

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas
Carrera Profesional de Contabilidad Y Finanzas

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS
OBLIGACIONES FISCALES DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN
ANTONIO DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, 2018**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el
Título Profesional de Contador Público

Bach. Esmeritha Alvarado Roncal

Bach. María Elizabeth Ignacio Chávez

Asesor: Mg. Guillermo Alfredo Rojas Chávez

CAJAMARCA – PERÚ

Enero – 2019

COPYRIGHT © 2019 by

Esmeritha Alvarado Roncal
María Elizabeth Ignacio Chávez

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
PROGRAMA DE CAPACIDADES ADQUIRIDAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL

LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS
OBLIGACIONES FISCALES DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO SAN ANTONIO DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, 2018

Presidente: _____

Secretario: _____

Vocal: _____

Asesor: _____

DEDICATORIA:

Nuestros padres, pilar fundamental en nuestras vidas y apoyo incondicional en todo momento.

Nuestros docentes, quienes formaron parte importante en nuestra formación profesional.

AGRADECIMIENTOS

- A la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo y a sus docentes, por los aprendizajes recibidos para nuestra formación profesional.
- Al Mg. Guillermo Alfredo Rojas Chávez, por sus aportes y apoyo en la culminación de este documento.
- A los comerciantes del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, por su apoyo para la ejecución de nuestro proyecto.

RESUMEN

La cultura tributaria es el conjunto de conocimientos y conciencia, que implica el cumplimiento de los deberes fiscales; es decir, que al tener mayor posesión de cultura tributaria el pago de los tributos se realizará de manera voluntaria. Actualmente, es necesario incrementar los conocimientos de los ciudadanos para que cumplan de forma ideal sus obligaciones, lo cual no es una tarea fácil ya que requiere políticas de control y de carácter educativo. La cultura tributaria implica que ambas partes, Estado y contribuyente, cumplan su rol de forma que todos se beneficien; es decir, los empresarios deben tributar y el Estado debe usar transparentemente los recursos aportados por los mismos.

El presente trabajo de investigación titulado “La Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Fiscales de los Comerciantes del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018” tiene el objetivo es determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado San Antonio. En la investigación se utilizó como referencias investigaciones ya realizadas, es de nivel descriptivo, enfoque cualitativo y diseño no experimental - transversal. Se utilizó el método deductivo inductivo y se usó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario, para recopilación de información. La población está constituida por 398 comerciantes y la muestra consta de 196 comerciantes. La hipótesis consiste en que la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca.

Palabras clave: Cultura tributaria, obligaciones fiscales

ABSTRACT

The tributary culture is the set of knowledge and awareness, which implies the fulfillment of tax duties; that is to say, that having greater possession of tributary culture the payment of taxes will be done voluntarily. Currently, it is necessary to increase the knowledge of citizens so that they fulfill their obligations in an ideal way, which is not an easy task since it requires control policies and an educational nature. The tributary culture implies that both parties, the State and the taxpayer, fulfill their role so that everyone benefits; that is, employers must pay taxes and the State must transparently use the resources contributed by them.

The present research work entitled "The Tributary Culture and Compliance with the Fiscal Obligations of the Merchants of the San Antonio Market of the city of Cajamarca, 2018" has the objective of determining the incidence of the tributary culture in compliance with fiscal obligations of the merchants of the San Antonio Market. The research used as references research already done, is descriptive level, qualitative approach and non-experimental design - transversal. The inductive deductive method was used and the survey technique was used with its instrument, the questionnaire, to gather information. The population is made up of 398 merchants and the sample consists of 196 merchants. The hypothesis is that the tributary culture significantly affects the fulfillment of fiscal obligations of the San Antonio Market traders in the city of Cajamarca.

Keywords: Tributary culture, fiscal obligations

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA:	iv
AGRADECIMIENTOS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
LISTA DE TABLAS	xi
LISTA DE GRÁFICOS	xii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1. Planteamiento del Problema.....	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2 Definición del problema.....	6
1.2.1 Problema general.....	6
1.2.2 Problemas específicos	6
1.3 Objetivos	7
1.3.1 Objetivo general	7
1.3.2 Objetivos específicos.....	7
1.4 Justificación e importancia	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	10
2. Fundamentos Teóricos de la Investigación.....	10
2.1 Antecedentes Teóricos	10
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	10
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	11
2.1.3 Antecedentes locales	15
2.2 Marco Teórico.....	18
Esta investigación se sustenta en las siguientes teorías:	18

2.2.1	La Teoría Tributaria de David Ricardo.....	18
2.2.2	Teoría tributaria de la Contribución.....	19
2.2.3	Teoría Cultural de Vygotsky.	20
2.3	Marco Conceptual	21
2.3.1	Cultura Tributaria	21
2.3.2	Los Tributos	27
2.3.3	Derechos de los contribuyentes	29
2.3.4	Conocimiento Tributario responsable.....	30
2.3.5	Los valores morales.....	31
2.3.6	Procesos y normas	33
2.3.7	Cumplimiento de obligaciones tributarias	34
2.3.8	Cumplimiento de responsabilidades tributarias	37
2.3.9	Obligaciones tributarias de los contribuyentes del Nuevo Régimen Único Simplificado.....	38
2.4	Hipótesis	40
2.4.1	Hipótesis general	40
2.4.2	Hipótesis específicas	40
2.5	Variables	41
2.5.1	Variable independiente.....	41
2.5.2	Variable dependiente.....	41
2.5.3	Operacionalización de variables	41
CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN		43
3.	Metodología	43
3.1	Tipo de investigación	43
3.2	Diseño de la Investigación.....	43

3.3	Área de Investigación.....	43
3.4	Unidad de análisis	44
	La unidad de análisis en esta investigación fue los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca.	44
3.5	Población.....	44
3.6	Muestra	44
3.7	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	45
3.8	Técnicas para el procesamiento y análisis de datos	46
3.9	Interpretación de datos	46
	CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
4.1	Presentación, análisis e interpretación de los resultados.....	47
4.2	Contrastación de la hipótesis general	67
4.3	Contrastación de primera hipótesis específica.....	69
4.4	Contratación de segunda hipótesis específica.....	71
4.5	Discusión de resultados	73
	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
5.1	Conclusiones	76
5.2	Recomendaciones.....	78
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
	GLOSARIO	84
	ANEXOS	86

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Edad de los comerciantes	47
Tabla 2: Nivel de Instrucción de los comerciantes	48
Tabla 3: ¿Tiene RUC?	50
Tabla 4: Régimen tributario en la que está registrado el negocio de los comerciantes	51
Tabla 5: ¿Sabe usted qué es un tributo?	53
Tabla 6: Conocimiento sobre la normativa tributaria	54
Tabla 7: ¿Cree usted que es importante pagar los tributos?	56
Tabla 8: ¿Conoce de los fines públicos que tiene el pago oportuno de sus impuestos?	57
Tabla 9: ¿La SUNAT, le brindó información acerca de sus obligaciones como contribuyente?	58
Tabla 10: ¿Realiza sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones a la entidad tributaria?	60
Tabla 11: ¿Emite usted comprobantes de pago?	61
Tabla 12: Realiza el pago de sus obligaciones de manera voluntaria.	62
Tabla 13: ¿Lleva un control de sus actividades económicas a través de libros contables?	63
Tabla 14: ¿Quién lleva la contabilidad de su negocio actualmente?	65
Tabla 15: ¿Conoce usted de las obligaciones con respecto al pago de impuestos del régimen en el que está inscrito su negocio?	66

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad de los comerciantes	47
Gráfico 2: Nivel de Instrucción de los comerciantes	49
Gráfico 3: ¿Tiene RUC?	50
Gráfico 4: Régimen tributario en la que está registrado el negocio de los comerciantes.	51
Gráfico 5: ¿Sabe usted qué es un tributo?	53
Gráfico 6: Conocimiento sobre la normativa tributaria	54
Gráfico 7: ¿Cree usted que es importante pagar los tributos?	56
Gráfico 8: ¿Conoce de los fines públicos que tiene el pago oportuno de sus impuestos?	57
Gráfico 9: ¿La SUNAT, le brindó información acerca de sus obligaciones como contribuyente?	59
Gráfico 10: ¿Realiza sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones a la entidad tributaria?	60
Gráfico 11: ¿Emite usted comprobantes de pago?	61
Gráfico 12: Realiza el pago de sus obligaciones de manera voluntaria	62
Gráfico 13: ¿Lleva un control de sus actividades económicas a través de libros contables?	64
Gráfico 14: ¿Quién lleva la contabilidad de su negocio actualmente?	65
Gráfico 15: ¿Conoce usted de las obligaciones con respecto al pago de impuestos del régimen en el que está inscrito su negocio?	66

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1. Planteamiento del Problema

1.1 Descripción de la realidad problemática

Actualmente el tema sobre la cultura tributaria, es ampliamente abarcado por diferentes aspectos como las situaciones políticas, legislativas, económicas y sociales que ocasionan los constantes cambios. El gobierno tributario se desarrolla dentro del marco legal conformado por el derecho tributario y el código tributario y se hace efectivo mediante la recaudación de los tributos a través de las tasas, los impuestos y las contribuciones, los mismos conforman todos los ingresos de los diferentes niveles de gobierno local, regional y central. Con la recaudación de los tributos, lo que se desea y quiere es aumentar los ingresos del estado para poder financiar los diferentes gastos públicos, ya que, con ello, el Estado destina los diferentes recursos recaudados para la población; por tanto, efectuar nuestras obligaciones es parte de nuestra cultura.

Los peruanos poseemos una cultura diversa y cuando hablamos de cultura nos referimos a la acumulación de información que la sociedad valora (Enguix, 2012). Entonces, la cultura tributaria es ser instruidos y educados en temas de tributación. La educación tributaria nos permitirá que podamos cumplir puntual y eficientemente con todas nuestras obligaciones para con el Estado. Con lo recaudado, El estado podrá hacer inversiones en diferentes áreas como en la educación, salud, vivienda, infraestructura,

entre otros para el beneficio de todos los moradores. Por lo tanto, la cultura tributaria interviene en cada uno de los comerciantes admitiendo adjudicarse sus obligaciones fiscales en los diferentes sectores económicos del país (Bernal, y otros, 2014).

Para el Perú la cultura tributaria es la piedra angular y el soporte para poder recaudar los impuestos y así sostener el desarrollo del país. La cultura abarca un conglomerado de nuestros valores y actitudes aportados por nosotros mismos y de nuestros conciudadanos respecto a la tributación; sin embargo, nosotros mismos no estamos cumpliendo con las obligaciones que la ley nos demanda debido a que la nuestra confianza y la credibilidad en los que gobiernan a nuestro territorio peruano se ha desprestigiado y degenerado y en gran manera debe al incumplimiento de sus promesas, generando así que cada uno de los peruanos se vuelvan reacios a cumplir con sus obligaciones tributarias.

Pero, ¿qué son los deberes tributarios? Según el Instituto Superior Tecnológico Privado Telesup (2018) son aquellos deberes que se originan a raíz de las diferentes necesidades de pagar ciertos tributos para sostener y mantener los variados gastos del estado; es decir, existe una relación directa entre el contribuyente y la entidad administradora de los fondos recaudados. El incumplimiento de los deberes tributarios sobrelleva una correspondiente sanción tributaria.

Por su lado, Miranda (2018) manifiesta que el cumplimiento de las obligaciones como obligados tributariamente se llama tributo y éste se clasifica en tasas, impuestos y contribuciones. El cumplir con el pago oportuno de los tributos está supeditado a que las empresas y los comerciantes deben estar acogidas a un régimen tributario, que es el incorporado de varias normas que van a reglamentar el cumplimiento de obligaciones fiscales vinculadas a la cancelación de los tributos. Entonces, el cumplir con los deberes con el estado tributariamente es tomado como un aspecto poco agradable por los empresarios, debido a se ha dado un mal uso de los fondos recaudados, la carencia de servicios básicos en las comunidades, entre otros. Esta es nuestra realidad y a ello se añade el bajo nivel cultural tributario lo que hace que se desconozca el destino de nuestras contribuciones lo que conlleva a que el ciudadano o el contribuyente no asuma su responsabilidad de pagar sus impuestos voluntariamente, sino que lo hace por miedo y obligado por las sanciones y multas que impone el Estado a través de sus leyes. El desconocimiento sobre el tema de tributación por parte de los comerciantes y empresarios, falta de interés del Estado en generar una política de capacitación e instrucción desde los primeros años de la educación básica, que data desde la creación de la constitución.

A lo mencionado anteriormente se suma también que La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, no establece las medidas necesarias y asertivas al formular reglas, políticas o acciones tributarias que

contribuya al satisfacer las necesidades de la población. Es decir, hoy en día el ciudadano emprendedor no tiene acceso a una información sólida, precisa y clara sobre los procedimientos y responsabilidades que se debe seguir y cumplir para hacer frente a sus obligaciones tributarias de manera puntual y sin perjudicar el desarrollo de nuestro país y de nosotros mismos.

En la ciudad de Cajamarca el crecimiento empresarial y por ende los contribuyentes que obtienen rentas empresariales se habían incrementado, principalmente por el factor minero. Pero, el cumplimiento de sus obligaciones tributarias no fueron equivalentes a los que se tenían inscritos, lo que nos conlleva a deducir que, no se está cumpliendo con el pago oportuno y voluntario de las obligaciones fiscales. Los comerciantes no están cumpliendo con el pago de sus obligaciones fiscales a carta cabal, esto es, por falta de la cultura tributaria; esto afecta la recaudación y el Estado no puede cumplir con sus funciones fundamentales (Flores, 2015).

Cajamarca, es una ciudad que al año 2018 está estancada económicamente debido a que el factor principal, la minería, se ha visto paralizada por situaciones ambientales y ambiciones personales de algunas personas que están inmersas en la política; sin embargo, no solo es el tema de la falta de minería sino principalmente al desinterés de los gobernantes para crear una fuente de ingresos estables, de acorde a las riquezas naturales de la región. A ello se suma la falta de interés en la educación y sobre todo que han dejado en el olvido la educación fiscal, la cual debe impartirse en

las escuelas desde los primeros años y debe ser considerada como una materia de estudio. La carencia en los comerciantes y empresarios, de cultura tributaria, en la ciudad de Cajamarca tiene como reflejo un bajo compromiso para cumplir con el pago oportuno de las obligaciones fiscales; por lo que, es necesario implementar una oficina para atención al contribuyente de manera permanente y brindar un servicio gratuito, cordial, responsable, paciente y dedicado a cada uno de los ciudadanos sin importar la edad.

Por estas razones, se vio conveniente realizar el presente trabajo de investigación titulado La Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Fiscales de los Comerciantes del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018. Esto con el objeto de verificar si la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes, de ser así, se podrá realizar acciones para poder incrementar el conocimiento sobre tributación, y por consiguiente, la cultura fiscal de los comerciantes. Esto permitirá mejorar la conciencia y la práctica de los valores morales, para así lograr el cumplimiento voluntario de los deberes fiscales para con el Estado, no solo de los comerciantes del mercado San Antonio sino de todas las personas que moran en nuestro país. Debemos tener en cuenta que, si no se promueve la cultura fiscal no se tendrán resultados positivos en la recaudación ni tampoco en el desarrollo de nuestro Perú debido a que la tributación es un tema de gran relevancia y muy importante porque involucra una cultura sólida basada en valores y responsabilidades de la misma persona, que somos cada uno de nosotros.

1.2 Definición del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo la cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo incide los conocimientos sobre tributación en el cumplimiento de obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018?

¿Cómo incide los valores morales en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Describir la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

Describir la incidencia de los conocimientos sobre tributación en el cumplimiento de obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

Describir la incidencia de los valores morales de los comerciantes en el cumplimiento de obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

1.4 Justificación e importancia

La función principal del Estado en nuestra economía es sin duda irremplazable, pero más aún son los contribuyentes, porque desempeñan varias actividades económicas; estando obligados a pagar los respectivos impuestos, para ser distribuidos después en beneficios sociales. Debido a esta razón, el valor que tiene la presente investigación radica en proporcionar conocimiento sobre la importancia de cumplir con los deberes tributarios de manera voluntaria y que la responsabilidad de hacerlo nos genera el disfrute de los beneficios que nos ofrece la entidad recaudadora.

Se justifica también porque es importante conocer la opinión de los comerciantes del Mercado San Antonio debido a que es una asociación que ha surgido de manera sostenible y acoge a personas con diferentes realidades educativas, culturales y religiosas y que la venta de ropa y zapatos es su única fuente de ingreso.

