



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Contabilidad y Finanzas

“LA INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN
LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN FELIPE,
COMAS, 2017.”

Trabajo de investigación para optar el grado de:

Bachiller en Contabilidad y Finanzas

Autor:

Luis Ernesto Yovera Rufasto
Geraldine Katerine Zavaleta Reyes

Asesor:

Dr. CPC. Claudio Iván Zegarra Arellano

Lima – Perú
2017

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Dr. CPC. Claudio Iván Zegarra Arellano, Docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Contabilidad y Finanzas, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación de los estudiantes:

- Luis Ernesto Yovera Rufasto.
- Geraldine Katerine Zavaleta Reyes.

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: La influencia de la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe, Comas, 2017, para optar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas por lo cual **AUTORIZA** su presentación.



Dr. CPC. Claudio Iván Zegarra Arellano

Asesor

ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

La Dra. Giulliana del Pilar Cisneros Deza; ha procedido a realizar la evaluación del trabajo de investigación de los estudiantes: Luis Ernesto Yovera Rufasto y Geraldine Katerine Zavaleta Reyes; para aspirar al grado de bachiller con el trabajo de investigación: La Influencia de la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe, Comas, 2017.

Luego de la revisión del trabajo en forma y contenido expresa:


Aprobado

Calificativo: () Excelente [18 -20]

() Sobresaliente [15 - 17]

Buena [13 - 14]

() Desaprobado


Giulliana Cisneros Deza
Coordinadora Académica
Contabilidad y Finanzas Working Adult
UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE S.A.C.

Dra. Giulliana del Pilar Cisneros Deza
Coordinadora Working Adult Sede Comas

DEDICATORIA

A mi familia, porque siempre estuvieron apoyándome y motivándome para el logro de mis metas y a nuestro estimado profesor Claudio Iván Zegarra Arellano por todos los conocimientos y consejos brindados durante el desarrollo del curso y trabajo de investigación.

Luis Ernesto Yovera Rufasto

A mis padres, por el apoyo incondicional, por siempre haber confiado en mí y por ser mi gran motivación día a día, a Dios por darme esta oportunidad y a nuestro estimado profesor Claudio Iván Zegarra Arellano por los conocimientos y apoyo brindado en este trabajo de investigación.

Geraldine Katerine Zavaleta Reyes

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Privada del norte, a la Facultad de Contabilidad y Finanzas y a los maestros que nos acompañaron en lo largo de estos ciclos académicos en especial al profesor Claudio Iván Zegarra Arellano, por haber aportado a nuestra formación profesional y todos los consejos impartidos para poder cerrar exitosamente uno de los grandes retos profesionales que nos esperan.

Luis Ernesto Yovera Rufasto

Expreso mi agradecimiento a la Universidad Privada del Norte, a los profesores quienes nos acompañaron en el transcurso de estos ciclos académicos y en especial al profesor Claudio Iván Zegarra Arellano por su apoyo en el desarrollo del presente trabajo de investigación, por los conocimientos y consejos brindados para culminar con éxito mi carrera universitaria.

Geraldine Katerine Zavaleta Reyes

TABLA DE CONTENIDOS

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
ÍNDICE DE TABLAS	8
INDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad problemática.....	12
1.2. Formulación del problema	15
1.3. Objetivos	15
1.4. Hipótesis.....	15
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA.....	17
2.1. Operacionalización de Variable.....	17
2.2. Diseño de investigación.....	18

2.3. Unidad de estudio.....	18
2.4. Población.....	18
2.5. Muestra	18
2.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	20
2.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos.....	20
CAPÍTULO 3. RESULTADOS	21
3.1. Resultados de la encuesta	21
CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	31
4.1. Discusión.....	31
4.2. Conclusiones.....	33
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34
ANEXOS	36
1. Anexo N° 1 – Guía técnica de la encuesta.....	36
2. Anexo N° 2 – Matriz de consistencia.....	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cumplimiento del pago de tributos	21
Tabla 2 Conocimiento de las normas tributarias	22
Tabla 3 Motivación para el cumplimiento tributario	23
Tabla 4 Implementación de cursos tributarios en los centros educativos.....	24
Tabla 5 Capacitaciones tributarias a los ciudadanos	25
Tabla 6 Generación de conciencia tributaria	26
Tabla 7 Honradez en los funcionarios de Administración Tributaria.....	27
Tabla 8 Correcta utilización de los tributos.....	28
Tabla 9 Información del destino de la recaudación tributaria	29

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Política tributaria en el Perú	14
Figura 2 Cumplimiento del pago de tributos	22
Figura 3 Conocimiento de las normas tributarias	23
Figura 4 Motivación para el cumplimiento tributario	24
Figura 5 Implementación de cursos tributarios en los centros educativos	25
Figura 6 Capacitaciones tributarias a los ciudadanos	26
Figura 7 Generación de conciencia tributaria	27
Figura 8 Honradez en los funcionarios de Administración Tributaria	28
Figura 9 Correcta utilización de los tributos.....	29
Figura 10 Información del destino de la recaudación tributaria	30

RESUMEN

El propósito de este trabajo de investigación fue resaltar la influencia de la cultura tributaria, pues consideramos que es un tema de gran interés para toda la población y es necesario que conozcamos que beneficios conlleva el poder cumplir con el pago de nuestros tributos. Así mismo tiene como objetivo determinar cómo influye la cultura tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe, porque con ello cada contribuyente podrá darse cuenta que al cumplir con sus responsabilidades tributarias tendrá la potestad necesaria de exigir al Estado que se use correctamente los recursos públicos en beneficio de la población. Este trabajo de investigación se realizó consultando e investigando en libros, revistas y páginas web de diferentes autores con el fin de poder enriquecer más nuestros conocimientos sobre el tema en referencia. El diseño de investigación fue no experimental, descriptiva, transversal, se utilizó como instrumento de recopilación de información la encuesta donde se encontró datos relevantes para la solución de la problemática planteada. La población estuvo conformada por 56 comerciantes del Mercado San Felipe. Podemos decir que los resultados de esta investigación mostraron que existen diversas causas que condicionan la formación de la cultura tributaria en la población, es por ello que tanto el gobierno como la Administración Tributaria deben impulsar una mayor accesibilidad y orientación a la información y educación tributaria, pues finalmente esto llevará a que se dé un mayor cumplimiento de sus obligaciones, mayores niveles de recaudación y por ende mejora en los servicios públicos que cada uno recibimos.

