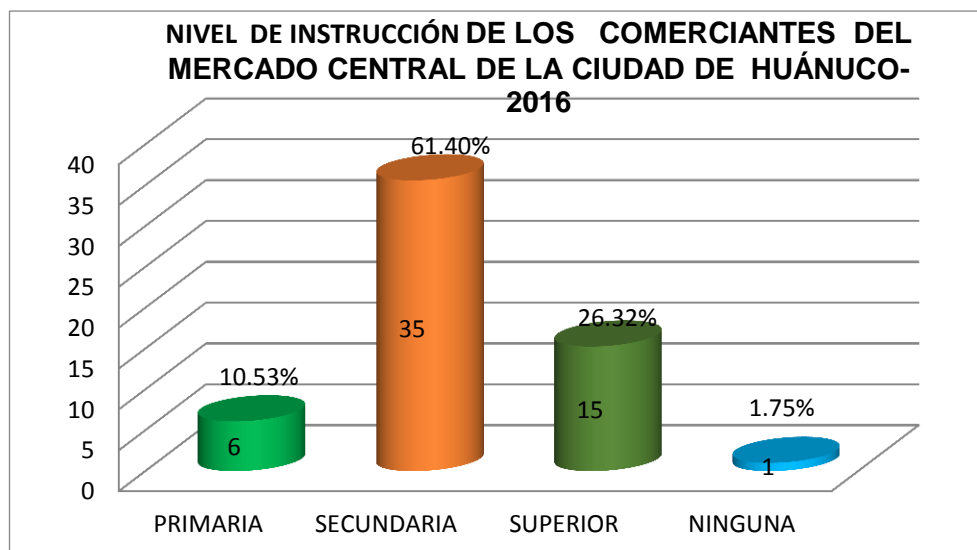
CUADRO N° 02
NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO-2016

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
PRIMARIA	6	10.53%
SECUNDARIA	35	61.40%
SUPERIOR	15	26.32%
NINGUNA	1	1.75%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 02



FUENTE: Cuadro n° 02

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 06 comerciantes cuentan con el nivel de estudios de educación primaria;
y esta representa 10.53% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 35 comerciantes cuentan con el nivel de estudios de educación secundaria;
y esta representa 61.400% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 15 comerciantes cuentan con el nivel de estudios superior;
Y esta representa 26.32% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 1 comerciantes no cuentan con ningún tipo de instrucción;
Y esta representa 1.75% del total de la muestra estudiada.

En resumen la mayoría de los comerciantes tienen un nivel de estudios de educación secundaria, entonces los comerciantes si tienen conocimiento en tema de tributación lo que esto incide en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

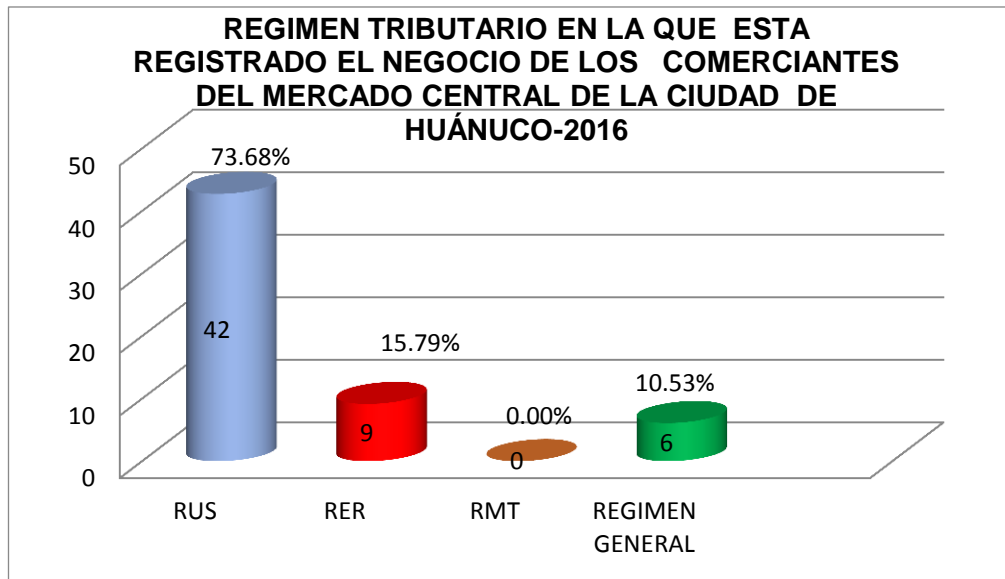
CUADRO N° 03
REGIMEN TRIBUTARIO EN LA QUE ESTA REGISTRADO EL NEGOCIO
DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD
DE HUÁNUCO-2016

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
RUS	42	73.68%
RER	9	15.79%
RMT	0	0.00%
REGIMEN GENERAL	6	10.53%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 03



FUENTE: Cuadro n° 03

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 42 comerciantes se encuentran registrados en el Régimen único simplificado (RUS) ;
y esta representa 73.68% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 09 comerciantes se encuentran registrados en el Régimen Especial del Impuesto a la renta (RER);
y esta representa 15.79% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 0 comerciantes se encuentran registrados en el Régimen Mype Tributario del Impuesto a la Renta;
Y esta representa 0.00% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 06 comerciantes se encuentran registrados en el Régimen General del Impuesto a la Renta;
Y esta representa 10.53% del total de la muestra estudiada.

En resumen la mayoría de los comerciantes se encuentran registrados en el Régimen Único Simplificado (RUS).