Esta investigación servirá para que los comerciantes del Mercado San Antonio conozcan nuestra realidad nacional y que es ampliamente conocida por ser un pueblo emprendedor y esforzado que busca siempre salir adelante, pero también, que consideran que la entidad recaudadora está en contra de su crecimiento económico porque les quitan lo poco que pueden ganar y no tienen retribución

alguna a sus aportaciones. Actualmente, los peruanos evaden el pago de tributos al Estado debido al egoísmo, a la viveza criolla, al desconocimiento o a los problemas económicos. Todo lo anterior nos indica que detrás de esta decisión se esconde una razón moral. Expertos de las universidades de Northern Illinois y California en San Diego hallaron que muchos de los evasores, principalmente los de la clase media, piensan que pagar impuestos es una amenaza a su decencia, pues involucra sacrificarse para retribuir a otros que, en su opinión, no lo merecen, como los pobres y, en ciertos casos, hasta los ricos (Semana, 2012).

También servirá de apoyo en el área académica como instrumento de consulta bibliográfica en relación a la temática, para los docentes y alumnos, como guía para la elaboración de futuros proyectos de investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2. Fundamentos Teóricos de la Investigación

2.1 Antecedentes Teóricos

2.1.1 Antecedentes internacionales

Según Romero & Vargas (2013) en su tesis titulada *La Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones en los Comerciantes de la Bahía “Mi Lindo Milagro” del Canton Milagro*. Concluyen en que la tributación no solo es una deber legal que tenemos que asumir obligatoriamente, sino que, es un acto cívico que beneficia a todos. Por tanto, debemos cumplir con nuestro deber tributario de manera voluntaria para sí contribuir con el Estado y que este pueda distribuir los recursos de manera adecuada en beneficio de todos sus moradores.

Por su parte Murcia & Hernández (2016) en su obra titulada *Ética y Cultura Tributaria como Vía de Desarrollo*. Ultiman que para promover una solida cultura tributaria se debe promover y alentar a los ciudadanos a cumplan voluntariamente con sus deberes tributarios y que el Estado, debe cumplir con su función actuando con legalidad. Es decir, la cultura tributaria depende de las leyes y como en el Perú la legislación es muy amplia, complica en cierta

manera la comprensión de las mismas, limitando así que la cultura tributaria de los comerciantes sea de cumplir voluntariamente con sus obligaciones.

Labrana (2016) en su tesis denominada *Determinantes conductuales del Cumplimiento Tributario en Chile mediante Machine Learning Models*. Concluye en que las actitudes de los chilenos impactan significativamente en el comportamiento para cumplir con las obligaciones tributarias; es decir, el contribuyente cumple con su obligación si es obligado. En el Perú sucede lo mismo, el contribuyente o el sujeto obligado cumple con sus obligaciones tributarias de manera obligada, por no decir por miedo más no por voluntad propia.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Flores (2015) en su tesis titulada *Influencia de la Cultura Tributaria en el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Nuevo Régimen Único Simplificado de la Ciudad de Puno, Periodo 2014*. Concluye que los contribuyentes de la ciudad de Juliaca – Puno, poseen amplios conocimientos en cuanto a políticas de tributación, sistema tributario y administración tributaria. Manifiesta también que los contribuyentes tienen una escasa conciencia tributaria, que no consideran importante el

cumplir con sus responsabilidades como ciudadanos con valores. Finalmente, menciona que la cultura tributaria que ostentan los contribuyentes; es decir, conocimiento y conciencia tributaria influyen negativamente en el cumplimiento de sus deberes formales y sustanciales. Por tanto, esta realidad reflejada en los contribuyentes de la ciudad de Juliaca no es ajena a la mayoría de los contribuyentes del Perú debido a que se tiene la misma estructura política tributaria, sin embargo, la cultura tributaria puede variar en las diferentes regiones del país. y en la presente investigación se ha determinado que en la ciudad de Cajamarca existe cultura tributaria.

Burga (2015) en su tesis denominada *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las Empresas Comerciales del emporio Gamarra, 2014*. Concluye que, la falta de una vigilancia adecuada de la conciencia tributaria en el Perú y la falta de sensibilización de los contribuyentes en valores y culturalmente ocasiona que, no se pueda efectuar los compromisos tributarios de las empresas comerciales y que estos incurran en infracciones y sanciones tributarias; por tanto, los contribuyentes tienden a la informalidad y principalmente porque ellos atribuyen al Estado y a la Administración Tributaria una limitada o poca legitimidad en su rol recaudador.

El Perú es un país que está en constante crecimiento, es por esta razón, que si deseamos que siga creciendo debemos concientizar a las personas desde muy pequeñas, debemos inculcarlas a que el aporte de los tributos va a beneficiar a todos y que sirve para el crecimiento económico del país y como consecuencia para nuestro crecimiento personal. Para cumplir con las obligaciones tributarias, la Administración Tributaria debe hacer conocer más ampliamente a los contribuyentes la canalización de los tributos, para que los obligados a pagar cumplan puntualmente, deben capacitarlos por medio de campañas de concientización y a través de programas de educación cívica tributaria, orientada hacia el cambio cultural y la revaloración de la moral y la ética. Esto contribuirá a evitar infracciones y por consecuencia sanciones tributarias. El estado está obligado a incrementar su rol educador en temas de tributación, debe profundizar aspectos positivos del pago de los tributos y lo nocivo que ocasiona la omisión del ingreso de los mismos.

Hanco & Bañon (2016) en su tesis titulada *La Cultura Tributaria y su Incidencia en el Grado de Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Profesionales que Ejercen Actividades Independientes, Ilustre Colegio Profesional de Abogados del Cusco-2015*. Ultiman que la cultura tributaria influye de manera positiva, directa y significativamente en los profesionales de derecho del Cusco; sin embargo, la cultura tributaria que poseen

dichos profesionales es baja, debido a que, los abogados tienen poco conocimiento de la normativa sobre tributación con respecto a sus obligaciones; por tanto, el cumplimiento de sus deberes tributarios también es bajo. Esto debido a que la mayoría de los abogados se dedican a temas civiles y penalistas, dejando de lado al tema tributario.

La falta de conocimiento sobre tributación, a nivel nacional, se debe a la falta de interés del Estado para brindar programas de capacitación a los contribuyentes, también, la falta de un gobierno equitativo por permitir que lo recaudado de las aportaciones de los comerciantes y empresarios no sean debidamente invertidos en beneficio mutuo. Todo esto, ha permitido que la población contributiva haya perdido su conciencia y valores para poder no tener cultura tributaria.

Atoche (2016) en su tesis denominada *La cultura Tributaria y su Impacto en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias Mensuales de IGV-Renta en los Comerciantes Minoristas de Abarrotes del Mercado Modelo de Sullana en el Año 2015*. Concluye que los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado Modelo de Sullana en Piura, quienes son personas adultas que sobrepasan los 45 años y con un grado de instrucción solamente de primaria, reflejan falta de conocimientos de las normativas tributarias. Por esta

razón, no cumplen con sus obligaciones tributarias de manera correcta.

Factores como la edad y el grado de instrucción influyen en el contribuyente porque son limitantes para poder concientizarlos a que puedan cumplir con sus obligaciones y deberes tributarios. La escasez de cultura tributaria se debe en gran manera a que, la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria no brinda información y orientación clara, sencilla y precisa, con fácil entendimiento para el contribuyente. Esto sucede debido a que dicha entidad no se preocupa por el deudor tributario sino por el tema económico y su recaudación sin importancia alguna a la persona. Si la entidad tributaria o el Estado prestaran mayor atención al contribuyente, centrándose en las necesidades de cada uno y de acuerdo a ello, plantearían programas de capacitación para orientar y concientizarlo, con el fin de que cumplan, de manera voluntaria, con sus deberes.

2.1.3 Antecedentes locales

Silva (2016) en su tesis para optar el grado de magister denominada *La Cultura Tributaria en la Gestión de las Micro y Pequeñas Empresas Formales en el Distrito de Celendín: una Estrategia de Mejora*. Concluye que, uno de los factores que

caracteriza a los propietarios de las Micro y Pequeñas Empresas es la poca conciencia tributaria, ellos buscan siempre pagar menos impuesto y lo consiguen no emitiendo comprobantes de pago al momento de realizar una venta de un bien o de un servicio con el fin de declarar menos ingresos y por ende, pagar menos impuestos. Los empresarios desconocen los beneficios que trae consigo inscribirse en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa, eso conlleva a que no puedan aprovechar los beneficios que tienen y puedan incrementar sus ingresos.

Por tanto, se puede manifestar que la presencia del Estado a través de la Administración Tributaria no está presente con programas o estrategias de capacitación, esto trae consigo consecuencias como la falta de información en los empresarios y, por ende, pocas aportaciones y bajo cumplimiento de las obligaciones tributarias, perjudicando así a toda la Sociedad Cajamarquina.

El nivel de conocimientos que se tiene sobre impuestos o tributación es sumamente importante acaparar en el día a día de nuestros contribuyentes, sin embargo, la correlación entre la Administración Tributaria y la cultura tributaria es ineficiente, puesto que el nivel de servicios de información, instrucción y educación no llega de manera oportuna, integral o directamente a los

contribuyentes quienes son y deben ser los más interesados en adquirir la información tributaria, para así, cumplir voluntariamente sin exigencias con los deberes que se les asigne como empresarios o ciudadanos responsables y preocupados por el desarrollo de nuestra sociedad.

La cultura tributaria no se forma de la noche a la mañana, para ello, es necesario un proceso educativo que fomente la conciencia fiscal del contribuyente desde la etapa escolar. Los docentes y maestros deben asumir también la responsabilidad de formar ciudadanos con capacidad de conceptualizar, defender y cumplir con las leyes tributarias, se debe recalcar que todas las personas tenemos que cumplir nuestras obligaciones y ser conscientes de la importancia y necesidad que tienen los impuestos en la sociedad. Pero no solamente los maestros deben de ser los responsables de fomentar la cultura tributaria, sino también el Estado mismo mediante cursos, charlas tributarias en los centros Educativos. La concientización debe ser masiva para que nuestra cultura tributaria sea incrementada y se pueda mejorar conscientemente el estado de nuestro país.

2.2 Marco Teórico

Esta investigación se sustenta en las siguientes teorías:

2.2.1 La Teoría Tributaria de David Ricardo

Según Ricardo (1959) En su teoría sobre la tributación expresa que el problema principal de la economía tributaria, radica en elaborar las leyes que regulan la distribución entre los propietarios de la tierra, los del capital necesario para cultivarla y los trabajadores que la cultivan. Es por ello que, el primordial problema que verificó el autor de la teoría en su época, fue la repartición del tesoro público, puesto que el contexto observado, era el incremento económico de unos y el perjuicio de otros.

En coherencia con lo citado precedentemente, se deduce que la repartición de la riqueza es justamente el asunto más susceptible de ser influenciada por las ideas políticas y sociales, ya que se coloca en ella de expreso el conflicto entre el interés económico de las distintas clases sociales. Por esta razón, se constituyó el valor e importancia de los impuestos, porque constituyen una parte de lo producido por la tierra y producto del trabajo de un país, que se está a disposición del Estado, y su monto se paga, deduciéndolo de las rentas o del capital de cada uno de los habitantes.

La capacidad para poder pagar los impuestos no obedece al valor total en dinero de mercaderías ni del precio en dinero de los ingresos netos de los empresarios, sino del valor en efectivo de los ingresos de cada ciudadano, contrastados con el valor en dinero de las mercaderías que se consume regularmente, para ello, se recurre a una serie de impuestos necesarios para cubrir los gastos del gobierno. Los impuestos contribuyen a incrementar los ingresos del Estado, pero disminuyen los ingresos de los aportantes.

2.2.2 Teoría tributaria de la Contribución

Para hablar de la contribución llamado también tributo, se debe tomar en cuenta principios como la uniformidad, que establece que todo hecho conlleva una contribución, la justicia, que establece la proporcionalidad, es decir, que los que tienen más pagan más tributos, la legalidad tributaria, impone que todo lo que se realiza en el Perú está formado y motivado y finalmente el principio de la capacidad contributiva, que implanta el compromiso económico de cada persona de acuerdo a sus ingresos; es decir, que cada persona tiene la obligación de contribuir y que debe ser de acuerdo a sus rentas (Atoche, 2016).

2.2.3 Teoría Cultural de Vygotsky.

El principio fundamental en la teoría Cultural de Vygotsky es que para comprender al ser humano y su desarrollo psicológico es necesario entender y analizar las relaciones sociales en las que éste se desenvuelve. El eje central de su teoría recae en la relación sólida entre los procesos socio-históricos y culturales y los procesos psicológicos. Los procesos mentales superiores del ser humano están relacionados indisolublemente con el espacio sociocultural, compartidos con otros, en que se manifiestan. De esta manera, la cultura proporciona el material para organizar estructuralmente los impulsos naturales heredados que influyen en la conducta del ser humano (Lucci, 2006).

2.3 Marco Conceptual

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

2.3.1 Cultura Tributaria

2.3.1.1 Cultura

Es un proceso donde se van acumulando conocimientos diversos, diferentes formas de conductas y valores morales y cívicos, producto de la interacción entre los ciudadanos, la sociedad y de éstos con la naturaleza (Enriquez, 2005).

Otra definición sobre la cultura consiste en un acumulado de valores, hábitos y creencias y objetos materiales, que constituyen el modo de vida de una sociedad. Es decir, son todos los modos de pensar, de actuar, de relacionarse con otros y con el mundo exterior (Macionis & Plumer, 2011).

Los elementos de la Cultura son seis: los conocimientos que se define como la tenencia de múltiples datos interrelacionados sobre verdades o hechos de información obtenida a través de la experiencia o de la enseñanza o mediante la introspección. Las creencias, son

ideas compartidas acerca de cómo opera el mundo. Pueden ser sumarias interpretaciones del pasado, explicaciones del presente y predicciones del futuro, y pueden tener fundamento en el sentido común, sabiduría popular, religión, ciencia o alguna combinación de éstos. Los valores, son cánones compartidos, abstractos, de lo que es correcto, ambicionado y merecedor de respeto.

No es posible imaginar una sociedad sin valores morales ni culturales, los mismos que constituyen su esencia. Las reglas y sanciones, mientras los valores son ideales inconcretos; los cánones son pautas acerca de lo que la gente debe o no debe decir, hacer o pensar en una situación determinada, las normas son reglas que se comparten y son nortes para todas las actividades. Los símbolos, son algo que pueden expresar o evocar un significado específico para la cultura que le ha generado (Enriquez, 2005).

2.3.1.2 Cultura Tributaria

Tomando la enunciación de la cultura como el acumulado de cultura, actitudes, conocimientos, y valoraciones de un determinado grupo social; entonces, se puede definir a la cultura tributaria como el conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los

tributos, así como al nivel de conocimiento respecto de los obligaciones y derechos que nacen para los sujetos activos y pasivos de esa correspondencia tributaria (Armas & Colmenares, 2009).

La cultura tributaria es está compuesto por el nivel de conocimiento que tienen las personas de una nación acerca del sistema tributario y de sus funciones. Es preciso que todos los pobladores del país tengan una gran cultura tributaria para que logren entender que los tributos son riquezas que recauda el Estado en función de administrador, pero, en realidad estos recursos corresponden a la población; por lo tanto, el Estado debe devolverlos en bienes y servicios públicos como, por ejemplo, en salud a través de los hospitales, en educación a través de las universidades, los colegios, construcción de carreteras, parques, seguridad, entre otros. La falta de cultura tributaria conlleva a la evasión, y por ende, al retardo de nuestro país (Gómez & Macedo, 2008).

La cultura tributaria entendida como el conjunto de conocimientos, valores, cualidades y actitudes cooperados por los integrantes de una sociedad referente a la tributación y el cumplimiento de las leyes que la manejan, esto se

transcribe en una conducta expresada en el acatamiento permanente de los compromisos tributarios con base en la confianza, la razón y la afirmación de los valores de conducta y ética personal, acato a la ley, responsabilidad ciudadana y apoyo social, tanto de los contribuyentes, como de los comisionados de las diferentes direcciones tributarias (Armas & Colmenares, 2009).

La cultura tributaria, es el acumulado de valores, comportamientos, hábitos y actitudes de los individuos referente al tema de los tributos y el conjunto de habilidades desarrolladas a partir de estas representaciones, admite restablecer el marco de definición que ponen en juego los habitantes respecto a este tema en reciprocidad con las políticas oficiales. El análisis de la cultura tributaria plasma cómo los ciudadanos incorporan una cierta perspectiva, que sirve de referencia para las prácticas en el tema de los impuestos. Temas como el de la valoración social, del incumplimiento tributario revelan, en gran medida, a las representaciones grupales en torno a la administración tributaria y a la función del Estado y su relación con los ciudadanos, y que por tanto, es menester proceder sobre esas representaciones (Villegas, 2000).