Palabras claves: Cultura tributaria, tributos, recursos públicos.

ABSTRACT

The purpose of this research work was to highlight the influence of the tax culture, as we consider that it is a subject of great interest for the entire population and it is necessary that we know what benefits it entails to be able to comply with the payment of our taxes. It also aims to determine how the tax culture influences the merchants of the San Felipe Market, because with it each taxpayer may realize that in fulfilling his tax responsibilities he will have the necessary authority to demand that the State correctly use public resources in benefit of the population. This research work was done by consulting and researching books, journals and web pages of different authors in order to enrich our knowledge on the subject in reference. The research design was non-experimental, descriptive, cross-sectional, and the survey was used as an instrument for gathering information. Relevant data was found to solve the problem. The population consisted of 56 merchants of the San Felipe Market. We can say that the results of this research showed that there are several causes that condition the formation of the tax culture in the population, which is why both the government and the Tax Administration should promote greater accessibility and guidance to tax information and education, finally, this will lead to a greater fulfillment of their obligations, higher levels of collection and therefore improvement in public services that each one receives.

Keywords: Tax culture, taxes, public resources.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Valero & Moreno (2010) consideran que la Cultura Tributaria “es el conjunto de valores, creencias y actitudes que una sociedad tiene respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo cual conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales”. (pág. 64)

En la actualidad vemos en nuestro país que uno de los problemas principales para el desarrollo de la economía nacional ha sido el desequilibrio tributario fiscal, debido a que los gastos estatales han sido mayores a los ingresos recaudados, dichos ingresos no han sido suficientes para las obligaciones que se han dado, por ello es muy fundamental el papel que juega los órganos administradores, en este caso la Administración Tributaria para revertirlo.

Pacherres & Castillo (2016) definen a los tributos como “prestaciones pecuniarias establecidas por Ley, que deben ser cumplidas por los deudores tributarios a favor de los entes públicos para el cumplimiento de sus fines”. (pág. 4)

Por lo tanto, para revertir dicha crisis se debe lograr una mayor recaudación tributaria por parte de los ciudadanos, pero de manera que se cree una concientización en cada uno de los que conformamos el país y veamos que el cumplimiento de estas obligaciones debe ser voluntario y se asuman como un compromiso que forma parte de nuestros deberes y derechos para poder tener mejores condiciones de servicios públicos y por ende mejor calidad de vida.

“La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación tributaria, dependiendo de la percepción de cada contribuyente y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria”. (Solorzano, 2011, pág. 10)

Sin embargo, solo basta observar en nuestra localidad, que la mayoría de ellos; comerciantes, son informales o tienden hacia la informalidad y adolecen de una cultura tributaria adecuada, ya sea por falta de conocimiento, falta de información o porque ven al ente administrador y al gobierno como enemigos o porque simplemente no reciben una respuesta recíproca de parte de dichas entidades.

Brenes (2000) define la educación tributaria como “la transmisión de valores dirigidos al cumplimiento cívico de los deberes de todo ciudadano a contribuir con los gastos públicos, lo cual se logra al aceptar las responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos partícipes de una sociedad democrática”. (pág. 63)

Un claro ejemplo de la falta de cultura y conciencia tributaria, lo vemos a diario en el Mercado San Felipe, podemos apreciar que la mayoría de estos comerciantes tienden a mostrar su rechazo frente a las entidades recaudadoras y al Estado, debido a que no los consideran justos, no encuentran mejoras en su localidad y sienten que no se da una correcta utilización de los recursos públicos, es por ello que radica el problema de la informalidad y de la carencia de una cultura tributaria en la zona.

Por ello Burga (2015) en su tesis "Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra 2014", concluye lo siguiente:

La falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales y la falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias, los contribuyentes tienden hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y de su Administración Tributaria. (pág. 85)

Bravo (2011) define la conciencia tributaria como "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". (pág. 175)

Por último, vemos que no se brinda una adecuada educación cívica tributaria, la cual se debe impartir desde la escuela y en los hogares, incluso muchas veces la falta de información o la complejidad del sistema tributario hace que el grado de aceptación por parte de ciudadano sea cada vez menor, por lo que la Administración Tributaria debe generar campañas informativas institucionales y brindar asistencia al contribuyente de modo que se pueda acercar al ciudadano y éste poder conocer los beneficios al cumplir con sus obligaciones tributarias.

Por ello coincidimos con lo mencionado por (Velarde, 2000) acerca de la educación tributaria:

Uno de los objetivos estratégicos de mediano y largo plazo, debe ser desarrollar en los escolares conciencia sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, como parte del rol ciudadano en una sociedad democrática. Sin embargo, lograr dicho propósito sería imposible si los diferentes agentes que conforman la

comunidad educativa (docentes y padres de familia especialmente) se muestren indiferentes y hasta reacios a abordar dicha temática. En consecuencia, los programas que respondan a esta estrategia deben asumir como meta institucionalizar en el sistema educativo formal la preocupación por los aspectos tributarios, los cuales deben resultar incluidos en la formación ciudadana de los estudiantes. (pág. 19)

Para concluir cabe mencionar que estas circunstancias no son ajenas solo a nuestro país, pues Anchaluisa (2016) en la ciudad de Ambato Ecuador, en su tesis “La cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta del sector comercial de la ciudad de Ambato” concluyó lo siguiente:

De acuerdo con la percepción obtenida de los contribuyentes encuestados como muestra estadísticamente representativa del sector comercial de la ciudad de Ambato se pudo inferir que aún falta una mayor cultura tributaria especialmente en este sector tan dinámico en la economía local y nacional. (pág. 59)

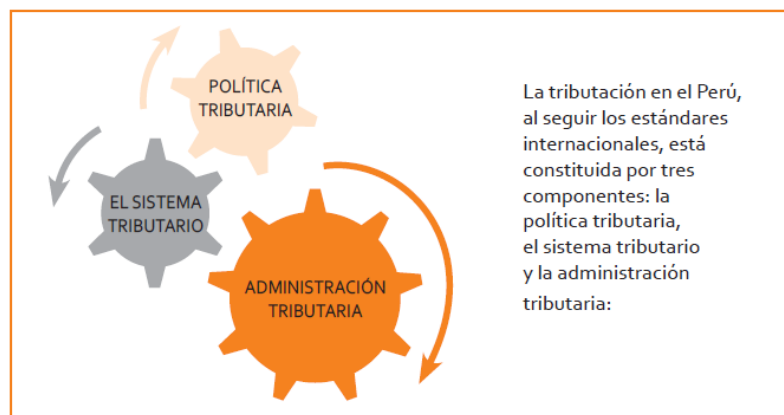


Figura 1 Política tributaria en el Perú

Fuente: SUNAT

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo influye la cultura tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe?

