



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**“CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL Y EL
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL
CONTRIBUYENTE EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS - 2017”**

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

AUTORA:

Bach. CHAVEZ TEJEDO GABRIELA KATTERINE

ASESOR:

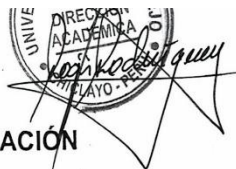
Mg. FARFAN AYALA MARIO IGNACIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

TRIBUTACION

CHILCAYO - PERÚ

2018



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 09:20 pm. horas del día 6 de febrero del 2019, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección Académica N° 0290-2019, de fecha 6 de febrero del 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: "CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL CONTRIBUYENTE EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS - 2017"

presentado por la Bachiller: CHAVEZ TEJEDO GABRIELA KATHERINE, con la finalidad de obtener el Título de Contador Público, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

- PRESIDENTE** : Mgtr. FERRE LÓPEZ DIEGO
SECRETARIO (A) : Mgtr. FARFÁN AYALA MARIO IGNACIO
VOCAL : Mgtr. CASTAÑEDA GONZALES JAIME

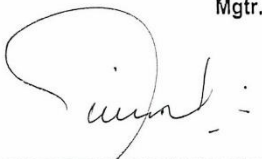
Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:


APROBADA POR MAYORÍA

Siendo las 10:00 PM del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 6 de febrero del 2019


Mgtr. FERRE LÓPEZ DIEGO
Presidente


Mgtr. FARFÁN AYALA MARIO I.
Secretario (a)


Mgtr. CASTAÑEDA GONZALES JAIME
Vocal

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación va dedicado primeramente a Dios porque su gran misericordia me ha permitido llegar a este momento y a mis padres como muestra de amor y su apoyo incondicional, mis queridos hijos: Lynn y Piero, quienes son mi razón de ser y para ellos con inmenso amor de madre, este logro de mi vida hecho realidad.

GABRIELA KATTERINE

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi fortaleza en todo momento de mi vida y por sentir su presencia en los momentos más difíciles que me toca vivir en cada instante, esperando que la justicia divina imponga primacía por encima de la terrenal para darme la razón.

A mis hermanos: Elizalde y Fadia, quienes en todo momento supieron compartir conmigo su incondicional aliento moral y sus consejos que se convirtieron en mi soporte para dedicar mis horas de estudios cristalizado hoy en mi carrera profesional.

A la Universidad César Vallejo, alma mater de innumerables profesionales, por habernos abierto sus puertas y en cuyo claustro dedique mis horas de estudios para hacer realidad mis sueños.

A mis dilectos catedráticos que nos supieron compartir sus sabidurías sin egoísmo alguno, comprendiendo para cada uno la complejidad de nuestra personalidad.

LA AUTORA

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, CHAVEZ TEJEDO GABRIELA KATTERINE, identificada con DNI N.º 45309571, en cumplimiento a las normas actuales del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales y Contables de la Escuela Académico de Contabilidad, declaramos bajo juramento que el presente documento de investigación titulado “CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL CONTRIBUYENTE EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS, 2017”. Es de mi autoría, por lo tanto, certifico su veracidad y legitimidad.

Asimismo, de identificarse fraude alguno asumo con responsabilidad las consecuencias y sanciones que de mis acciones se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, Agosto 2018



GABRIELA KATTERINE CHAVEZ TEJEDO

DNI N.º 45309571

PRESENTACIÓN

Señores integrantes del Jurado Calificador evaluador, de acuerdo con lo estipulado en el Reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, pongo a su disposición para la revisión y evaluación en el presente trabajo de investigación titulada **“cultura tributaria del consumidor final y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas,2017”**, el cual se ha realizado según los lineamientos de la universidad y cuyo objetivo es la obtención del Título Profesional Contador Público.

Consta de los siguientes capitulos:

Capítulo I: Problema de Investigación, se describe la problemática del distrito de Chachapoyas falta de cultura tributaria del consumidor final y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Luego la formulación del problema de investigación, la justificación, objetivos: general y específicos.

Capitulo II: Metodología, se desarrolló el tipo y diseño de investigación determinando la población y muestra, la hipótesis de trabajo, las variables y su Operacionalización, los métodos y técnicas de la investigación, descripción de los instrumentos utilizados y por último como se llevó a cabo el análisis e interpretación de los datos.

Capitulo III: Análisis e interpretación de los resultados de la investigación, el cual contiene el resultado de los datos estadísticos, el procesamiento de la información, los gráficos obtenidas y la interpretación de la investigación.

Capítulo V: Conclusiones, en este capítulo se detallan en base a los resultados obtenidos después de haber realizado el análisis efectuado las conclusiones se generan las respectivas sugerencias del caso.

Capítulo VI: Recomendaciones, este capítulo se realizará en base a los resultados y conclusiones obtenidos.

Por consiguientes señores integrantes de este digno jurado, estoy apta a aceptar las sugerencias que de manera constructiva puedan hacerle al presente y que servirá como aporte para poder mejorarlo, así mismo sirva como base para aquellos que muestren interés en el tema y deseen continuaron estudios de esta naturaleza.

ÍNDICE

ACTA DE SUSTENTACION.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACION.....	VI
INDICE.....	VII
INDICE DE TABLAS.....	IX
INDICE DE FIGURAS	X
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
I. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad problemática:	14
1.1.1. A nivel internacional.....	14
1.1.2. A nivel nacional.....	16
1.1.3. A nivel local	18
1.2. Trabajos previos	20
1.2.1. A nivel internacional.....	20
1.2.2. A nivel nacional.....	23
1.2.3. A nivel local	25
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	27
1.4. Formulación del Problema	33
1.5. Justificación del estudio	34
1.6. Hipótesis	35
1.7. Objetivos	35
1.7.1. General	35
1.7.2. Objetivos específicos:	35
II. MÉTODO.....	38
2.1. Diseño de Investigación.....	38

2.2.	Variables, Operacionalización.....	39
2.2.1.	Cultura tributaria (V.I.).....	39
2.2.2.	Obligaciones Tributarias (V.D.)	39
2.3.	Población y muestra.	41
2.3.1.	Población	41
2.3.2.	Muestra	41
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	42
2.4.1.	Técnicas de recolección de datos.....	42
2.4.2.	Instrumentos de recolección de datos	42
2.4.3.	Validación del Instrumento.....	43
2.4.4.	Confiabilidad del Instrumento.....	43
2.5.	Métodos de análisis de datos.....	46
2.6.	Aspectos éticos.....	46
III.	RESULTADOS	48
IV.	DISCUSIÓN.....	64
V.	CONCLUSIONES	68
VI.	RECOMENDACIONES	71
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
VII.	ANEXOS.....	80
	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS.....	90
	ACTA DE ORIGINALIDAD DE TESIS.....	91
	REPORTE DE TURNITI	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	17
Tabla 2	40
Tabla 3	48
Tabla 4	49
Tabla 5	50
Tabla 6	51
Tabla 7	52
Tabla 8	53
Tabla 9	54
Tabla 10	55
Tabla 11	56
Tabla 12	57
Tabla 13	58
Tabla 14	59
Tabla 15	60
Tabla 16	61
Tabla 17	62
Tabla 18	63

INDICES DE FIGURAS

Figura N° 1-	48
Figura N° 2-	49
Figura N° 3-	50
Figura N° 4-	51
Figura N° 5-	52
Figura N° 6-	53
Figura N° 7-	54
Figura N° 8-	55
Figura N° 9-	56
Figura N° 10-	57
Figura N° 11-	58
Figura N° 12-	59
Figura N° 13-	60
Figura N° 14-	61
Figura N° 15-	62
Figura N° 16-	63

RESUMEN

El presente estudio se propone con la finalidad de poder determinar el nivel de “cultura tributaria del consumidor final respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas, durante el año 2017”.

La metodología a utilizar es de tipo descriptivo propositiva correlacional, con un diseño no experimental, para lo cual se elaborará y aplicará una encuesta con escala de Likert. Para determinar la fiabilidad del instrumento se usará Alfa de Cron Bach.

La investigación pretende destacar la importancia de la cultura tributaria en nuestro país y sobre todo en el distrito de Chachapoyas, su influencia en la economía nacional, regional y local. La cultura tributaria es el conjunto de valores creencias y actitudes compartidos por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes que rigen según portal. sat.gob.gt. Según Hernán (2014) *“si el pueblo sintiera que sus autoridades lo aman, pues le darían mayor confianza y credibilidad al gobierno”*. La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. El elevado nivel de conciencia tributaria hará de nuestro distrito, una ciudad diferente con muchas oportunidades de progreso para nuestros hijos donde se reduzca o anule la evasión tributaria

Palabras claves: Cultura tributaria, Obligaciones tributarias y contribuyente.

ABSTRACT

The present study is proposed with the purpose of being able to determine the level of tax culture of the final consumer with respect to compliance with the tax obligations of the taxpayer in the Chachapoyas district, during the year 2017.

The methodology to be used is descriptive correlational type, with a non-experimental quantitative design, for which a survey with a scale of Lickert will be elaborated and applied. To determine the reliability of the instrument, Cronbach's Alpha will be used.

The research aims to highlight the importance of the tax culture in our country and especially in the Chachapoyas district, its influence on the national, regional and local economy. The tax culture is the set of values beliefs and attitudes shared by a society regarding taxation and the observance of the laws that govern according to the portal. sat.gob.gt. According to Hernán (2014) "if the people felt that their authorities love him, they would give greater confidence and credibility to the government". The tax culture is the basis for the collection and support of the country. The high level of tax awareness will make our district a different city with many opportunities for progress for our children where tax evasion is reduced or eliminated

Keywords: Tax culture, tax obligations of the taxpayer.

CAPITULO I

INTRODUCCION

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática:

1.1.1. A nivel internacional

Mendoza Shaw (2016). En México, el pago de contribuciones en todo el mundo, se realiza por la necesidad que incurren todos los países con el fin de captar ingresos para poder invertir en el bienestar de la sociedad. En una investigación realizada por la Universidad Estatal de Sonora en México, nos indica que en las últimas décadas la fuente principal de sustento provenía del petróleo, lo cual le permitió tener una inversión enorme en el gasto público sin la necesidad de exigir una política tributaria eficiente que le permita sostener y equilibrar los ingresos y los egresos.

Esta situación cambio en los años noventa cuando fue disminuyendo los ingresos obtenidos del petróleo, por ello fue que el estado procedió a usar la recaudación tributaria y por ende fomentar una mayor y a su vez mejor cultura tributaria por parte de los ciudadanos, además es considerado como un instrumento y estrategia. (p. 62).

Alcaldía Mayor de Bogotá (2015). En Colombia, en el artículo de “Bogotanos”, poniendo como ejemplo de **Cultura Tributaria** en el cual se señala, el secretario de hacienda, José Alejandro Herrera, quien destacó el alto compromiso demostrado por los contribuyentes que cumplieron a tiempo con el pago de los impuestos predial y de vehículos, durante los primeros plazos suministrados por la Administración.

Al entregar un balance de recaudo, el funcionario informó que la ciudad recaudó más de 2.4 billones de pesos, de los cuales, 2.1 billones de pesos corresponden al impuesto predial y 356 mil millones de pesos al de vehículos. Además, resaltó que este año

creció en un 8.5 por ciento, el número de contribuyentes del impuesto de vehículos que se acogieron al descuento, con relación a 2014 y recordó que la meta de recaudo para este año es de 563.864 millones de pesos.

Rodríguez & Villalba (2015). En Paraguay, La **cultura tributaria** y la sociedad sostiene que existe una cultura anti-tributaria, esto se debe al pobre comportamiento tributario que se mantiene, no sea entendible solo como codicia, avaricia por parte de los contribuyentes que no quieren contribuir. Esta **cultura Tributaria**, se da por el déficit cívico, porque se ve maltratada los derechos de la dignidad y una vida integra. Este tipo de cultura afecta la sociedad como es la convivencia, siendo un factor para alcanzar y sostener derechos sociales, se debe fortalecer a la democracia y lograr cohesión social. (p. 12).

Lascano (2013). En Colombia, menciona la importancia de la **Cultura Tributaria** y su incidencia en la recaudación, en Estados Unidos, se revelo que el 8% del PIB fue de la recaudación de impuestos. Lo cual fue usado para invertir en educación, el resultado fue eliminar el analfabetismo e incluso fundaron las Universidades Publicas. Este País comenzó hacer grandes avances en los sectores de Salud, Infraestructura, Telecomunicaciones. Los Empresarios también Participaron en la Construcción de las obras publicas. (pág. 30)

Gomez, Jimenez, y Podesta (2014). En Santiago de Chile, América Latina, es una es un país con menor carga tributaria a comparación de otros países o estados, a pesar de ello el cumplimiento de las **obligaciones tributarias** son bajas. Pero con la presión tributaria se ha ido mejorando hasta en un 17%. Un caso es Argentina que el nivel de la tasa impositiva ha llegado hasta el

33.5% comparándose con el promedio de los países miembros de la OCDE. (pág. 11)

Revista Lideres (2015) En Ecuador, en los últimos cinco años desde el año 2010 hasta el 2015, se implanto diez reformas tributarias. Todas estas acciones han generado el cumplimiento de las **Obligaciones Tributarias** que no sólo lo se ha visto reflejado en las cifras de recaudación, sino que, además, han polarizado la percepción de los actores económicos.

1.1.2. A nivel nacional

García (2017). En Perú, en la Universidad de Ciencia y Humanidades nos explica el tema. El empresario peruano quiere pagar las **obligaciones tributarias**, pero también siente sobrecostos, pero realiza el pago porque piensa que una empresa formal se ve en el mercado con garantía y éxito. Pero si no cuenta con una contabilidad adecuada, porque esta es sinónimo de impuestos, lo cual no demuestra que se tiene que tener una contabilidad ordenada y mantener control interno.

Respecto a las empresas o negocios, que se encuentren informales y tienen el temor de tributar y desconocen los beneficios que estos traen, se les recomienda informarse y asesorarse, por medio de personas capacitadas en el tema, no es caro tampoco genera mucha inversión, inclusive la SUNAT puede dar capacitaciones para dar conocimiento sobre los regímenes tributarios.

Amasifuen Reátegui (2015). En Perú, importancia de la **Cultura Tributaria** se encontró que en la actualidad la cultura y la conciencia tributaria son factores importantes para que la sociedad no caiga en delitos tributarios, se debe tener en cuenta que son recursos para recaudar impuestos, así mismo ser conscientes que esta este dinero le pertenece a la población, por lo tanto, el estado

a través del municipio nos los debe devolver prestando servicios públicos (como, por ejemplo: los hospitales, colegios, etc.) (p. 2).

Así mismo, Amasifuen Reátegui (2015). En Lima, indica que la tributación en el Perú adopta el estándar internacional, se constituyó en base a la política tributaria, la SUNAT y el sistema tributario que regula y se relaciona con el estado.

Tabla 1

	Política Tributaria	Sistema Tributario	Administración Tributaria
Concepto	Es un conjunto de los criterios y directrices que están dirigidos para poder estimar la carga impositiva de manera directa e indirecta y sirve como el financiamiento del estado.	Son conjuntos de disposiciones legales, por medio de estas, implementa la política tributaria, y es la más relevante del condigo tributario.	Se desarrolla en la parte operativa del régimen tributario y en esas se definen, crean, programan y desarrollan las acciones concisas con el fin de lograr llegar a las metas de recaudación.
Características	Es parte de la evaluación del programa de la economía del Perú, implementando las disposiciones y medidas tributarias. Son los sectores que se verán afectados por la carga tributaria. Lo que es necesario indicar la fuente de tributación y los puntos que se tiene que cumplir en base a lo mencionado.	Los principios tributarios son importantes y son la siguientes: equidad, legalidad, justicia, confiscatoriedad, e igualdad sobre la carga impositiva.	Compuesta por los órganos del Estado encargados de ejecutar la política tributaria y aplicar las normas tributarias.
Establecidas	El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), en concordancia con la política económica y los planes de gobierno.	Los tributos se crean por ley a través del Congreso y por normas con rango de ley, como las ordenanzas municipales, en el caso de los gobiernos municipales.	Ejercida en dos niveles de gobierno:- Ámbito nacional: - Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanera (SUNAT)

Fuente: (Amasifuen Reátegui, 2015, pág. 10)

(Diario Gestión, 30 de enero ,2014). En Perú, el deudor tributario en PricewaterhouseCopper Juan Pablo Porto, menciona que se debe ejecutar una mayor **cultura tributaria** en el estado, y mientras no se aplique, la SUNAT debe crear una mayor presión a los contribuyentes jurídicos y naturales, se espera como resultados tener contribuyentes con conciencia. La administración tributaria se ha vuelto más severa, y las personas que creían engañar al ente, ya no lo pueden realizar porque ahora ya son detectados con más facilidad.