La cultura Tributaria, entiende el incorporado de: valores morales y cívicos instructores del proceder del contribuyente, conocimiento sobre de las normas tributarias pero también, dogmas acertadas acerca de estas actitudes frente a las reglas tributarias y conductas de cumplimiento de las normas tributarias.

2.3.1.3 Política tributaria

La política tributaria busca fundamentalmente obtener los recursos necesarios para costear el gasto que implica las oficinas del Estado como la Administración Pública, la reglamentación a cargo del Congreso, la gestión de justicia a cargo del Poder Judicial, la dotación de infraestructura básica para el progreso fructífero, la protección nacional, el orden interno, la educación y los programas de ayuda social.

Según Morales & Matos (2010) el éxito o fracaso de una parte esencial de la política tributaria y económica del gobierno depende de la administración tributaria, por ende los cambios que experimente la política fiscal hacia el ámbito tributario obligatoriamente se refleja en la administración.

La política tributaria actualmente se sustenta en la utilización de las tributaciones para conseguir junto con otros instrumentos fiscales, los fines económicos y sociales que una comunidad políticamente constituida desea promover. Uno de los indicadores de eficiencia de una política tributaria es el grado de cumplimiento de obligaciones tributarias. Otro, es el funcionamiento de la administración tributaria, en tal sentido, ambos se refieren al comportamiento humano es decir, a lo de los contribuyentes y al de los profesionales.

2.3.1.4 Sistema tributario

Cuando se hace alusión al sistema tributario, debe entenderse por tal, al conjunto de normas jurídicas que establecen tributos, normas de conducta, y las que regulan los procedimientos y deberes formales necesarios para hacer el flujo de tributos al Estado, así como las que contienen los principios del Derecho Tributario, usualmente sedimentadas en el texto Constitucional, normas de estructura (Bravo, 2006).

2.3.1.5 Sistema Tributario Nacional

Según SUNAT (2018) El Decreto Legislativo N° 771, instituye el Cuadro Legal del Sistema Tributario Nacional

actual, el cual en su artículo 2° señala que se encuentra comprendido por:

1. El código tributario
2. Los tributos siguientes:
 - a. Gobierno Central:
 - Impuesto General a las Ventas
 - Impuesto a la Renta
 - Impuesto Selectivo al Consumo
 - El Nuevo Régimen Único Simplificado
 - Derechos arancelarios
 - Tasas por la prestación de servicios públicos
 - b. Gobiernos Locales: Los determinados de acuerdo a la ley de tributación municipal causadas por los tributos.
 - Impuesto Predial
 - Impuesto a la alcabala
 - Impuesto a los juegos

2.3.2 Los Tributos

Según Ortega (2013) los tributos son las diferentes prestaciones económicas y excepcionalmente en especie, que son legalmente y deben ser cumplidas por los obligados tributarios a favor de las entidades recaudadoras del Estado para el cumplimiento de sus

objetivos. En este sentido, el vocablo tributo advierte las siguientes variedades:

- a. **Impuesto:** Es el tributo cuyo cumplimiento no encamina una compensación directa en favor del contribuyente o deudor fiscal por parte del Estado.
- b. **Contribución:** es el tributo cuyo fin es otorgar una cierta cantidad de dinero para el beneficio y ejecución de obras públicas gestionadas por el Estado.
- c. **Tasa:** Es un tributo establecido por el Estado cuyo fin es brindar servicios individualizados al contribuyente.

La tributación es un componente clave para obtener el progreso económico porque tiene una función muy significativa en el proceso de distribución de los recursos recaudados de una sociedad, bajo esta proposición, el acatamiento de las obligaciones tributarias es decisivo pues establece la forma más activa de practicar la ciudadanía (Gómez & Macedo, 2008).

2.3.2.1 La responsabilidad ciudadana

La Administración Tributaria considera transcendental el fomentar la conciencia tributaria para el cumplimiento consciente y voluntario del pago de tributos. El conocimiento, las actitudes, las creencias, los hábitos o el sentido común causan la voluntad de los moradores para

aportar con el país. Por su parte, el Estado debe desempeñar y cumplir eficientemente con sus funciones y los servicios que presta, generando así estabilidad y crecimiento económico en favor de la sociedad.

No es suficiente solamente con fiscalizar y sancionar para que los contribuyentes cumplan de manera voluntaria con sus deberes tributarios, existen también otros elementos que hacen que el ciudadano quiera cumplir dichas obligaciones. El instrumento más importante que hoy posee el Estado es el fomentar la conciencia tributaria para que fortalezca una cultura tributaria en cada uno de los pobladores. El pagar un tributo es responsabilidad de cada uno de nosotros (SUNAT, 2012).

2.3.3 Derechos de los contribuyentes

Los principales derechos de los deudores tributarios, según lo determinado en el Artículo 92° del Código Tributario, son: ser tratados con consideración y respeto por todo el personal que labora en la entidad recaudadora de impuestos, realizar consultas mediante las entidades estatales, obtener la orientación correspondiente, clara y eficiente respecto de sus obligaciones tributarias. Contar con un servicio eficaz y eficiente por parte de la Administración Tributaria y contar con facilidades para el cumplimiento de todas las

obligaciones tributarias, de conformidad con todas las normas vigentes (Roca, 2005).

2.3.4 Conocimiento Tributario responsable

La consciencia tributaria responsable está conformada por las actitudes, hábitos y creencias de cada persona y, que motivan la voluntad de contribuir de todos los individuos. También se puntualiza como el discernimiento que las personas usan al momento de actuar o para decidir el pago del tributo (SUNAT, 2012).

Podemos crear conocimiento en cada habitante para cumplir con el pago de sus tributos. Sin embargo, la conciencia que se ha creado no se ha evidenciado, por el contrario, se ha trabajado de una manera que los ciudadanos no ven ni han visto el sentido o el fin que tiene el pago de sus impuestos, especulan que el dinero que se recauda es para fines de corrupción y que no se destina al bienestar de los pobladores, lo cual es la finalidad de toda política estatal. Esto conlleva a que los ciudadanos evadan impuestos y realicen acciones elusivas que no benefician al Estado, deteriorando el sistema tributario nacional (Solorzano, 2008).

Se sabe que cada una de las gestiones que realice la Administración Tributaria incumben ser pensadas y elaboradas para lograr la mayor garantía, sin embargo, puede ser escasa si la

administración ignora a la conciencia tributaria. Al mismo tiempo, si no existen las condiciones necesarias que faciliten el conocimiento y no es de una buena calidad, ésta no tendrá un efecto positivo en el ciudadano y tampoco se realizará un pago de impuestos de manera voluntaria, sino por el contrario, se tendrá un efecto desacertado. Finalmente, la conciencia tributaria está determinada por los valores morales, la visión del mundo, los procesos y normas internalizadas (Solorzano, 2008).

2.3.5 Los valores morales

Los valores son todos los aprendizajes obtenidos estratégicamente y congruentemente durante nuestro crecimiento y formación, los valores son las diferentes formas de actuar y convivir diariamente con el fin de ser ciudadanos responsables, es decir, hacer las cosas bien y como deben de ser sin dañar al prójimo. Considerando el marco de la moral fiscal, debemos tener una gama variada de valores tanto en los empresarios o ciudadanos como en las personas que conforman o hacen parte de la administración tributaria, es decir, del Estado.

2.3.5.1.1 Responsabilidad

El valor de la responsabilidad abarca todos los límites de nuestra conciencia personal, es decir abarca todo y a todos. La responsabilidad hace que los

ciudadanos puedan ser partícipes de una vida pública y puedan así contribuir al bienestar común creando exigencias morales de solidaridad entre todas las personas de una sociedad.

2.3.5.1.2 Cooperación

El valor de la cooperación es obrar conjuntamente con otro u otros para conseguir un mismo objetivo. El cooperar es un trabajo en equipo para llevar a cabo acciones en conjunto, tanto contribuyentes como el estado, para logra un mismo objetivo. Cooperar es unir esfuerzos los ciudadanos o contribuyentes y el Estado, con el fin de recaudar y administrar el impuesto tributario.

2.3.5.1.3 Compromiso

El valor del compromiso está determinado por dos partes. a través de una cláusula plasmada en un contrato personal y verbal por la que ambas partes acuerdan cumplir con lo acordado. Es un deber firme, expresado en un acuerdo o contrato equivalente con el apoyo de fondos públicos, asumidos por el Estado.

2.3.5.1.4 Solidaridad

El valor de la solidaridad está referido habitualmente para denominar a una acción generosa. La solidaridad es el sentimiento de unidad y bienestar colectiva basado en objetivos o intereses comunes.

2.3.6 Procesos y normas

Con referencia a cada una de las normas que rigen a la sociedad, las cuales son un conjunto de reglas que rigen a la forma en que los individuos deben actuar y son reguladas por sanciones sociales informales, que constituyen costos morales. La igualdad en los procedimientos o justicia tributaria es principalmente un elemento de la normativa social que afecta grandemente a la conciencia tributaria e incluye los siguientes aspectos: la participación en el proceso para determinar la política tributaria y creer de que las administradores y autoridades escuchan a los contribuyentes, creencia en la imparcialidad de la toma de decisiones, es decir, que la política tributaria beneficia a determinados segmentos de la población, trato afectuoso, respetuoso y digno por las autoridades y la legalidad del Estado y la autoridad tributaria y la confianza en los mismos, desaparición de la corrupción, entre otros.

Otra norma social que tiene un impacto favorable sobre la conciencia tributaria es la reciprocidad, la cooperación condicional.

Cuando un ciudadano actúa bajo esta regla, responde ante los actos de otros de la misma manera en que lo han tratado. Así, la norma de la reciprocidad logra aumentar el cumplimiento tributario voluntario, la población al estar motivado a contribuir con el bien público. Normas estables de reciprocidad acrecientan el comportamiento cooperativo.

Cuando como personas internalizamos la norma social, ésta se va a convertir en una norma personal; es decir, un elemento preciso de la internalización de la normativa legal y social es la identificación con el grupo en el que interactúa el contribuyente. Así, a mayor identificación, mayor probabilidad de que el contribuyente internalice la norma social y esté siempre dispuesto a cooperar en su cumplimiento (SUNAT, 2012).

2.3.7 Cumplimiento de obligaciones tributarias

2.3.7.1 La obligación tributaria

El Código Tributario en su primer artículo expresa que la obligación tributaria es el vínculo entre el Estado y el contribuyente, establecido legalmente y que, tiene por objetivo el cumplimiento voluntario de la prestación tributaria, siendo forzosamente exigible. La obligación tributaria es un hecho jurídico que obliga a cumplir con el deber jurídico de dar una suma de dinero a favor del Estado

a raíz de una contraposición que tiene crédito tributario (Bravo, 2006).

Los deberes tributarios que debemos cumplir como contribuyentes se clasifican en deberes formales y deberes sustanciales. Los deberes formales son obligaciones que los contribuyentes deben cumplir, entre ellos: emisión y entrega de comprobantes de pagos por todas las ventas que realicen, presentar puntualmente las declaraciones juradas y otras comunicaciones, llevar el registro de los libros contables de acuerdo a la normativa vignete establecida, entre otros. Los deberes sustanciales se refieren a la determinación y al pago de los tributos que atañen a cada contribuyente (Flores, 2015).

2.3.7.2 Elementos de la obligación tributaria

Dentro de los elementos tenemos:

1. El sujeto, está conformado por dos partes, uno sobre el que pesa un deber jurídico de prestación (sujeto pasivo) y otro, titular de un derecho subjetivo a dicha prestación denominado crédito tributario (Bravo, 2006).

2. El Objeto, es una obliación de dar una suma de dinero o su equivalente de carácter obligatorio (Bravo, 2006).

2.3.7.3 Sujetos de la obligación Tributaria

Sujeto activo o acreedor tributario, El Estado, es decir, el el sujeto en favor de quien se debe realizar la prestación tributaria. Son sujetos acreedores de las obligaciones tributarias el gobierno central, los gobiernos regionales, los gobiernos locales o municipalidades, así como las instituciones que gozan de derecho público y con personería jurídica propia. La SUNAT en su calidad de órgano administrador, tiene competencia para administrar los tributos internos y los derechos arancelarios; esto es, impuesto general a las ventas, impuesto a la renta, impuesto de promoción municipal e impuesto selectivo al consumo, entre otros.

Sujeto pasivo o deudor tributario es la persona designada legalmente como la obligada a dar el cumplimiento oportuno de la prestación tributaria como

contribuyente. Agentes de Retención y Percepción, son sujetos elegidos como tales que a razón de sus actividades comerciales, funciones o posición contractual están en la obligación y posibilidad de retener o percibir tributos y entregarlos al Estado (Ortega, 2013).

2.3.8 Cumplimiento de responsabilidades tributarias

El contribuyente que cumple de manera voluntaria el pago de sus deberes, lo hará por él mismo y para beneficio de la sociedad, sin importar si existe o no una sanción. Del mismo modo, el cumplimiento de manera oportuna y verdadera se dará con el pago dentro de las fechas establecidas y al rechazo a las prácticas de evasión y elusión (Bonilla, 2014).

Si se intruye a los ciudadanos sobre la normativa tributaria y se les informa sobre sus obligaciones formales como contribuyentes, también hay que informar acerca del sentido que tiene esa normativa y por qué es importante el correcto cumplimiento. Se recauda para gastar, y se gasta para ir cumpliendo los objetivos comunes de desarrollo económico y de progreso social. De lo contrario, todo ese aparato legal y de gestión carecería de sentido para la ciudadanía.

El cumplimiento de las obligaciones tributarias (desde la vertiente de los ingresos públicos), así como el cumplimiento de las

responsabilidades fiscales (desde la vertiente de los gastos públicos) deben formar parte del acumulado de normas y valores que todo habitante tiene que acatar, respetar y defender (Bonilla, 2014).

Al hablar del cumplimiento de obligaciones tributarias se habla también de la función de recaudación que tiene la administración tributaria, es decir cuán eficiente es al cumplir sus funciones, la efectividad recaudatoria es baja a pesar de la alta tasa del impuesto y a comparación con otros países, esto puede deberse a la carencia de una conciencia tributaria, un sistema tributario poco flexible o el bajo riesgo de ser detectado (Bonilla, 2014).

2.3.9 Obligaciones tributarias de los contribuyentes del Nuevo Régimen Único Simplificado

De acuerdo a lo establecido en el artículo 14° del Decreto Supremo N° 097-2004-EF, Reglamento del Nuevo Régimen Único Simplificado, deberán sustentar:

Por las compras: la pertenencia de su mercadería, se debe evidenciar mediante los respectivos comprobantes de pago determinados en el Reglamento de Comprobantes de Pago. Archivar y concervar siempre el original de los comprobantes de pago que sustenten cada una de las adquisiciones, incluyendo los de los bienes

que conforman el activo fijo, de maenra y en orden cronológico, correspondientes a cada uno los períodos no prescritos.

Por las ventas: cumplir con emitir sólo los comprobantes establecidos en el numeral 16.1 del artículo 16° del Decreto Legislativo. El nocumplimiento estará sancionado según a lo determinado en el Código Tributario. Cada uno de los comprobantes de pago que emitan todos los contribuyentes que pertenecen al Nuevo RUS no deben separar impuesto alguno que grave sus operaciones. Cada una de las boletas de venta y los tickets de máquinas registradoras que se semitan y se entreguen al consumidor final deben ser archivados por separado y cronológicamente, correspondientes a los períodos no prescritos.

Por el pago: todas las constancias que acrediten el pago de las cuotas mensuales deben se acrchivadas cronológicamente por los periodos no prescritos. Las Retenciones son documentos que deben estar a disposicion de la SUNAT cuando los requiera o solicite. Los contribuyentes del nuevo RUS deben realizar las retenciones tributarias por las retribuciones que paguen a los colaboradores dependientes que laboran para ellos (Solorzano, 2008).

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

2.4.2 Hipótesis específicas

El conocimiento sobre los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

Los valores morales inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

2.5 Variables

2.5.1 Variable independiente

X: Cultura tributaria, es el conjunto de valores, hábitos, costumbres, creencias y actitudes que rigen la conducta que se refleja en el cumplimiento constante de las obligaciones tributarias basadas en la confianza, la razón y la afirmación de los valores morales, respeto a la legislación, responsabilidad, cooperación ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes (Armas & Colmenares, 2009).