1.2.2. Problemas específicos

¿De qué manera una educación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe?

¿Cuál es la influencia de una constante orientación tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar cómo influye la cultura tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar de qué manera una educación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe.

Determinar cuál es la influencia de una constante orientación tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

La cultura tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe.

1.4.2. Hipótesis Específicas

La educación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe.

La constante orientación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe.

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

2.1. Operacionalización de Variable

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Cultura tributaria	Valero & Moreno (2010) considera que la Cultura Tributaria es el conjunto de valores, creencias y actitudes que una sociedad tiene respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo cual conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales, por lo que se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.	Tributos	Cumplimiento del pago de tributos.
			Conocimiento de las normas tributarias.
			Motivación para el cumplimiento tributario.
		Educación tributaria	Implementación de cursos tributarios en los centros educativos.
			Capacitaciones tributarias a los ciudadanos.
			Generación de conciencia tributaria.
		Recursos públicos	Honradez en los funcionarios de Administración Tributaria.
			Correcta utilización de los tributos.
			Información del destino de la recaudación tributaria.

2.2. Diseño de investigación

Hernández , Fernández , & Baptista (2006) manifestaron que “la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (pág. 155)

De acuerdo con ello, podemos decir que el presente trabajo de investigación reúne las características planteadas por los autores y es puramente descriptiva, no experimental, y transversal pues se observa al fenómeno en su contexto, el cual es analizado y de acuerdo con la recolección de datos que se realiza se podrá describir la variable.

2.3. Unidad de estudio

La presente investigación tiene como objeto de estudio la influencia de la cultura tributaria en los comerciantes del mercado San Felipe Comas, año 2017.

2.4. Población

Tamayo (1997) define la población como “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. (pág. 114)

Dado la definición anterior, en el presente trabajo de investigación se considera como población a 56 personas entre hombres y mujeres comerciantes en general del Mercado San Felipe del distrito de Comas.

2.5. Muestra

Tamayo (1997) define que la muestra “Es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico. La muestra es la que puede determinar la problemática ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso”. (pág. 38)

De acuerdo con esta definición, podemos decir que para la presente investigación la muestra fue determinada mediante la fórmula para el cálculo del tamaño muestral, debido a que se tiene una población conocida, finita.

$$n = \frac{Z \cdot N \cdot p \cdot q}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = Muestra por determinar.

N = Total de elementos que conforman la población.

P = Proporción de empleados varones que conocen la cultura tributaria de las empresas dedicadas a la fabricación de productos textiles que para el presente caso es (p=0.61).

Q = Proporción de empleadas mujeres que conocen la cultura tributaria dedicadas a la fabricación de productos textiles que para el presente caso es (q = 0.39).

Z = Es el valor asociado a un nivel de confianza, ubicado en la tabla normal estándar (90% ≤ confianza ≤ 99%), para una probabilidad de 95% de confianza z = 1.96.

ε = Error estándar de la estimación o el máximo error permisible en el trabajo de investigación. El error varía entre (1% ≤ ε ≤ 10% para el caso del presente trabajo se está considerando un error del 5%).

Reemplazando valores tenemos:

$$\frac{1.96(56)(0.61)(0.39)}{(0.05)^2(56 - 1) + 1.96(0.61)(0.39)}$$

$$n = 43$$

Siendo 43 el tamaño de muestra de personas que participaron en la encuesta, la cual se efectuó en forma aleatoria, se pudo determinar el factor de distribución muestra:

$$fdm = \frac{43}{56} = 0.77$$

(fdm) = 0.77, con este valor se formuló la distribución de la muestra.

2.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

El presente trabajo de investigación La influencia de la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe, Comas 2017, fue realizado utilizándose la técnica de la observación y como instrumento de recolección de datos la encuesta. Este instrumento se usó con el objetivo de obtener información en relación con la variable de estudio de acuerdo con sus dimensiones e indicadores.

La encuesta fue elaborada por diversas preguntas y fueron realizadas a 43 comerciantes de la muestra que se escogieron al azar con la finalidad de comprobar la información y datos de acuerdo con los objetivos planteados.

2.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Para llevar a cabo el procesamiento de toda la información se utilizó la encuesta con preguntas cerradas, permitiendo así conocer la situación actual y qué alternativas de solución se pueden dar a la problemática planteada en este trabajo de investigación.

Así mismo se hizo uso de:

- Indagación.
- Ordenamiento y clasificación de los datos.
- Registro manual de la información.
- Hoja de Cálculo en Excel.
- Tabulación en tablas, cuadros y gráficos porcentualmente.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS

3.1. Resultados de la encuesta

De la información y datos obtenidos en las encuestas realizadas a 43 comerciantes del mercado San Felipe en el distrito de Comas se obtuvieron los siguientes resultados.

Tributos

Tabla N° 1 Cumplimiento del pago de tributos

1. ¿Considera usted que el contribuyente cumple con el pago de sus tributos?

Variable	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	18	41.86	41.86	41.86
	No	22	51.16	51.16	93.02
	No Sabe	3	6.98	6.98	100.00
	Total	43	100.00	100.00	

Tabla 1 Cumplimiento del pago de tributos

Del total de encuestados, el 41.86% considera que, si cumplen con el pago de sus tributos, un 51.16 % indican que no cumplen con el pago de sus tributos debido a que el estado no cumple con ellos, pues no existe una reciprocidad. El resto que representa el 6.98 % indicaron no sabe por no dar esa información.

