



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE CONTABILIDAD**

**TESIS**

**LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS EMPRESARIOS DE LA  
CIUDAD DE HUANCABAMBA**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTORA**

**JIBAJA CARHUAPOMA, LIZ JHOANA**

**ASESOR**

**DR. GOMEZ JACINTO, LUIS GERARDO**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

**TRIBUTACIÓN**

**PIURA – PERÚ**

2013

**JURADO CALIFICADOR**

.....  
DR. Luis Gerardo Gómez Jacinto  
**PRESIDENTE**

.....  
DR. Freddy Armando Elías Quinde  
**SECRETARIO**

.....  
CPC. Letty Huacchillo Pardo  
**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

A mis queridos padres Luis y Esterfilia, y a mis hermanos por inculcar valores en mí que me han permitido ser una persona de bien, así como también por la confianza depositada y por el apoyo incondicional brindado durante el transcurso de mi vida y de mi carrera profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por iluminarme y ayudarme a vencer los obstáculos que se presentaron en mi camino; y a mis asesores, DR. Luis Gerardo Gómez Jacinto y DR. Freddy Armando Elías Quindepor sus importantes aportes que ayudaron a culminar con el presente trabajo de investigación.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo Liz Jhoana Jibaja Carhuapoma, con DNI N° 47391806, a efecto de cumplir con la disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo tanto me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, enero del 2014

.....  
Liz Jhoana Jibaja Carhuapoma

## PRESENTACIÓN

De acuerdo con las disposiciones emanadas por el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo y el de la Facultad de Ciencias Empresariales – Escuela de Contabilidad para Optar el Título Profesional de Contador Público, someto a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado: **“La cultura tributaria de los empresarios de la ciudad de Huancabamba”**

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradezco por anticipado las sugerencias y apreciaciones que brinden a la presente investigación.

LA AUTORA

## INDICE

	Página
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
PRESENTACIÓN.....	vi
INDICE.....	vii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	xii
II. MARCO METODOLÓGICO.....	44
2.1. Variable:.....	44
2.2. Operacionalización de variables.....	44
2.3. Metodología.....	45
2.4. Tipo de estudio.....	45
2.5. Diseño de investigación.....	45
2.6. Población, muestra y muestreo.....	45
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	46
2.8.Método de análisis de datos.....	46
2.9. Validación y confiabilidad del instrumento.....	46
III. RESULTADOS.....	47
3.1. Proceso de diseño, validación y confiabilidad de instrumento.....	47
3.2. Caracterización de la muestra.....	48
3.3. Análisis de la cultura tributaria.....	56
3.4. Contrastacion de la hipótesis.....	72
IV. DISCUSIÓN.....	89
V. CONCLUSIONES.....	93
VI. RECOMENDACIONES.....	96
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98

## INDICE DE TABLAS

	<b>Página</b>
TABLA N° 01: CULTURA TRIBUTARIA.....	90

## INDICE DE GRÁFICOS

	<b>Página</b>
Gráfico N° 01: Sexo de los empresarios .....	48
Gráfico N° 02: Edad de los empresarios .....	49
Gráfico N° 03: Grado de instrucción.....	50
Gráfico N° 04: Clasificación de las empresas .....	51
Gráfico N° 05: Antigüedad de los negocios.....	52
Gráfico N° 06: Tipos de empresas .....	53
Gráfico N° 07: Régimen tributario de las empresas .....	54
Gráfico N° 08: Utiliza los servicios de un contador.....	55
Gráfico N° 09: Importancia de los pagos tributarios .....	56
Gráfico N° 10: Razones para cumplir con el pago de sus impuestos .....	57
Gráfico N° 12: Pago de los tributos y su relación con la calidad de vida .....	59
Gráfico N° 13: Definición de cultura tributaria .....	60
Gráfico N°15: Orientación tributaria a través de un contador .....	62
Gráfico N°16: Frecuencia con la que se informa sobre temas tributarios .....	63
Gráfico N°17: Satisfacción con la orientación tributaria brindada por SUNAT .....	64
Gráfico N° 18: Conocimiento sobre los PDT .....	66
Gráfico N° 19: Finalidad del PDT .....	67
Gráfico N° 20: Conocimiento de la clave SOL.....	68
Gráfico N° 21: Utilidad de la clave SOL .....	68
Gráfico N° 22: Presentación de declaraciones juradas .....	70
Gráfico N°23: Registro de operaciones en libros contables .....	70
Gráfico N° 24: Asistencia a SUNAT cuando se le notifica .....	71
Gráfico N° 25: Pago voluntario de los impuestos .....	73
Gráfico N° 26: Conciencia tributaria con relación ala percepción de los servicios.....	74