2.5.2 Variable dependiente

Y: Obligaciones fiscales, es la relación entre el Estado y el contribuyente establecido legalmente, que tiene como finalidad cumplir fielmente con la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. El cumplimiento de las obligaciones que tiene todo deudor tributario se le denomina tributo (Prieto, 1994).

2.5.3 Operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
X:independiente Cultura tributaria	Es el conjunto de valores, creencias y actitudes que rigen la conducta manifestada en el cumplimiento permanente de las obligaciones tributarias con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes. Armas & Colmenares, (2009)	Valores	Responsabilidad Respeto Solidaridad Confianza Conciencia tributaria Nivel de instrucción	7, 10, 11, 12	Encuesta
		Conocimientos y actitudes	Difusión informativa tributaria	1, 2, 5, 6, 8, 9	Encuesta
Y: dependiente Obligaciones Fiscales	Es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario establecido por ley, que tiene como fin el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. El cumplimiento de las obligaciones que tiene todo deudor tributario se le denomina tributo (Prieto, 1994).	Tributos	Impuestos Tasas Contribuciones	3, 4, 13, 15	Encuesta
		Régimen tributario	Tipo de régimen		Encuesta

CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3. Metodología

3.1 Tipo de investigación

La presente investigación será de enfoque cualitativo y de tipo exploratorio porque es el primer nivel del conocimiento científico para lograr un problema de investigación, descriptivo porque se analizará cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno estudiado, en este caso la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca.

3.2 Diseño de la Investigación

La presente investigación corresponde a un estudio de diseño no experimental – transversal descriptivo Correlacional, el aspecto transversal comprenderá a la cultura tributaria y al cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018. Esto debido a que la investigación se da en un solo momento o único y se trata de describir las variables de investigación (Bernal, 2010).

3.3 Área de Investigación

Tributación

3.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis en esta investigación fue los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca.

3.5 Población

En el presente trabajo de investigación, la población lo constituyen todos los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca 2018. El total del universo es de **398** comerciantes, información basada en el padrón virtual del año 2018 de la base de datos brindada por la administración del mercado San Antonio.

3.6 Muestra

La muestra está conformada por **196** comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca 2018. La muestra es una parte de la población de la cual se desea estudiar, utilizando métodos para recolectar datos y así conseguir los objetivos planteados. Para la presente investigación se utilizará el método de muestreo probabilístico aleatorio simple que se realizará sobre la base del conocimiento y criterio de las investigadoras, utilizando información previa.

Se utilizará la siguiente fórmula matemática, para poder determinar la muestra:

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

Donde:

n: muestra

N: población = 398

Z: nivel de confianza = 1.96

p: probabilidad de éxito = 0.95 = 0.5

q: probabilidad de fracaso = 0.5

d: precisión absoluta = 0.05

Aplicando la formula se tiene lo siguiente:

$$n = \frac{(398) (0.5) (0.5) (1.96)^2}{(398-1) (0.05)^2 + (0.5) (0.5) (1.96)^2}$$

$$n = 196$$

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación, para la recolección de datos se utilizará la técnica de la encuesta, que se aplicará según la muestra extraída a los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca - 2018.

El instrumento en el que nos apoyaremos será el cuestionario. Ante esto, podemos decir que la información a recabar registrará sistemática, válida y confiablemente el comportamiento de nuestras variables (Behar, 2008).

3.8 Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

En esta investigación la técnica para analizar y procesar los datos será con la ayuda de Microsoft Excel.

3.9 Interpretación de datos

Para la interpretación de datos se ha tenido en cuenta los gráficos realizados con ayuda de Microsoft Excel.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Presentación, análisis e interpretación de los resultados

En este capítulo se tiene como fin presentar los resultados, el análisis, la interpretación y la relación de la variable: Cultura Tributaria con la variable dependiente: Cumplimiento de obligaciones fiscales, datos que fueron recopilados a través de la encuesta aplicada a los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca-2018.

Tabla 1: **Edad de los comerciantes**

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) 20-30	27	14%
b) 31-40	63	32%
c) 41-50	59	30%
d) 51 a más	47	24%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

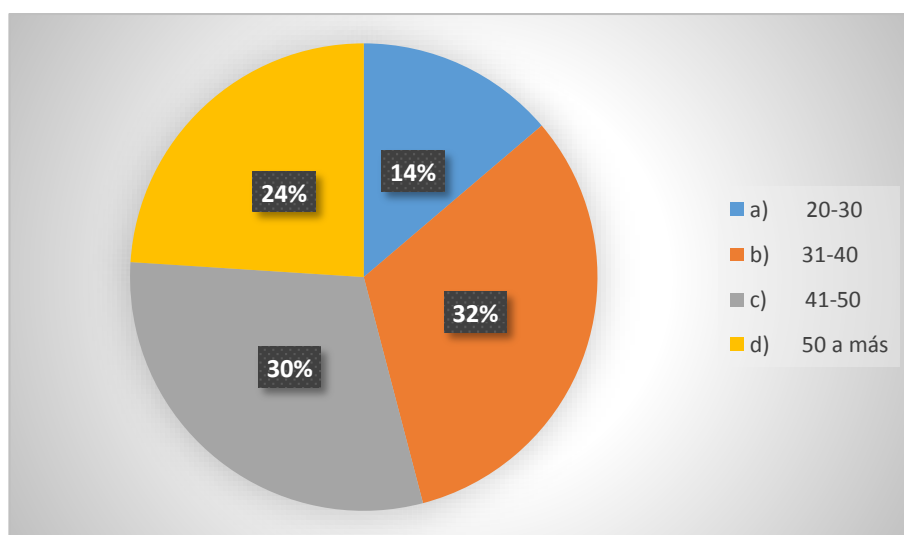


Gráfico 1: **Edad de los comerciantes**

En la tabla 1 y gráfico 1 nos muestra la edad promedio de los comerciantes del mercado ferial San Antonio. 63 Personas que conforman el 32% de los comerciantes encuestados están en el rango de 31 a 40 años, 59 personas que hacen el 30% de los encuestados están en el rango de edad de 41 a 50 años, 47 personas que representan el 24% tiene más de 50 años y 27 comerciantes que conforman el 14% de los encuestados están entre los 20 y 30 años de edad.

En conclusión, la mayoría de comerciantes están en la edad de 31 a 50 años, lo que es un indicador de que los comerciantes tienen gran experiencia en el rubro del comercio y que ya están establecidos en el negocio. Por tanto, conocen de sus obligaciones tributarias.

Tabla 2: Nivel de Instrucción de los comerciantes

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Primaria incompleta	8	4%
b) Primaria completa	10	5%
c) Secundaria incompleta	20	10%
d) Secundaria completa	70	36%
e) Superior incompleta	30	15%
f) Superior completa	58	30%
g) Ninguna	0	0%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia.

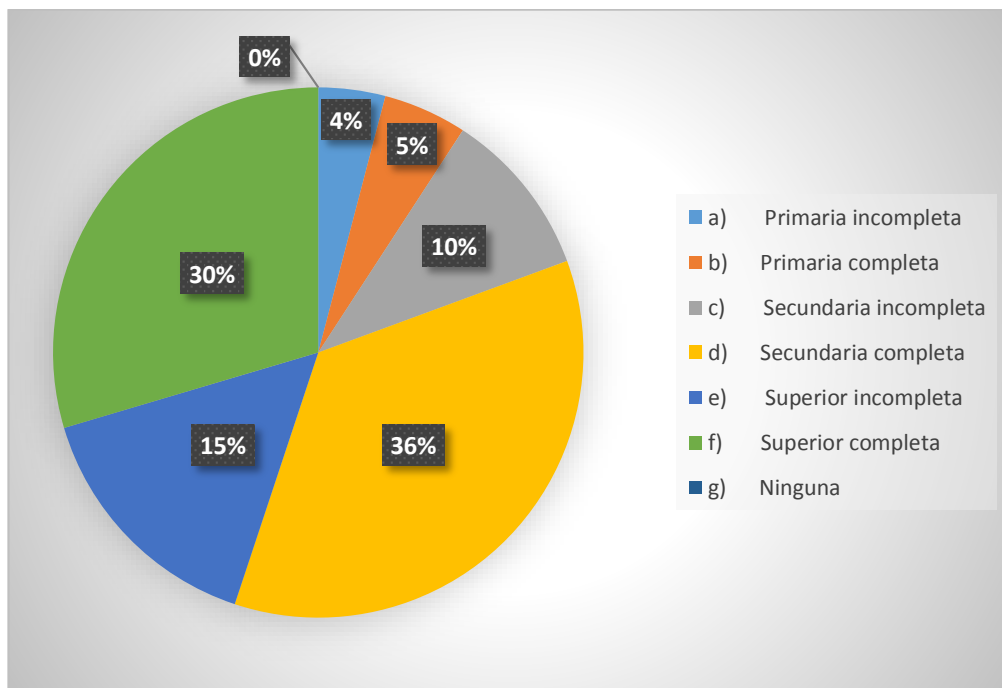


Gráfico 2: Nivel de Instrucción de los comerciantes

Según la tabla 2 y gráfico 2 nos indica que 70 comerciantes que representa el 36% de los encuestados tienen estudios de nivel secundaria completa, 58 personas que forman el 30% tienen estudio superior completa, 30 comerciantes que conforman el 15% tienen educación superior incompleta. También, 20 comerciantes que forman parte del 10% de los encuestados tienen secundaria incompleta, 10 personas que son el 5% de la muestra tienen primaria completa y 8 comerciantes que conforman el 4% de la muestra tienen primaria incompleta.

En resumen, la mayoría de comerciantes tienen un nivel de estudios de educación secundaria y universitaria, por tanto, los comerciantes tienen conocimiento sobre el tema de tributación, lo que incide en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Tabla 3: ¿Tiene RUC?

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Si	182	93%
b) No	14	7%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

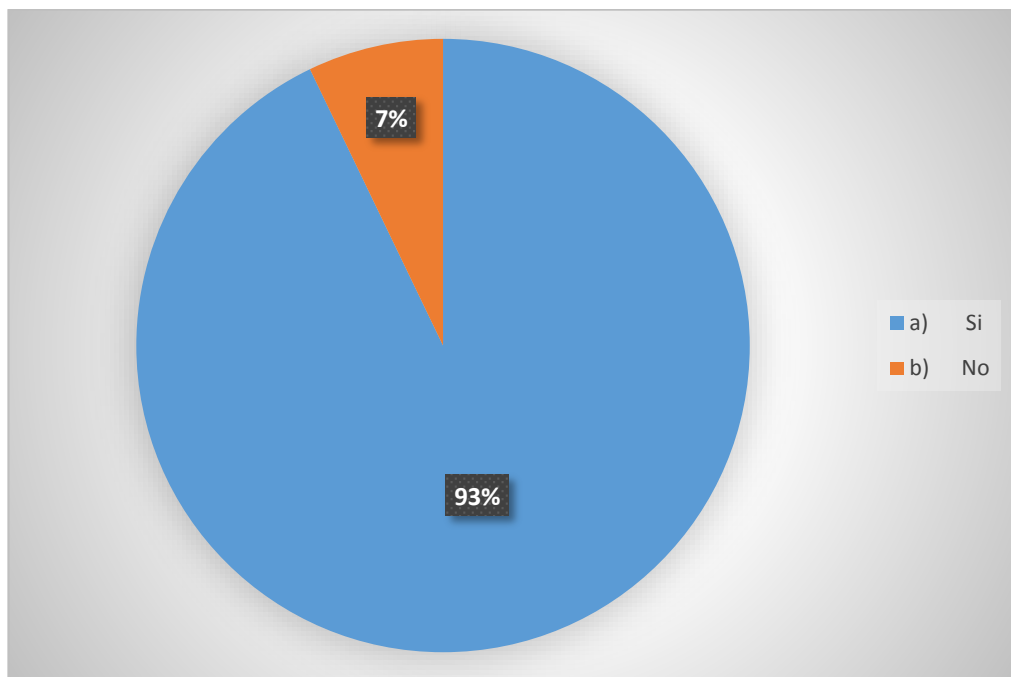


Gráfico 3: ¿Tiene RUC?

La tabla 3 y el gráfico 3 nos muestra que 182 personas del total de los encuestado que conforman el 93% de la muestra tienen Registro Único de Contribuyente (RUC) y solo 14 personas que son el 7% de la muestra menciona que no tienen. Por tanto, los comerciantes tienen conocimiento sobre las obligaciones que acarrea el tener un registro único de contribuyente.

Tabla 4: **Régimen tributario en la que está registrado el negocio de los comerciantes**

Alternativas	N° COMERCIANTE	%
a) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	166	85%
b) Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)	0	0%
c) Régimen de la micro y pequeña empresa (REMYPE)	3	2%
d) Régimen General del Impuesto a la Renta	14	7%
Sin respuesta	13	7%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

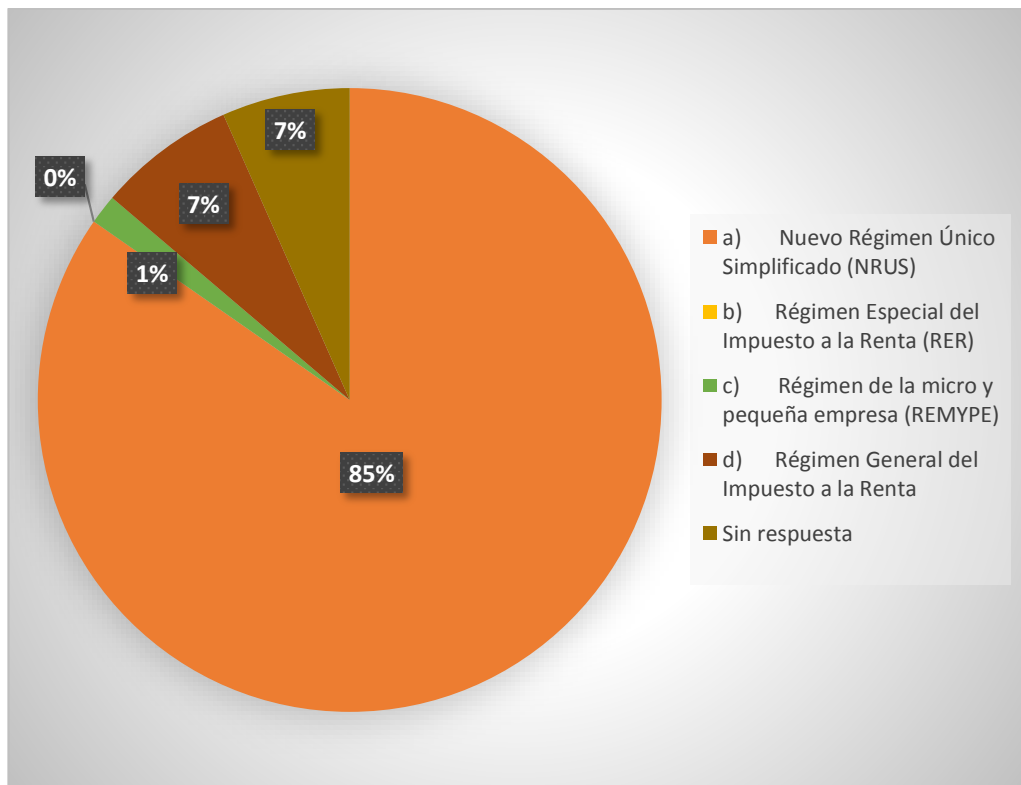


Gráfico 4: **Régimen tributario en la que está registrado el negocio de los comerciantes.**

En la tabla 4 y el gráfico 4 se observa resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos y se tiene que 166 comerciantes se encuentran registrados en el Régimen Único simplificado (NRUS) y esto representa el 85% del total de la muestra estudiada. 14 comerciantes manifiestan que su negocio está registrado en el régimen general del impuesto a la renta lo que es el 7% del total estudiado. Otros 7% que son 13 personas, no indicaron el régimen tributario en el que están registrados. El 2% que está conformado por 3 comerciantes manifiesta que está registrado en el régimen de la micro y pequeña empresa. Se observa también que ningún comerciante está registrado en el régimen especial de renta.

En resumen, la mayoría de los comerciantes se encuentran registrados en el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) que es el régimen tributario creado para los pequeños comerciantes, el cual acepta el pago de una cuota mensual fija que está en función a las compras y a los ingresos por ventas, con la que se reemplaza el pago de varios tributos. También pueden acogerse al Nuevo RUS aquellas personas naturales que desarrollan algún oficio ((SUNAT, 2018).