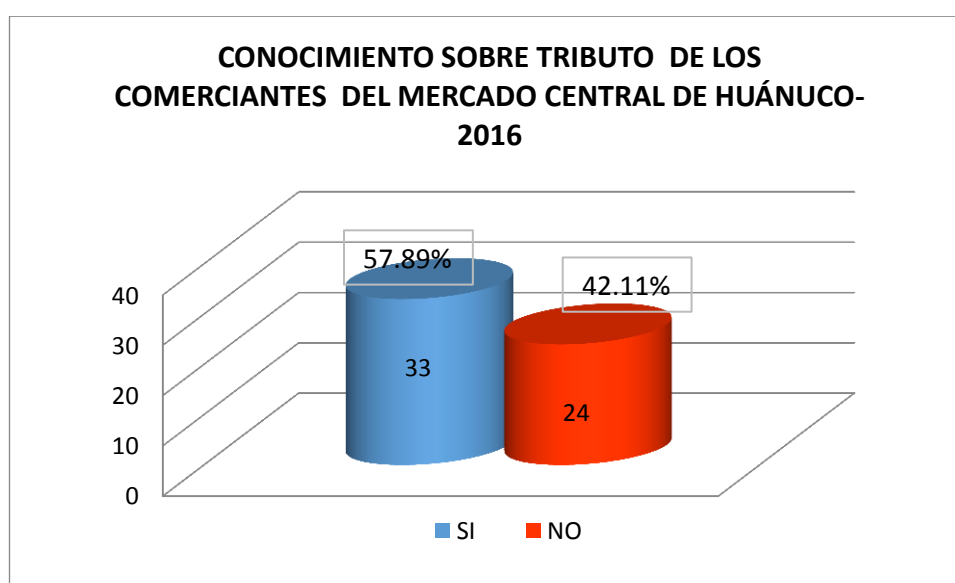
CUADRO N° 04
¿USTED SABE QUÉ ES UN TRIBUTO?

ALTERNATIVA	N° COMERCIANENTES	%
SI	33	57.89%
NO	24	42.11%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 04



FUENTE: Cuadro n° 04

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 33 comerciantes si tienen conocimiento sobre el Tributo; y esta representa 58% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 24 comerciantes no tienen conocimiento sobre el Tributo; y esta representa 42% del total de la muestra estudiada.

En resumen la mayoría de los comerciantes tienen conocimiento del concepto del tributo, lo cual les permite cumplir con sus obligaciones tributarias para evitar sanciones y multas.

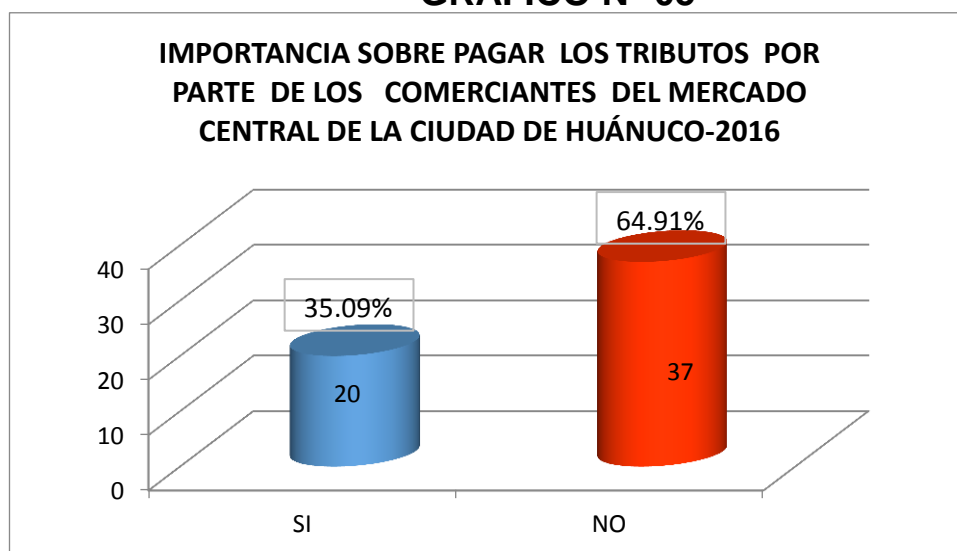
CUADRO N° 05
¿USTED CREE QUE ES MUY IMPORTANTE PAGAR LOS
TRIBUTOS?

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTE	%
SI	20	35.09%
NO	37	64.91%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 05



FUENTE: Cuadro n° 05

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 20 comerciantes si valoran a los tributos;
y esta representa 35% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 37 comerciantes no valoran a los tributos;
y esta representa 65% del total de la muestra estudiada.

En resumen la mayoría de los comerciantes no valoran y/o dicen que no es importante pagar los tributos, en este punto no se valoran los tributos , ya que la retribución del estado es negativa.

CUADRO N° 06

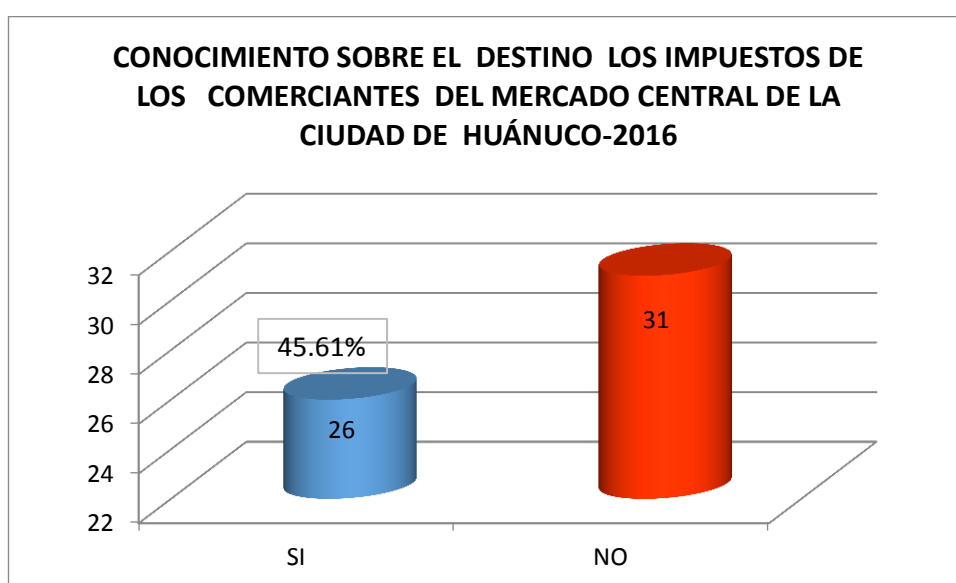
¿USTED SABE PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS?

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
SI	26	45.61%
NO	31	54.39%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 06



FUENTE: Cuadro n° 06

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 26 comerciantes si saben para que se destinan los impuestos; y esta representa 45.61% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 31 comerciantes no saben el destino de los impuestos; y esta representa 54.39% del total de la muestra estudiada.

En resumen la mayoría de los comerciantes no saben para que se destinan los impuestos, por ende manejan información distorsionada acerca del manejo y uso de los impuestos.