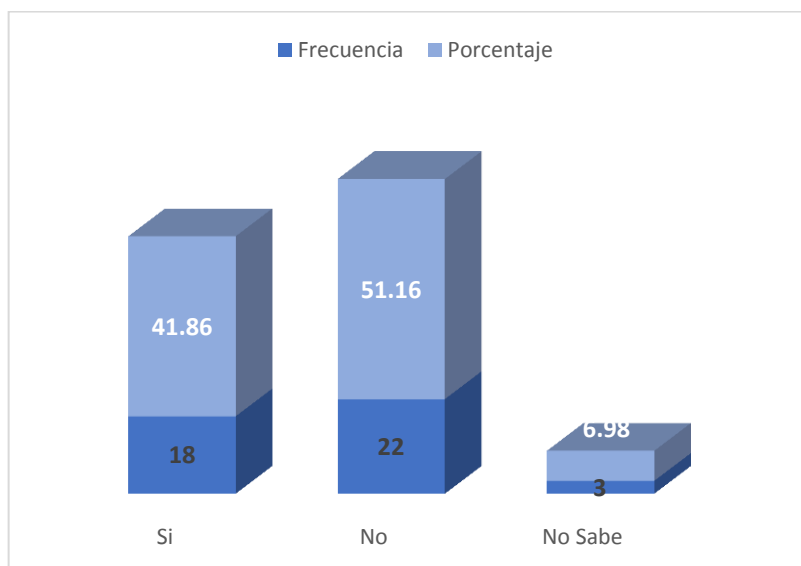


Figura 2 Cumplimiento del pago de tributos

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 2 Conocimiento de las normas tributarias

2. ¿Conoce usted cuáles son las normas tributarias en el Perú?

Variable	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	19	44.19	44.19	44.19
	No	20	46.51	46.51	90.70
	No Sabe	4	9.30	9.30	100.00
	Total	43	100.00	100.00	

Tabla 2 Conocimiento de las normas tributarias

Del total de encuestados, el 44.19 % indican que si conocen cuales son las normas tributarias en el Perú, pero el 46.51 % no tienen conocimiento de dichas normas pues indican que no reciben la información adecuada por parte de la Administración Tributaria y que en muchos casos esta información no es accesible a todos los ciudadanos.

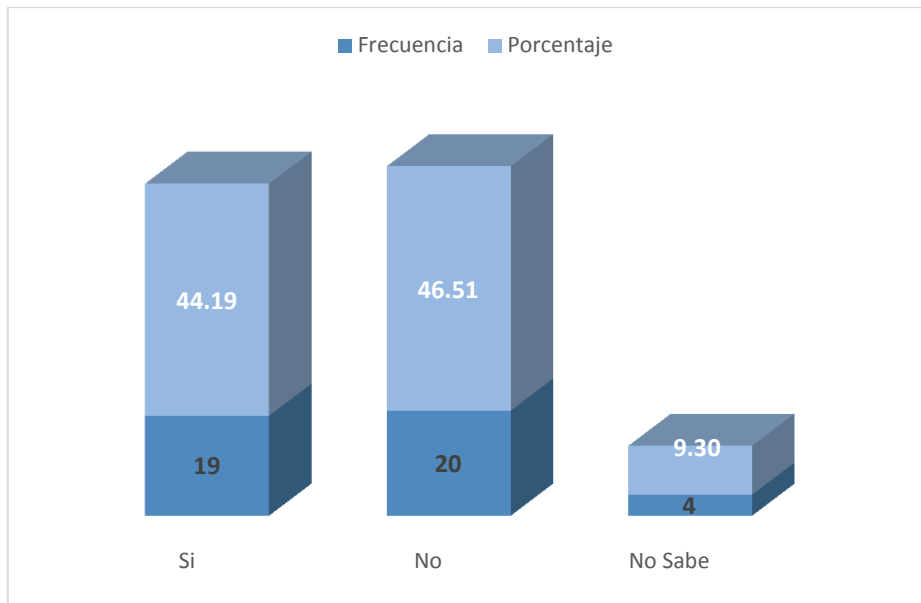


Figura 3 Conocimiento de las normas tributarias

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 3 Motivación para el cumplimiento tributario

3. ¿Se siente Usted motivado para cumplir con el pago de sus tributos?

Variable	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	12	27.91	27.91	27.91
	No	29	67.44	67.44	95.35
	No sabe	2	4.65	4.65	100.00
	Total	43	100.00	100.00	

Tabla 3 Motivación para el cumplimiento tributario

Del total solo un 27.91% de encuestados indican sentirse motivado para cumplir con el pago de sus tributos, pues consideran que hacerlo es parte del crecimiento de su negocio, sin embargo un 67.44 % indican que no, ya que en muchas ocasiones se sienten desmotivados debido a que no ven que sus aportes sean utilizados positivamente para el país, un ejemplo citado fue la delincuencia y la educación; además agregaban que por más que no deseen cumplir con el pago de sus impuestos lo hacen por el temor a que les caiga una multa impuesta por la SUNAT.

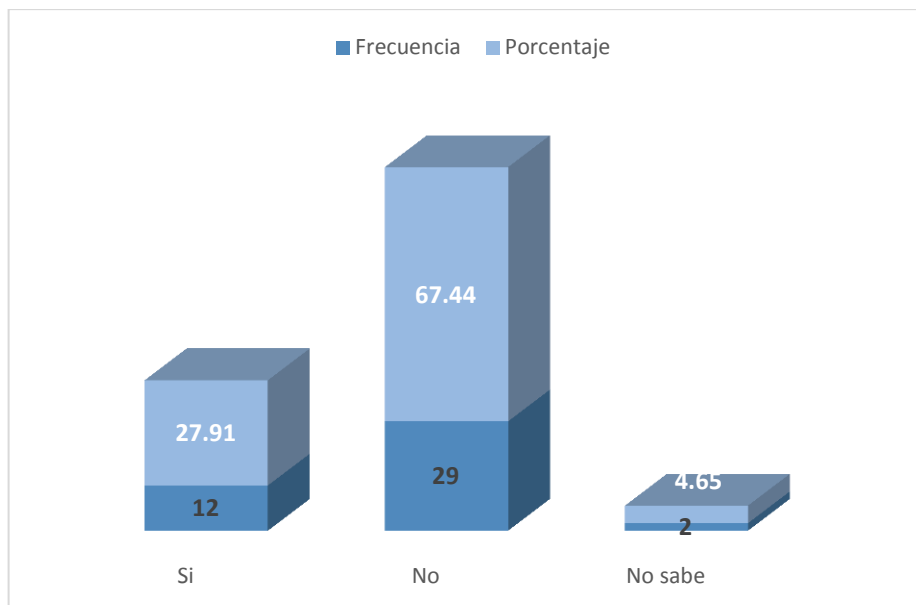


Figura 4 Motivación para el cumplimiento tributario

Fuente: Elaboración propia

Educación Tributaria

Tabla N° 4 Implementación de cursos tributarios en los centros educativos

4. ¿Cree usted que se debería implementar cursos de Educación tributaria en los centros educativos?