En este régimen tributario se emite solamente dos comprobantes de pago, las boletas de venta y tickets de máquina registradora. Para el Nuevo RUS está prohibida la emisión de facturas y otros comprobantes que dan derecho a crédito fiscal.

Tabla 5: ¿Sabe usted qué es un tributo?

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Si	160	82%
b) No	36	18%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

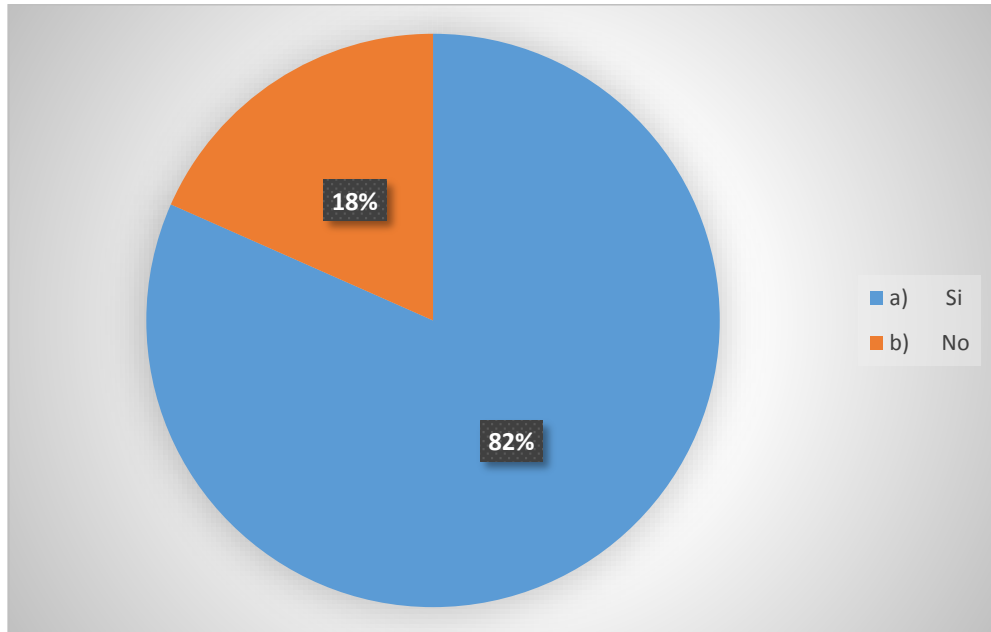


Gráfico 5: ¿Sabe usted qué es un tributo?

En la tabla 5 y gráfico 5 se observa que 160 personas que conforman el 82% de los comerciantes encuestados manifiestan que tienen conocimiento sobre el tributo y 36 personas que conforman el 18% de la muestra estudiada no tienen conocimiento sobre el tributo.

En conclusión, la mayoría de los comerciantes tienen conocimiento del concepto del tributo lo cual les permite cumplir con sus obligaciones fiscales para evitar ser sancionados o multados. Los comerciantes conocen que un

tributo es pagar una cierta cantidad de dinero que obtienen de su negocio para que el estado pueda sostener el gasto público.

Tabla 6: Conocimiento sobre la normativa tributaria

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Nada	81	41%
b) Poco	83	43%
c) Regular	32	16%
d) Bastante	0	0%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

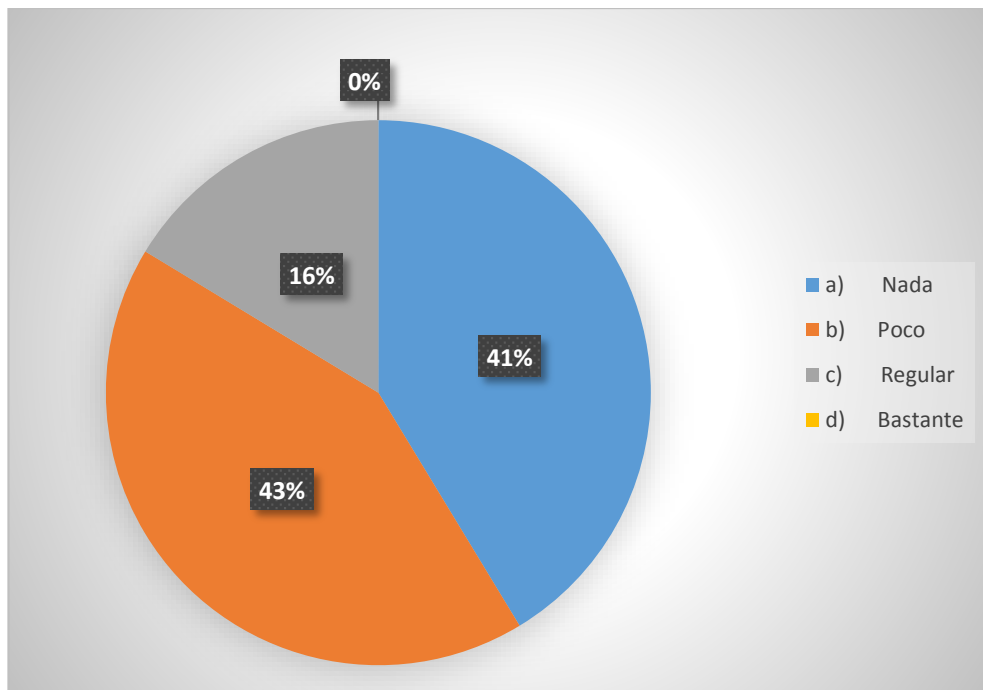


Gráfico 6: Conocimiento sobre la normativa tributaria

De la tabla 6 y gráfico 6 se desprende que 83 personas que conforman el 43% de los encuestados manifiestan que tienen poco conocimiento sobre la normativa tributaria que rige para su negocio, 81 personas que conforman el 41% manifiestan que no tienen nada de conocimiento sobre la normativa

tributaria, mientras que 32 comerciantes que conforman el 16% de la muestra informan que tienen un conocimiento regular sobre la normativa tributaria que rige a su negocio.

Por tanto, se concluye que los comerciantes del mercado San Antonio tienen un conocimiento regular sobre la normativa tributaria que rige a su negocio, el conocimiento es básicamente que deben pagar ciertos porcentajes según las ventas y si no lo hacen están sujetos a sanciones como multas y cierres de los establecimientos. Esto nos da a entender que, la SUNAT no está cumpliendo con el rol de información a gran escala sobre la normativa tributaria para que los pequeños comerciantes puedan cumplir sus obligaciones sin temor y sin ser obligados por temor a ser sancionados.

Es de claro conocimiento que las normativas legales en nuestro país van cambiando constantemente y la normativa tributaria no está ajena a dichos cambios, sino que, por el contrario, es muy variable por las diferentes situaciones que se vive en nuestro país. Ante esto, la administración tributaria debe tomar cartas en el asunto y elaborar un plan de contingencia para que pueda orientar y capacitar constantemente a todos los contribuyentes según el régimen tributario y así; incrementar la cultura tributaria de los comerciantes para evitar la evasión fiscal. Muchas veces, la evasión tributaria no se hace de manera voluntaria sino por desconocimiento de parte del contribuyente porque no se le indicó, porque no sabe leer y no entiende los términos tributarios, lo que hace que caiga en faltas tributarias, ante esto el Estado debe estar preocupado.

Tabla 7: ¿Cree usted que es importante pagar los tributos?

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Si	166	85%
b) No	30	15%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

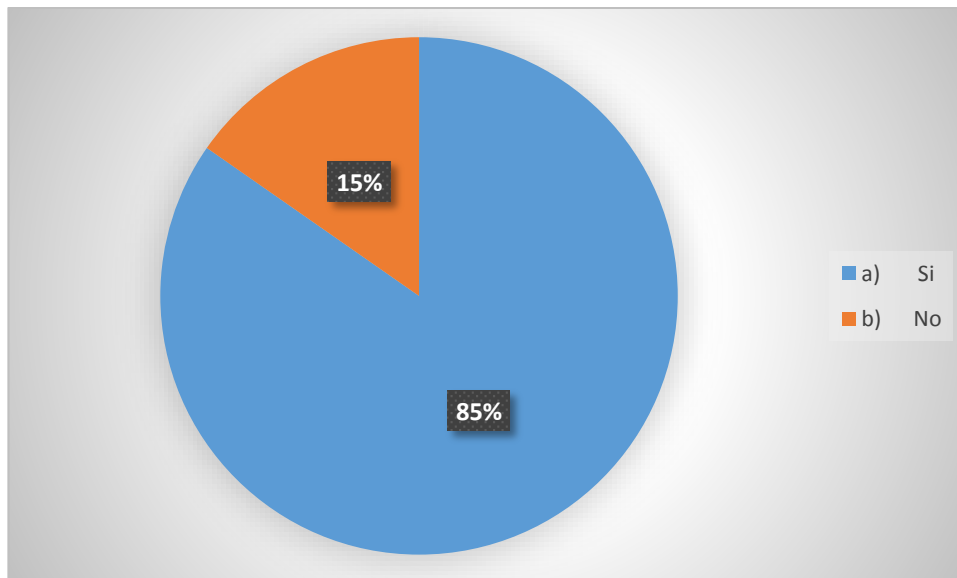


Gráfico 7: ¿Cree usted que es importante pagar los tributos?

De la tabla 7 y gráfico 7 se deduce que 166 personas que conforman el 85% de la muestra encuestada manifiestan que es importante pagar los tributos y el 15% que son 30 comerciantes, manifiestan que no es importante pagar los tributos.

Entonces, la mayoría de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca consideran que es importante pagar los tributos, esto nos da a entender que, sí se tiene cultura tributaria y que no van a evadir impuestos.

Tabla 8: ¿Conoce de los fines públicos que tiene el pago oportuno de sus impuestos?

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Nada	87	44%
b) Poco	78	40%
c) Regular	31	16%
d) Bastante	0	0%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

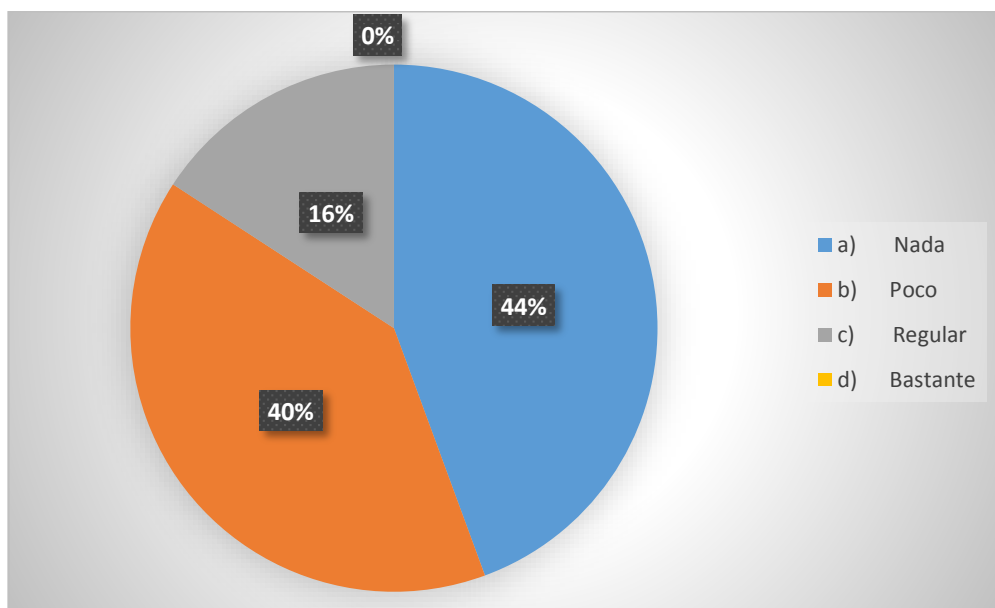


Gráfico 8: ¿Conoce de los fines públicos que tiene el pago oportuno de sus impuestos?

De la tabla 8 y gráfico 8 se tiene que 87 personas que es el 44% del total de la muestra, no conoce nada sobre los fines públicos que tiene el pago oportuno de impuestos, 78 comerciantes que conforman el 40% de la muestra encuestada conocen poco sobre los fines que tiene el pago oportuno de sus impuestos y 31 personas que es el 16% del total de los comerciantes encuestados manifiestan que conocen regularmente sobre los fines públicos que tienen el pago oportuno de sus impuestos.

En conclusión, los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca no conocen mucho sobre los fines públicos que tiene el pago oportuno de sus impuestos, esto nos da a entender que, tienen algo de desconfianza sobre el destino que tienen los impuestos recaudados por el Estado.

Tabla 9: ¿La SUNAT, le brindó información acerca de sus obligaciones como contribuyente?

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Poco	92	47%
b) Nada	52	27%
c) Regular	48	24%
d) Bastante	4	2%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

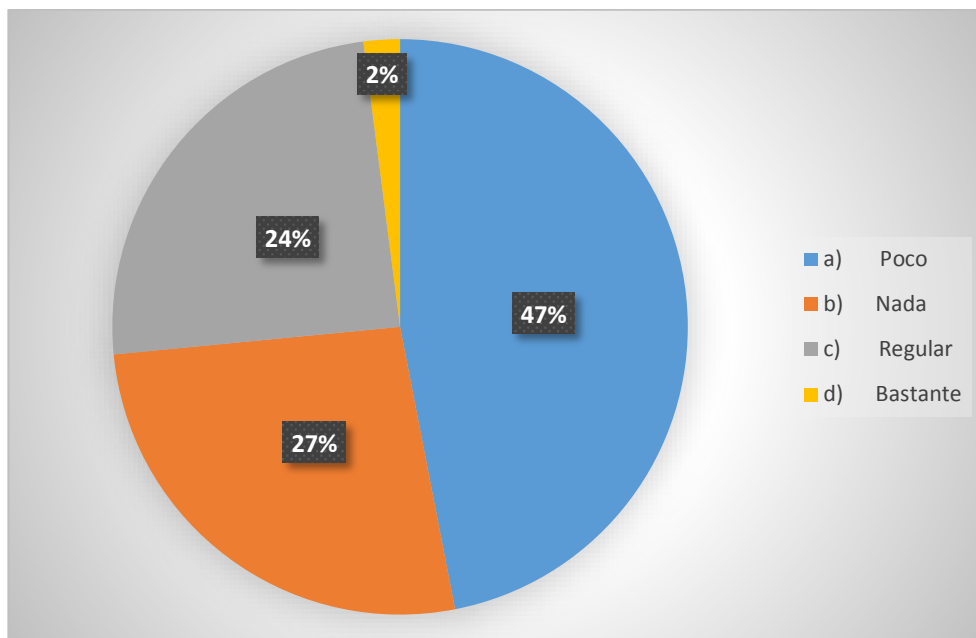


Gráfico 9: ¿La SUNAT, le brindó información acerca de sus obligaciones como contribuyente?

De la tabla 9 y gráfico 9 se tiene que 92 personas que representa el 47% de la muestra encuestada manifiestan que la SUNAT brindó poca información acerca de sus obligaciones como contribuyente, 52 comerciantes que son el 27% del total de encuestados afirman que la SUNAT no brindó ninguna información sobre sus obligaciones como contribuyentes, 48 personas que conforman el 24% de la muestra expresan que la SUNAT le brindó información regular sobre sus obligaciones como contribuyentes y solamente 4 personas que son el 2% de la muestra manifiestan que la SUNAT le ha brindado bastante información sobre sus obligaciones como contribuyentes.

Por lo tanto, se concluye que la administración tributaria o el Estado no está cumpliendo con brindar información clara, oportuna y adecuada a los contribuyentes, generando en ellos desconfianza, temor y desinterés al momento de realizar el pago de sus obligaciones tributarias, acarreado así, que

el Estado se vea afectado por las evasiones fiscales que se generan en cada uno de los regímenes tributarios al que se acogen los contribuyentes.