CUADRO N° 07

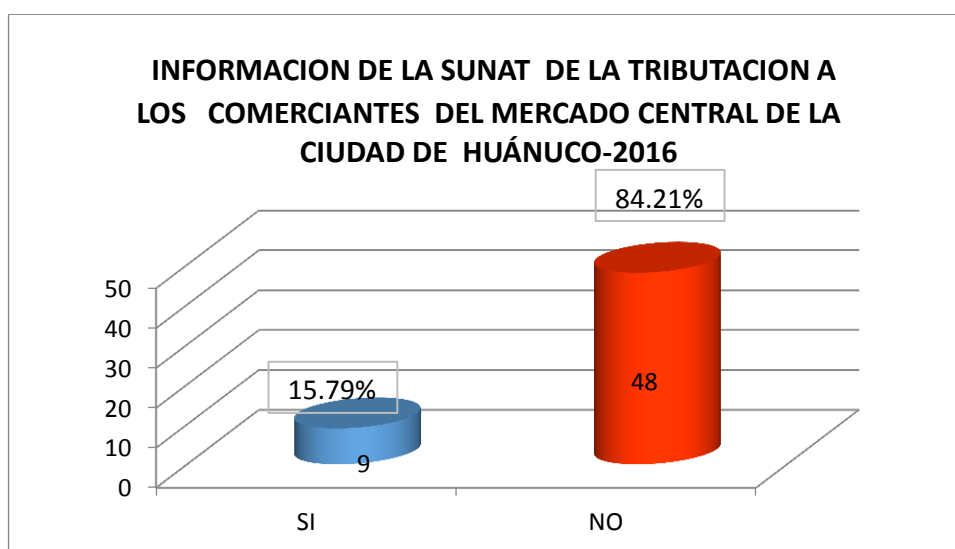
¿USTED RECIBI INFORMACION DE LA SUNAT ACERCA DE LA TRIBUTACION?

ALTERNATIVA	N° COMERCIANENTES	%
SI	9	15.79%
NO	48	84.21%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 07



FUENTE: Cuadro n° 07

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 09 comerciantes si reciben información del estado acerca de la tributación; y esta representa 15.79% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 48 comerciantes no reciben información del estado acerca de la tributación; y esta representa 84.21% del total de la muestra estudiada.

En resumen la mayoría de los comerciantes no reciben información acerca de la tributación de la SUNAT, por lo que los

comerciantes no saben de manera exacta sus obligaciones y derechos como contribuyentes.

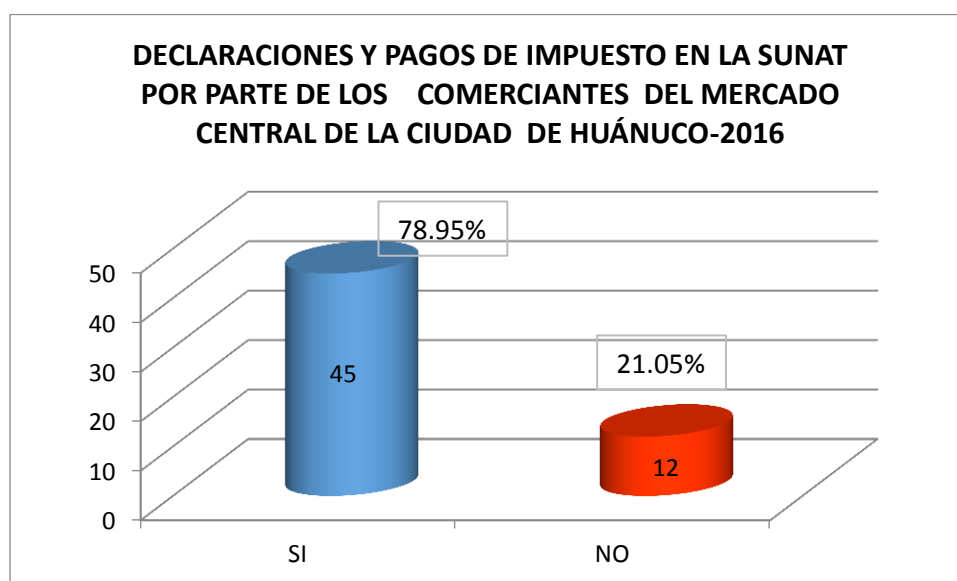
CUADRO N° 08
¿USTED EFECTUA SUS DECLARACIONES Y PAGOS DE IMPUESTO EN LA SUNAT?

ALTERNATIVA	N° COMERCIANENTES	%
SI	45	78.95%
NO	12	21.05%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 08



FUENTE: Cuadro n° 08

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 45 comerciantes si efectúan sus declaraciones y pagos de tributo ; y esta representa 78.95% del total de la muestra estudiada.

- ✓ 12 comerciantes no efectúan sus declaraciones y pagos de tributo; y esta representa 21.05% del total de la muestra estudiada.

En resumen la mayoría de los comerciantes si efectúan sus declaraciones y pagos de tributo, los comerciantes manifiestan que cumplen solo por temor a sanciones y multas.

CUADRO N° 09

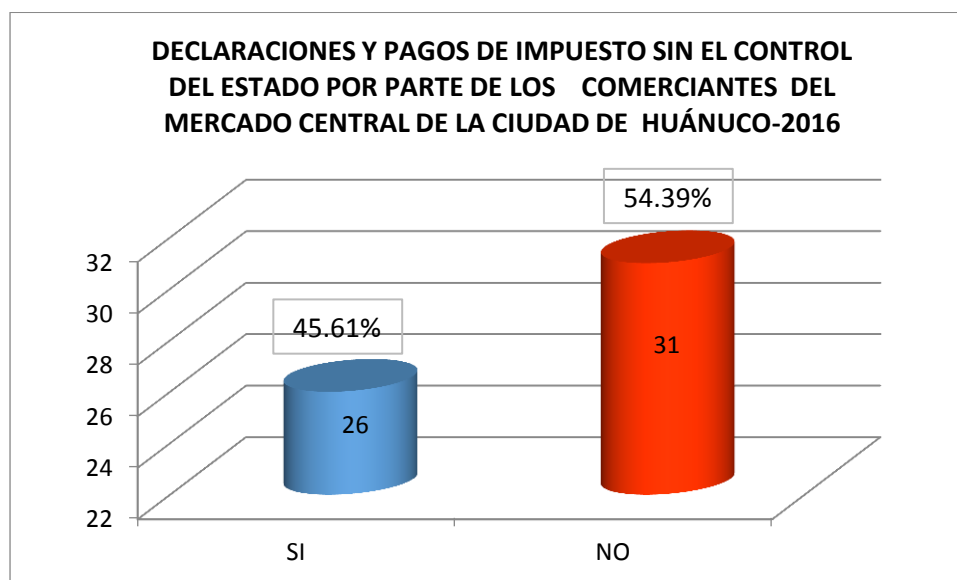
¿USTED EFECTUARIA SUS DECLARACIONES Y PAGOS DE IMPUESTO SIN EL CONTROL DEL ESTADO?