(Diario Gestión,30 de enero 2014). En Perú, la fiscalización hacia las personas naturales no era muy común, pero hoy en día eso ha cambiado y ahora reciben cartas y presión cuando no cumplen con las **obligaciones tributarias**, por eso el ente pide a los contribuyentes que demuestren y sustenten sus ingresos. Esto es para todas las rentas ya sea de capital o extranjera. Actualmente las personas con domicilio en el Perú o no, pueden ser considerados por medio de las leyes establecidas.

Huaman y Burga (2015). En Perú Menciona los cambios que se vienen dando según al entorno social, cultural y económicos, pero responde al gran fenómeno llamado globalización y esto ha impulsado a tener una nueva percepción del rol que cumple la economía en el estado peruano y en beneficio para la sociedad como es tener una vida de calidad. Las grandes empresas del mercado son una fortaleza para el Perú, porque son quienes incrementaran niveles de crecimiento, bienestar y educación.

Un claro ejemplo es el Emporio Gamarra, donde la mayoría de las empresas comerciales tienen una actitud negativa frente

a las entidades gubernamentales porque no encuentran reciprocidad frente al cumplimiento de sus **obligaciones tributarias**, no encuentran mejoras en su comunidad y esto se debe a la mala administración de los recursos y a la deficiente administración de nuestros gobernantes, por esta situación aún existe la informalidad en el Perú.

A nivel local

En el Perú existe un gran problema con respecto al tema de cultura tributaria y recaudación de impuestos, y ello podemos observarlo porque repercute en la estabilidad económica, indirectamente SUNAT nos muestra el comportamiento de los contribuyentes a través de los ingresos obtenidos por la recaudación.

Partiendo de este punto podemos decir que el distrito de Chachapoyas no es ajeno, a esta realidad que ya es conocido en el Perú, a pesar que se viene trabajando en el problema a través de charlas, capacitaciones no se ven resultados, porque aún existe una población alta que desconoce el tema de impuestos y tiene un bajo nivel de cultura tributaria.

Para el año 2017 hubo una disminución en la recaudación de impuestos en las regiones de San Martín y Amazonas, en el primer trimestre del año se registró un ingreso de 173.5 millones teniendo un incremento de un 5.1% con respecto al trimestre anterior (2016) y para el segundo trimestre del año disminuyó en un 6.1%, lo que significa que no se hizo una buena recaudación y existe menor ingreso, informo el Centro de Investigación Empresarial (CIE), publicado por, (GESTION, 2018).

La recaudación es una herramienta fundamental para el desarrollo del país, sabemos que existe empresas y negocios grandes y son quienes se mantienen en la informalidad o tributan a medias, por lo que se genera menos recaudación. Pero dentro

de ello podemos mencionar a los consumidores finales, estos consumidores también interactúan con las empresas o negocios medianos o grandes, que tiene la obligación de entregar comprobantes de pago por lo que muchas veces no lo hacen. Pero todo esto sucede por la falta de cultura tributaria lo que genera evasión e informalidad, por eso es que el estado debería ver a los consumidores finales como aliados para mejorar la recaudación de impuestos, podría ser a través de una educación en cultura tributaria, dándole más énfasis a la importancia de los impuestos.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. A nivel internacional

Camacho y Patarroyo (2017), en su investigación realizada, “ *Cultura Tributaria en Colombia*” (tesis pregrado), para optar el título profesional de Contador Autorizado, en la Universidad de Colombia. Considero tener como objeto de estudio, el análisis del perfil de los contribuyentes respecto a la cultura tributaria en Colombia. Finalizando menciona que la cultura tributaria en Colombia es una herramienta importante que ayuda a incrementar el desarrollo sociocultural, económica y político.

Por lo que es importante conocer el perfil del contribuyente frente a la tributación, siendo un factor indispensable para la recaudación del sostén de cualquier estado. Por lo que se sugiere que se les tiene que dar una información comprensible para ayudar a sus conocimientos, con la finalidad de mejorar la cultura tributaria en los contribuyentes y pasar a los consumidores.

Ávila (2013). en su estudio de investigación; “*Análsis del sistema de control tributario del comercio mediante el internet*”

en su tesis de grado, para obtener el grado de Magister, en Venezuela. Consigno como objetivo principal plantearse la evaluación del sistema de control tributario por el SENIAT, para el cumplimiento de las obligaciones del contribuyente a través del internet. Concluyo que se estimó el nivel de recaudación del comercio mediante el internet, también advirtieron que las actividades realizadas electrónicamente no tienen identificación de la persona y que lo ejecuta, esto porque se tiene un registro de las ubicaciones físicas de los contribuyentes. Por lo que sugiere poner a disposición la página web de la administración para dar la información relevante sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Hernández P, Tineo B, y Yáñez R , (2012) en su estudio titulado “*Análisis de la cultura tributaria y su incidencia sobre la planificación tributaria de la empresa VADAMI C.A.*”. (tesis pregrado), para obtener el título profesional de Contador Autorizado, en la Universidad de Venezuela, tuvo como objetivo general, analizar la cultura tributaria y la incidencia en el planeamiento tributario, llegando a concluir que se encontró un desempeño adecuado en los trabajadores, respecto al manejo de los tributos, tienen el conocimiento respectivo sobre la planificación tributaria, estas acciones son beneficiosas para la entidad como es ser una más segura y con acceso a financiamiento. Por lo que recomienda continuar trabajando de la misma manera, pero siempre capacitando a los empleados.

Robalino (2013). En su estudio realizado, “*Cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes minoristas en Quito*”. (tesis pregrado), para optar el grado de Licenciatura en Ciencias de la Educación Mención Comercio y Administrativa, en la Universidad Central del Ecuador. Teniendo como objetivo general evaluar el cumplimiento de las

obligaciones respecto a los tributos en los contribuyentes del sector. Mediante un estudio descriptivo analítica, la muestra estuvo representada por los comerciantes del sector minorista de Calderón, como resultado se obtuvo que existe un desconocimiento vago sobre los tributos.

Lopez (2013). En el estudio que realizo, "*Incidencia de los conocimientos de tributación sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del barrio Guajalon*". tesis pregrado), para optar el grado de Licenciatura de Gestión Tributaria, en la Universidad Central del Ecuador. Determino como objetivo principal conocer la incidencia que existe sobre las obligaciones tributarias, tuvo una metodología con diseño descriptivo cualitativo, tuvo como muestra de estudio a los contribuyentes del barrio, Concluyendo que con los resultados obtenidos se puede decir que tienen una información adecuada y son conscientes respecto a los tributos.

Vargas & Moreira (2016), en la investigación que titulo "*La cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los negocios informales de Guayaquil*". (tesis pregrado), para optar el título de Contador Público, en la Universidad de Guayaquil. Consigno como objetivo principal proponer una guía de tributación para mejorar la conciencia respecto a las obligaciones tributarias, fue un estudio con metodología de diseño descriptivo propositivo, teniendo como muestra a 100 consumidores. Con los resultados obtenidos definimos que la propuesta de guía tributaria ayudara y facilitara el entendimiento sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

1.2.2. A nivel nacional

Gonzales Agurto, (2016) en su estudio titulado “Nivel de cultura tributaria en el mercado Maria del Socorro, 2016”. (tesis pregrado), para obtener el título profesional de Contador Público, en la Universidad Nacional de Trujillo. Mediante el objetivo general se determinó el nivel de educación tributaria, se determinó que es de nivel bajo, según a los resultados obtenidos podemos decir que el 83% de los consumidores del mercado reflejaron que no existe cultura tributaria, no tienen el conocimiento adecuado y el problema de corrupción es un factor que se pone en contra de la recaudación de impuestos. Por lo que sugiere asesorar mejor a los contribuyentes, la SUNAT tiene que poner más énfasis en sectores como estos y la población en general.

Pérez Mantilla (2016), en el estudio que realizo, “*Cultura tributaria y su relacion con la evasion tributaria de los comerciantes en el sector ferreteros de Trujillo*”, (tesis pregrado), para obtener el título profesional de Contador Público, en la Universidad Nacional de Trujillo. considero como objetivo general determinar la influencia de la cultura tributaria y la evasion de impuestos.

Con los resultados obtenidos podemos decir que hay un 40% de evasion en los comerciantes del sector, lo que se considera un nivel medio de evasion. Por lo que sugiere tomar en cuenta estos resultados, y realizar capacitaciones sobre cultura tributaria y la importancia de los pagos de las obligaciones tributarias, se necesita ser mas concientes con el tema.

Yman Arrieta y Ynfante Moscoso (2016), en la investigación titulada “*Programa de difusión tributaria y la incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes en el*

mercado de tumbes". (tesis pregrado), para obtener el título profesional de Contador Público, en Tumbes. Teniendo como objetivo principal determinar la como la difusión tributaria incide en la cultura tributaria de los comerciantes.

Concluyendo que existe un nivel bajo de cultura, también se observó que los consumidores el momento de realizar las compras no exigen comprobantes lo que contribuye a la evasión o al incumplimiento de las obligaciones tributarias. Al aplicar el programa se obtuvo resultados positivos en referencia a los niveles que se interpretaron de los resultados.

Burga Argandoña (2015), en su estudio realizado "*Cultura Tributaria y las obligaciones tributarias en las empresas comerciales de Gamarra*". (tesis pregrado), para obtener el título profesional de Contador Público, en la Universidad de Lima. Consigno como objetivo general determinar la influencia de la cultura tributaria sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas.

Con los resultados obtenidos pudimos identificar que en el país no se preocupa por cultivar la cultura tributaria, ya que el nivel de desconocimiento es alto, lo que genera que no puedan cumplir con las obligaciones tributarias, la falta de sensibilidad en los contribuyentes hace que no tengan valores ni ética, lo que conlleva a pasar por las infracciones e informalidad. El estado debería tomar cartas en el asunto de manera inmediata.

Ludeña Saldaña (2017), en su investigación titulada "La cultura tributaria y el impacto que ocasiona en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las rentas personales" (tesis maestría), para obtener el grado de Magister en como Tributarista, Lima. Tomo como objetivo general determinar el

impacto que causa en la cultura tributaria respecto al cumplimiento de pagos de los impuestos.

Se obtuvo resultados negativos como la falta de conciencia tributaria en el país, lo que ha generado el incumplimiento de los pagos según la programación de SUNAT. Los contribuyentes caen en la informalidad, porque no tienen el conocimiento y la información suficiente.

1.2.3. A nivel local

Fernandez y Miranda (2017), en su estudio realizado, “Cultura Tributaria y el cumplimiento de los pagos de impuestos en el centro comercial de Bagua Grande” (tesis pregrado), para optar el grado de Bachiller en Contabilidad, en la Universidad Señor de Sipan, Perú. Considero como objetivo principal determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones. El estudio tuvo una metodología de tipo descriptiva no experimental, se concluye que la cultura tributaria si tiene influencia respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Iglesias y Ruiz (2017), en el estudio titulado “La cultura tributaria y la relacion en las obligaciones tributarias de los arbitrios municipales en Chachapoyas 2016” (tesis pregrado), para optar el título profesional de Contadores Públicos, en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, Amazonas. Consigno como objetivo general determinar la relación entre cultura tributaria y los pagos de los arbitrios. La metodología en la que incurrió el estudio es correlacional. Por lo que se concluye y podemos decir que existe una relación estrecha entre la cultura tributaria y los pagos de los arbitrios municipales.

Delgado (2015) en su estudio titulado “La educación tributaria como medida en la incrementación de la recaudación fiscal en Amazonas” (tesis pregrado), para optar el título de Contador Público, en la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

Considero como objetivo general corroborar la influencia de la cultura tributaria respecto al crecimiento en la recaudación fiscal. Tuvo una muestra de 120 establecimientos y la metodología fue sintético y deductivo. Por lo que se dice que la educación tributaria es importante y es la herramienta indicada para incrementar la recaudación de impuestos.

Silva (2016), en la investigación que realizó “La cultura tributaria en la gestión de Mypes formales en el distrito de Bagua”. (tesis maestría), para optar el grado de Magister en Ciencias Económicas, en la Universidad Nacional de Cajamarca. Teniendo como objetivo principal analizar los aspectos y características de la cultura tributaria de las Mypes, Tuvo como diseño de metodología descriptiva correlacional donde la muestra fueron 41 Mypes. En los resultados se pudo observar que el 63% de los encuestados tienen un conocimiento simple o vagamente de respecto a la importancia de los pagos de los tributos.

Ortiz (2015), en el estudio que realizó “Factores que determinan el incumplimiento de las obligaciones tributarias sobre el IGV de empresas que dan servicios”. (tesis pregrado), para optar el Grado de Magister en Ciencias mención Tributación, en la Universidad Cesar Vallejo, Perú considero como objetivo general identificar de que manera estos factores influyen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del IGV. Tuvo una metodología descriptiva no experimental, la muestra fue las empresas de servicios de la ciudad, finalmente

el factor mas relevante para el incumplimiento de las obligaciones son las tasas altas que da la Sunat.

Mogollón (2014), en su investigación titulada “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de Chiclayo,2012”, de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo de Lambayeque, se determinó como objetivo principal conocer el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de Chiclayo en el periodo del 2012, son temas importantes por eso es que se consideró investigación relevante. Como hipótesis se dijo que si existe un nivel alto de cultura entonces habría incrementación de las recaudaciones, entonces como resultado encontramos que ese nivel que se busca es bajo, no tiene conciencia de sus obligaciones como contribuyente, un factor que genera esto es que en su mayoría tienen un mal concepto de la administración tributaria.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Cultura tributaria

Concepto:

Son un conjunto de conocimientos e información que tiene un individuo y la sociedad en su conjunto respecto los impuestos que impone un país, como el de percepciones, criterios y hábitos, que sociedad debe adoptar sobre la tributación. Por lo que las administraciones tributarias de América Latina consideran como solución a los problemas económicos y el desarrollo de la población mediante la educación tributaria, con base de concientización. (La Real academia de la Lengua Española, 2014, p.483).

Clasificación de los tributos

Amasifuen Reátegui, (2015) clasifica de la siguiente manera:

1. Tributos que recauda la SUNAT

El principal es que grava a las rentas y a eso se le conoce como impuesto a la renta, como rentas entendemos que son los ingresos que vienen de una fuente que perdura y genera ingresos entre periodos". (p.82).

- a) **“El impuesto general a las ventas**, más conocido como IGV, es un tributo que lo encontramos y pagamos al momento de realizar una compra o se contrata un servicio, se encuentra ya incluido en el precio de venta y el vendedor es quien le paga al estado todo lo recaudado. Y esta grava, las ventas hechas en el país, por brindar un servicio, los contratos de construcción y la primera venta que se hace un inmueble.” (p.82 - 83).

- b) **“El impuesto selectivo al consumo (ISC)**, es uno de los tributos que grava las ventas en el Perú, así como el nivel de las producciones e importaciones de bienes que se puedan realizar, al importador de bienes que está tipificado en el apéndice IV de la ley del IGV y los juegos de azar, apuestas como las loterías, sorteos, etc.” (p.83)

- c) **“Nuevo Régimen Único Simplificado**, este es un impuesto que ha sustituido al impuesto a la renta, el IGV y el impuesto de promoción municipal por una cuota mensual, con la finalidad de promover una ampliación sobre la base tributaria, que se les otorga a los pequeños negocios” (p.83).