Tabla 10: **¿Realiza sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones a la entidad tributaria?**

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Si	172	88%
b) No	24	12%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

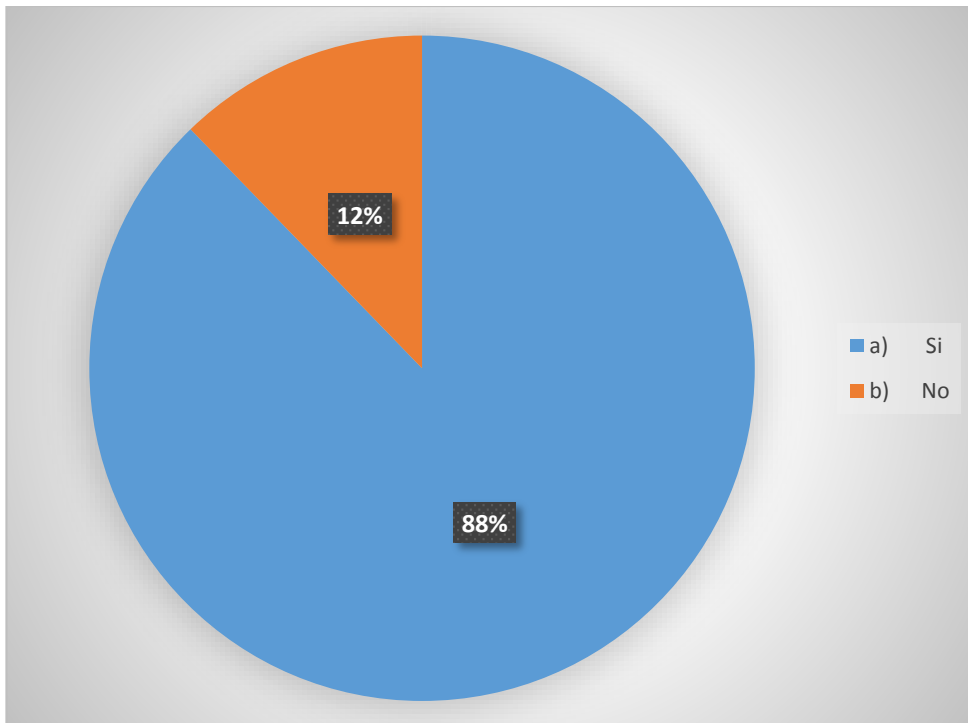


Gráfico 10: **¿Realiza sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones a la entidad tributaria?**

Según la tabla 10 y gráfico 10 se tiene que: 172 personas que conforman el 88% de la muestra encuestada expresan que sí realizan sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones a la entidad tributaria y solamente 24

comerciantes que conforman el 12% del total de la muestra manifiestan que no realizan sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones a la entidad tributaria.

En resumen, la mayoría de los comerciantes realizan el pago de sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones a la entidad tributaria, pero, lo hacen obligados por temor a las sanciones que impone el Estado al no cumplir con dichas obligaciones.

Tabla 11: ¿Emite usted comprobantes de pago?

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Si	171	87%
b) No	25	13%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia.

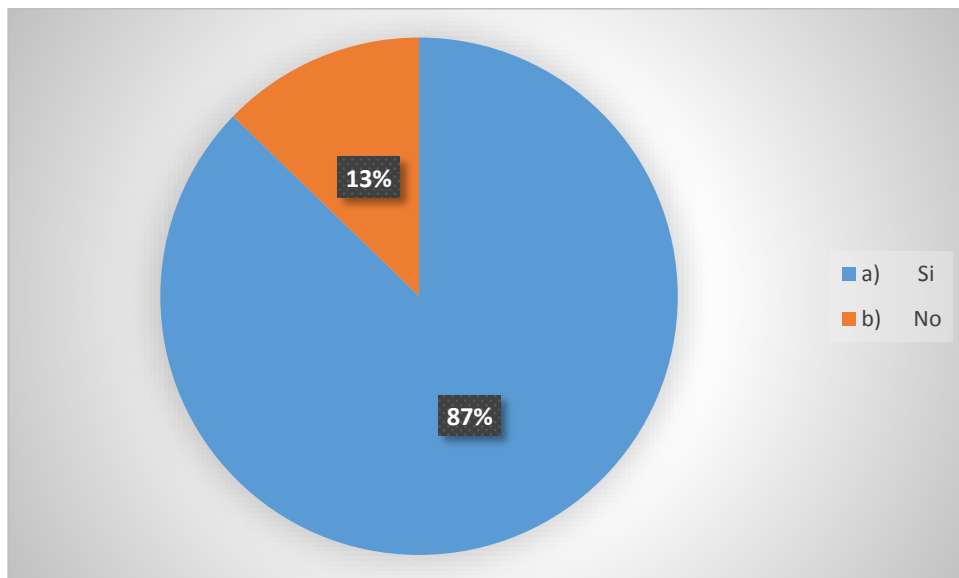


Gráfico 11: ¿Emite usted comprobantes de pago?

De la tabla 11 y gráfico 11 se tiene que: 171 comerciantes que representan el 87% de la muestra encuestada manifiestan que sí emiten comprobantes de pago y solamente 25 comerciantes que es el 13% del total de la muestra, expresan que no emiten comprobantes de pago.

Finalmente, se concluye que la mayoría de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca- 2018 emiten comprobantes de pago, por tanto, cumplen con sus obligaciones tributarias al informar el total de sus ingresos mensuales.

Tabla 12: Realiza el pago de sus obligaciones de manera voluntaria.

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Si	113	58%
b) No	83	42%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia.

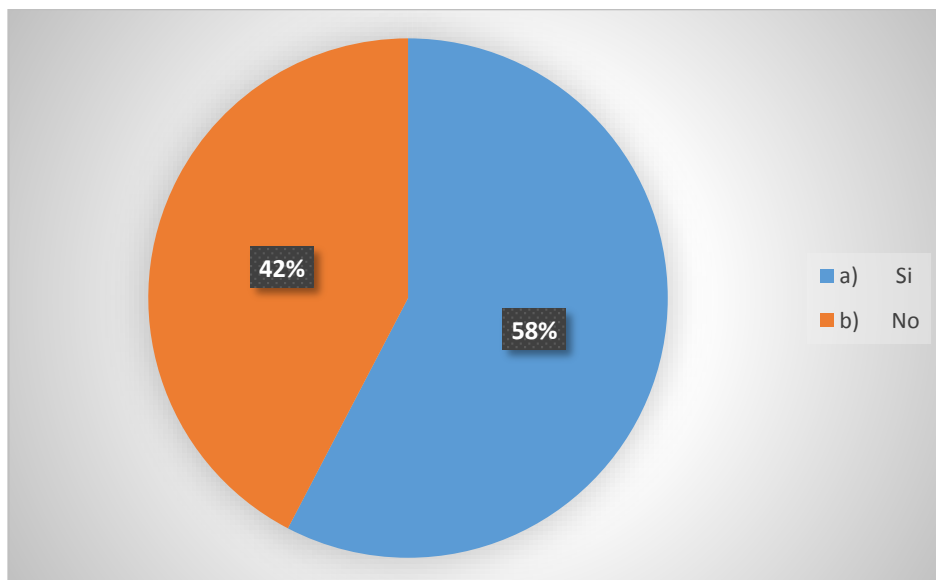


Gráfico 12: Realiza el pago de sus obligaciones de manera voluntaria

De la tabla 12 y gráfico 12 se concluye que: 113 personas que conforman el 58% de los comerciantes encuestados manifiestan que sí realizan el pago de sus obligaciones de manera voluntaria y 83 comerciantes que son el 42% del total de los encuestados expresan que no realizan el pago de sus obligaciones tributaras de manera voluntaria.

En conclusión, la mayoría de los comerciantes sí realizan el pago de sus obligaciones tributarias de manera voluntaria, sin embargo, cabe mencionar que la palabra voluntaria sería en fiel cumplimiento de lo que las leyes tributarias dicen para evitar así ser sancionados o multados al no cumplir con dicha obligación.

Tabla 13: ¿Lleva un control de sus actividades económicas a través de libros contables?

Alternativas	Nº COMERCIANTES	%
a) Si	25	13%
b) No	168	86%
Sin respuesta	3	1%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia.

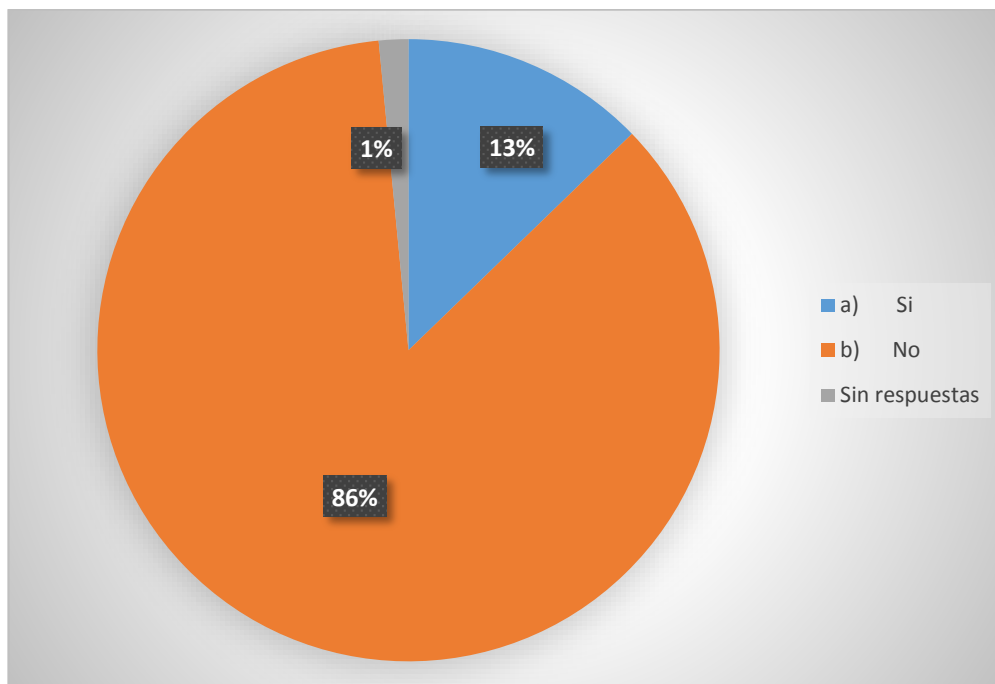


Gráfico 13: ¿Lleva un control de sus actividades económicas a través de libros contables?

De la tabla 13 y gráfico 13 se deduce que 168 personas que son el 86% del total de encuestados expresan que sí llevan un control de sus actividades económicas a través de libros contables, 25 comerciantes que es el 13% de la muestra manifiestan que no llevan un control de sus actividades económicas a través de libros contables y solamente 03 personas que es el 1% del total de los encuestados no ha brindado respuesta sobre la consulta realizada.

En resumen, la mayoría de los comerciantes manifiestan que sí llevan un control de sus actividades económicas según su negocio, a través de libros contables. El nuevo RUS solamente exige el registro de compras y ventas, esto con la finalidad de llevar el control de los ingresos y compras mensuales para generar el monto de la cuota del impuesto a pagar.

Tabla 14: ¿Quién lleva la contabilidad de su negocio actualmente?

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Un contador que labora a tiempo completo.	8	4%
b) Un estudio contable	17	9%
c) Yo mismo o un familiar	105	53%
d) Yo mismo con asesoría en la SUNAT	51	26%
Sin respuesta	15	8%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

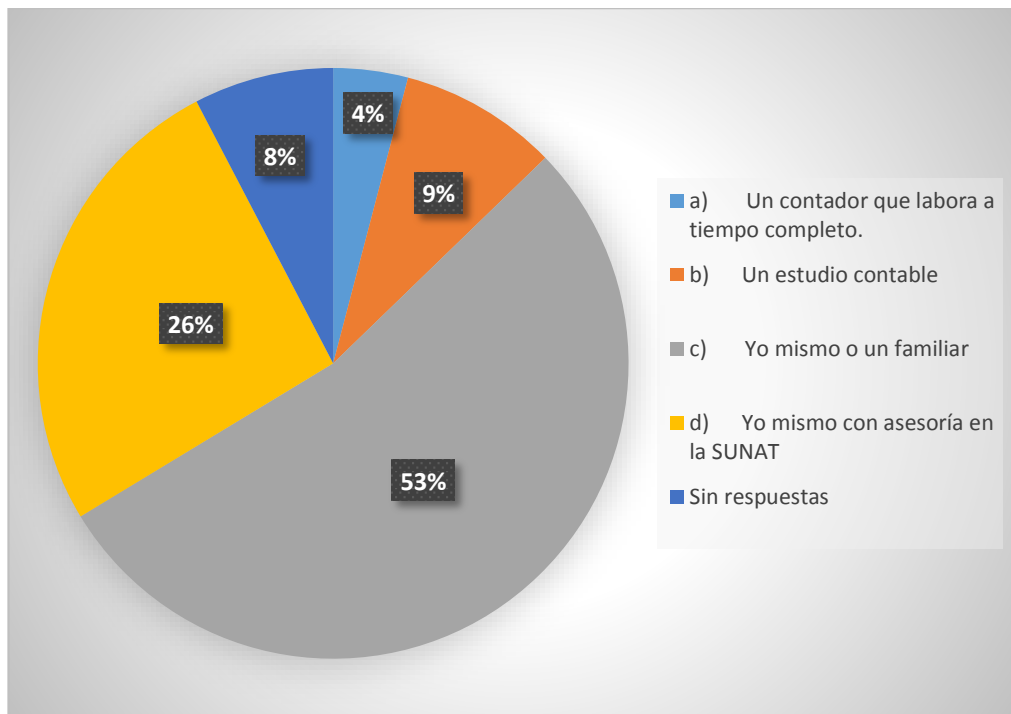


Gráfico 14: ¿Quién lleva la contabilidad de su negocio actualmente?

De la tabla 14 y gráfico 14 se tiene que: 105 comerciantes que representa el 53% del total de la muestra manifiestan que él mismo o un familiar lleva la contabilidad de su negocio, 51 comerciantes que es el 26% expresan que él mismo con asesoría de la SUNAT lleva la contabilidad de su negocio, 17 personas que son el 9% del total de los encuestados manifiestan que un estudio contable lleva la contabilidad de su negocio, 8 personas que es el 4% del total

de la muestra expresan que un contador que labora a tiempo completo lleva la contabilidad de su negocio y 15 comerciantes que conforma un 8% del total de los encuestados no han brindado respuesta a la consulta realizada.

Tabla 15: ¿Conoce usted de las obligaciones con respecto al pago de impuestos del régimen en el que está inscrito su negocio?

Alternativas	N° COMERCIANTES	%
a) Nada	77	39%
b) Poco	85	43%
c) Regular	31	16%
d) Bastante	3	2%
TOTAL	196	100%

Fuente: Elaboración propia

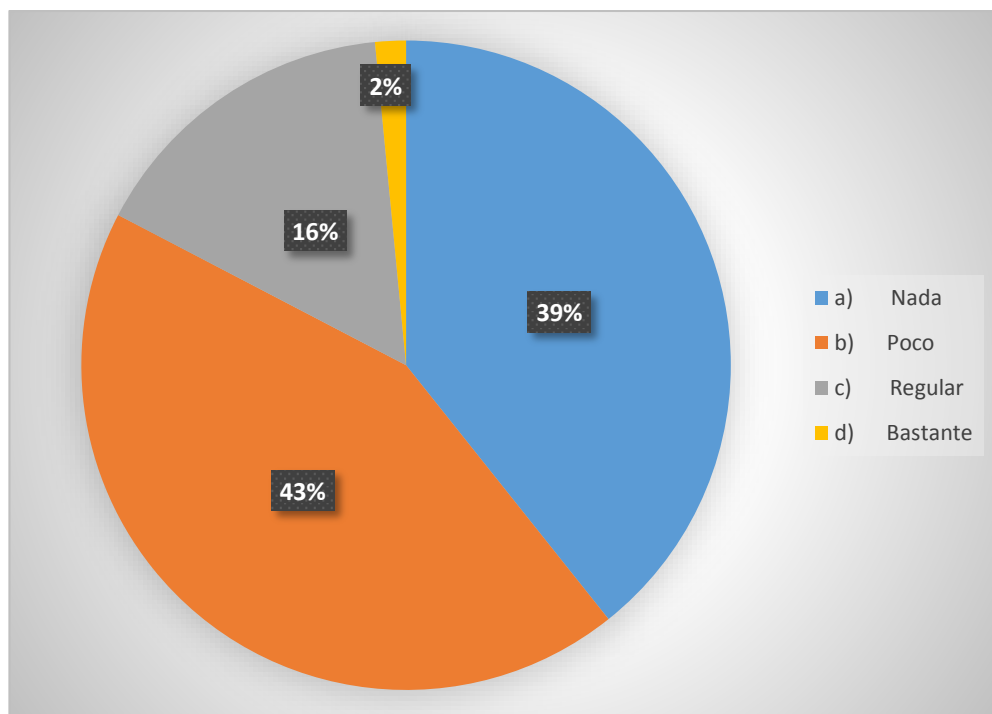


Gráfico 15: ¿Conoce usted de las obligaciones con respecto al pago de impuestos del régimen en el que está inscrito su negocio?