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
SI	26	45.61%
NO	31	54.39%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor

GRAFICO N° 09



FUENTE: Cuadro n° 09

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 26 comerciantes si declararían y pagarían sus impuestos sin el control del estado ;
y esta representa 45.61% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 31 comerciantes no declararían ni pagarían sus impuestos sin el control del estado;
Y esta representa 54.39% del total de la muestra.

En resumen la mayoría de los comerciantes no declararían ni pagarían sus impuestos sin el control del estado, por lo que no valoran la retribución que el estado les brinda.

CUADRO N° 10

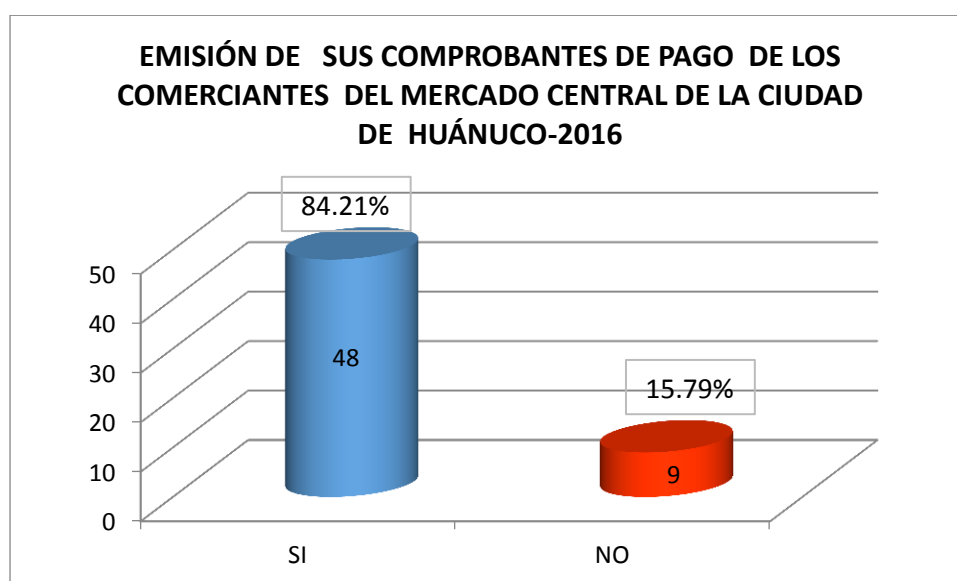
¿USTED EMITE SUS COMPROBANTES DE PAGO? (Boleta de Venta, Factura)

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
SI	48	84.21%
NO	9	15.79%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 10



FUENTE: Cuadro n° 10

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 48 comerciantes si emiten sus comprobantes de pago ;
y esta representa 84.21% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 09 comerciantes no emiten sus comprobantes de pago;
Y esta representa 15.79% del total de la muestra.

En resumen la mayoría de los comerciantes si emiten sus comprobantes de pago por temor a sanciones y multas.

CUADRO N° 11

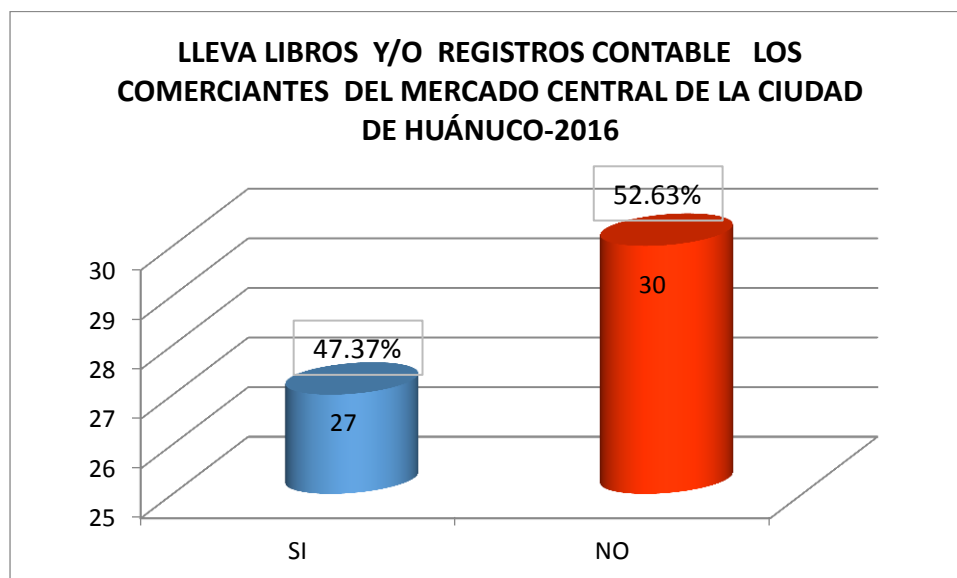
¿USTED LLEVA LIBROS Y/O REGISTROS CONTABLE?

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTE	%
SI	27	47.37%
NO	30	52.63%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 11



FUENTE: Cuadro n° 10

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- ✓ 27 comerciantes si llevan libros y registros contables ;
y esta representa 47.37% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 30 comerciantes no llevan libros y/o registros contables;
Y esta representa 52.63% del total de la muestra.

En resumen la mayoría de los comerciantes no llevan libros y registros contables, porque la mayoría de los comerciantes están inscritos en el RUS.