Gráfico N° 27: Exigencia de comprobantes de pago.....	75
Gráfico N°28: Importancia de cumplir con el pago de los tributos .....	76
Gráfico N° 29: Conocimiento del significado de cultura tributaria .....	77
Gráfico N° 30: Orientación tributaria brindada por SUNAT .....	78
Gráfico N° 31: Participación en capacitaciones brindadas por SUNAT .....	79
Gráfico N° 32: Material de orientación tributaria brindado por SUNAT .....	80
Gráfico N°33: Orientación tributaria recibida .....	81
Gráfico N° 34: Conocimiento sobre los regímenes tributarios .....	83
Gráfico N° 35: Conocimiento del cálculo de IGV .....	84
Gráfico N° 36: Conocimiento del cálculo del impuesto a la renta .....	85
Gráfico N° 37: Pago oportuno de los tributos .....	86
Gráfico N° 38: Comprobantes de pago emitidos .....	87

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar el nivel de cultura tributaria de los empresarios de la ciudad de Huancabamba actualmente. El diseño de investigación que se realizó fue no experimental, ya que la cultura tributaria se estudió tal y como se presentó en su contexto natural; de tipo descriptiva - no correlacional porque presentó una sola variable que no se relacionó con otra. Para la recopilación de información se elaboró un cuestionario dividido en dos partes: la primera que permitió caracterizar la muestra, y la segunda que permitió conocer el nivel de la cultura tributaria; tal cuestionario se aplicó a una muestra de 384 empresarios huancabambinos seleccionados de forma aleatoria. Para el análisis de datos se utilizaron técnicas de estadísticas descriptivas tales como: análisis de frecuencias, medidas de tendencia central, medidas de dispersión, así como también cuadros y gráficos de cada ítem que fueron elaborados en hojas de cálculo de Microsoft Excel. Los resultados obtenidos mediante el análisis de los atributos: conciencia tributaria, orientación tributaria recibida, conocimientos tributarios y obligaciones tributarias; permitieron conocer que los empresarios de la ciudad de Huancabamba, presentan un bajo nivel de cultura tributaria, donde la media más baja se obtuvo en orientación tributaria recibida debido a la falta de capacitaciones recibidas y desinterés por los mismos empresarios para informarse de temas tributarios; influyendo también la ausencia de SUNAT en esta ciudad, ya que no existe una oficina que permita a los empresarios interesados informarse sobre temas tributarios ante situaciones de duda.

Palabras clave: cultura tributaria, conciencia tributaria, impuesto, empresa.

## ABSTRACT

The present research work had like main objective to determine the level of tributary culture of the businessmen of Huancabamba' city at present. The fact-finding design that was sold off went not experimental, since the tributary culture was studied such and as he showed up in his natural context; of guy descriptive - no correlacional because you presented a very variable that did not relate with other. Stops the I pick up of information a questionnaire divided into two parts became elaborate: The first that you allowed characterizing the sample and the second one that you allowed to know the level of the tributary culture; Which applied to a sample of 384 businessmen huancabambinos selected of aleatory form. They used techniques of descriptive statisticces for the analysis of data as they are: Frequency analysis, measures of central tendency, measures of dispersion, as well as pictures and graphics of every item that they were elaborated in Microsoft's spreadsheets Excel. The results obtained by means of the analysis of the attributes: Tributary conscience, the orientation would pay tribute received, tributary knowledge and tax liabilities, they allowed knowing than the businessmen of Huancabamba city, they present a low level of tributary culture, where the stocking lowermost it was obtained in tributary orientation received due to the deficiency of received capacitations and disinterest for the same businessmen to get information of tributary themes; Having influence also SUNAT's absence at this city, since an office that allows the businessmen interested to get information on tributary themes before situations of doubt does not exist.

Key word: Tributary culture, tributary, imposed conscience, company.