De la tabla 15 y gráfico 15 se tiene que: 85 personas que son el 43% del total de la muestra expresan que conocen poco de las obligaciones respecto al pago de impuestos del régimen en que está inscrito su negocio, 77 comerciantes que son el 39% del total de los encuestados manifiestan que no conocen nada sobre las obligaciones con respecto al pago de impuestos del régimen en el que está inscrito su negocio, 31 personas que es el 16% de la muestra expresan que conocen regular sobre las obligaciones fiscales con respecto al pago de impuestos del régimen en el que está inscrito su negocio y 3 personas que conforman el 2% mencionan que conocen bastante sobre las obligaciones con respecto al pago de impuestos del régimen en que está inscrito su negocio.

4.2 Contrastación de la hipótesis general

La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

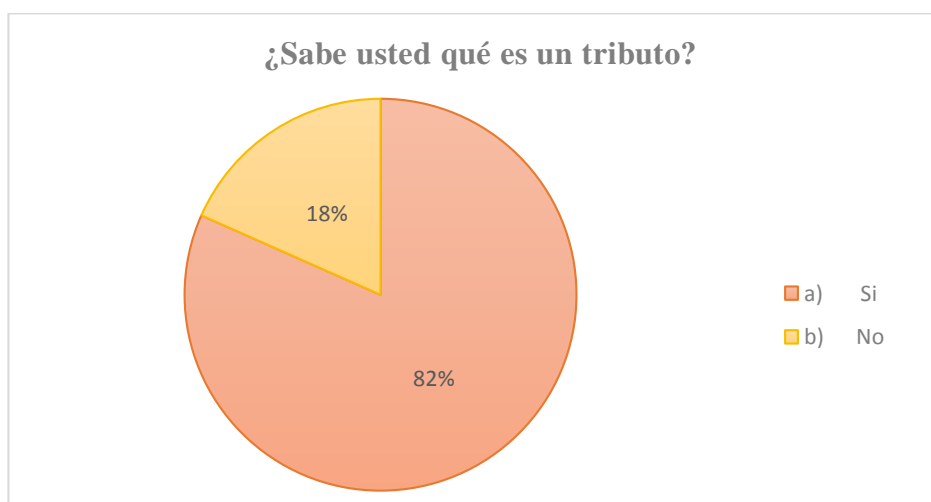


Gráfico 5



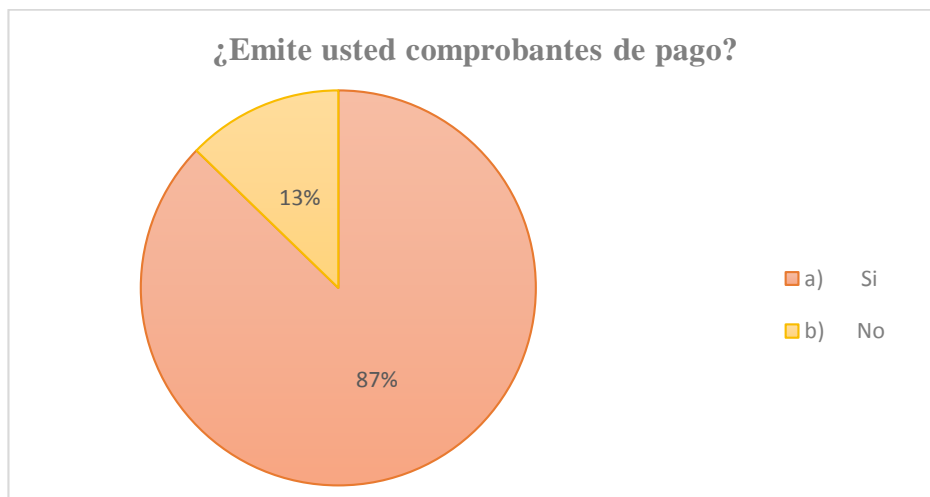


Gráfico 11

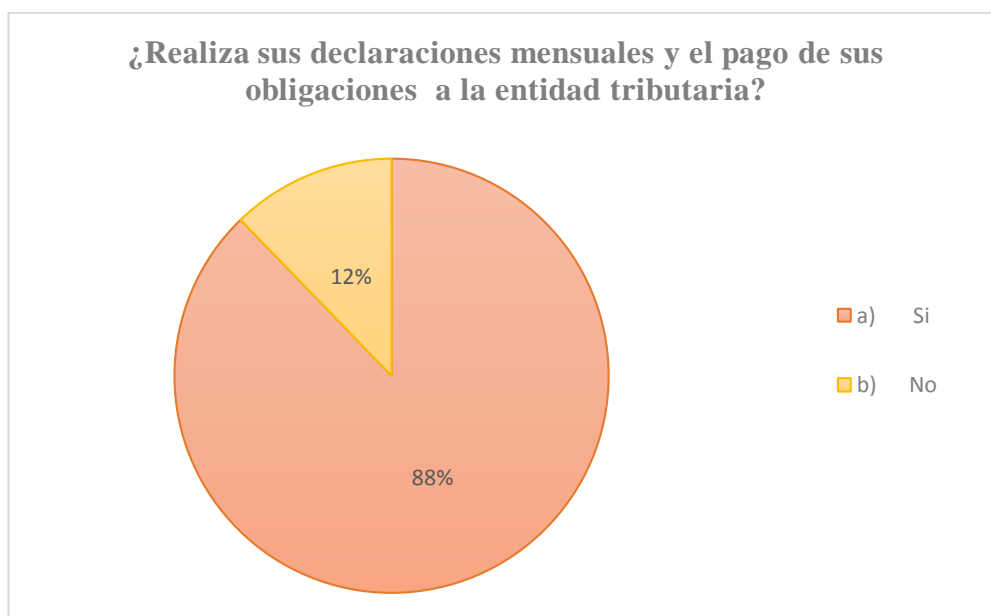


Gráfico 10

La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la Ciudad de Cajamarca – 2018; por tanto, la hipótesis general de la presente investigación es confirmada. La mayoría de los comerciantes tienen

conocimiento sobre tributación y las obligaciones que deben tener según su régimen tributario, según se muestra en el gráfico 5, 11 y 10.

Es importante resaltar que, las obligaciones fiscales son cumplidas mayormente por temor a algunas sanciones y multas por parte de la administración tributaria; además, mencionan que los tributos lo pagan para beneficio de todos, sin embargo, el Estado no les da la confianza necesaria para seguir pagando puntualmente ya que los temas de corrupción hacen que se desconfíe cada día más del sistema tributario.

Finalmente, se puede afirmar que la cultura tributaria incide significativamente en las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca-2019, mas no de manera efectiva.

4.3 Contrastación de primera hipótesis específica

El conocimiento sobre los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

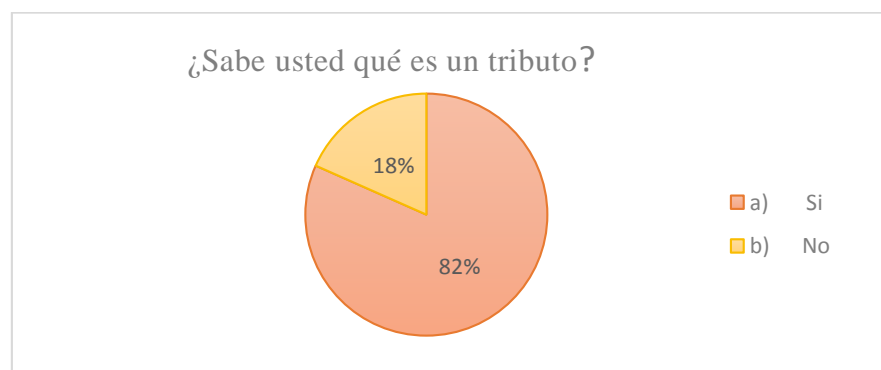


Gráfico 5



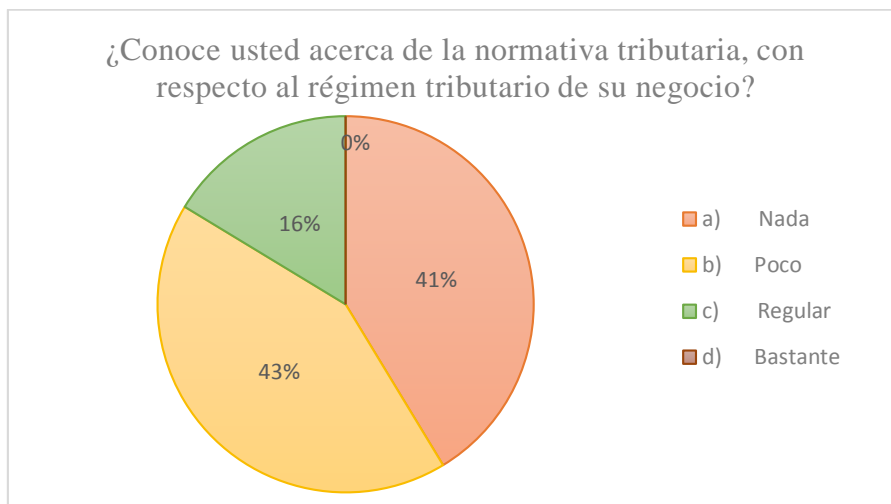


Gráfico 6

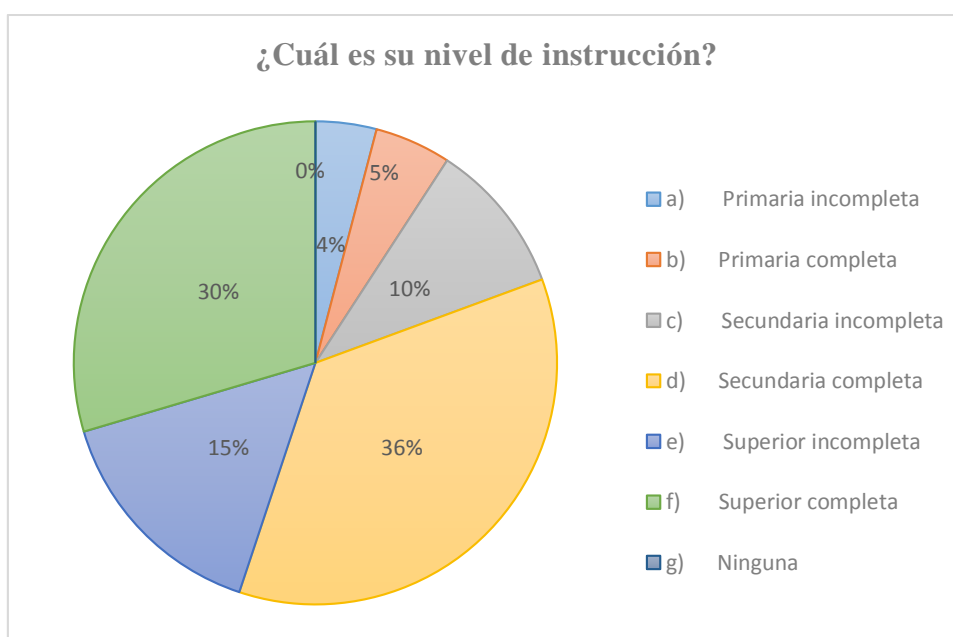


Gráfico 2

La hipótesis específica se confirma ya que el conocimiento sobre los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

La mayoría de las personas encuestadas tienen conocimiento sobre el tributo y está representado por el 82% según el gráfico 5, el 16% conoce regular sobre la normativa tributaria según el gráfico 6 y el 36% del total de los comerciantes han terminado el nivel secundario según el gráfico 2. Todo esto nos indica que sí incide en las obligaciones tributarias de manera significativa pero no de manera efectiva.

4.4 Contratación de segunda hipótesis específica

Los valores morales inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.

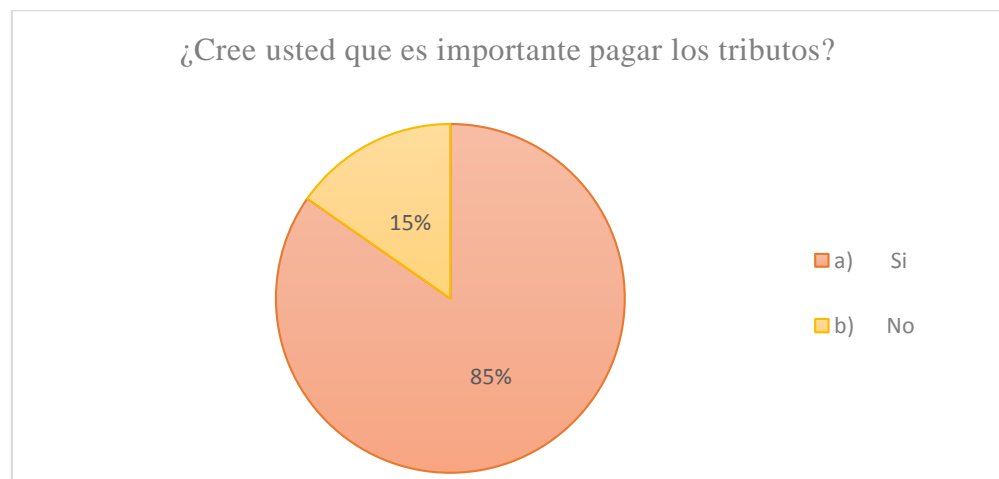


Gráfico 7



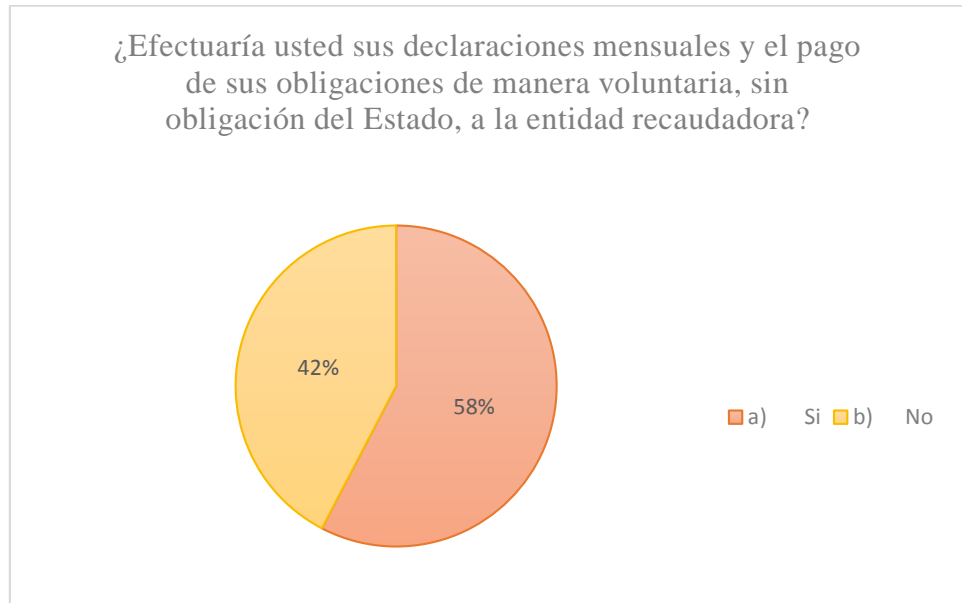


Gráfico 12

La segunda hipótesis también es confirmada, ya que el 85% de los comerciantes valoran y manifiestan que es importante pagar los tributos y el 58% del total de los encuestados expresan que el pago de sus obligaciones lo hacen de manera voluntaria y sin obligación del Estado, sin embargo, el 44% de los comerciantes encuestados no conocen nada del destino que tienen los impuestos pagados al Estado, lo que les genera un poco de desconfianza, pero, pagan sus obligaciones mensuales para evitar que puedan caer en faltas o sanciones que no desean incurrir.

Por lo tanto, los valores morales como la responsabilidad, la cooperación, el compromiso y la solidaridad se reflejan en el pago puntual, justo y voluntario de los impuestos a pesar de no conocer el fin que brinda el Estado a lo recaudado. Entonces, los valores morales inciden significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de manera moderada ya que solamente lo realizan para evitar tener problemas con el Estado.

4.5 Discusión de resultados

Aquí se pone en relevancia las variables que se han aplicado a lo largo del desarrollo de la investigación. De acuerdo al resultado obtenidos y rescatados de las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca – 2018. De acuerdo a los resultados estadísticos rescatados del instrumento aplicado a los comerciantes se ha evidenciado que la cultura tributaria es muy importante para que el desarrollo de nuestro país avance.