CUADRO N° 12

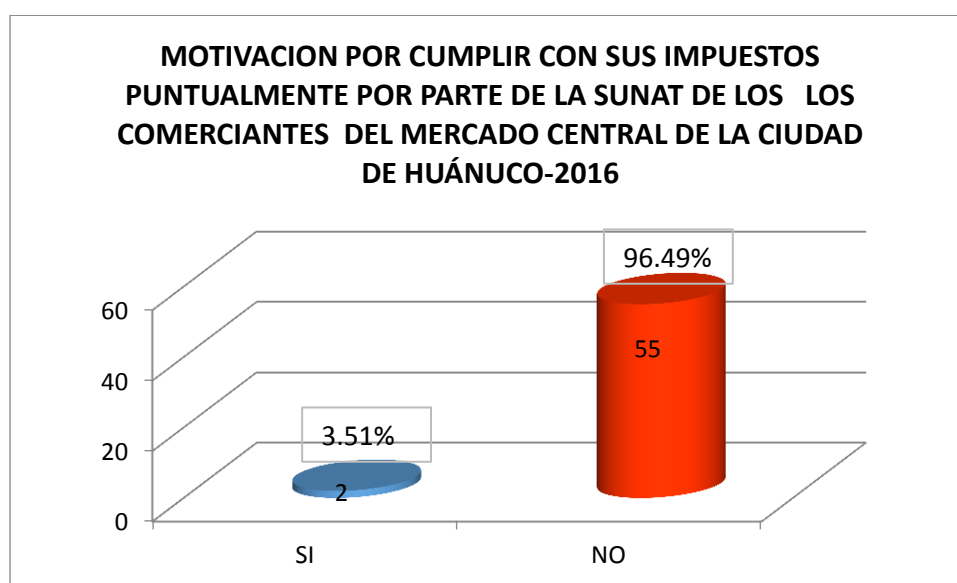
¿USTED RECIBI ALGUN TIPO DE MOTIVACION POR CUMPLIR CON SUS IMPUESTO PUNTUALMENTE?

ALTERNATIVA	N° COMERCIANENTES	%
SI	2	3.51%
NO	55	96.49%
TOTAL	57	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por el ejecutor.

GRAFICO N° 12



FUENTE: Cuadro n° 12

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

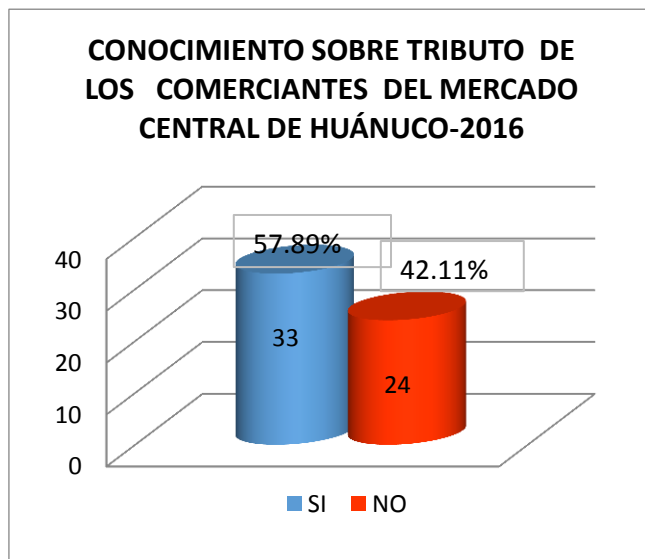
- ✓ 02 comerciantes si recibieron motivación por cumplir con sus impuestos ;
y esta representa 3.51% del total de la muestra estudiada.
- ✓ 55 comerciantes no recibieron ningún tipo de motivación por cumplir con sus impuestos ;
Y esta representa 96.49% del total de la muestra.

En resumen la mayoría de los comerciantes no recibieron ningún tipo de motivación por cumplir puntualmente con sus impuestos, por ello los comerciantes sienten desmotivados y piensan que el estado debe motivar a los contribuyentes con grandes beneficios si cumplen puntualmente y de efectiva con sus obligaciones.

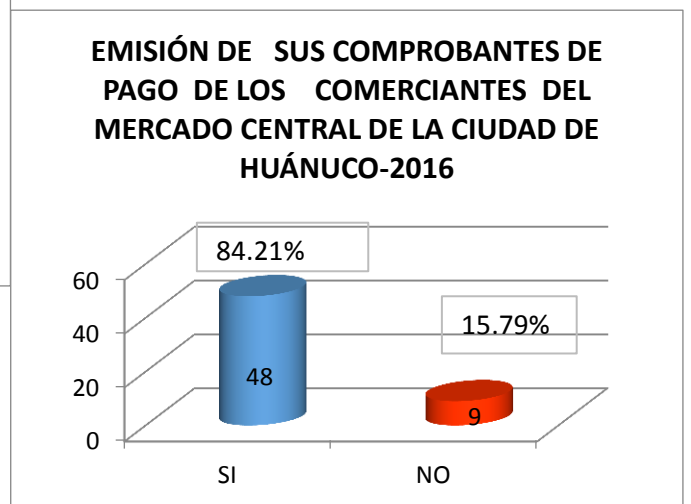
4.2. Contrastación de hipótesis y prueba de hipótesis.

4.2.1. Contrastación de la hipótesis general

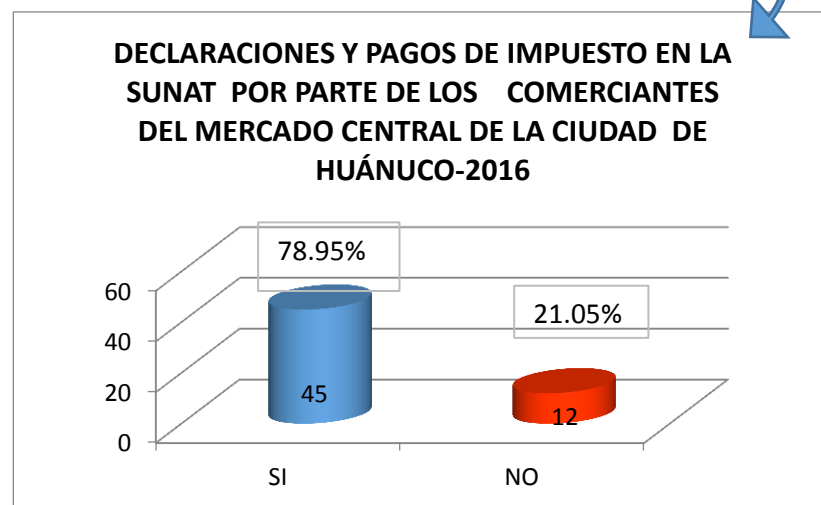
La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de Huánuco-2016.