Impuesto Temporal a los Activos Netos (*ITAN*), “Impuesto temporal que grava la tenencia de activos” (p.83).

- d) **“La ITF**, es un impuesto temporal que afecta las operaciones nacionales o extranjeras y son ejecutados por el sistema

financiero nacional. Existe la lucha en contra de la evasión por medio de leyes, por ello se creó el ITF, así mismo impone operaciones que se encuentran gravados y otros exonerados.” (p.83).

- e) **“El impuesto Extraordinario para la promoción y desarrollo turístico nacional**, este se encarga de gravar a las personas naturales que usen medios de transporte aéreo. Estos ingresos son recaudados por la Sunat, esto regresa y son invertidos en el promoción y desarrollo turístico del país”, (p.83).
- f) “Los aranceles, son derechos que afectan a las importaciones de los productos que se traen, uno de ellos es el advalorem teniendo una tasa de 5% y el advalorem CIF, es algo específico que afecta a las importaciones a los productos comestibles” (p.83).
- g) **“Impuesto a la Promoción Municipal**, esta grava con una tasa del 2%, afecta a las operaciones del IGV y está en base a las mismas normas, el pago se hace junto, al momento de hacer las compras y es recaudado por la administración tributaria” (p.84).
- h) **“Essalud**, es una contribución que se hace al seguro social, es un ente público que promueve el sector de trabajo y promoción social, es una persona jurídica con derechos públicos, es independiente, técnica, administrativa, económica y presupuesto. Con el fin de cubrir a las personas sujetas a este servicio” (p.84).
- i) **“El aporte a ONP** consiste en contribuir al sistema nacional de pensiones, siendo una institución pública descentralizada, es una persona jurídica con derechos públicos, usa recursos y patrimonio propios “(p.84).

2. Tributos que recaudan las municipalidades

“El impuesto predial, se encarga de gravar a los inmuebles urbanos y rústicos, las municipalidades son los responsables de la recaudación” (p.85).

- a) **“Impuesto de Alcabala** “afecta a las transferencias de a títulos onerosos o gratuito, puede ser cualquiera la modalidad, la primera venta de inmuebles que hacen las entidades constructoras no grava en impuesto a menos que sea la parte del terreno. Se considera como base imponible el valor del autoevaluó del bien correspondiente” (p.85).
- b) **“Impuesto a los juegos**, esta grava a las operaciones que provengan de los juegos, por ejemplo, las loterías, bingos y rifas, también los premios ganados al azar” (p.85).
- c) **“Impuesto al patrimonio vehicular**, este impuesto afecta a los bienes como los vehículos, camionetas, buses y ómnibus, no debe pasar tres años de antigüedad” (p.86).
- d) **“Tasas**, estos son creados por las municipalidades, esto por brindar servicios públicos o administrativo, que esta modulado por la municipalidad, pero tiene que estar de acuerdo y en base a la ley orgánica de las municipalidades “(p.86).
- e) **“Contribución especial por obras públicas**, este se encarga de afectar a los beneficios que se dan por la construcción de las obras públicas, los municipios son los encargados de calcular el monto tomando en cuenta el monto mayor que tenga la propiedad en beneficio a las obras municipales” (p.86).
- f) **Educación Cívica Tributaria**

“Se encontró que, en Burga Argandoña, (2015) el objetivo de la administracion tributaria es fomentar el desarrollo de conciencia

y cultura tributaria , por lo que busca hacerlos de diferentes formas una de las mas comunes son las capacitaciones” (p.19).

“Una de las estrategias que usa la SUNAT en el periodo de 2013 capacito a 4946 docentes de educación básica en los departamentos de todo el Perú. Con la finalidad de poder promover la cultura que tanta falta hace, esperando tener resultados positivos, disminuyendo el factor principal que es la evasión e incumplimiento de las obligaciones tributarias” (p.20)

g) La lucha contra la evasión tributaria

Según Amasifuen Reátegui, (2015) esta:

“Esta acción es un reto para la administración porque busca disminuir el nivel de evasión y contrabando, con esta acción se quiere incrementar la recaudación así el fisco nacional podrá tener mayores recursos para poder invertir en el beneficio de la sociedad” (p.86).

h) La evasión

Para Amasifuen Reátegui, (2015) nos dice “que es el incumplimiento o la acción de dejar de contribuir con el estado respecto a las obligaciones tributarias, las formas de evasión más usuales son: el no entregar comprobantes de pago, no declarar las ventas verdaderas, no pagar impuestos recaudados, emitir comprobantes falsos, llevar doble facturación y libros fraudulentos” (p.86).

Es importante conocer la diferencia de evasión y elusión tributaria, siendo que la elusión tributaria es una acción legal que se acoge de los vacíos de las leyes con el fin de evitar el pago de los impuestos mientras que la evasión es un acto ilícito que viola las normas.

i) Rol de los ciudadanos

Amasifuen Reátegui, (2015) sostiene:

La Sunat viene haciendo actividades para resolver los problemas de incumplimiento de las obligaciones tributarias, pero no ha funcionado, esto debido a la falta de conciencia y cultura tributaria, las consecuencias son altas ya que los niveles de evasión se van incrementando cada vez más.

j) Consumidor final:

La definición de esta es, que toda persona sea natural o jurídica, que tiene el beneficio de disfrutar de bienes, productos y servicios finales, puede ser individual o familiar, es considerado como consumidor final, además no tiene que tener relación empresarial o actividades económicas. INCP, (2014)

1.3.2 Obligaciones tributarias

Concepto:

Burga Argandoña (2015) nos dice que los contribuyentes deben saber que la gran importancia que tiene el cumplimiento de las obligaciones tributarias, además se le considerara como un individuo consagrado consitucionalmente. Mientras mas sea el fondo del estado , este podra invertir en actividades beneficiosas para toda la sociedad, como es mejorar los servicios de las entidades publicas, salud, educacion, trabajo y darnos una vida integra que es un derecho tipificado en la constitucion politica del Peru de 1993. (p.27).

Cumplimientos tributarios

Bravo, (2012) refiere que:

“La moral fiscal afecta directamente con el cumplimiento tributario de manera voluntaria, la mayoría de estos factores son los fraudes que hacen los contribuyentes por desconocimiento de los temas respecto a los impuestos, también eluden cogiéndose de los vacíos que deja la ley, la administración ha mostrado los niveles de incumplimiento y son altas, y son provenientes de los pequeños negocios” (p.6).

Las empresas comerciales y sus obligaciones tributarias

La administración tributaria tiene como principal objetivo otorgar el conocimiento adecuado respecto a los pagos de los impuestos y que la sociedad tenga conciencia y cultura tributaria sobre la importancia de estos actos, esto se puede ver como una estrategia para incrementar la recaudación, y lo que más le hace falta al país. (Burga Argandoña, 2015, p.28).

En Burga Argandoña (2015) se encuentra que:

El MITINCI, conjuntamente con la administración tributaria en otorgar capacitaciones a las Mypes sobre temas tributarios. (p.31)

En lo que es la seguridad social, los colaboradores de las pequeñas empresas y personas naturales, pueden acceder al seguro siempre y cuando cumplan con los requisitos. (p.31)

Por otro lado, en lo referente a los registros y libros contables, las pequeñas empresas llevan registros y libros contables de acuerdo al registro tributario al cual se encuentran sujetos. No obstante, pueden optar por llevar contabilidad completa. (p.31)

Infracción Tributaria

Es un acto de omisión que conlleva a la violación de las normas tributarias, pero tiene que estar tipificado en las normas, así como; **(Artículo 164° sustituido por el Artículo 79° del Decreto Legislativo N° 953 publicado el 5 de febrero de 2004 y vigente a partir del 6 de febrero de 2004).**

Determinación de la infracción, tipos de sanciones y agentes fiscalizadores.

La infracción será estimada de manera objetiva y se aplicara un castigo administrativo según a lo incurrido, la comisión de bienes o el internamiento de los automóviles, puede ser de oficinas, profesionales, se puede suspender las licencias y permisos que pudieron ser otorgados. **(Artículo 165° Libro Cuarto).**

1.4. Formulación del Problema

¿Cómo influye la cultura tributaria del consumidor final con el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas, 2017?

1.5. Justificación del estudio

El presente estudio de investigación se justifica porque se considera pertinente por que los aportes de la misma pueden ayudar en concientizar a las personas que las contribuciones con los impuestos generan mayor inversión y el desarrollo social del Perú, y en especial, al distrito de Chachapoyas. Se busca destacar la importancia de la cultura tributaria en nuestro país y su influencia en la economía nacional, pero sobre todo enseñar cuáles son las obligaciones como contribuyente.

Se incurrió la investigación este tema porque el vivir diario de la colectividad muestra que no existe un adecuado conocimiento en los ciudadanos acerca de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Para ello, se contó con la asesoría de profesionales especialista en la elaboración y desarrollo de trabajos de investigación. Asimismo, con los recursos financieros necesarios y los

recursos materiales que se requiere para llevar a cabo un trabajo de investigación de esta envergadura.

Podemos presentar una limitación en la investigación representada por la dificultad en relación a las fuentes de información estadística, ya que es escasa en cuanto al tema de cultura tributaria en nuestro distrito. Sin embargo, nos podemos apoyar en información estadística relacionado a la PEA en el Perú y estadísticas de la SUNAT.

Finalmente, esta tesis servirá como fuente de apoyo a otros profesionales que incurran en una investigación de un tema parecido, así mismo a las personas que tengan interese en tener más conocimientos e información respecto al tema de cultura tributaria y la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

1.6. Hipótesis

H1: La cultura tributaria del consumidor final influirá en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas, 2017.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Determinar el nivel de cultura tributaria del consumidor final respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas, 2017.

1.7.2. Objetivos específicos:

- a) Analizar cómo la cultura tributaria del consumidor final influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes en el distrito de Chachapoyas.
- b) Identificar los factores que dificultan la influencia en los consumidores finales sobre las obligaciones tributarias en el distrito de Chachapoyas.

- c) Evaluar que la valoración hacia los tributos por parte del consumidor final, incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del distrito de Chachapoyas.

CAPITULO II

METODO

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación.

La presente investigación se encuentra dentro del enfoque cuantitativo en el nivel descriptivo correlacional.

Descriptivo: Se encontró que Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014) afirman que “la intención es medir o obtener datos de manera independiente o conjunta sobre las definiciones o las variables a las que se refiere” (p.92).

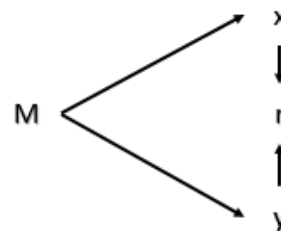
Afirma, Sampieri y Fernandez, (2014) Este tipo de estudio tiene la finalidad el medir el nivel la relación que existe entre dos o más definiciones o variables, verifican cada una de estas y luego cuantifican analizando la relación. Tales correlaciones son sustentadas por las hipótesis sometidas a prueba. Cuando las dos variables están vinculadas se desarrolla la asociación con mayor o menor exactitud.

El diseño es no experimental, debido a que las variables no serán manipuladas durante la investigación, así el estudio del problema es observado en su forma natural y será estudiado en su contexto natural.

También es correlacional ya que el estudio se llevará a cabo en un tiempo adecuado y establecido.

Dónde:

- M : Muestra
- Y1 : Variable Independiente
- Y2 : Variable Dependiente
- r : Correlación



2.2. Variables, Operacionalización

2.2.1. Cultura tributaria (V.I.)

Son un conjunto de conocimientos e información que tiene un individuo y la sociedad en su conjunto respecto los impuestos que impone un país, como el de percepciones, criterios y hábitos, que sociedad debe adoptar sobre la tributación. Por lo que las administraciones tributarias de América Latina consideran como solución a los problemas económicos y el desarrollo de la población mediante la educación tributaria, con base de concientización. (La Real academia de la Lengua Española, 2014, p.483).

2.2.2. Obligaciones Tributarias (V.D.)

Burga Argandoña, (2015) nos dice que los contribuyentes deben saber que la gran importancia que tiene el cumplimiento de las obligaciones tributarias, además se le considerara como un individuo consagrado consitucionalmente. Mientras mas sea el fondo del estado , este podra invertir en actividades beneficiosas para toda la sociedad, como es mejorar los servicios de las entidades publicas, salud, educacion, trabajo y darnos una vida integra que es un derecho tipificado en la constitucion politica del Peru de 1993. (p.27).

Tabla 2 Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSION	INDICADORES	INSTRUMENTOS
(V.I) Cultura Tributaria	<i>Son las costumbres y modos de vida, nivel de desarrollo artístico, conocimientos científicos, industriales de un grupo social en un determinado tiempo. Todas las sociedades cuentan con culturas propias de cada país, estas culturas se desarrollan por los individuos que deben cumplir a cabalidad para la contraprestación del servicio público y las contribuciones por impuestos al estado (La Real academia de la Lengua Española, 2014, p.483).</i>	Educación Tributaria	Nivel de información Nivel de conocimiento	Encuesta
		estimación de los tributos	Nivel de repercusión Conciencia tributaria Difusión y orientación Tributaria	
(V.D) Obligaciones Tributarias	<i>Burga Argandoña, (2015) nos dice que los contribuyentes deben saber que la gran importancia que tiene el cumplimiento de las obligaciones tributarias, además se le considerara como un individuo consagrado constitucionalmente. Mientras más sea el fondo del estado, este podrá invertir en actividades beneficiosas para toda la sociedad, como es mejorar los servicios de las entidades públicas, salud, educación, trabajo y darnos una vida integra que es un derecho tipificado en la constitución política del Perú de 1993. (p.27).</i>	Obligaciones Tributarias	solicitud de comprobantes de pago Grado de presión por parte del consumidor final Infracciones y sanciones tributarias	

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Población y muestra.

2.3.1. Población

La investigación se realizó teniendo una población de 23939, total de habitantes del distrito de Chachapoyas. (Según datos del INEI) Al respecto, Ñaupas Paitán, Mejía Mejía, Novoa Ramírez, & Villagómez Paucar, (2013), define que, “la población es un conjunto de grupos o individuos u organizaciones que son causa de investigación” (p. 205).

2.3.2. Muestra

Tamayo, M., (2012), lo define que “la muestra indica las características que conceptualizan la población de donde fue extraída”. Para la presente investigación se tomará en cuenta toda no toda la población, se aplicará la fórmula para conocer la muestra, con la finalidad de determinar la mejor aplicación del instrumento al sector más adecuado de la población.

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

Valores de las variables para el cálculo del número de encuesta a aplicar.

$$N = 23939$$

$$K = 95\% = 1.96 \text{ (nivel de confianza)}$$

$$e = 5\% = 1.96 \text{ (nivel de error)}$$

$$p = 50\% = 0.5 \text{ (probabilidad de éxito)}$$

$$q = 50\% = 0.5 \text{ (probabilidad de fracaso)}$$

se reemplazó la fórmula se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 23939}{(0.05^2 \times (23939 - 1)) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n= 378 habitantes

La muestra estará representada por 378 habitantes del distrito de Chachapoyas, quienes serán encuestados.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Para Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014), la recolección de información, consiste en diseñar un plan que nos conduzca a reunir datos con un propósito específico, el presente trabajo de investigación utilizará como instrumentos de recolección, la observación y las encuestas a través de cuestionarios, este plan incluye:

2.4.1. Técnicas de recolección de datos.

Encuesta. - Esta técnica es muy útil para el proceso de investigación científica. “Contiene factores del fenómeno que se consideran importantes; permite, además, retirar ciertos problemas no son relevantes, principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio” (Tamayo, M., 2012, p.190.)

En la presente investigación se usó la técnica de encuesta y fue aplicado a los 378 consumidores finales del distrito de Chachapoyas, con el fin de obtener resultados necesarios para poder cubrir el objetivo planteado.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

a) Guía de Encuesta. - Es un procedimiento de investigación afín de recopilar información. Tamayo, M. (2012) Indica. “Es un cuestionario que lee el respondedor, contiene una serie de ítems o preguntas estructuradas, formuladas y llenadas por un empadronador frente a quien responde” (p.216).