Variable	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	36	83.72	83.72	83.72
	No	5	11.63	11.63	95.35
	No sabe	2	4.65	4.65	100.00
	Total	43	100.00	100.00	

Tabla 4 Implementación de cursos tributarios en los centros educativos

En su mayoría; el 83.72 % de los encuestados, opinan que se debe impartir cursos de educación tributaria en los colegios, así como actualmente lo vienen haciendo algunos colegios inculcando la importancia de la Cultura Tributaria, pues para que el futuro contribuyente cumpla con sus obligaciones, se debe inculcar ello desde niño y así en el futuro lograr disminuir la informalidad, que haya una baja tendencia a ser informal y que

exista un mayor número de contribuyentes viéndose reflejado esto en la economía del país y en la calidad de vida de cada ciudadano. A pesar de ello vemos que el 11.63 % de los encuestados indican que no, ya que no lo consideran necesario.

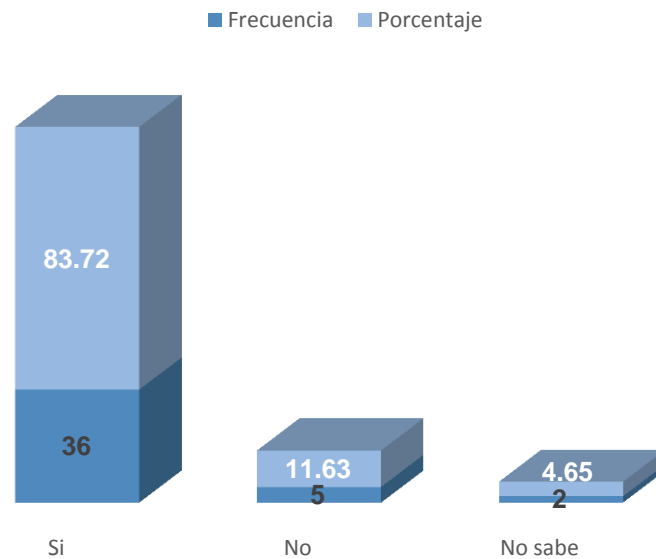


Figura 5 Implementación de cursos tributarios en los centros educativos

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 5 Capacitaciones tributarias a los ciudadanos

5. ¿Le parece correcto que la Administración Tributaria en conjunto con el Estado implanten capacitaciones tributarias a los ciudadanos?

Variable	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	35	81.40	81.40	81.40
	No	6	13.95	13.95	95.35
	No sabe	2	4.65	4.65	100.00
	Total	43	100.00	100.00	

Tabla 5 Capacitaciones tributarias a los ciudadanos

Al 88.37 % de los encuestados les parece correcto la implementación de capacitaciones de esta índole, ya sea en los trabajos o en los hogares, pues de manera muy dinámica y práctica los contribuyentes se sientan más interesados en el cumplimiento de sus

obligaciones tributarias. Sin embargo, el 9.30 % indican que no es necesario, que, en lugar

de ello, el Estado solo debería preocuparse en mejorar los servicios públicos y en temas que afecten a la población.

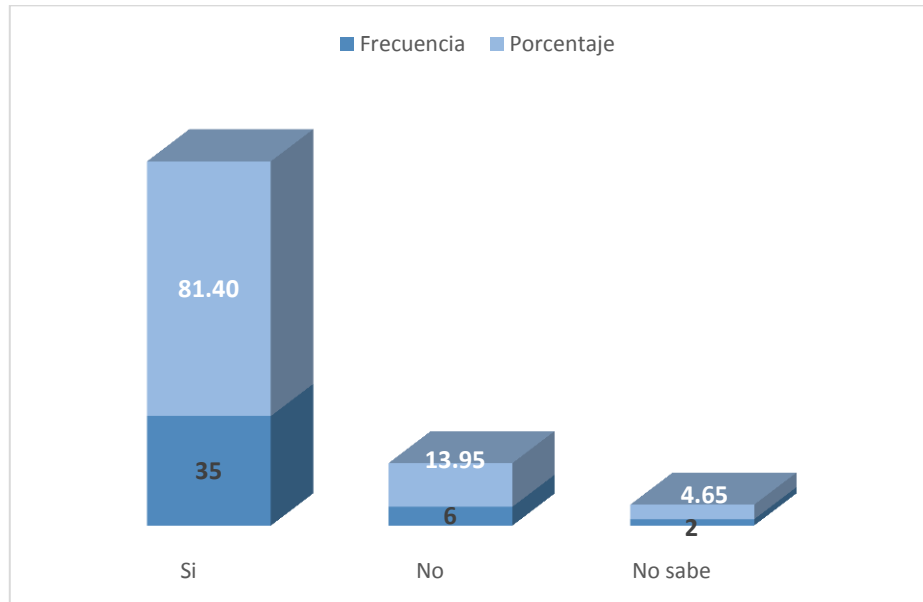


Figura 6 Capacitaciones tributarias a los ciudadanos

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 6 Generación de conciencia tributaria

6. ¿Considera usted que una educación tributaria puede generar o cambiar la conciencia tributaria en los ciudadanos?

Variable	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	38	88.37	88.37	88.37
	No	4	9.30	9.30	97.67
	No sabe	1	2.33	2.33	100.00
	Total	43	100.00	100.00	

Tabla 6 Generación de conciencia tributaria

El 88.10% de los encuestados creen que una educación tributaria adecuada puede generar e incluso cambiar la conciencia tributaria actual, pues si se implementara esto desde la formación de los hijos se puede formar a buenos ciudadanos que cumplan activamente con el pago de sus obligaciones tributarias, pues con ello no beneficiarían al Estado sino a la población misma. A pesar de esto el 9.52 % indican que no, porque no lo

ven necesario que la conciencia tributaria nace de uno mismo y la forma como percibe los servicios que brinda el Estado.