FUENTE: Cuadro n° 04



FUENTE: Cuadro n° 10

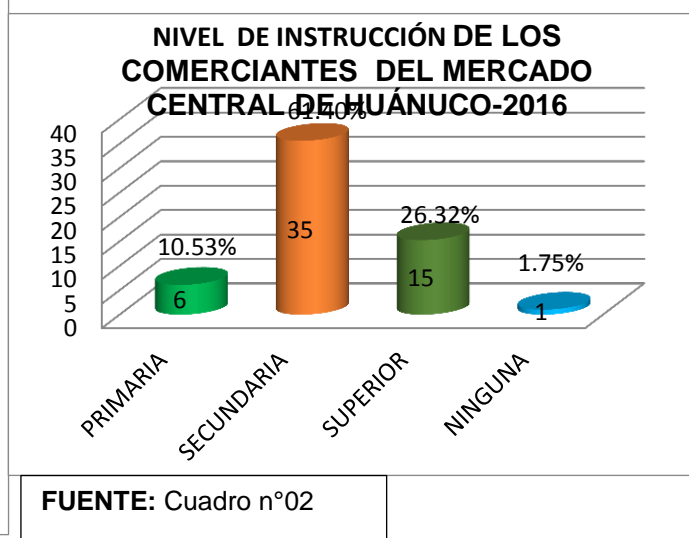
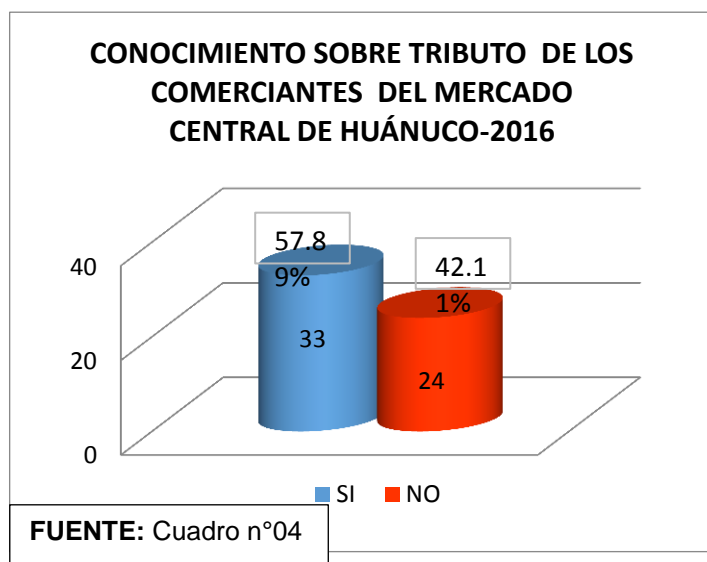


FUENTE: Cuadro n° 08

La hipótesis general si es confirmada, en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco, la cultura tributaria si incide en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias donde la mayoría de ellos tienen conocimiento o saben acerca de la tributación que representa el (58%) según el grafico N° 04, dando como resultado el cumplimiento de obligación tributaria que representa el (78.95%) según el gráfico N° 08 y así mismo emiten sus comprobantes de pago el (84%) de los comerciantes según el gráfico N° 10; pero estas obligaciones mayormente solo lo realizan por temor a algunas sanciones y multas por parte de la SUNAT, así mismo no valoran los tributos ya que piensan que tienen un destino y uso inadecuado y no cumplirían con sus obligaciones tributarias voluntariamente por lo tanto la cultura tributaria si incide de manera significativa mas no de manera efectiva.

4.2.3. PARA LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA:

El conocimiento de los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016.



La hipótesis si es confirmada, los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016 la mayoría de las personas encuestadas tienen conocimiento del tributo que representa el 58% según el grafico N° 04, así mismo el nivel de instrucción de los comerciantes el 61.40% de ellos terminaron la Secundaria según el grafico N° 02 y el 15.79% de los

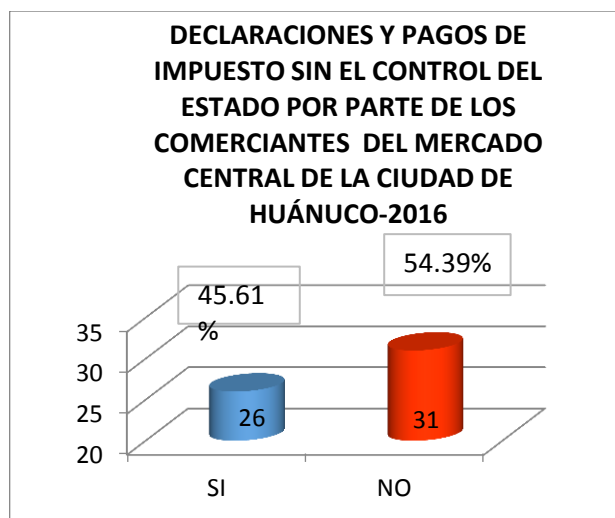
comerciantes si reciben información sobre tributación de la SUNAT según el grafico N° 07. Todo ello quiere decir que si incide en sus obligaciones tributarias solo de manera significativa mas no de manera efectiva. .

4.2.3. PARA LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA:

La valoración de los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016.



FUENTE: Cuadro n°05



FUENTE: Cuadro n°09

La hipótesis si es confirmada pero de una manera relevante, los comerciantes del mercado central de Huánuco, encuestadas manifiestan lo siguiente. Valoran los tributos solo un porcentaje mínimo de 35.09% según el gráfico N° 05, por lo que piensan que los tributos recaudados tienen un destino y uso inadecuado, de la misma manera solo tienen conocimiento del destino de los impuestos el 45.61% según el grafico N° 06, la mayoría de los comerciantes no saben el destino de los impuestos recaudados 54.39% según el grafico N° 06 y también el 54.39% no pagarían voluntariamente los impuestos sin el control del estado según el grafico N° 09, lo que el 45.61% manifiestan que pagarían voluntariamente los impuestos sin el control del estado. Por lo tanto la valoración de los impuestos si incide en el cumplimiento de las obligaciones solo moderadamente ya que solo lo realizan por cumplir las normas tributarias, por las sanciones y multas que generarían si no lo cumplieran.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Presentar la contrastación de los resultados de la investigación.

En este punto se puso en relevancia las variables que se han venido aplicando a lo largo del desarrollo de la investigación.

De acuerdo a los resultados estadísticos rescatados en las encuestas realizadas a los comerciantes se ha evidenciado que la cultura tributaria es importante para el desarrollo del país, ya que existe una baja cultura tributaria, y a la vez que no valoran los tributos, hay desconfianza total a los representantes políticos por el manejo y destino económico de los recursos recaudados.