En la presente investigación se usó la técnica de encuesta y fue aplicado a los 378 consumidores finales del distrito de Chachapoyas, con el fin de obtener resultados necesarios para poder cubrir el objetivo planteado.

2.4.3. Validación del Instrumento

Según Hernández et al. (2014), afirma que:

“La validez de un instrumento de medición se evalúa sobre la base de todos los tipos de evidencia. Cuanta mayor evidencia de validez de contenido, de validez de criterio y de validez de constructo tenga un instrumento de medición, éste se acercará más a representar las variables que pretende medir” (pág. 204).

La validez del instrumento se llevará a cabo por medio del juicio de expertos, profesionales con mucha trayectoria y experiencia suficiente en el campo de la investigación científica.

2.4.4. Confiabilidad del Instrumento

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014):

“existen diferentes procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. En su mayoría utilizan procedimientos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad. Por lo general suele ser entre cero y uno, donde un coeficiente de cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuanto más se acerque el coeficiente a cero, mayor error habrá en medición” (pág.207).

Para la presente investigación se utilizará el coeficiente Alfa de Cron Bach, que muestra las determinaciones de confiabilidad basadas en la correlación promedio entre reactivos dentro de una prueba. Hernández Sampieri, Fernández Collado, &

Baptista Lucio, (2014), señalan que un coeficiente de confiabilidad será más significativo mientras más se acerque el coeficiente a uno (1), lo cual significará un menor error de medición. La medición va de 0 a 1, tal como se muestra a continuación: De 0, 00 a 0,19 representa un nivel de confiabilidad muy débil; de 0,20 a 0,39 débil; de 0,40 a 0,59 tiene un nivel moderado; por su parte, de 0,60 a 0,79 es fuerte; y, finalmente, de 0,80 a 1,00 significa un grado de confiabilidad muy fuerte.

Validaron a través del software SPSS23. Utilizando el coeficiente del alfa Cron Bach obteniendo un valor de 0.806 que corresponde a un instrumento confiable.

Haciendo uso de la fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(\frac{1 - \sum V_i}{V_t} \right)$$

K:	El número de ítems	16.00
ΣS_i^2:	Sumatoria de las Varianzas de los Ítems	20.95
S_T^2:	La Varianza de la suma de los Ítems	85.81
α:	Coeficiente de Alfa de Cron Bach	0.806