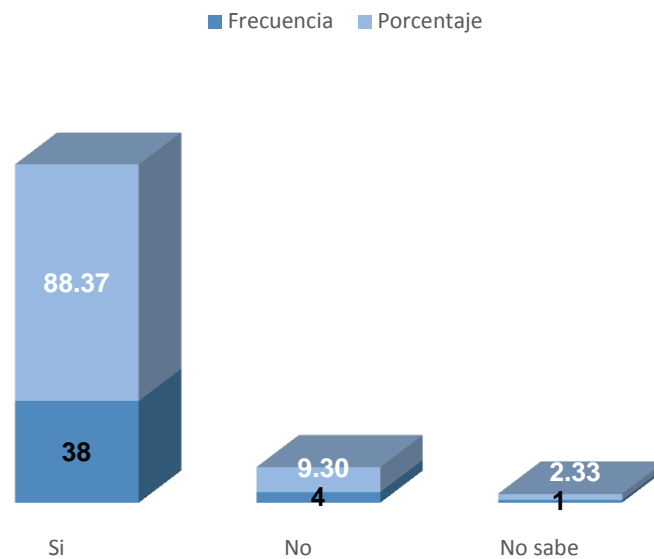


Figura 7 Generación de conciencia tributaria

Fuente: Elaboración propia

Recursos Públicos

Tabla N° 7 Honradez en los funcionarios de Administración Tributaria

7. ¿Cree usted que hay honradez en los funcionarios de la Administración Tributaria?

Variable	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	5	11.63	11.63	11.63
	No	35	81.40	81.40	93.02
	No sabe	3	6.98	6.98	100.00
	Total	43	100.00	100.00	

Tabla 7 Honradez en los funcionarios de Administración Tributaria

La mayoría de los encuestados, el 81.40 % respondieron que no confían ni en el Estado ni a los funcionarios de la Administración Tributaria pues no los consideran honrados, pues como se puede ver a la actualidad los fondos destinados a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos indican que son malversados y no ven un cambio significativo en sus localidades. Por esta falta de confianza hacia estas entidades es que muchos de estos

comerciantes tienden hacia la informalidad y evaden impuestos, dado esto, aún el 11.63 % opinan lo contrario, siendo solo una minoría.

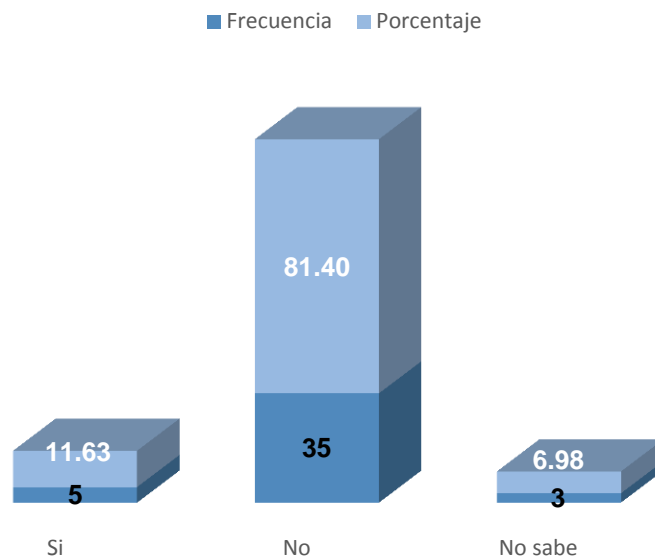


Figura 8 Honradez en los funcionarios de Administración Tributaria

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 8 Correcta utilización de los tributos

8. ¿Considera usted que el estado utiliza correctamente los tributos en obras públicas que beneficien a los ciudadanos?

Variable	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	5	11.63	11.63	11.63
	No	36	83.72	83.72	95.35
	No sabe	2	4.65	4.65	100.00
	Total	43	100.00	100.00	

Tabla 8 Correcta utilización de los tributos

El 83.72 % de los encuestados considera que el gobierno no utiliza correctamente los tributos que pagan para obras públicas, pues indican que ello se ve reflejado en sus mismas localidades que no cuentan con todos los servicios básicos, que cuentan con pistas deterioradas, no tienen colegios estatales bien implementados y no tan sólo ello otro claro ejemplo es al ver las noticias, los diarios y encontrar casos de delincuencia, inseguridad en las calles, corrupción, etc. ,que no es ajeno a una minoría sino que cada vez va en aumento y repiten que no observan ningún cambio ni mejoras, por todo ello solo un 11.63 % opina lo contrario.

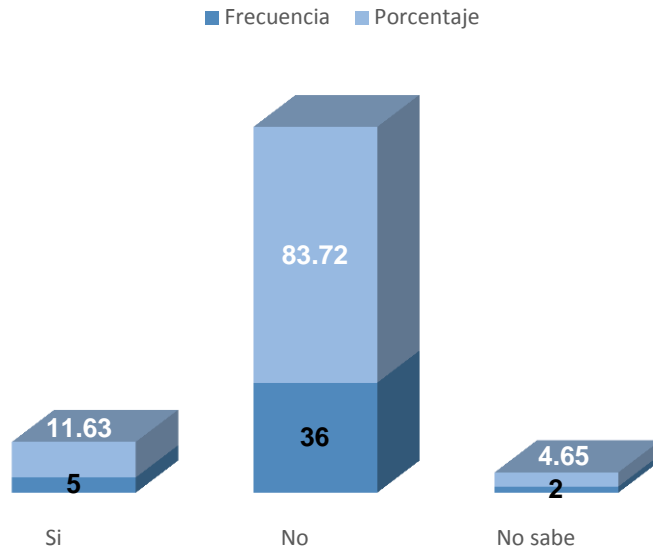


Figura 9 Correcta utilización de los tributos

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 9 Información del destino de la recaudación tributaria

9. ¿Considera usted que el estado debe informar el destino de los fondos que se obtiene por la recaudación tributaria?

Variable	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	39	90.70	90.70	90.70
	No	3	6.98	6.98	97.67
	No sabe	1	2.33	2.33	100.00
	Total	43	100.00	100.00	

Tabla 9 Información del destino de la recaudación tributaria

Del total de encuestados, un 90.70 % indican que el estado debe informar en todo momento del destino que se les da a los fondos que se recauda por los tributos que pagan todos los contribuyentes, pues ello conllevará a que al estar bien informados más ciudadanos se sigan sumando a cumplir sus obligaciones, y que esta información esté al

alcance de todos los ciudadanos y que sobre todo sea verídica. El 6.98% indica que no es necesario que el gobierno informe ello.