Además el no estar debidamente informados por el ente responsable conlleva a que los contribuyentes registren incorrectamente toda su actividad económica, generando así multas, evasión tributaria; que si no son rectificadas a tiempo puede perjudicar enormemente a los comerciantes. Es decir, el uso del planeamiento tributario inadecuado puede ocasionar pérdidas de contribuyentes y perjudicar a la recaudación fiscal.

En algunas bases teóricas se ve las mismas situaciones en la cultura tributaria como:

- según MELISSA ELEINE BURGA ARGANDOÑA-2014, “La falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias”.

- Según ODILA BERTHA HANCCO LARICO, “Si se incrementa en los Programas Curriculares del Sistema Educativo contenidos sobre Educación Tributaria, basada en la práctica de valores, los resultados a futuro serian favorables para el Estado ya que el crecimiento de la recaudación seria paralela a la base tributaria, lo cual ayudara en el

gobierno del estado”

Según BACH. CLAUDIA GIOVANNA CHÁVEZ RODRÍGUEZ, “Se ha descrito la cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los comerciantes de la siguiente manera; el 67.5% de los comerciantes dicen que conocen y cumplen sus obligaciones tributarias, mientras que el 32.5% de los comerciantes manifiestan lo contrario. Asimismo, el 60% de los comerciantes son conscientes que el pagar los tributos mejora la calidad de vida de los ciudadanos, mientras que el 40% de los comerciantes opinan lo contrario. Seguidamente el 57.5% de los comerciantes dicen que realizan su declaración de pagos a la SUNAT de manera voluntario, por el caso contrario el 42.5%, de manera obligatoria. Del mismo modo el 100% de ellos se encuentran inscritos en el Registro Único de Contribuyentes como persona natural; así mismo el 100% responden, que emiten y entregan el comprobante de pago por la venta y/o servicio realizado. Del mismo modo que el 85% cumplen con el pago de tributo oportunamente cuando la SUNAT lo solicita, mientras que el 15% responden lo contrario; concluyendo de esta manera que la cultura tributaria de los comerciantes del mercado señor de la soledad de Huaraz, incide favorablemente en sus obligaciones tributarios”

Según ROMERO AUQUI MIGUEL NATHAEL, VARGAS MOREIRA CINDY MARÍA- Ecuador 2013- La tributación no solamente consiste en ser una obligación legal que tiene que asumir todo ciudadano, más bien debe ser un acto cívico que beneficie a su entorno. Para que el Estado asuma y retribuya mejor sus obligaciones, la persona debe asumir también su responsabilidad de pagar impuestos

CONCLUSIONES

PRIMERA: Se establece según la muestra de 57 comerciantes, el resultado nos indica que 33 comerciantes si tienen conocimiento acerca de la tributación, lo que nos indican que incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes. Por lo que emiten sus comprobantes de pago 48 comerciantes y realizan sus declaraciones y pagos 45 comerciantes.

SEGUNDA: también en el resultado nos indica que 48 comerciantes no reciben ningún tipo de información de la SUNAT acerca de la tributación, lo que significa que los comerciantes no están informados de manera efectiva de sus obligaciones y de las sanciones si no lo cumplen, trayendo esto consigo poca incidencia en el cumplimiento de sus obligaciones.

TERCERA: También el resultado nos dice que 37 comerciantes ven que no es tan importante pagar los impuestos, lo cual nos indica que el mas de 50% de ellos no valoran los tributos, también nos indica que 31 comerciantes no saben el destino exacto de los impuestos, así mismo nos indica que 31 comerciantes no pagarían los impuestos voluntariamente sin el control de estado, todo esto por lo que llegan a la conclusión de que todo los impuestos que se pagan tienen un destino y uso inadecuado por parte del Estado.

CUARTA: de la misma manera el resultado nos indica que 55 comerciantes no recibieron ningún tipo de motivación por cumplir puntualmente con el pago de sus impuestos; todo ello nos indica que los comerciantes cumplen con sus obligaciones solamente por temor a las sanciones y multas.

QUINTA: por último los comerciantes que mayormente no valoran, ni tienen conocimiento acerca de la tributación está representada en el nivel de instrucción de primaria con 6 comerciantes y secundaria 35 comerciantes.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Para incrementar la Cultura Tributaria y con ella el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es indispensable que los contribuyentes tengan confianza en la Administración Tributaria y además se sientan retribuidos por el Estado con servicios públicos de buena calidad, que en definitiva son lo que evidencia una mejor calidad de vida en el ciudadano.

SEGUNDA: Lo fundamental es que la administración tributaria debe promocionar e incentivar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, brindándole una amplia lista de servicios gratuitos, aprovechando al máximo los recursos disponibles, y este sea un beneficio mutuo para el contribuyente y la administración tributaria, con la sencillez y la simplificación de los procesos de cumplimiento.

TERCERA: A las autoridades del sistema tributario del país, representada en este caso por la superintendencia nacional de aduanas y de administración tributaria (SUNAT) encargada de recaudar, fiscalizar y administrar los impuestos, deben de concientizar a los contribuyentes y población en general mejorando la difusión de una buena cultura tributaria (mediante talleres, eventos académicos y charlas informativas más continuamente).

CUARTA: Brindarle seguridad a la población de que los impuestos recaudados tendrán un destino y uso adecuado en beneficio de la población y para el desarrollo del país.

QUINTA: El Perú es un país en constante crecimiento por ello para que siga creciendo debe concientizarse a las personas desde muy pequeñas e inculcarlas a que el aporte de sus tributos va a servir para el crecimiento económico del país por ende de la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Fuentes Bibliográficas

1. ATALIBA, Geraldo. hipótesis de la incidencia tributaria. lima. instituto peruano de derecho tributario. 2000. 1ra edición.
2. Bach. GALARZA ARANA, Gisela Francisca, incidencia de la cultura tributaria en la disminución de la evasión de los contribuyentes de cuarta categoría al impuesto a la renta en la provincia de Huánuco en el periodo 2012-2013. 2013- Huánuco – Perú.
3. Burga Argandoña, Melissa Eleine_cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014. 2015-Lima, Perú
4. Código Tributario del Artículo 1º. concepto de la obligación tributaria.
5. Hanco Larico, Odila Bertha, NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODOS 2012 -2013. 2015- PUNO-PERÚ.
6. SOLÓRZANO TAPIA, Dulio Leónidas. Pág. 110 – 1. “La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú.
7. VALERIO & RAMÍREZ. La cultura tributaria. 2009. 59 p.
8. Zapata Herrera, Wilma Elizabeth, incidencia de la cultura tributaria en la recaudación fiscal en el sector del transporte público de la ciudad de Ambato en el año 2011. 2012-Ambato– Ecuador.
9. Aguililar Borojas sarai, fórmulas para cálculo de muestra en investigaciones de salud. Vol.11-2005- estado de Tabasco Villahermosa- México.
10. Diario GESTION el Diario de Economía y Negocios del Perú, marzo del 2016- **EVASIÓN DE IMPUESTOS.**

Fuentes Electrónicas

11. <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro1/libro.htm>.