Fuente: elaboración propia

Tomando en cuenta que el índice del Alfa de Cron Bach es 0.806, se puede afirmar que la validez del instrumento es aceptable.

```

RELIABILITY
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 V
AR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR000
16
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Fiabilidad

[Conjunto_de_datos0]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	380	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	380	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,806	16

Fuente: elaboración propia

Correlación de las variables

Correlation Coefficients	
Spearman	0.760736196
Spearman's coefficient (test)	
Alpha	0.05
Tails	2
rho	0.760736196
t-stat	22.78737678
p-value	5.95415E-73

$r = 1$	correlación perfecta.
$0'8 < r < 1$	correlación muy alta
$0'6 < r < 0'8$	correlación alta
$0'4 < r < 0'6$	correlación moderada
$0'2 < r < 0'4$	correlación baja
$0 < r < 0'2$	correlación muy baja
$r = 0$	correlación nula

Fuente: Elaboración Propia

Según la correlación de Sperman, se realiza en base a dos variables, para encontrar el coeficiente de relación de los valores tomados por las variables, en este caso existe un nivel alto de correlación por el resultado de 0.760736196.

2.5. Métodos de análisis de datos.

Se utilizará los cuadros de distribución de las puntuaciones o frecuencias. Las distribuciones de frecuencias, se le da prioridad al momento de utilizar las frecuencias absolutas, puede mostrarse en gráficos de barras, gráficas circulares y polígonos de frecuencia; todo esto analizado mediante utilización Microsoft Excel, software estadístico y el SPSS versión 23.

2.6. Aspectos éticos

Se tomará en cuenta ciertos puntos, como la privacidad de la información adquirida, seguridad sobre la información y la aplicación de instrumento con mucha responsabilidad considerando lo siguiente:

Autonomía. Los entrevistados serán totalmente libres en todas sus respuestas, no podrá haber manipulación sobre ellos, por parte de otras personas o del investigador, con el fin de adquirir respuestas claras y concisas que sirvan para la investigación.

Responsabilidad. Aceptamos la responsabilidad como investigador de los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación.

Privacidad. Tendremos en cuenta desde el inicio de la investigación, el respeto a la privacidad de los ciudadanos que participarán en la aplicación del cuestionario.

Confidencialidad. Los datos adquiridos de los encuestados del distrito de Chachapoyas no pueden ser revelada en forma parcial o totalmente, son confidenciales y reservados, utilizándose sólo para fines de la investigación.

CAPITULO III
RESULTADO

III. RESULTADOS

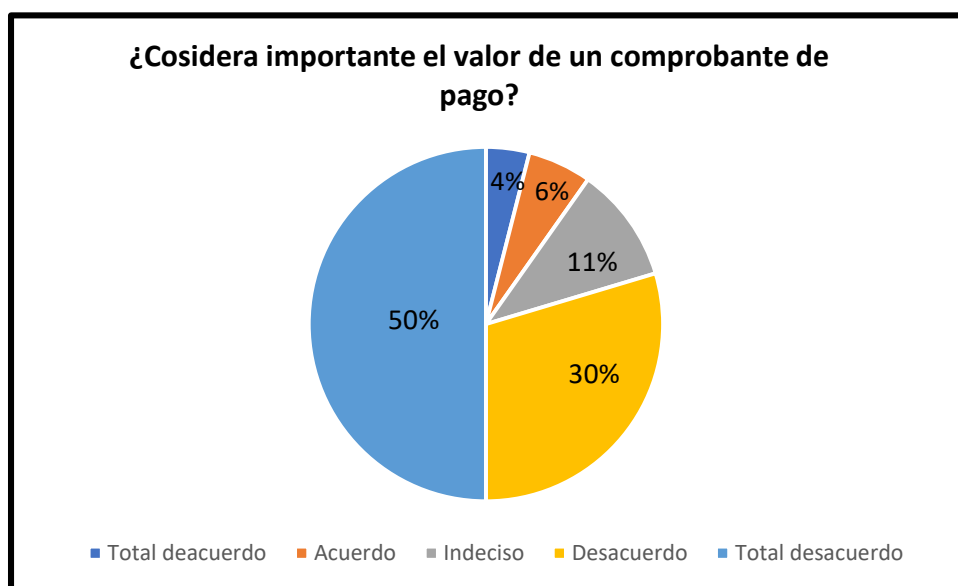
Chachapoyas es un distrito con un nivel bajo de cultura tributaria, donde existe desconocimiento, no tienen conciencia de la importancia y rol que cumplen los tributos en el país. En consecuencia, todas estas acciones llevan a una menor recaudación de impuestos, para el año 2017 se registró una disminución de impuesto a la renta y del IGV en un 5.1 % equivalentes a 15.500 millones de soles.

Tabla 3

¿Conoce el valor o importancia de un comprobante de pago?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	15	4%
Acuerdo	22	6%
Indeciso	40	11%
Desacuerdo	112	30%
Total desacuerdo	189	50%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 1- Importancia del valor de un comprobante

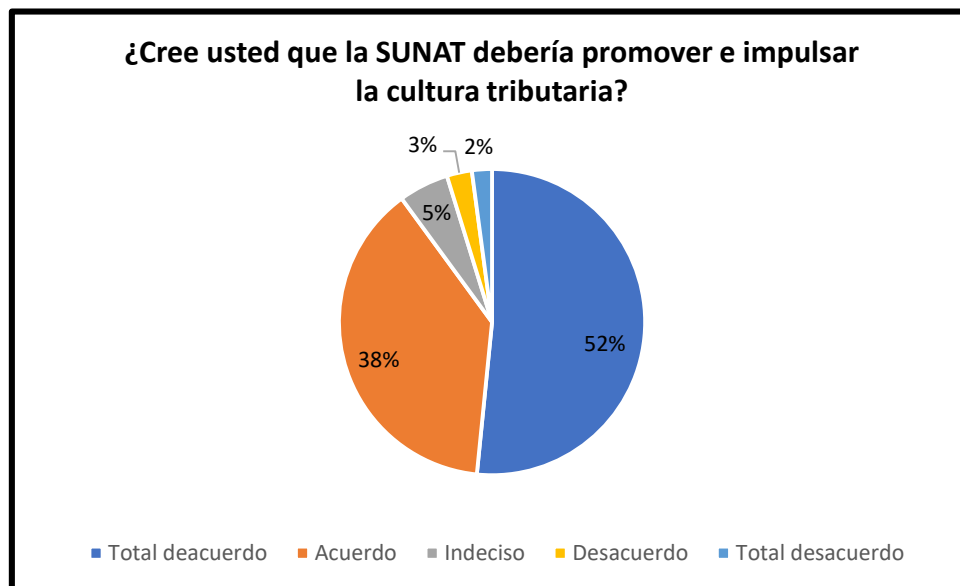
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 50% de los ciudadanos encuestados desconoce la importancia de los comprobantes, teniendo en cuenta que esto contribuye con la evasión de impuestos, el 30% está en desacuerdo que los comprobantes de pago sean importantes, mientras que el 11% está indeciso y están de acuerdo y totalmente de acuerdo un 4% y 6% de los encuestados.

Tabla 4

¿Cree usted que la SUNAT debería promover e impulsar la cultura tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	195	52%
Acuerdo	145	38%
Indeciso	20	5%
Desacuerdo	10	3%
Total desacuerdo	8	2%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 2- Importancia de promover la cultura tributaria

Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 52% de los ciudadanos encuestados está de acuerdo que el estado debe fomentar una cultura tributaria, en consecuencia, mejorar

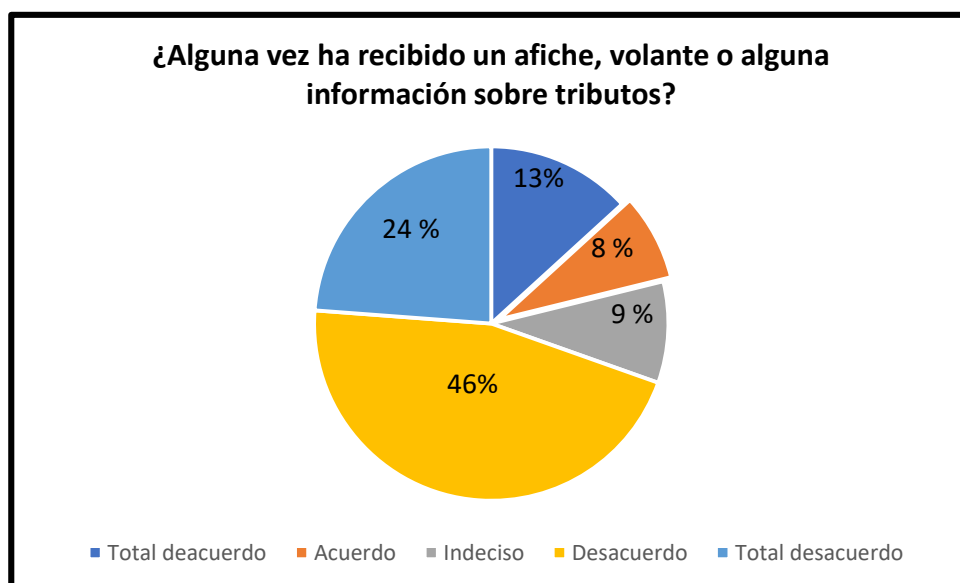
la recaudación de impuestos, el 38% está de acuerdo con la responsabilidad que tiene SUNAT, mientras el 5 %, 3 % y 2% de los encuestados cree lo contrario.

Tabla 5

¿Alguna vez ha recibido un afiche, volante o alguna información sobre tributos?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	50	13%
Acuerdo	30	8%
Indeciso	35	9%
Desacuerdo	173	46%
Total desacuerdo	90	24%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 3- Importancia de la información distribuida por SUNAT

Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 46% de los ciudadanos encuestados están en desacuerdo de alguna vez haber recibido algún afiche con el tema relacionado a los tributos, el 24 % está en total desacuerdo haber tenido una información respecto a la importancia de los tributos, lo que genera

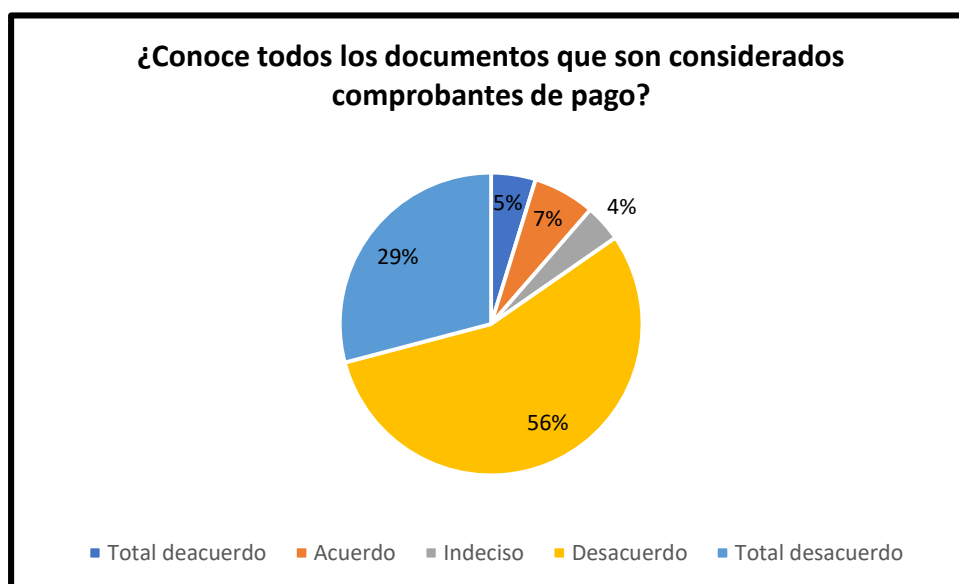
desconocimiento y valor hacia ellos, mientras que el 13 % está en total de acuerdo de haber recibido información alguna referente a los tributos, el 8% y 9% también afirma haber recibido algún tipo de estos afiches o volantes, por lo que podemos decir que solo una minoría de la población ha recibido información alguna respecto a los tributos.

Tabla 6

¿Conoce todos los documentos que son considerados comprobantes de pago?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	18	5%
Acuerdo	25	7%
Indeciso	15	4%
Desacuerdo	210	56%
Total desacuerdo	110	29%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 4- Conocimiento de los requisitos para ser comprobante de pago

Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 56% de los ciudadanos encuestados desconoce los

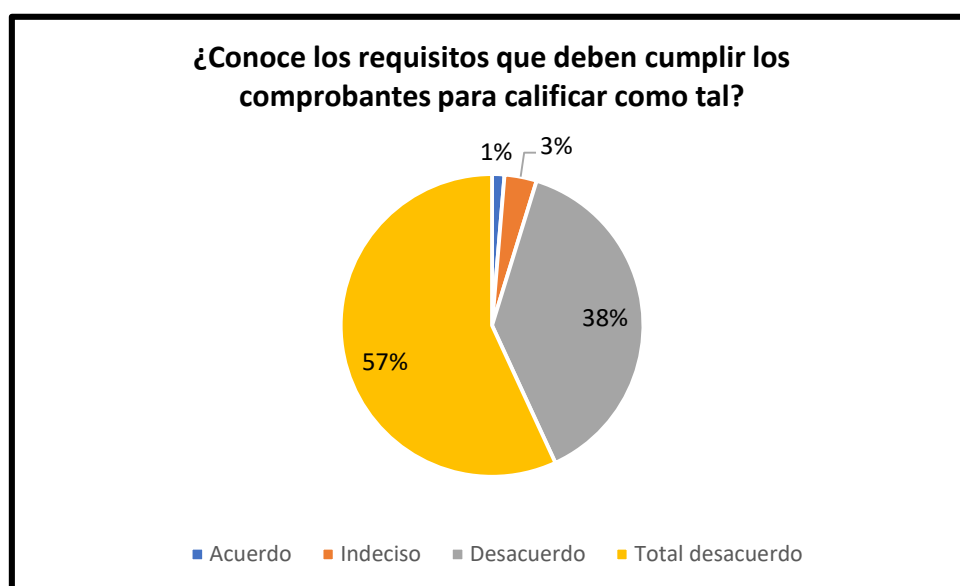
documentos que son considerados como comprobantes de pago, lo cual hace más sencillo la evasión de impuestos, el 29 % está en total desacuerdo tener conocimiento de esta, el 7% está de acuerdo en saber cuáles son los documentos que son comprobantes, mientras que el 5% y 7% están indecisos de tener conocimiento.

Tabla 7

¿Conoce los requisitos que deben cumplir los comprobantes para calificar como tal?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Acuerdo	5	1%
Indeciso	13	3%
Desacuerdo	145	38%
Total desacuerdo	215	57%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 5- Conocimiento adecuado de los comprobantes

Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 57% de los ciudadanos encuestados desconoce los

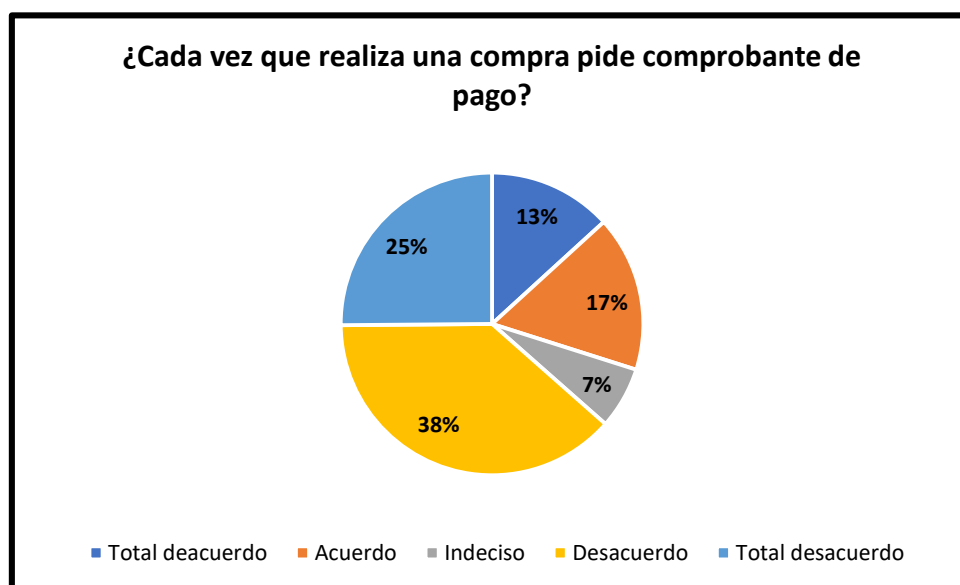
requisitos que tienen que cumplir los comprobantes para calificar como tal, el 38 % está en desacuerdo tener conocimiento respecto al tema, lo que genera una facilidad de engaño y exigencia por parte de ellos, mientras que el 3% y 1% de los encuestados son los que tienen alguna idea o tiene un conocimiento.

Tabla 8

¿Cada que realiza una compra pide comprobante de pago?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	50	13%
Acuerdo	63	17%
Indeciso	25	7%
Desacuerdo	145	38%
Total desacuerdo	95	25%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 6- Importancia de pedir el comprobante de pago

Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 38% de los ciudadanos encuestados está en desacuerdo realizar el pedido del comprobante de pago al momento de hacer compras, el 25% está en total desacuerdo realizar la acción ya antes mencionada, el 17% si suele pedir comprobantes de pago después de

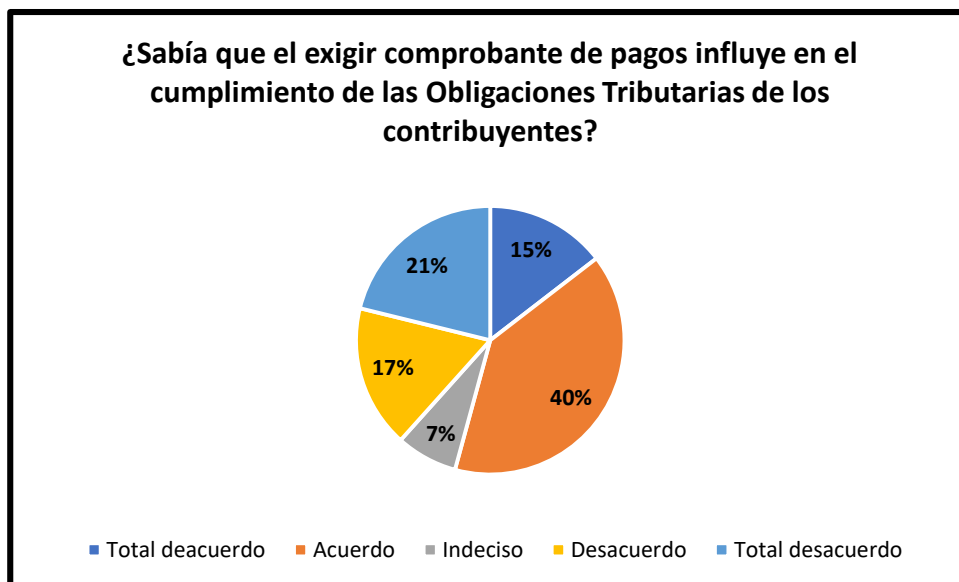
realizar compras, mientras el 13% de los encuestado si lo hace después de cada compra. Finalmente, el 7% está indeciso de hacerlo.

Tabla 9

¿Sabía que el exigir comprobante de pagos influye en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los contribuyentes?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	55	15%
Acuerdo	150	40%
Indeciso	28	7%
Desacuerdo	65	17%
Total desacuerdo	80	21%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 7- Influencia de pago en el cumplimiento de las O. T

Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 40% de los ciudadanos encuestados está de acuerdo que exigir los comprobantes de pago contribuye al cumplimiento de las O. T de los contribuyentes, 21% está totalmente de acuerdo con la acción mencionada, el 17 % cree lo contrario estando en desacuerdo. Mientras que el 15% está totalmente en desacuerdo con la contribución al

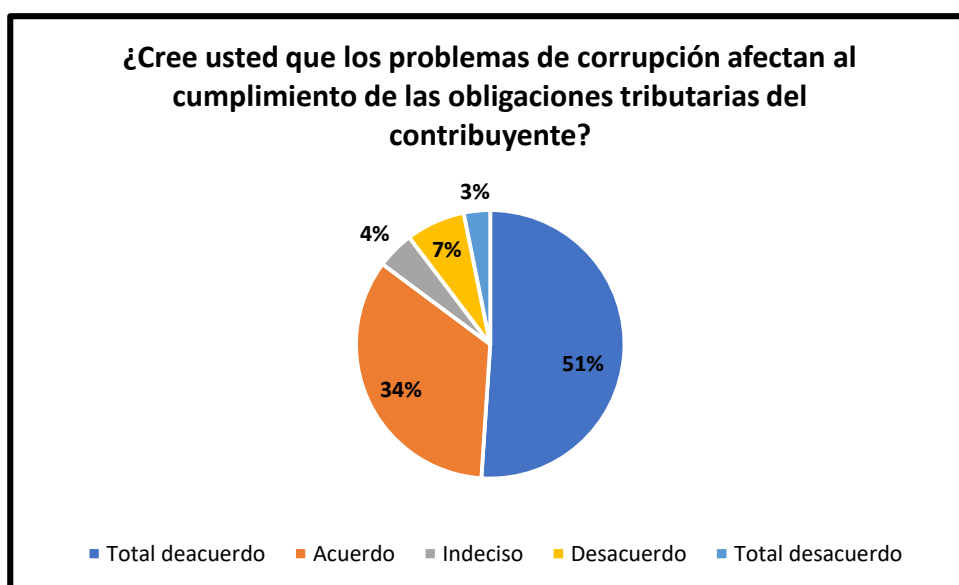
cumplimiento de las O. T. finalmente el 7% es indiferente a lo mencionado.

Tabla 10

¿Cree usted que los problemas de corrupción afectan al cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	193	51%
Acuerdo	129	34%
Indeciso	17	4%
Desacuerdo	27	7%
Total desacuerdo	12	3%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 8- Repercusión de los problemas de corrupción en el cumplimiento de las O. T

Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 51% de los ciudadanos encuestados está totalmente de acuerdo que los problemas de corrupción influyen en el cumplimiento de las O. T, el 34% está de acuerdo en creer que, si afectan el cumplimiento

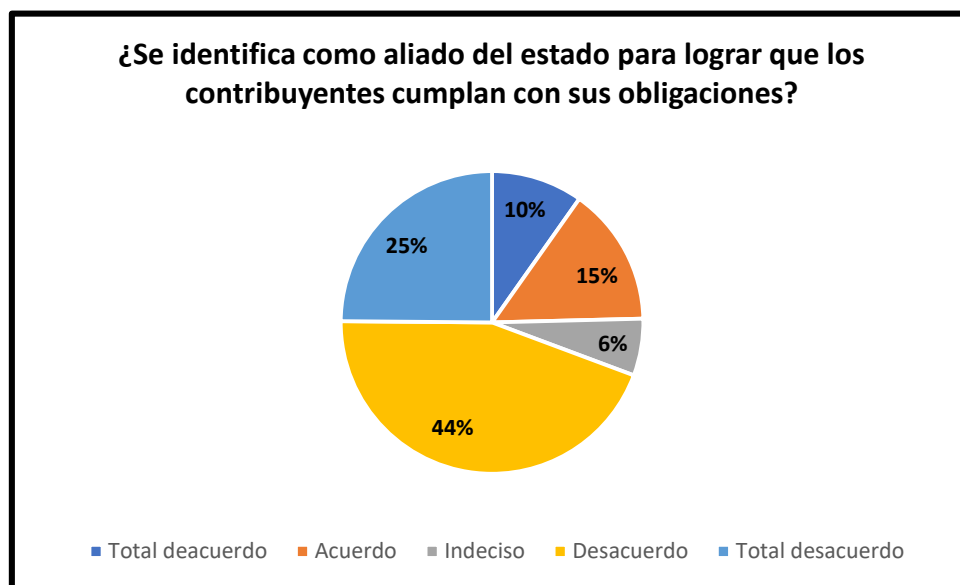
de las obligaciones, el 7% de la población piensa que no afecta en nada, mientras que el 7% y 4% está indeciso frente a la premisa.

Tabla 11

¿Se identifica como aliado del estado para lograr que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	37	10%
Acuerdo	56	15%
Indeciso	23	6%
Desacuerdo	168	44%
Total desacuerdo	94	25%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 9- Identificación como aliado del estado

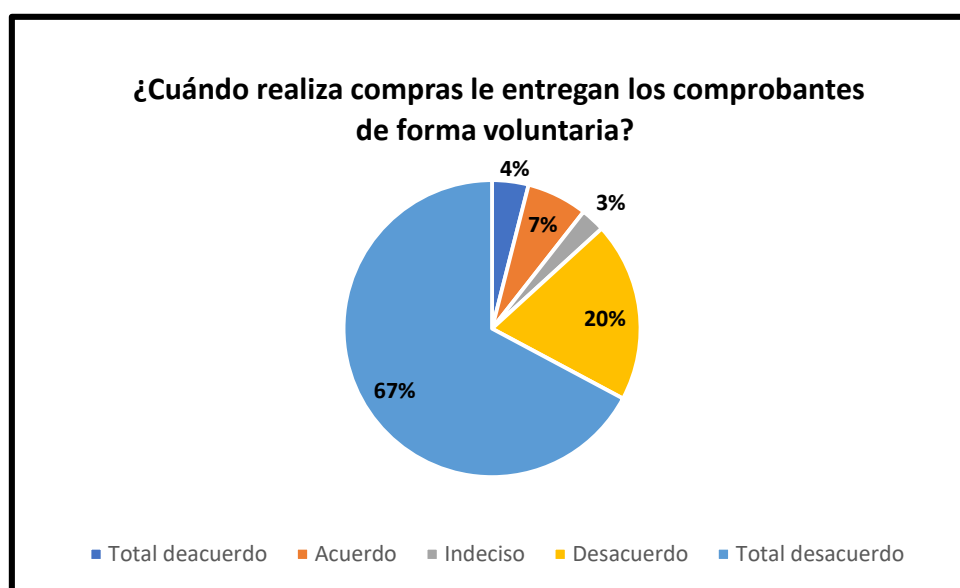
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 44% de los ciudadanos encuestados está en desacuerdo considerarse aliado del estado, el 25% está totalmente en desacuerdo con la idea de ser aliado del estado, mientras que el 15% de la muestra si está de acuerdo considerarse como aliado, el 10% se considera aliado del estado, finalmente el 6% le es indiferente a la pregunta.

Tabla 12

¿Cuándo realiza compras le entregan los comprobantes de forma voluntaria?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	15	4%
Acuerdo	25	7%
Indeciso	10	3%
Desacuerdo	74	20%
Total desacuerdo	254	67%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 10- Entrega de comprobante voluntariamente

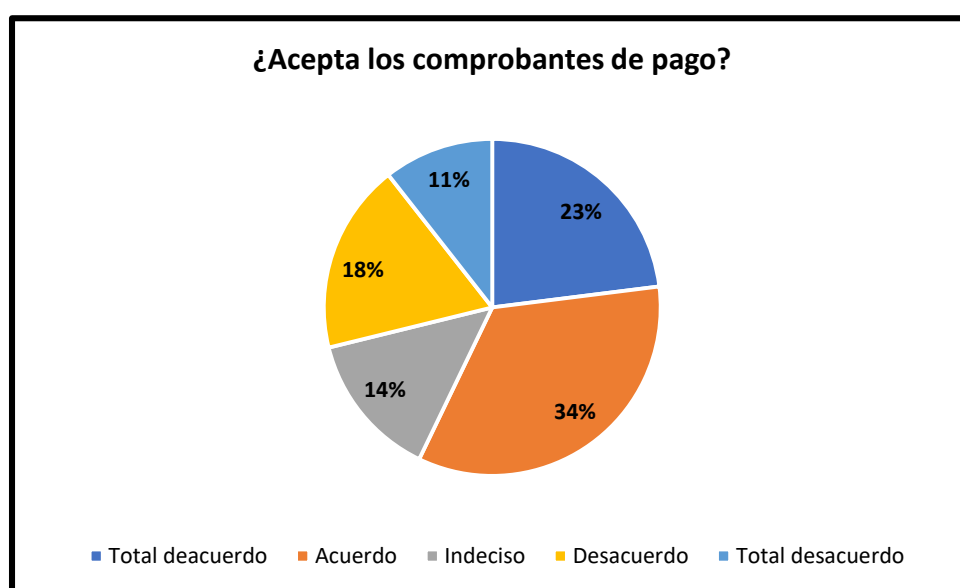
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 67% de los ciudadanos encuestados está totalmente en desacuerdo con la premisa de la entrega voluntaria de los comprobantes al momento de realizar compras, el 20% está en desacuerdo, solo el 7% menciona que le entregan comprobantes de forma voluntaria, mientras el 4% y 3% está totalmente de acuerdo e indiferente con la pregunta.

Tabla 13

¿Acepta los comprobantes de pago ?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	87	23%
Acuerdo	129	34%
Indeciso	53	14%
Desacuerdo	69	18%
Total desacuerdo	40	11%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 11- Aceptación de los comprobantes de pago

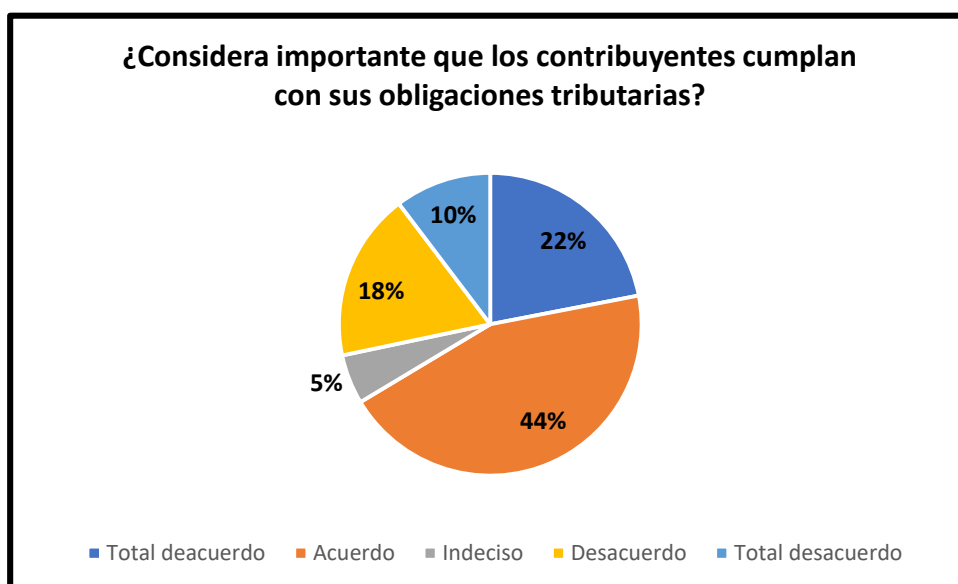
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 34% de los ciudadanos encuestados acepta los comprobantes que les entregan, el 23% está en desacuerdo en recibir los documentos emitidos, el 18% está en desacuerdo, lo que hace imaginar que lo ignoran, mientras al 14% de los encuestados está indeciso respecto al tema.

Tabla 14

¿Considera importante que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	83	22%
Acuerdo	168	44%
Indeciso	20	5%
Desacuerdo	68	18%
Total desacuerdo	39	10%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 12- Importancia del cumplimiento de las O. T

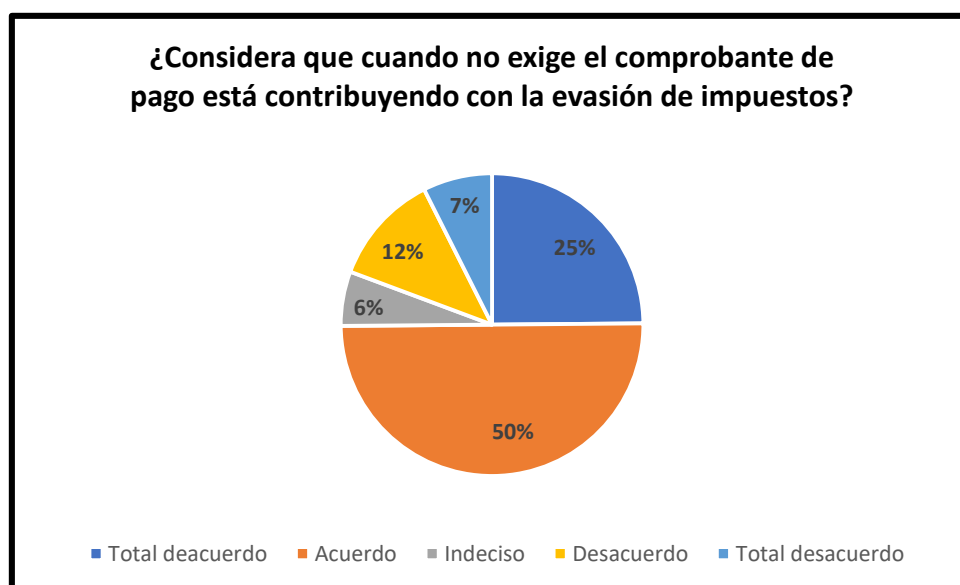
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 44% de los ciudadanos encuestados está de acuerdo que es importante que los contribuyentes cumplan con sus O.T, lo cual es bueno que razonen así. El 22% está en total desacuerdo, el 18% está totalmente desacuerdo considerar importante el cumplimiento de las O.T por parte de los contribuyentes. Mientras el 10% está de acuerdo que es importante el cumplimiento de las O.T. Finalmente el 5% es indiferente o se encuentra indeciso.

Tabla 15

¿Considera que cuando no exige el comprobante de pago está contribuyendo con la evasión de impuestos?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	94	25%
Acuerdo	189	50%
Indeciso	22	6%
Desacuerdo	45	12%
Total desacuerdo	28	7%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 13- Importancia de exigir pagos

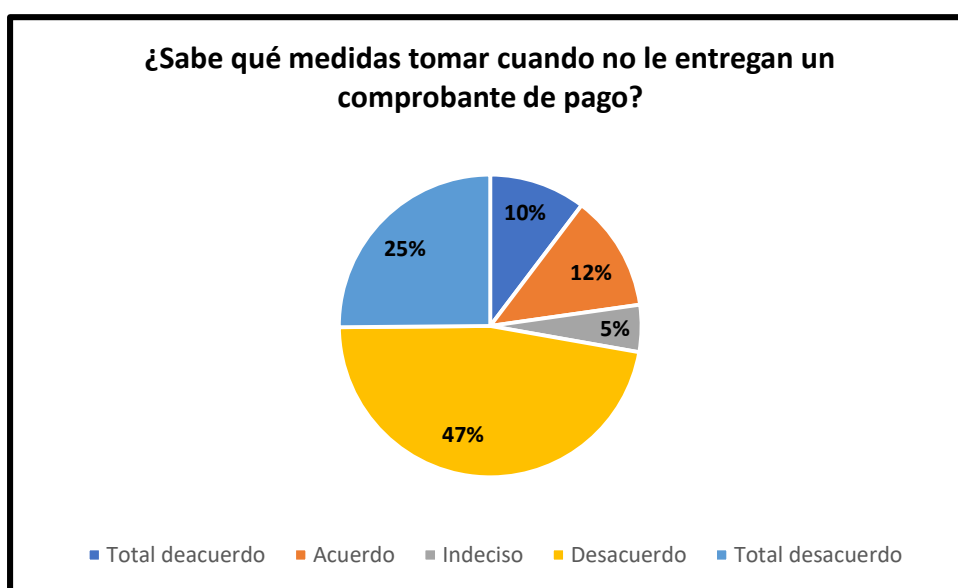
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 50% de los ciudadanos encuestados está de acuerdo considerar la acción de no exigir comprobantes contribuye a la evasión de impuestos, el 25% está totalmente de acuerdo con lo mencionado, el 12% cree lo contrario estando en desacuerdo, mientras hay un 6% de los encuestados que está indeciso respecto a la pregunta.

Tabla 16

¿Sabe qué medidas tomar cuando no le entregan un comprobante de pago?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	39	10%