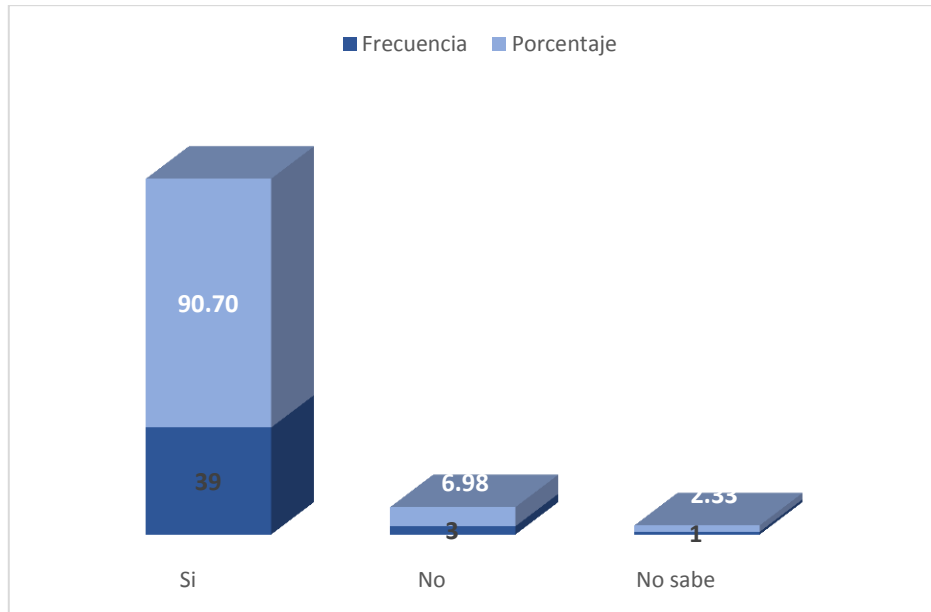


Figura 10 Información del destino de la recaudación tributaria

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Hipótesis General: La cultura tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe.

De acuerdo con la investigación realizada hemos determinado que la cultura tributaria influye en los comerciantes del mercado san Felipe por lo que se necesita fortalecer la cultura tributaria, pues es importante que la población obtenga información y conocimientos necesarios de manera que pueda comprender la importancia que tiene el cumplir con sus deberes como contribuyente para un mejor país y una mejor calidad de vida.

Burga (2015) en su tesis “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014”, concluye que la falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales, así mismo la falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias. Los contribuyentes tienden hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y de su Administración Tributaria.

Por lo que coincidimos con lo concluido por Burga, ya que con los resultados obtenidos vemos que los comerciantes consideran que el estado no utiliza correctamente los tributos que pagan para las obras públicas, pues indican que ello se ve reflejado en sus mismas localidades al no contar con todos los servicios básicos y muchas veces por esta falta de confianza en los funcionarios de la Administración Tributaria contribuye que la tendencia hacia la informalidad sea la más aceptada por los ciudadanos.

Hipótesis Específicas:

1. La educación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe.

De acuerdo con la investigación realizada hemos determinado que la educación tributaria influye en los comerciantes del mercado san Felipe, por lo que es importante que se impartan cursos de educación tributaria en los colegios y se continúe inculcando en los

hogares que el cumplir con nuestras obligaciones tributarias forma parte de nuestros derechos y deberes como ciudadanos viéndose reflejado en la economía del país.

Hanco (2015) en su tesis “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, concluye que al incrementar los programas curriculares del sistema educativo contenidos sobre educación tributaria, basada en la práctica de valores, los resultados a futuro serían favorables para el Estado ya que el crecimiento de la recaudación sería paralela a la base tributaria, lo cual ayudaría en el desarrollo del país y así poder gozar de mejoras en la calidad de servicios que brinda el Estado.

Por lo que coincidimos con lo concluido por Hanco, ya que la mayoría de los comerciantes consideran que una educación tributaria adecuada puede generar e incluso cambiar la conciencia tributaria actual de los ciudadanos, pues si se implementara desde la formación de los niños se puede formar a buenos ciudadanos que cumplan activamente con el pago de sus obligaciones tributarias, pues con ello no solo beneficiaría al Estado sino a la población misma en recibir mejores servicios públicos.

2. La constante orientación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe.

De acuerdo con la investigación realizada hemos determinado que la constante orientación tributaria influye en los comerciantes del mercado San Felipe, pues es importante que todos los contribuyentes puedan tener acceso y contar con la información y orientación adecuada al realizar sus declaraciones y pagos de sus obligaciones para evitar caer en multas o gastos que se podrían evitar o disminuir considerablemente si se contara con capacitaciones dinámicas y prácticas por parte de los entes recaudadores.

Marín y Trauco (2016), en su tesis “Cultura tributaria e influencia en la disminución de infracciones más frecuentes del código tributario por los contribuyentes régimen general SUNAT Cajamarca 2015”, concluyeron que la cultura tributaria de los contribuyentes influye significativamente en la disminución de infracciones tributarias más frecuentes del Código Tributario, Régimen General de la SUNAT del distrito de Cajamarca, según información procesada y reportada por la Administración Tributaria (Tablas N°. 06, 07, 08 y 09) y que nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del Régimen General de la Administración Tributaria SUNAT del distrito de Cajamarca es bajo. En mérito al objetivo general, se pudo determinar que el 80.30% de los contribuyentes no recibieron información o capacitación en temas relacionadas a obligaciones tributarias por la SUNAT Cajamarca.

Por lo que coincidimos con lo concluido por Marín y Trauco, ya que la mayoría de los comerciantes consideran que la Administración Tributarias debe brindar una constante

orientación tributaria a los ciudadanos, colocar más ventanillas informativas y módulos de consultas accesibles de manera que no perciban al sistema tan complejo y tienda hacia la Informalidad.

4.2. Conclusiones

Teniendo en cuenta los objetivos planteados y los resultados obtenidos se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Que la cultura tributaria se ve condicionada por la manera como los ciudadanos perciben su funcionamiento, pues la falta de conocimiento e información bajo este sistema muchas veces complejo y poco comprensible, hace que los comerciantes tiendan hacia la informalidad y por ende influya negativamente en el cumplimiento voluntario del pago de sus obligaciones tributarias.
2. Que la falta de una educación tributaria adecuada en los centros educativos influye negativamente en los comerciantes, pues tienen un concepto equivocado de lo que significa poder cumplir con sus obligaciones tributarias ya que estos no forman parte de sus deberes y derechos como ciudadanos.
3. Que la poca orientación tributaria por parte del estado y la Administración Tributaria hacia los comerciantes ha hecho que al no estar debidamente informados registren incorrectamente sus obligaciones y declaraciones, llevándolos muchas veces al pago de multas y perjudicándolos económicamente, logrando así que nuevamente tiendan hacia la informalidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS:

Brenes, J. (2000). Seminario Propuesta Tributarias para un Nuevo Siglo: Políticas y Estructura Tributaria Actual. Costa Rica. Academia de Centro América.