12. http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/341/1/TL_Mogollon_Diaz_Veronica.pdf.
13. https://scholar.google.com.pe/scholar?start=20&q=INFLUENCIA+DE+LA+CULTURA+TRIBUTARIA&hl=es&as_sdt=1,5&as_vis=1.
14. <http://www.deperu.com/contabilidad/los-regimenes-tributarios-de-la-sunat-4834>
15. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/armida_r_a/capitulo3.pdf
16. <https://gestion.pe/economia/sunat-implementa-estrategia-reducir-evasion-impuestos-uso-facturas-falsas-2126674>
17. <https://gestion.pe/economia/evasion-tributaria-peru-asciende-s-25000-millones-estima-geneva-group-2138881>
18. <http://www.educacionfiscal.org/files/2016-08/cultura-contributiva-en-america-latina-livro-mexico.pdf>
19. http://www.sunat.gob.pe/institucional/publicaciones/revista_tributemos/tribut98/analisis1.htm

ANEXO

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA	POBLACION																																
<p>PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera la Cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS. ¿De qué manera los conocimientos de tributación inciden en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco-2016?</p> <p>¿De qué manera la valoración de los tributos incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la incidencia de la Cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS Determinar la incidencia de los conocimientos de tributación en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco -2016.</p> <p>Determinar la incidencia de la valoración de los tributos en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco -2016.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco-2016.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS: El conocimiento de los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de la ciudad de Huánuco - 2016.</p> <p>La valoración de los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de Huánuco - 2016.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE. Cultura tributaria</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE. Cumplimiento de las obligaciones tributarias.</p>	<p>Tipo de Investigación Referencial. La presente investigación es de tipo aplicada.</p> <p>Enfoque. La presente investigación es de enfoque cuantitativo</p> <p>Alcance o nivel. El alcance o nivel de investigación es descriptivo</p> <p>Diseño. No experimental – transversal, de tipo correlacional – causal.</p>	<p>Población: Según el padrón del año 2015 vigente a la fecha se tiene 250 comerciantes.</p> <p>Muestra:</p> $n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot pq}{d^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot pq}$ <p>N: población = 250 Z: límite de confianza= (1.96) p: probabilidad de éxito = 0.95 q: probabilidad de fracaso = 0.05 d: precisión absoluta = 0.05 n= muestra.</p> <p>Luego se aplica la fórmula:</p> $n = \frac{250 (1.96^2) \cdot (0.95)(0.05)}{0.05^2 \cdot (250 - 1) + (1.96^2) \cdot (0.95)(0.05)}$ $n = 57$ <p>Muestra Probabilística Estratificada</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>UBICACIÓN</th> <th>N</th> <th>0.228</th> <th>n</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ABARROTOS</td> <td>35</td> <td>0.228</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>COMIDA</td> <td>70</td> <td>0.228</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>ROPA-ZAPATERIA</td> <td>60</td> <td>0.228</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>FERRETERIAS</td> <td>15</td> <td>0.228</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>FRUTAS Y VERDURAS</td> <td>30</td> <td>0.228</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>OTROS</td> <td>40</td> <td>0.228</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>TOTALES</td> <td>250</td> <td></td> <td>57</td> </tr> </tbody> </table>	UBICACIÓN	N	0.228	n	ABARROTOS	35	0.228	8	COMIDA	70	0.228	16	ROPA-ZAPATERIA	60	0.228	14	FERRETERIAS	15	0.228	3	FRUTAS Y VERDURAS	30	0.228	7	OTROS	40	0.228	9	TOTALES	250		57
UBICACIÓN	N	0.228	n																																		
ABARROTOS	35	0.228	8																																		
COMIDA	70	0.228	16																																		
ROPA-ZAPATERIA	60	0.228	14																																		
FERRETERIAS	15	0.228	3																																		
FRUTAS Y VERDURAS	30	0.228	7																																		
OTROS	40	0.228	9																																		
TOTALES	250		57																																		



ENCUESTA

1. SECCION:

.....

2. PERFIL DEL COMERCIANTE

2.1. NIVEL DE INSTRUCCIÓN

- PRIMARIA
- SECUNDARIA
- SUPERIOR
- NINGUNA
-

3. EN QUE REGIMEN TRIBUTARIO ESTA REGISTRADO SU NEGOCIO?

- REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO (RUS)
- REGIMEN ESPECIAL DEL IMPUESTO A LA RENTA (RER)
- REGIMEN DE MYPE TRIBUTARIO (RMT)
- REGIMEN GENERAL DEL IMPUESTO A LA RENTA

4. ¿USTED SABE QUE ES UN TRIBUTO?

- SI
- NO

5. ¿USTED CREE QUE ES MUY IMPORTANTE PAGAR LOS TRIBUTOS?

- SI
- NO

¿Por qué?.....

6. USTED SABE PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS :

- SI
- NO

7. ¿USTED RECIBI INFORMACION DE LA SUNAT HACERCA DE LA TRIBUTACION?

- SI
- NO

8. ¿USTED EFECTUA SUS DECLARACIONES Y PAGOS DE IMPUESTO EN LA SUNAT?

- SI
- NO



9. ¿USTED EFECTUARIA SUS DECLARACIONES Y PAGOS DE IMPUESTO SIN EL CONTROL DEL ESTADO?

- SI
- NO

¿Por qué?

10. ¿USTED EMITE SUS COMPROBANTES DE PAGO ? (Boleta de Venta, Factura)

- SI
- NO

11. ¿USTED LLEVA LIBROS Y/O REGISTROS CONTABLE?

- SI
- NO

12. ¿USTED RECIBI ALGUN TIPO DE MOTIVACION POR CUMPLIR CON SUS IMPUESTO PUNTUALMENTE?

- SI
- NO

MERCADO CENTRAL DE HUANUCO



ABARROTES



FERRETERIA



ROPA Y ZAPATERIA