Acuerdo	47	12%
Indeciso	19	5%
Desacuerdo	178	47%
Total desacuerdo	95	25%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 14- Qué medidas tomar cuando no entregan comprobantes

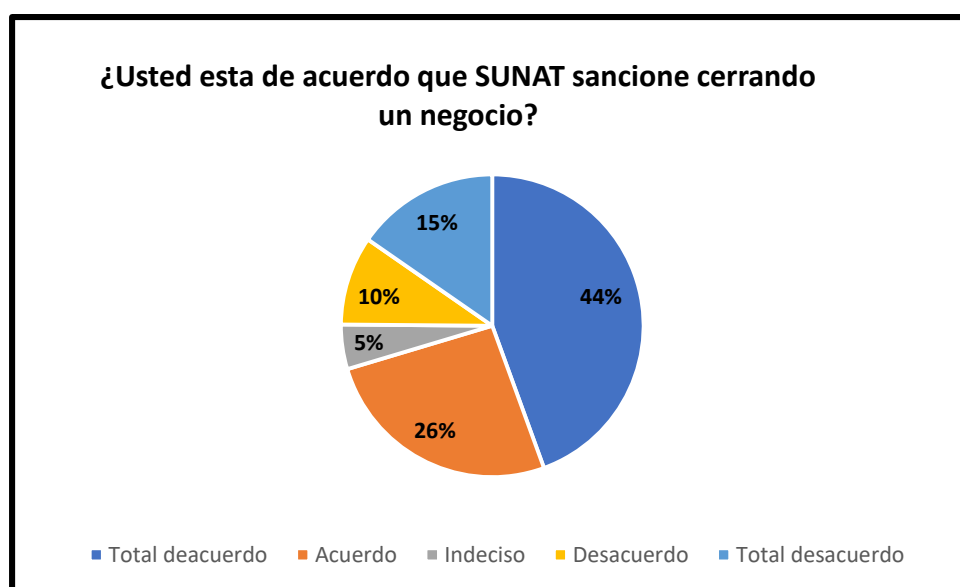
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 47% de los ciudadanos encuestados desconoce las medidas que tomar cuando no se entregan los comprobantes de pago, el 25% se encuentra en total desacuerdo con lo mencionado, el 12% y 10% está de acuerdo porque sabe qué medidas tomar, mientras que el 5% es indiferente e indeciso.

Tabla 17

¿Usted está de acuerdo que SUNAT sancione cerrando un negocio?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	168	44%
Acuerdo	98	26%
Indeciso	18	5%
Desacuerdo	36	10%
Total desacuerdo	58	15%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 15- Apoyo con las medidas que tome SUNAT para sancionar

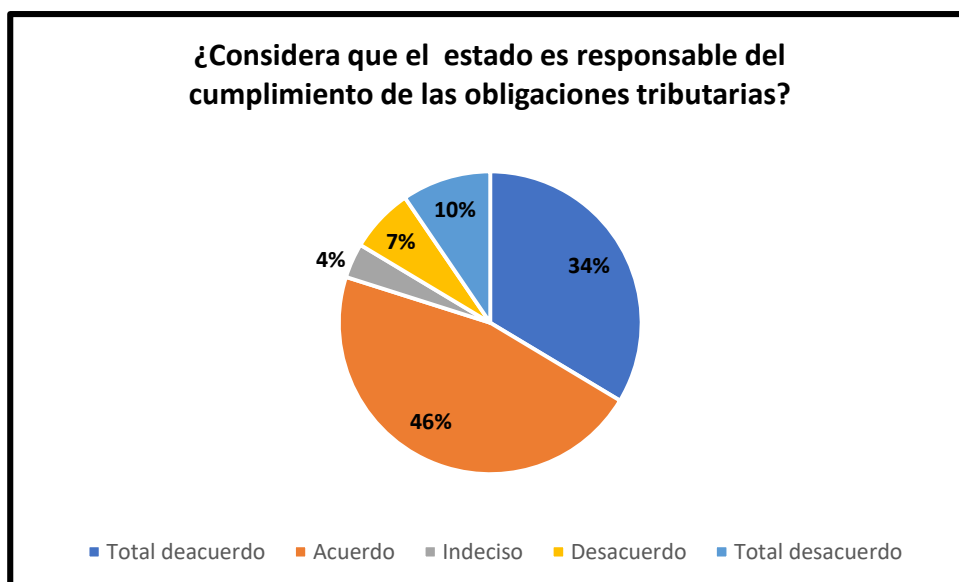
Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 44% de los ciudadanos encuestados está en total de acuerdo que no apoya la acción de SUNAT, el 26% está de acuerdo con el apoyo al contribuyente que ha caído en esta sanción, lo que genera deficiencia a las acciones tomadas por SUNAT e impuestas por la ley, mientras que el 15% está totalmente en desacuerdo con apoyar al contribuyente sancionado, el 10% se encuentra en desacuerdo, finalmente el 5% le es indiferente.

Tabla 18

¿Considera que el estado es responsable del cumplimiento de las obligaciones tributarias?

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Total de acuerdo	127	34%
Acuerdo	175	46%
Indeciso	14	4%
Desacuerdo	26	7%
Total desacuerdo	36	10%
TOTAL	378	100%

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 16- Responsabilidad del estado en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias.

Análisis y descripción de resultados: En el resultado estadístico se observa que el 46% de los ciudadanos encuestados considera responsable al estado del cumplimiento de las Obligaciones Tributarias estando de acuerdo, el 34% esta totalmente de acuerdo con lo mencionado, mientras que el 10% de la población cree lo contrario estando en total desacuerdo, finalmente el 7% y 4% se encuentra en desacuerdo o indiferente respectivamente.

CAPITULO IV

DISCUSIÓN

IV. DISCUSION

4.1 Discusión de los Resultados

Con los resultados obtenidos se ha podido determinar que la cultura tributaria del consumidor final influye en el reconocimiento de los comprobantes de pago, lo cual puede ser verificadas en la Tabla 3 y 4, lo que nos muestra que existe relación entre las variables.

El estudio demuestra que la educación tributaria del consumidor final del distrito de Chachapoyas se encuentra con un nivel bajo equivalente a más del 50% de la población, lo cual está sustentado y formulado en base a los indicadores de nivel de información y conocimiento. Por lo tanto, podemos decir que existe un bajo nivel de cultura tributaria en los ciudadanos de Chachapoyas, porque no han recibido la información suficiente y adecuada, a través de volantes, charlas, folletos, etc.; esto demuestra que los conocimientos que tienen son escasos. Generando que los contribuyentes evadan sus obligaciones tributarias. Considerando que si los indicadores son intensificados se obtendría mayor recaudación, lo que genera beneficio a toda la sociedad. Ludeña Saldaña,(2017), afirma que la falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país, no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales.

También se ha podido observar que la valoración de la importancia de los tributos por parte del consumidor final influye de manera directa con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, lo cual se puede observar en las tablas N° 7 y 8 de los resultados. Lo cual contribuye con la relación existente de ambas variables con un 57%, también demuestra que ese nivel del conocimiento de la importancia de los tributos es bajo. Por lo que cabe decir que si en consumidor final considere mayor el valor de los tributos pues se podrá incrementar el pago de las obligaciones tributarias de los contribuyentes.

Si la cultura o educación tributaria es de bajo nivel, según lo arrojado y observado después de la aplicación del instrumento o técnicas de recolección de datos, también influye o se relaciona con el bajo nivel de compromiso del cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

Según los resultados obtenidos después de la aplicación de la encuesta a los consumidores finales del distrito de Chachapoyas, el 67% de los encuestados afirman que no están de acuerdo que se les haga entrega del comprobante de forma voluntaria y el 7% lo hace de vez en cuando. Lo que nos hace pensar que no solo depende de ellos, sino también de los consumidores finales al momento de exigir o pedir sus respectivos comprobantes de pago.

Si la emisión del comprobante de esta condicionada que el consumidor final debe solicitarlos, pues hace mucha falta, lo cual deben elevar el nivel de exigencia de los comprobantes al momento de realizar sus compras, lo cual es demostrado en la tabla N° 8, que el 63% de la población encuestada no exige ni pide la entrega de sus comprobantes de pago. Por lo que será importante restituir estas acciones con el fin de que se incremente el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Quispe (2015) nos dice que no solo los contribuyentes son los principales culpables de la evasión de impuestos sino también los consumidores finales que no exigen ni piden la boleta o factura por realizar compras.

La ideología de los contribuyentes es que el pagar impuestos atenta a su rentabilidad, lo cual demuestra egoísmo y falta de conciencia. Por eso que los consumidores finales son piezas y estrategias importantes para la recaudación de impuestos, pero con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada podemos decir que los consumidores no están cumpliendo con su rol, como evidencia es la tabla 13, solo un 35% cumple con esta acción lo cual es pobre aun, no todos aceptan los comprobantes de pago la mayoría de las personas siempre ignoran este proceso importante para el país. Vargas & Moreira (2016) afirma que se debería implantar una guía didáctica que englobe todas las acciones e informe de manera más fácil para los contribuyentes con el fin de incentivar a crear actitudes positivas que son un beneficio para la sociedad.

El rol de aliado por parte de los contribuyentes finales con el estado, ha resultado tener un nivel bajo, porque no tiene una cultura tributaria adecuada, conciencia, y sobre todo falta de valor de los tributos, esto puede ser evidenciado en la Tabla N° 11, el 44% de los encuestados no se consideran como aliados, lo cual crea deficiencia respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias, esto ha sido resultado de una incorrecta educación e información.

La mitad de la población encuestada en el distrito de Chachapoyas tiene un nivel bajo de cultura tributaria, desconocimiento de los comprobantes de pago, falta de valoración a los tributos, por ende, todo ello desencadena en la contribución al no cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. Los resultados obtenidos no son agradables, pero si se puede mejorar intensificando la fomentación de información y la cultura tributaria e información de tributos respectivamente.

CAPITULO V
CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

- a) El nivel de la cultura tributaria de los consumidores finales en el distrito de Chachapoyas es bajo, ya que, al aplicar la encuesta en la población, los resultados arrojaron sus principales problemas como son que no tienen conocimiento adecuado sobre los comprobantes de pago, falta de valoración de los impuestos, no tienen conciencia de que al no exigir comprobantes de pago están contribuyendo al incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. Por lo que se puede afirmar que este conjunto de acciones y deficiencias repercuten directamente en el incumplimiento de las obligaciones tributarias en consecuencia la evasión de impuestos.

- b) Con los resultados obtenidos después de la aplicación de la encuesta en el distrito de Chachapoyas se pudo analizar que al existir un bajo nivel de cultura tributaria en la población influye directamente en el aprovechamiento por parte de los contribuyentes hacia los consumidores finales, lo que desencadena en el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, porque estos no tienen una educación tributaria adecuada, sobre todo les hace falta informarse, conocer, darle valor a rol que cumplen los impuestos en su distrito y en país entero.

- c) Se Logró identificar los factores que vienen dificultando en los consumidores finales del distrito de Chachapoyas que tienen un bajo nivel de cultura tributaria, desorientación y falta de información respecto a los impuestos, comprobantes de pago, etc. Pero no es tan malo, ya que se puede mejorar la situación, cambiar el panorama, a través de una adecuada educación tributaria, realizando charla con resultados, y sobre todo darle información básica respecto a la tributación en el país. Estas acciones repercutirán en el futuro, porque más allá de informar se creará conciencia, lo que generará el cumplimiento de las obligaciones tributarias y sobre todo el compromiso con la tributación peruana, lo que más se necesita en estos momentos.

- d) La valoración hacia los tributos por parte de los consumidores finales incide favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del distrito de Chachapoyas, cuando los consumidores se identifican con el rol que tienen en la sociedad se hacen más conscientes que el desarrollo del Perú es tarea de todos, por lo que contribuir con el estado generara la incrementación de los ingresos que serán utilizados principales necesidades que tenemos como es el sector de Salud, Educación, Inseguridad y vías de Comunicación.

CAPITULO VI
RECOMENDACIONES

VI. RECOMENDACIONES

- a) La SUNAT debe capacitar periódicamente a la población en general, puede ser cada 3 y 6 meses a los ciudadanos del distrito de Chachapoyas y medir los resultados obtenidos, para ver si esta estrategia está siendo eficiente, en especial dándole mayor énfasis a los consumidores finales, lo que generara un incremento en el nivel de cultura tributaria.
- b) Se debe fomentar en las municipalidades la idea de los que todos tenemos la tarea con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, como consumidores finales siempre exigir los comprobantes pago con esta acción tan simple se contribuirá enormemente en la recaudación de impuestos.
- c) La municipalidad del distrito de Chachapoyas debe brindar charlas, brindar información entendible, difundir la importancia de los tributos de tal manera concientizar al consumidor final respecto al rol que cumple dentro de la sociedad como aliado del estado, es una estrategia muy fácil de aplicar, tan solo siendo responsable como consumidor y así mismo con el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.
- d) La administración tributaria debe realizar charlas que ayuden al conocimiento de los comprobantes que son considerados como tal y los requisitos que estos deben cumplir, así como los dispositivos legales, con el fin de mejorar el rol que tienen como ciudadanos y elevar su nivel de cultura tributaria.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (14 de mayo de 2015). *http://bogota.gov.co*. Recuperado de *http://bogota.gov.co: http://bogota.gov.co/article/bogotanos-ejemplo-de-cultura-tributaria*
- Amasifuen Reátegui, M. (2015). *Importancia de la cultura tributaria en el Perú*. Tarapoto.
- Árias Jiménez, F. (16 de Febrero de 2017). *El Colombiano*. Recuperado de El colombiano.com: *http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/ferreterias-buscan-expandir-sus-negocios-en-colombia-NA5938197*
- Arroyo Adrianzén, M., & Delgado Saldaña, G. (2015). *La contabilidad gerencial y su importancia en la toma de decisiones del Hotel MR. Delta Chiclayo 2015*. Chiclayo.
- Ávila, J. (2013). *Análisis del sistema de control de tributos (ISLR) del comercio a través del internet*. Carabobo.
- Ávila, J. (2013). *Análisis del Sistema de Control de Tributos (ISLR) del comercio a través del Internet*. Carabobo - Venezuela.
- Ayala Luna, M. B. (06 de Setiembre de 2009). *Trabajo de Toma Decisiones*. Recuperado de *https://es.scribd.com: https://es.scribd.com/doc/105063251/Trabajo-de-Toma-Decisiones*
- Ayaviri García, D. (2010). *CONTABILIDAD BÁSICA Y DOCUMENTOS MERCANTILES*. Argentina: N-DAG.
- Burga Argandoña, M. E. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del comercio Gamarra 2014*. Lima.
- Calderón Pacheco, A. (2014). *Propuesta de mejora en la gestión de inventarios para el almacén de insumos de una empresa de consumo masivo*. Lima.
- Camacho, A. P., & Patarroyo, Y. T. (2017). *Cultura tributaria en Colombia*. Bogotá.
- Carruitero Villena, E. E. (2016). *Impacto de los Retails Homecenter en el mercado ferretero del distrito de trujillo*. Trujillo.
- Chamorro, A. (24 de Agosto de 2017). *La Nación*. Recuperado de *www.lanacion.cl: http://lanacion.cl/2017/08/24/ferreteros-logran-record-al-cerrar-negocios-por-mas-de-32-mil-millones/*