Según Romero & Vargas (2013) quien manifiesta que la tributación no solamente es una obligación legal sino un acto cívico, entonces, los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca-2018 manifiestan cierto valor cívico al cumplir con sus obligaciones fiscales de manera voluntaria. Los comerciantes conocen sobre tributación, o por lo menos, conocen sobre lo que deben pagar mes a mes la SUNAT.

Según Atoche (2016) expresa que los comerciantes que son personas adultas y que sobrepasan los 45 años y con un grado de instrucción de primaria no poseen conocimiento sobre las normas tribuarias y por tanto no cumplen con sus obligaciones fiscales, esto debido a que al concientizarlos ellos no captarán con facilidad las normativa tributaria. Los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca-2018 en su mayoría sobrepasan los 31 años y tienen un nivel de instrucción de secundaria completa y hasta universitaria. Por tanto, los factores como la edad y el grado de instrucción influyen en el contribuyente de manera positiva en esta investigación ya que no limita el ser

concientizados para que puedan cumplir con sus deberes tributarios de manera voluntaria, además que, pueden captar con mayor facilidad la normativa tributaria.

Según Murcia & Hernández (2016) para fomentar una cultura tributaria para el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales el Estado debe cumplir con su función de manera legal. De acuerdo a nuestra investigación se tiene que, los comerciantes del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca-2019 no conocen al 100% sobre los fines de lo recaudado en cuanto a tributación, además que no conocen totalmente la normativa tributaria lo que genera un poco de desconfianza, sin embargo, cumplen con el pago puntual y voluntario de sus obligaciones fiscales.

Flores (2015) expresa que, si los contribuyentes tienen conocimiento sobre tributación entonces reconocerán la importancia de cumplir con sus deberes como ciudadanos con valores, En concordancia con nuestra investigaciónn, los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca-2018 poseen valores morales como la responsabilidad, la cooperación, el compromiso y la solidaridad, ya que cumplen con el pago oportuno de sus tributos y de manera voluntaria.

Burga (2015) nos dice que la poca atención brindada a la conciencia tributaria en nuestro país, no está permitiendo cumplir con las obligaciones tributarias y la falta de atención a la sensibilización de los contribuyentes en

referencia a los valores y la cultura ocasionan que los comerciantes incurran en infracciones y sanciones tributarias. Según nuestra investigación se tiene que los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca-2018 poseen conocimiento básico sobre tributación y esto incide significativamente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- El 82% que se representa por 160 personas de los comerciantes encuestados manifiestan que sí tienen conocimiento sobre el tributo, por tanto, la mayoría de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca-2018 tienen cultura tributaria. Esto indica que, el conocimiento sobre tributación incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes, ya que, todos emiten comprobantes de pago y realizan el pago de sus obligaciones de manera puntual y voluntaria.
- El 93% de los encuestados conformado por 182 comerciantes manifiestan que tienen RUC y están acogidos al Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), el 85% del total de los comerciantes encuestados manifiestan que es importante pagar los tributos. El 43% conocen la normativa tributaria y el 87% de los comerciantes emiten comprobantes de pago como boletas de venta; por tanto, el conocimiento sobre tributación incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca – 2018.
- El 85 % de los encuestados que son 166 personas manifiestan que es importante pagar los tributos, a pesar de que solamente el 40% conoce poco sobre el fin público que tiene el pago oportuno de sus impuestos y que solamente el 24% de los encuestados expresan que la SUNAT le brindó

regular información acerca de sus obligaciones como contribuyente. El 88% manifiestan que sí realizan el pago de sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones a la entidad tributaria y el 58% lo hace de manera voluntaria. Por tanto, los valores morales presentes en los comerciantes como la responsabilidad, la cooperación, el compromiso y la solidaridad, del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca-2018 inciden en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda a los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, sigan cumpliendo con sus obligaciones y pago de sus impuestos en forma cabal y oportuna, teniendo en consideración que sus tributos son invertidos en obras, transporte, salud, infraestructura, entre otros para el beneficio de la sociedad.
- Se recomienda a la SUNAT mejorar la calidad de servicio de atención al cliente, creando y manejando información de fácil comprensión y entendimiento del contribuyente, intensificando las capacitaciones, de tal manera que puedan mantenerse informados y actualizados y así cumplan con sus obligaciones tributarias.
- A la Universidad Antonio Guillermo Urrelo se recomienda pueda aperturar un área o taller para todas las carreras profesionales, con el fin de brindar capacitaciones de manera cotidiana dentro de las instalaciones de la universidad para ayudar con la formación de los estudiantes y sean conocedores de sus obligaciones.
- Se recomienda al sistema educativo puedan implementar y fomentar en los estudiantes y docentes una cultura tributaria y así formar ciudadanos con capacidad de defender, definir y hacer cumplir las normas, recordándoles de esta manera que el pago voluntario de impuestos es un deber que todas las personas debemos cumplir de manera voluntaria y no por temor a ser sancionado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armas, M. E., & Colmenares, M. (2009). *Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria*. Maracaibo: REDHECS.
- Atoche, R. M. (2016). *La cultura Tributaria y su Impacto en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias Mensuales de IGV-Renta en los Comerciantes Minoristas de Abarrotes del Mercado Modelo de Sullana en el Año 2015*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Behar, D. (2008). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Shalom.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bernal, D., Uribe, C. E., Nava, V., Ceballos, F. J., Figueroa, J. L., Hernandez, M., & Evia, R. (2014). *CULTURA CONTRIBUTIVA EN AMERICA LATINA*. México: Procuraduría de la Defensa del Contribuyente.
- Bolaños, E. (1999). David Ricardo Principios de Economía Política y Tributación, Preámbulo. *Ensayos de Economía*, 73-75.
- Bravo, J. (2006). *Fundamentos de Derecho tributario*. Lima: Palestra Editores S.R.L.
- Burga, M. E. (2015). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las Empresas Comerciales del emporio Gamarra, 2014*. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Cabello, J. (2013). *La Conciencia Tributaria y su Influencia en la Evasión del Impuesto a la Renta de Tercera Categoría de los Establecimientos de Hospedajes en la Ciudad de Tingo María - 2013*. Huánuco - Perú: Universidad de Huánuco.

Calderón , E., & Jondec, S. N. (2016). *Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en la Empresas del Sector Hotelero, Distrito de Cajamarca, Primer Trimestre del 2016*. Cajamarca: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.

Carvalho, C. (2013). *Teoría de la Decisión Tributaria*. Lima: SUNAT.

Diario Gestion. (10 de octubre de 2018). *Sunat: Evasión de impuestos es mayor en el sur del país y zonas fronterizas*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/sunat-evasion-impuestos-mayor-sur-pais-zonas-fronterizas-246869>

Enguix, B. (2012). *Cultura, culturas, antropología*. España: Universitat Oberta de Catalunya.

Enriquez, P. (2005). *Cultura Andina*. Puno: Altiplano E.I.R.L.

Flores, D. R. (2015). *Influencia de la Cultura Tributaria en el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Nuevo Régimen Único Simplificado de la Ciudad de Puno, Periodo 2014*. Juliaca: Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez".

- Gómez, L. M., & Macedo, J. C. (2008). La Difusión de la Cultura Tributaria y su Influencia en el Sistema Educativo Peruano. *Investigación Educativa Vol. 12 N° 21*, 143-153.
- Hanco, L. D., & Bañon, M. M. (2016). *La Cultura Tributaria y su Incidencia en el Grado de Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Profesionales que Ejercen Actividades Independientes, Ilustre Colegio Profesional de Abogados del Cusco-2015*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- Instituto Superior Tecnológico Privado Telesup. (23 de octubre de 2018). *Las Obligaciones Tributarias Formales*. Obtenido de <https://telesup.edu.pe/las-obligaciones-tributarias-formales/>
- Labrana, A. (2016). *Determinantes conductuales del Cumplimiento Tributario en Chile mediante Machine Learning Models*. Chile: SII.
- Lucci, M. A. (2006). La Propuesta de Vygotsky: La Psicología Socio-Histórica. *Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado*, 10,2, 3-5.
- Macionis, J., & Plumer, K. (2011). *Sociología*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.

- Marín, J. E., & Trauco, M. (2016). *Cultura Tributaria e Influencia en la Disminución de Infracciones más Frecuentes del Código Tributario por los Contribuyentes del Régimen General SUNAT Cajamarca 2015*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.
- Mesino, L. (2007). *Las Políticas Fiscales y su Impacto en el Bienestar Social de la Población Venezolana. Un Análisis desde el Paradigma Crítico. Periodo: 1988-2006*. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.
- Miranda, D. (23 de octubre de 2018). *Teoría General del Tributo*. Obtenido de <http://teoriagtributo.blogspot.com/>
- Morales, J., & Matos, A. (2010). *Fiscalización Tributaria - Sustento de Operaciones*. Lima: Ediciones Caballero Bustamante S.A.C.
- Murcia, L., & Hernández, A. (2016). Ética y Cultura Tributaria como Vía de Desarrollo. *Horizontes de la Contaduría*, 211.
- Ortega, R. (2013). *Manual Tributario*. Lima: ECB Ediciones S.A.C.
- Prieto, M. J. (1994). *Medidas para Mejorar el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias: Las Amnistias Fiscales*. España: Universidad de La Rioja.
- Ricardo, D. (1959). *Principios de Economía Política y Tributación*. Londres: EDICIONES PIRÁMIDE.
- Romero, M. N., & Vargas, C. M. (2013). *La Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones en los Comerciantes de la Bahía "Mi*

Lindo Milagro" del Cantón Milagro. Ecuador: Universidad Estatal de Milagro.

Semana. (26 de mayo de 2012). *Por qué no pagan impuestos.* Obtenido de <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/por-que-no-pagan-impuestos/258472-3>

Silva, G. (2016). *La Cultura Tributaria en la Gestión de las Micro y Pequeñas Empresas Formales en el Distrito de Celendín: una Estrategia de Mejora.* Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.

SUNAT. (30 de octubre de 2018). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/>

Villegas, H. (2000). *Curso de finanzas, Derecho financiero y Tributario.* Buenos Aires: DePalma.

GLOSARIO

- **Contribuyente:** es una persona natural o jurídica que posee un patrimonio, ejerciendo diversas actividades mercantiles y que haciendo uso de un derecho legalmente le genera la Obligación Tributaria.
- **Conciencia Tributaria:** son las diferentes actitudes, hábitos, costumbres y creencias de los habitantes de un lugar que obligan la voluntad de pagar el tributo a los individuos.
- **Contraprestación:** prestación o servicio que debe recibir una parte contratante como compensación por lo que ha recibido o debe recibir.
- **Cultura tributaria:** es el nivel de conocimientos que poseen cada uno de los individuos de un país en referencia al sistema tributario y a sus funciones. Es muy importante y necesario que todos los ciudadanos deben poseer un amplio bagaje sobre Cultura Tributaria para que puedan comprender y entender que los tributos son recursos que recauda el Estado para el bienestar de todos.
- **Ética:** conjunto de normas morales que rigen la conducta humana. Recto, conforme a la moral.
- **Moral tributaria:** se refiere al grado de compromiso y responsabilidad de las acciones tributarias desarrolladas tanto por el Estado como por el contribuyente, dando cumplimiento a los principios y fundamentos éticos presentes en la legislación y práctica de los Sistemas Fiscales.

- **La población:** es el conjunto de elementos o seres vivos con características parecidas o similares que se dirige para una determinada investigación y se delimita por el problema y el objetivo de la investigación (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010).
- **Política fiscal:** Se refiere fundamentalmente a la administración de los ingresos, gastos y financiamiento del sector público. La política fiscal se ocupa de la imposición, subvenciones, deuda pública, etc. Como instrumentos para alcanzar los objetivos generales de la política económica.
- **Recaudación:** es el proceso de cobro de los tributos, que considera a las personas que contribuyan en forma equitativa, justa, proporcional, de acuerdo a su aptitud y capacidad económica.
- **Responsable:** es aquella persona que, sin realizar el hecho imponible, está obligado a dar cumplimiento a la obligación tributaria.
- **Tributación:** es el conjunto de deberes y obligaciones que deben de realizar los habitantes de un país sobre sus ingresos, sus bienes o servicios que brindan, en beneficio del Estado para lograr el sostenimiento y el buen suministro de los servicios, tales como educación, salud, seguridad, defensa, transporte, entre otros.

ANEXOS

Anexo 1: encuesta aplicada

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
PROGRAMA DE CAPACIDADES ADQUIRIDAS
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

CUESTIONARIO DE ENCUESTA CULTURA TRIBUTARIA

Sr. o Sra. La presente encuesta tiene carácter académico, con la presente se pretende conocer cómo **la cultura tributaria** incide en **el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018**.

Por lo que le pedimos responder el presente cuestionario con sinceridad, marcando sobre la alternativa que más se acerque a su respuesta. Agradecemos la información brindada.

- 1) Edad
 - a) 20-30
 - b) 31-40
 - c) 41-50
 - d) 51 a más

- 2) ¿Cuál es su nivel de instrucción?
 - a) Primaria incompleta
 - b) Primaria completa
 - c) Secundaria incompleta
 - d) Secundaria completa
 - e) Superior incompleta
 - f) Superior completa
 - g) Ninguna

- 3) ¿Tiene RUC?
 - a) Si
 - b) No

- 4) ¿En qué régimen tributario está registrado su negocio?
 - a) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
 - b) Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)
 - c) Régimen de la micro y pequeña empresa (REMYPE)
 - d) Régimen General del Impuesto a la Renta

- 5) ¿Sabe usted qué es un tributo?
 - a) Si
 - b) No

Si su respuesta es sí, favor escribir su opinión en las siguientes líneas.

- 6) ¿Conoce usted acerca de la normativa tributaria, con respecto al régimen tributario de su negocio?
 - a) Nada
 - b) Poco

- c) Regular
 - d) Bastante
- 7) ¿Cree usted que es importante pagar los tributos?
- a) Si
 - b) No
- Por qué: _____
- 8) ¿Conoce usted, de los fines públicos que tiene el pago oportuno de sus impuestos de su régimen en el que está inscrito su negocio?
- a) Nada
 - b) Poco
 - c) Regular
 - d) Bastante
- 9) ¿La SUNAT, le brindó información acerca de sus obligaciones como contribuyente?
- a) Poco
 - b) Nada
 - c) Regular
 - d) Bastante
- 10) ¿Realiza sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones a la entidad tributaria?
- a) Si
 - b) No
- 11) ¿Emite usted comprobantes de pago?
- a) Si
 - b) No
- Qué tipo: _____
- 12) ¿Efectuaría usted sus declaraciones mensuales y el pago de sus obligaciones de manera voluntaria, sin obligación del Estado, a la entidad recaudadora?
- a) Si
 - b) No
- 13) ¿Lleva un control de sus actividades económicas a través de libros contables?
- a) Si
 - b) No
- 14) ¿Quién lleva la contabilidad de su negocio actualmente?
- a) Un contador que labora a tiempo completo.
 - b) Un estudio contable
 - c) Yo mismo o un familiar
 - d) Yo mismo con asesoría en la SUNAT
- 15) ¿Conoce usted de las obligaciones con respecto al pago de impuestos del régimen en el que está inscrito su negocio?
- a) Nada
 - b) Poco
 - c) Regular
 - d) Bastante

Anexo 2: matriz de consistencia

TÍTULO	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
	<u>Problema General</u>	<u>Objetivo General</u>	<u>Hipótesis General</u>	<u>X: Independiente</u>	<u>Método</u>	<u>Población</u>
	¿De qué manera la cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del Mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018?	Describir la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.	La cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.	Cultura tributaria <u>Dimensiones y/o Indicadores</u> Valores, Conocimientos y Actitudes	Deductivo - inductivo, analítico y descriptivo.	398 comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.
LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIONES FISCALES DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN ANTONIO DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, 2018.	<u>Problemas Específicos</u>	<u>Objetivos Específicos</u>	<u>Hipótesis Específicas</u>	<u>Y: Dependiente</u>	<u>Diseño De Investigación</u>	<u>Muestra</u>
	¿Cómo incide los conocimientos sobre tributación en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018?	Determinar la incidencia de los conocimientos sobre tributación en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.	El conocimiento sobre los tributos incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado de la ciudad de Cajamarca, 2018.	Obligaciones Fiscales <u>Dimensiones y/o Indicadores</u>	No experimental transversal descriptivo	196 comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.
	¿De qué manera los valores morales incide en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018?	Mencionar la incidencia de los valores morales en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.	Los valores morales de los comerciantes incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado San Antonio de la ciudad de Cajamarca, 2018.	Tributos y Régimen Tributario		