Cortázar, J. (2000). Estrategias educativas para el desarrollo de una cultura tributaria en América Latina. Experiencias y líneas de acción. Revista del CLAD Reforma y Democracia No. 17.

Fernández, R. H. (1998). La cultura tributaria frente a la cultura empresarial: propuesta para alcanzar una conciliación fiscal. Revista de Ciencias Sociales, 4(1). Páginas 44-45.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. México. Mc Graw-Hill Interamericana Editores.

Pacherres, A. y Castillo, J. (2016). Manual Tributario 2016.Lima.ECB Ediciones SACPAGINA 11 BIBLIOTECA.

Pacherres, A. y Castillo, J. (2015). Manual Tributario 2015.Lima.ECB Ediciones SAC.

Solórzano, D. (2011). La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú. línea]. Disponible en: <https://www.slideshare.net/carlosalfredomontesq/cultura-tributaria-duliosolorzano>.

Tamayo, M. (1997). El Proceso de la Investigación científica. Editorial Limusa S.A. México.1997.

Valero, M. T., & Briceño, F. M. (2010). Ética y Cultura Tributaria en el Contribuyente. Revista Daena (International Journal of Good Conscience), 5(1). Página 64-65.

TESIS NACIONALES:

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

Bolaños, M., Edgar, J., & Trauco Huamán, M. (2017). Cultura tributaria e influencia en la disminución de infracciones más frecuentes del código tributario por los contribuyentes régimen general Sunat Cajamarca 2015.

Hanco Larico, O. B. (2015). 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.

TESIS INTERNACIONALES:

Amaguaya Vargas, J. M., & Moreira Peña, L. K. (2015). La cultura tributaria y las obligaciones fiscales de los negocios informales de Guayaquil (Doctoral dissertation).

Barona, A., & Javier, D. (2016). La cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta del sector comercial de la ciudad de Ambato (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Carrera de Contabilidad y Auditoría. Semipresencial).

ANEXOS

1. Anexo N° 1 – Guía técnica de la encuesta.

La presente técnica tiene por finalidad recabar información importante para el estudio de “LA INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN FELIPE, COMAS, 2017”.

Al respecto se le solicita a usted, que con relación a las preguntas que a continuación se le presentan, se sirva responder en términos claros, en vista que será de mucha importancia para la investigación que se viene llevando a cabo. Esta técnica es anónima, se le agradecerá su participación.

- I. **Instrucciones:** Según lo que se le indique conteste objetivamente cada una de las preguntas, marcando con una “X” la letra que corresponda a tu respuesta:

Variable: Cultura tributaria.		
Tributos		
1	¿Considera usted que el contribuyente cumple con el pago de sus tributos?	
	Si	()
	No	()
	No sabe	()
2	¿Conoce usted cuáles son las normas tributarias en el Perú?	
	Si	()
	No	()
	No sabe	()
3	¿Se siente Usted motivado para cumplir con el pago de sus tributos?	
	Si	()
	No	()
	No sabe	()
Educación tributaria		
4	¿Cree usted que se debería implementar cursos de educación tributaria en los Centros Educativos?	
	Si	()
	No	()
	No sabe	()
5	¿Le parece correcto que la Administración Tributaria en conjunto con el Estado implanten capacitaciones tributarias a los ciudadanos?	

	Si	()
	No	()
	No sabe	()
6	¿Considera usted que una educación tributaria puede generar o cambiar la conciencia tributaria en los ciudadanos?	
	Si	()
	No	()
	No sabe	()
Recursos públicos		
7	¿Cree usted que hay honradez en los funcionarios de la Administración Tributaria?	
	Si	()
	No	()
	No sabe	()
8	¿Considera usted que el estado utiliza correctamente los tributos en obras públicas que beneficien a los ciudadanos?	
	Si	()
	No	()
	No sabe	()
9	¿Considera usted que el estado debe informar el destino de los fondos que se obtiene por la recaudación tributaria?	
	Si	()
	No	()
	No sabe	()

2. Anexo N° 2 – Matriz de consistencia

Título: La Influencia de la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe, Comas 2017.				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE, DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>General:</p> <p>¿Cómo influye la cultura tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe?</p> <p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿De qué manera una educación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe? 2. ¿Cuál es la influencia de una constante orientación tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe? 	<p>General:</p> <p>Determinar cómo influye la cultura tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe.</p> <p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar de qué manera una educación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe. 2. Determinar cuál es la influencia de una constante orientación tributaria en los comerciantes del Mercado San Felipe. 	<p>General:</p> <p>La cultura tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe.</p> <p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La educación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe. 2. La constante orientación tributaria influye en los comerciantes del Mercado San Felipe. 	<p>Variable:</p> <p>Cultura tributaria.</p> <p>Dimensiones e Indicadores:</p> <p>Dimensión 1: Tributos Indicadores: -Cumplimiento del pago de tributos. -Conocimiento de las normas tributarias. -Motivación para el cumplimiento tributarios.</p> <p>Dimensión 2: Educación tributaria Indicadores: -Implementación de cursos tributarios en los centros educativos. -Capacitaciones tributarias a los ciudadanos -Generación de conciencia tributaria.</p> <p>Dimensión 3: Recursos Públicos Indicadores: -Honradez en los funcionarios de Administración Tributaria. -Correcta utilización de los tributos. -Información del destino de la recaudación tributaria.</p>	<p>Tipo de diseño de investigación:</p> <p>Es no experimental, descriptiva. Transversal</p> <p>Unidad de estudio:</p> <p>Influencia de la Cultura Tributaria.</p> <p>Población:</p> <p>Nuestra población consta de 56 personas entre hombres y mujeres comerciantes, dueños y trabajadores en general del Mercado San Felipe del distrito de Comas.</p> <p>Muestra:</p> <p>43 personas es el tamaño de nuestra muestra de personas que participaron en la encuesta, la cual se efectuó en forma aleatoria.</p> <p>Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos:</p> <p>La técnica que se utilizó en el proceso de investigación fue la observación, mientras que el instrumento utilizado fue la encuesta.</p>