- Chulde Fraga, S. M. (2014). *Diseño del proceso de compras y optimización de inventarios en el almacén "Soluciones Agropecuarias su Confianza"*. Quito.

- Cubas Villanueva, V. (2010). *El papel del Ministerio Público en la investigación del delito*. Lima.
- Cuchipe Calero, S. G. (2013). *Análisis financiero y su incidencia en la toma de decisiones de la compañía de transporte mixto JORDANRED S.A. Barrio La Calera , Parroquia Eloi Alfaro, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi en el periodo económico 2009 - 2011*. Latacunga.
- D Sangama, J. (02 de Junio de 2013). <https://es.scribd.com>. Recuperado de <https://es.scribd.com>: <https://es.scribd.com/document/145178589/CONTABILIDAD-GERENCIAL>
- Damaro, R. (14 de junio de 2013). www.econlink.com.ar. Recuperado de www.econlink.com.ar: <https://www.econlink.com.ar/impuestos-cultura-tributaria>
- Delgado , L. (2015). *"LA EDUCACIÓN TRIBUTARIA COMO MEDIDA PARA INCREMENTAR LA RECAUDACION FISCAL EN LA CIUDAD DE AMAZONAS*. Amazonas.
- Diario Gestión. (31 de enero de 2014). <https://gestion.pe>. Recuperado de <https://gestion.pe>: <https://gestion.pe/economia/pwc-persona-tenga-cultura-tributaria-sunat-continuar-presionando-labor-fiscalizacion-2938>
- Farfán Liévano, M. A. (2016). *Diseño de un sistema Contable de Direccionamiento Estratégico Aplicable a las Pequeñas y Medianas Empresas Latinoamericanas*. Buenos Aires.
- Fernández Morales, A. N., & Villavicencio Peñaranda, T. K. (2016). *Propuesta de implementación de un sistema contable integrado en la Asociación 3 de mayo ubicada en la comunidad de Charón Ventanas, Canton Biblián, Provincia del Cañar*. Cuenca.
- Fernandez, S., & Miranda, R. (2017). *LA CULTURA TRIBUTARIA Y LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL "COMERCIANTES UNIDOS DE BAGUA GRANDE-2017*. Bagua Grande. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4303>
- Flores Castillo, C. (2012). *Diseño e implementación de un sistema contable tributario y nómina aplicado a la Microempresa TEXDURA*. Quito.
- Galo Romero, H. (20 de Mayo de 2017). *El Nuevo Diario*. Recuperado de [El Nuevo Diario.com](http://www.elnuevodiario.com): <https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/428333-ferreteros-esperan-crecimiento-2017/>
- García, J. L. (13 de junio de 2017). <http://www.uch.edu.pe>. Recuperado de <http://www.uch.edu.pe>: <http://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>

- Gerrero Jiménez, I. H. (2013). *Propuesta de mejora en la gestión del almacén central de respuestos y suministros de una empresa industrial concretera*. Lima.
- GESTION. (11 de abril de 2018). *Gestion.com*.
- Gomez, J., Jimenez, P., & Podesta, A. (2014). Tributación, evasión y equidad en América Latina y el Caribe. *Evasión y Equidad en América Latina*, 11.
- Gonzales Agurto, K. V. (2016). *Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016*. Huanchaco.
- Granados, I., Latorre, L., & Ramírez, E. (1994). *Contabilidad Gerencial*. Bogotá: UNC.
- Granados, O. (28 de Abril de 2017). *El País*. Recuperado de América Latina tiene su ferretero: https://elpais.com/economia/2017/04/28/actualidad/1493368076_319304.html
- Gutiérrez Arroyave, L. M. (2012). *Diseño del sistema de información contable para la empresa FABRIFARMA S.A.* Santiago de Cali.
- Gutiérrez Hernández, G. D. (03 de Marzo de 2014). *Teoría de la toma de decisiones. Definición, etapas y tipos*. Recuperado de www.gestiopolis.com: <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-toma-de-decisiones-definicion-etapas-y-tipos/>
- Hernández P, J., Tineo B, N., & Yáñez R, S. (2012). *Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en la planificación fiscal de la empresa Inversiones VADAMI C.A.* Carúpano.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. De CV.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2015). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Hinojosa Salazar, C. A. (2015). *Valor económico de los pagos efectuados por concepto de primera categoría de los propietarios de los inmuebles en relación a la evasión tributaria de la ciudad de Chachapoyas, 2015*. Chachapoyas.
- Huaman, M., & Burga, M. (2015). *cultura tributaria y obligaciones tributarias de las empresas emporio gamarra 2014*. Lima. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4311>
- Iglesias, J., & Ruiz, K. (2017). *La cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los arbitrios municipales de la ciudad de chachapoyas-2016*. Chachapoyas.

- Illescas Cárdenas, E. M., & Baculima Barreto, V. R. (2013). *Análisis económico financiero y su incidencia en la toma de decisiones de la corporación BP CIA LTDA. durante el periodo 2011 - 2012*. Cuenca.
- INCP. (13 de Diciembre de 2014). ara entender el concepto de consumidor final.
- Instituto Americano de Contadores Públicos . (2014). *Contabilidad*. Obtenido de Ecured: <https://www.ecured.cu/Contabilidad>
- Josar, C. (2004). *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*. Recuperado de La contabilidad y el sistema contable: <http://www.aeca.es/old/buscador/infoaeca/articulosespecializados/pdf/auditoria/pdfcontabilidad/2.pdf>
- Lascano, C. (2013). *La insostenible modernización del derecho penal basada en la tolerancia cero desde la perspectiva de los países emergentes. .*
- Lopez, F. (2013). *INCIDENCIA DE LOS CONOCIMIENTOS SOBRE TRIBUTACIÓN Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS ENTRE EL PEQUEÑO COMERCIANTE DEL BARRIO EL BEATERIO EN EL SECTOR DE GUAJALO*. Quito.
- Ludeña Saldaña, K. L. (2017). *La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de obligaciones tributarias de rentas personales de la población de la región de Lima, año 2017*. Lima.
- Macharé Calderón, P. A. (2015). *El análisis financiero y su incidencia en la toma de decisiones en la gestión empresarial*. Machala del Rio.
- Manchego Nina, T. (2016). *Análisis financiero y la toma de decisiones en la empresa Clínica Promedic S.Civil.R.L., Tacna, Periodo 2011 - 2013*. Tacna.
- Mendoza Shaw, F. A. (2016). Correlación entre cultura tributaria y educación tributaria universitaria: Caso Universidad Estatal de Sonora. *Revista Global de Negocios*, 61 - 76.
- Ministerio Público del Perú. (2014). *Plan Estratégico Institucional 2014 - 2017*. Lima.
- Molina Valenzuela, J. R. (2017). *Aportes de la contabilidad gerencial y la toma de decisiones en una mediana empresa del sector industrial en V.M.T*. Lima.
- Montero Jiménez, M. B. (2012). *Diseño de un sistema contable Financiero aplicado a la Empresa de protección y seguridad Internacional PROSEI CÍA. LTDA*. Quito.
- Municipalidad Provincial de Chachapollas. (5 de noviembre de 2014). <http://www.munichachapoyas.gob.pe>. Recuperado de <http://www.munichachapoyas.gob.pe>: <http://www.munichachapoyas.gob.pe/portal/noticias/noviembre-2014/avanza-con-xito-concurso-de-cultura-tributaria-bandito-te-ensea/>

- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2013). *Metodología de la Investigación Científica y Elaboración de Tesis* (Tercera Edición ed.). Lima, Perú: CEPREDIM.
- Ortiz, M. (2015). *FACTORES QUE DETERMINAN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN EMPRESAS DE SERVICIOS*. Chachapoyas .
- Parodi, C. (03 de Mayo de 2013). *www.gestion.pe*. Recuperado de www.gestion.pe:
<https://gestion.pe/blog/economiaparatodos/2013/05/que-problemas-tienen-los-siste.html>
- Paz Romero, J. A., & Dávalos Guzmán, J. M. (2014). *La contabilidad gerencial como herramienta de gestión y su incidencia en la toma de decisiones en el área de operaciones del Banco Financiero de la ciudad de Trujillo en el año 2013-2014* . Trujillo.
- Peñaranda Castañeda, C. (2017). El sector económico apunta a recuperarse en el 2017 por continuidad de inversiones. *Informe Económico*, 6-7.
- Pérez Mantilla, D. V. (2016). *La cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada "Albarracín", Trujillo - 2015*. Trujillo.
- PerúRetail. (18 de abril de 2017). *www.peruretail.com*. Recuperado de La web del retail y los canales comerciales: <https://www.peru-retail.com/nuevo-jugador-podria-ingresar-sector-retail-ferretero-en-peru/>
- Pinto Chumbes, Á. A., & Tenorio Hurtado, R. B. (2014). *El Sistema Contable basado en la reingeniería como herramienta de calidad para la gestión de las empresas comerciales de la provincia de Huaura*. Huaura.
- Quispe, D. (2015). *La política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado Bolognesi- Tacna*. pregrado, Lima .
- Radio Esfera. (04 de Setiembre de 2015). <http://www.esferaradio.net>. Recuperado de <http://www.esferaradio.net>:
<http://www.esferaradio.net/noticias/virgen-asunta-y-miguel-rubio-ganaron-concurso-de-cultura-tributaria/>
- Requejo Jiménez, L. V., & Saavedra Pinedo, L. A. (2016). *El Sistema Contable CONCAR y su incidencia en la toma decisiones del estudio contable Campos Torres Víctor Manuel - Bagua Grande*. Bagua Grande.
- Revista Lideres. (2015). Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/10-reformas-tributarias-impactos.html>.
- Reyes Vega, D. E., & Salinas Jara, A. N. (2015). *Implementación de un sistema de información contable y su influencia en la gestión de la contabilidad en la empresa de transportes Turismo Díaz S.A. Año 2015*. Trujillo.

- Ribbeck Gómez, C. G. (2014). *Análisis e interpretación de estados financieros: herramienta clave para la toma de decisiones en las empresas de la industria metalmeccánica del distrito de ate vitarte, 2013*. Lima.
- Robalino, S. (2013). "CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS DEL SECTOR DE CALDERON DE LA CIUDAD DE QUITO PERIODOS 2012-2013. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1518>
- Rodríguez, J. C., & Villalba, R. (2015). *La cultura tributaria y la sociedad*. Asunción - Paraguay. Obtenido de <http://paraguaydebate.org.py>.
- S. Polimeni, R., J. Fabozzi, F., H. Adelberg, A., & A. Kole, M. (2000). *Contabilidad de Costos*. Colombia: McGRAW-HILL.
- Sampieri , R., & Fernandez, C. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico.
- Sánchez López, P. A. (2012). *Ánalsis financiero y su incidencia en la toma de decisiones de la empresa VIHALMOTOS*. Ambato.
- Sandoval Saldivar, S. K., & Valderrama Rodríguez, J. (2017). *Propuesta de un sistema de gestión estratégica de costos como herramienta para la toma de decisiones gerenciales en la cadena de boticas Econosalud en el periodo enero-mayo del año 2015*. Chiclayo.
- Sidney, D., & Roman L, W. (1992). *McGraw-Hill*. McGraw-Hill.
- Silva, G. (2016). *LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA GESTIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS FORMALES EN EL DISTRITO DE BAGUA*. Bagua.
- Sisniegas Vásquez, J. (2015). *Administración de inventarios ABC para mejorar la gestion de almacenes ZICSA Contratistas Generales S.A.C. en Retamas - Parcoy - Pataz, 2014* . Trujillo.
- Solano Brancacho, S. S. (2017). *Los instrumentos financieros y su influencia en la toma de decisiones de las micro y pequeñas empresas del sector textil, año 2012* Los Olivos. Los Olivos.
- Soria Saldaña, A. D. (2016). *El análisis e interpretación de los estados financieros y su incidencia en la toma de decisiones de las empresas Madereras de la Provincia de Coronel Portillo- 2016*. Pucallpa.
- Taffur Melo, A. E., & Peña Cruz, J. R. (2016). *Propuesta del mejoramiento del sistemade inventarios en el almacén Mercasur ubicado en la ciudad de Bolívar*. Cundimarca.
- Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: LIMUSA, S.A.
- Távora Infantes, C. M. (2014). *Mejora del sistema de almacen para optimizar la gestión logística de la empresa comercial PIURA*. Piura.

- Thompson Baldiviezo, J. M. (enero de 2008). *Promonegocios.Net*. Recuperado de Promonegocios.Net: <https://www.promonegocios.net/contabilidad/concepto-contabilidad.html>
- Ulate, H. (2017). <http://www.tytenlinea.com>. Obtenido de ¿QUIÉNES DOMINAN REALMENTE EL MERCADO FERRETERO EN EL PERÚ?: <http://www.tytenlinea.com/quienes-dominan-realmente-el-mercado-ferretero-en-el-peru/>
- Valencia, A. (11 de 02 de 2010). *e-news*. Obtenido de Web site GS1 Perú: http://www.gs1pe.org/e_news/11_citelogistica_01.htm
- Vargas, J., & Moreira, L. (2016). *La cultura tributaria y las obligaciones fscales de los negocios informales de Guayaquil*. Quito. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10601>
- Vásquez Sánchez, R. (2014). *Eficiencia del gasto público en educación básica*. Jalisco.
- Vera, C., & Titelman, D. (2013). *Financiamiento para el Desarrollo*. Santiago de Chile.
- Yman Arrieta, L. K., & Ynfante Moscoso, S. L. (2016). *Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes*. Tumbes.

ANEXOS

Instrumentos

Anexo 1: Cuestionario dirigido a los consumidores finales del distrito de Chachapoyas.

Objetivo: Identificar el nivel de Cultura Tributaria de los consumidores Finales del distrito de Chachapoyas.

Instrucciones: Estimado colaborador (a) a continuación se le presenta una serie de preguntas sírvase marcar con una **X** la respuesta que Ud. crea conveniente.

TD (1)	D(2)	I (3)	A (4)	TA (5)
Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

ÍTEM / Cultura Tributaria		TA	A	I	D	TD
01	¿Conoce el valor o importancia de un comprobante de pago?					
02	¿Cree usted que la SUNAT debería promover e impulsar la cultura tributaria?					
03	¿Alguna vez ha recibido un afiche, volante o alguna información sobre tributos?					
04	¿Conoce todos los documentos que son considerados comprobantes de pago?					
05	¿Conoce los requisitos que deben cumplir los comprobantes para calificar como tal?					
06	¿Sabía que el exigir comprobante de pagos influye en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los contribuyentes?					
07	¿Cree usted que los problemas de corrupción afectan al cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente?					
08	¿Se identifica como aliado del estado para lograr que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones?					

Instrumentos

Anexo 2: Cuestionario dirigido a los consumidores finales del distrito de Chachapoyas.

Objetivo: Identificar el nivel de Cultura Tributaria de los consumidores Finales del distrito de Chachapoyas.

Instrucciones: Estimado colaborador (a) a continuación se le presenta una serie de preguntas sírvase marcar con una **X** la respuesta que Ud. crea conveniente.

TD (1)	D(2)	I (3)	A (4)	TA (5)
Total, desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

ÍTEM / Obligaciones Tributarias		TA	A	I	D	TD
01	¿Cuándo realiza compras le entregan los comprobantes de forma voluntaria?					
02	¿Cada que realiza una compra pide comprobante de pago?					
02	¿Acepta los comprobantes de pago que le dan o los ignora?					
03	¿Considera importante que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias?					
04	¿Considera que cuando no exige el comprobante de pago está contribuyendo con la evasión de impuestos?					
05	¿Sabe qué medidas tomar cuando no le entregan un comprobante de pago?					
06	¿Usted está de acuerdo que SUNAT sancione cerrando un negocio?					
07	¿Considera que el estado es responsable del cumplimiento de las obligaciones tributarias?					

ANEXO N.º 3. VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO PARA CONOCER EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL CONTRIBUYENTE EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS.

Nº	DIMENSIONES/ Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSIÓN: EDUCACION TRIBUTARIA								
1	¿Conoce el valor o importancia de un comprobante de pago?	X		X		X		
2	¿Cree usted que la SUNAT debería promover e impulsar la cultura tributaria?	X		X		X		
3	¿Alguna vez ha recibido un afiche, volante o alguna información sobre tributos?	X		X		X		
4	¿Conoce los requisitos que deben cumplir los comprobantes para calificar como tal?	X		X		X		
DIMENSIÓN: ESTIMACION DE LOS TRIBUTOS								
5	¿Cree usted que los problemas de corrupción afectan al cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente?	X		X		X		
6	¿ Se identifica como aliado del estado para lograr que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones?	X		X		X		
7	¿Considera importante que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias?	X		X		X		
8	¿Considera que el estado es responsable del cumplimiento de las obligaciones tributarias?	X		X		X		
DIMENSIÓN: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS								
9	¿Cuándo realiza compras le entregan los comprobantes de forma voluntaria?	X		X		X		
10	¿Cada que realiza una compra pide comprobante de pago?	X		X		X		
11	¿Acepta los comprobantes de pago que le dan o los ignora?	X		X		X		
12	¿Considera importante que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias?	X		X		X		
13	¿Considera que cuando no exige el comprobante de pago está contribuyendo con la evasión de impuestos?	X		X		X		
14	¿Sabe qué medidas tomar cuando no le entregan un comprobante de pago?	X		X		X		
15	¿Usted está de acuerdo que SUNAT sancione cerrando un negocio?	X		X		X		
16	¿Considera que el estado es responsable del cumplimiento de las obligaciones tributarias?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/Mg: CPC Alvarado Dávila Keilly Giohana DNI: 40809460

Especialidad del validador: Contabilidad

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chuchoyos 21 de Junio del 2018

Firma del Experto informante

Especialidad

ASEGORES CONTABLES & SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.


CPC. Keilly Giohana Alvarado Dávila
GERENTE

ANEXO N.º 3. VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO PARA CONOCER EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL CONTRIBUYENTE EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS.

Nº	DIMENSIONES/ Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSIÓN: EDUCACION TRIBUTARIA								
1	¿Conoce el valor o importancia de un comprobante de pago?	X		X		X		
2	¿Cree usted que la SUNAT debería promover e impulsar la cultura tributaria?	X		X		X		
3	¿Alguna vez ha recibido un afiche, volante o alguna información sobre tributos?	X		X		X		
4	¿Conoce los requisitos que deben cumplir los comprobantes para calificar como tal?	X		X		X		
DIMENSIÓN: ESTIMACION DE LOS TRIBUTOS								
5	¿Cree usted que los problemas de corrupción afectan al cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente?	X		X		X		
6	¿ Se identifica como aliado del estado para lograr que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones?	X		X		X		
7	¿Considera importante que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias?	X		X		X		
8	¿Considera que el estado es responsable del cumplimiento de las obligaciones tributarias?	X		X		X		
DIMENSIÓN: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS								
9	¿Cuándo realiza compras le entregan los comprobantes de forma voluntaria?	X		X		X		
10	¿Cada que realiza una compra pide comprobante de pago?	X		X		X		
11	¿Acepta los comprobantes de pago que le dan o los ignora?	X		X		X		
12	¿Considera importante que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias?	X		X		X		
13	¿Considera que cuando no exige el comprobante de pago está contribuyendo con la evasión de impuestos?	X		X		X		
14	¿Sabe qué medidas tomar cuando no le entregan un comprobante de pago?	X		X		X		
15	¿Usted está de acuerdo que SUNAT sancione cerrando un negocio?	X		X		X		
16	¿Considera que el estado es responsable del cumplimiento de las obligaciones tributarias?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/Mg: *Lic. Danney Robinson Carrasco Rosas* DNI: *27296996*

Especialidad del validador: *Licenciado en Administración.*

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

chaclapajas 21 de *Junio* del 2018

Firma del Experto Informante

Especialidad



DIRECCION REGIONAL DE EDUCACION AMAZONAS
Dirección de Gestión Administrativa

.....
LIC. DANNEY ROBINSON CARRASCO ROSAS
DIRECTOR DE GESTION ADMINISTRATIVA

Anexo N° 4

MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA ELABORACIÓN DE INFORME DE TESIS.

Parte I: Desde el Título hasta las Variables

“Cultura tributaria del consumidor final y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas-2017”

1.Título	“Cultura tributaria del consumidor final y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas-2017”
2. Problema	¿Cómo se relaciona la cultura tributaria del consumidor final con el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas, 2017?
3.Hipótesis	La cultura tributaria del consumidor final si influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas, 2017
4.Objetivo General	Determinar el nivel de cultura tributaria del consumidor final respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas, 2017.
5.Objetivos Específicos	a) Analizar cómo la cultura tributaria del consumidor final influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes en el distrito de Chachapoyas. b) Demostrar la influencia de la difusión y orientación tributaria en los consumidores finales la informalidad de las obligaciones tributarias de los contribuyentes en el distrito de Chachapoyas. c) Evaluar que la valoración hacia los tributos por parte del consumidor final, incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del distrito de Chachapoyas.
6.Diseño	Tipo Cuantitativo, descriptivo correlacional
7.Población y muestra	7.1.Población: (a) Dimensión: Consumidores Finales del distrito de Chachapoyas (b) Cantidad: 378 (c) Lugar : Distrito de Chachapoyas.
8.Variables	Cultura tributaria del consumidor final- Obligaciones Tributarias

Parte II: Operacionalización de las Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador	Categoría	Instrumento
Cultura tributaria del consumidor final (variable independiente)	Son un conjunto de conocimientos e información que tiene un individuo y la sociedad en su conjunto respecto los impuestos que impone un país, Por lo que las administraciones tributarias de América Latina consideran como solución a los problemas económicos y el desarrollo de la población mediante la educación tributaria, con base de concientización. <i>(La Real academia de la Lengua Española, 2014, p.483).</i>	La variable Cultura Tributaria del consumidor final, está conformada por sus Dimensiones: educación tributaria y estimación de los tributos.	Educación Tributaria	Nivel de información	Totalmente de acuerdo Acuerdo Desacuerdo indiferente	Encuesta
				Nivel de conocimiento		
			Estimación de los Tributos	Nivel de repercusión	Totalmente de acuerdo Acuerdo Desacuerdo indiferente	Encuesta
				Conciencia Tributaria	Totalmente de acuerdo Acuerdo Desacuerdo indiferente	Encuesta
				Difusión y orientación Tributaria	Totalmente de acuerdo Acuerdo Desacuerdo indiferente	Encuesta
Obligaciones tributarias (variable dependiente)	Burga Argandoña, 2015) Afirma que “Los contribuyentes deben entender que el cumplimiento de sus obligaciones tributarias los convierte además de ser un deber ciudadano consagrado constitucionalmente, es una real y efectiva inversión en el país.	La variable Obligaciones tributarias, está conformada por su dimensioe; obligaciones tributarias.	Obligaciones Tributarias	Solicitud de comprobantes de pago	Totalmente de acuerdo Acuerdo Desacuerdo indiferente	Encuesta
				Grado de presión por parte del consumidor final	Totalmente de acuerdo Acuerdo Desacuerdo indiferente	Encuesta
				Reconocimiento de comprobantes de pago		

Parte III: Desde el Método de Análisis hasta las Conclusiones.

“Cultura tributaria del consumidor final y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente en el distrito de Chachapoyas-2017”

1. Método de Análisis de Datos	1.1 Estadística Inferencial: Aceptan distribuciones normales 1.2 Pruebas estadísticas Paramétricas: Uso del Alfa de Cron Bach
2. Resultados	Con los resultados obtenidos de la encuesta que se aplicó a los consumidores finales del distrito de Chachapoyas, podemos decir que la cultura tributaria influye en los pagos de las obligaciones tributarias, además no tiene un conocimiento adecuado de los comprobantes de pago, así mismo no son conscientes con la responsabilidad que tiene con el estado, ser aliado.
3. Conclusiones	Los resultados arrojaron sus principales problemas como son que no tienen conocimiento adecuado sobre los comprobantes de pago, falta de valoración de los impuestos, no tienen conciencia de que al no exigir comprobantes de pago están contribuyendo al incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

CHAVEZ TEJEDO GABRIELA KATHERINE
D.N.I. : 45309571
Domicilio : Jr. UNION 895
Teléfono : Fijo : Móvil : 941 62 3507
E-mail : katekina_03@hotmail.es

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela : CIENCIAS EMPRESARIALES
Carrera : CONTABILIDAD
Título : CONTADOR PÚBLICO

Tesis de Post Grado

Maestría

Grado :
Mención :

Doctorado

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

CHAVEZ TEJEDO GABRIELA KATHERINE

Título de la tesis:

CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL CONTRIBUYENTE EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS - 2017

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : 

Fecha : 12/02/2019

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Jaime Laramie Castañeda Gonzales, Docente del curso de Desarrollo del Proyecto de Investigación, y revisor del trabajo académico (Tesis) titulado:

CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL CONTIBUYENTE EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS - 2017.

Del Bachiller de la Escuela Profesional de Contabilidad:

CHAVEZ TEJEDO GABRIELA KATTERINE

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud 18 %, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, grado de coincidencias irrelevantes que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 3 de agosto del 2018



Mg. Jaime Laramie Castañeda Gonzales
Docente

CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL CONTIBUYENTE EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS - 2017

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	7%
2	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	www.bogota.gov.co Fuente de Internet	1%
5	es.slideshare.net Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	revistascientificas.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1%



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E.P. DE CONTABILIDAD

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

SABRILA KATHERINE CHAVEZ TEJEDO

INFORME TITULADO:

CULTURA TRIBUTARIA DEL CONSUMIDOR FINAL Y EL CUMPLIMIENTO
DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEL GOBIERNO EN EL DISTRITO
DE CHACHAPOYAS - 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

CONTADOR PÚBLICO

SUSTENTADO EN FECHA: 11/08/2018

NOTA O MENCIÓN: APROBADA POR MAYORÍA



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN