

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE
CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL
CENTRO COMERCIAL POLVOS AZULES LA VICTORIA, LIMA,
2013**

**PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR:

DEYBY JACK PADILLA FALERO

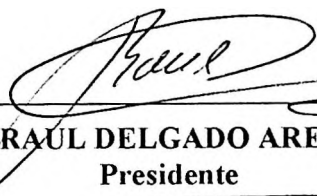
ASESOR:

Mg. TERESA GONZALES MONCADA

LIMA - PERÚ

2013

JURADOS



DR. RAÚL DELGADO ARENAS
Presidente



ECO. CÉSAR CIFUENTES LA ROSA
Secretario



MG. CARLOS ARIAS CAYCHO
Vocal

DEDICATORIA

A mis padres Luz Falero y Saturnino Padilla, mi hermano Angel y mis abuelos por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos y a ti Margarita Vallez.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas y cada una de las personas que participaron en la investigación realizada, ya que invirtieron su tiempo y conocimiento para ayudarme a desarrollarlo.

A la universidad por darme cobijo y por todas las lecciones que aprendí en ella, asimismo por haberme dado su voto de confianza y por el apoyo otorgado hacia mi persona.

A mis profesores, por los conocimientos y experiencias brindadas en clases y en asesorías, las cuales han hecho posible la realización de la presente investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Deyby Jack Padilla Falero con DNI N° 43766921, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 30 de Julio del 2013

Deyby Jack Padilla Falero

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL POLVOS AZULES, LA VICTORIA, LIMA, 2013”, con la finalidad de Determinar cómo se puede fortalecer la cultura tributaria mediante la actitud, los servicios sociales y la gestión tributaria para mejorar las obligaciones tributarias de los Comerciantes del Centro Comercial Polvos Azules, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Deyby Jack Padilla Falero

ÍNDICE

CARÁTULA	i
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Índice de anexos	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv

I. INTRODUCCIÓN:	1
1.1. Marco teórico:	3
1.1.1. Antecedentes de la investigación	3
1.1.2. Marco Teórico	7
1.1.2.1. Variable independiente: Cultura Tributaria	7
1.1.2.1.1. La Cultura y la Cultura Tributaria	7
1.1.2.1.2. Valores Matriciales de la cultura tributaria	11
1.1.2.1.3. Elementos de la cultura	14
1.1.2.1.4. Características de la Cultura	14
1.1.2.1.5. Definición de Cultura Tributaria	15
1.1.2.1.6. Pautas de la cultura tributaria	16
1.1.2.1.7. Cumplimiento Voluntario	18
1.1.2.1.8. Factores que influyen en el cumplimiento voluntario	19
1.1.2.1.9. Carencia de una conciencia tributaria	21
1.1.2.1.10. Importancia de promover la Cultura Tributaria	23
1.1.2.1.11. Percepciones y actitudes	25
1.1.2.1.12. Objetivos y finalidades de la educación fiscal	26
1.1.2.2. Variable dependiente: Obligación Tributaria	27
1.1.2.2.1. Obligación Tributaria	27
1.1.2.2.2. Nacimiento de la Obligación Tributaria	28
1.1.2.2.3. Determinación de la Obligación Tributaria	29

1.1.2.2.4.	La Declaración Tributaria.....	33
1.1.2.2.5.	Recaudación Tributaria	35
1.1.2.2.6.	Medidas para mejorar la recaudación fiscal	35
1.1.2.2.7.	Principales impuestos en el Perú	36
1.1.2.2.8.	Procesos de Control	37
1.1.1.	Marco conceptual.....	38
1.2.	El problema de investigación:	39
1.2.1.	Determinación del problema	39
1.2.2.	Formulación del problema de investigación	40
1.2.2.1.	Problema general.....	40
1.2.2.2.	Problemas específicos	40
1.2.3.	Objetivos de la investigación:.....	41
1.2.3.1.	Objetivo general.	41
1.2.3.2.	Objetivos específicos.....	41
1.2.4.	Justificación de la investigación.....	41
1.2.4.1.	Justificación teórica	41
1.2.4.2.	Justificación practica	42
1.2.4.3.	Justificación metodológica.....	42
II.	MARCO METODOLÓGICO	43
2.1.	Hipótesis.....	43
2.1.1.	Hipótesis General.....	43
2.1.2.	Hipótesis Especifica.....	43
2.2.	Variables.....	44
2.2.1.	Definición conceptual de la variable.....	44
2.2.2.	Definición Operacional de las variables	44
2.3.	Metodología	46
2.4.	Diseño.....	46
2.5.	Tipos de estudio	46
2.6.	Población, muestra y muestreo	46
2.7.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	47
2.8.	Métodos de análisis de datos.....	47
III.	RESULTADOS	48
IV.	DISCUSIÓN	60
V.	CONCLUSIONES	64

VI. RECOMENDACIONES.....	66
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
VIII. ANEXOS.....	70

INDICE DE TABLAS

	Pagina
Tabla 01	Operacionalización de la variable..... 45
Tabla 02	¿Usted Cumple con su obligación tributaria? 48
Tabla 03	¿Usted está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano? 49
Tabla 04	¿Usted recibe orientación y educación por parte de SUNAT?..... 50
Tabla 05	¿Usted al contar con el RUC, le ha permitido acceder nuevas oportunidades de negocio?..... 51
Tabla 06	Cultura Tributaria & Obligaciones tributarias -Pruebas de chi-cuadrado..... 52
Tabla 07	Actitudes frente al deber de contribuir & Obligaciones tributarias - Pruebas de chi-cuadrado..... 53
Tabla 08	Servicios sociales & Obligaciones tributarias- Pruebas de chi-cuadrado..... 54
Tabla 09	Gestión tributaria & Obligaciones tributarias- Resumen de relación de ch2..... 55
Tabla 10	Cultura Tributaria Adecuada & Obligaciones tributarias - Resumen de relación de ch2..... 56
Tabla 11	Actitudes frente al deber de contribuir & Obligaciones tributarias - Resumen de relación de ch2..... 57
Tabla 12	Servicios sociales & Obligaciones tributarias- Resumen de relación de ch2..... 58
Tabla 13	Gestión tributaria & Obligaciones tributarias Resumen de relación de ch2..... 59

INDICE DE FIGURAS

	Pagina
Figura 01	Indicadores de cultura tributaria..... 8
Figura 02	Valores Matriciales de la cultura tributaria..... 11
Figura 03	Pautas de la cultura tributaria 17
Figura 04	Factores que influyen en el cumplimiento voluntario..... 19
Figura 05	Carencia de una conciencia tributaria..... 21
Figura 06	Procesos de Control..... 37
Figura 07	¿Usted Cumple con su obligación tributaria? 48
Figura 08	¿Usted está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano? 49
Figura 09	¿Usted recibe orientación y educación por parte de SUNAT?..... 50
Figura 10	¿Usted al contar con el RUC, le ha permitido acceder nuevas oportunidades de negocio? 51

INDICE DE ANEXOS

	Pagina
Anexo 01 Matriz de consistencia I.....	71
Anexo 02 Matriz de consistencia II.....	72
Anexo 03 Encuesta.....	73
Anexo 04 Validación y confiabilidad de instrumento.....	75
Anexo 05 Resultado de encuesta.....	76
Anexo 06 Validez del instrumento 1	91
Anexo 07 Validez del instrumento 2	93
Anexo 07 Validez del instrumento 3	95
Anexo 08 Validez del instrumento 4	97

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo estudiar el nivel de incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules, La Victoria, Lima, 2013, Constituida por una muestra aleatoria simple de doscientos ochenta y un (281) Comerciantes. La investigación desarrollada es de carácter descriptivo, los resultados obtenidos señalan lo siguiente, mencionaremos los puntos más importantes: 1) Los servicios básicos proporcionados por parte del estado Peruano no son los suficiente, por lo que en este aspecto existe un alto porcentaje de los comerciantes que indica no está conforme con los servicios recibidos ; 2) con respecto a la recaudación de los impuesto si se encuentra bien invertido, la contestación es en un alto porcentaje que No se encuentra bien invertido. Estas dos preguntas generales son claros los motivos por lo que los comerciantes no cumplen con sus obligaciones tributarias. Asimismo, referente a la orientación o educación en lo referente a cultura tributaria, los comerciantes manifestaron que el estado debe mejorar labor en la que la SUNAT como organismo de divulgación, en materia tributaria debe prestar atención con urgencia.

La presente investigación es importante porque permitirá fortalecer la cultura tributaria de los comerciantes en base las capacitaciones, orientaciones, charlas y educación de parte de la Administración Tributaria. Asimismo, se tendrá que reforzar los proyectos existentes con una visión más amplia para que se eduque a la población en temas tributarios.

Palabra clave: La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias

ABSTRACT

The present research aims to study the level of incidence of the tax culture in tax obligations at the Mall Powder Blue, La Victoria, Lima, 2013, Consisting of a simple random sample of two hundred eighty one (281) Dealers . The research undertaken is descriptive, the results indicate the following, we will mention the most important points: 1) The basic services provided by the Peruvian state are not sufficient, so that in this respect there is a high percentage of traders indicating not satisfied with the services received, 2) with respect to the collection of the tax if it is well spent, the answer is a high percentage that is not well spent. These two general questions are unclear why so traders do not comply with their tax obligations. Also, regarding the counseling or education regarding tax culture, traders said that the state should improve task in which the agency disclosure SUNAT as tax matters should pay urgent attention.

This research is important because it will strengthen the tax culture based traders trainings, orientations, lectures and education on the part of the Tax Administration. Also need to strengthen existing projects with a broader vision to educate the public on tax issues

Keyword: The tax culture and its impact on the tax liabilities

I. INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo de investigación tiene la finalidad de dar a conocer el nivel de incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias, de los comerciantes del centro comercial polvos azules, el mismo que se encuentra ubicado en el Distrito de la Victoria, Provincia de Lima y Departamento de Lima.

En este sentido la cultura tributaria, se alude a la información o desinformación por parte del contribuyente, cumplimiento voluntario o forzoso de sus obligaciones, evasión o fraude fiscal y, en general, cuando se mencionan las circunstancias personales y sociales de quienes pagan los impuestos.

Muchas administraciones tributarias ya han empezado con la cultura tributaria unas en mayor grado que otras, tal es el caso peruano que incorporaron los contenidos de ciudadanía y tributación en el Diseño Curricular Nacional en el 2008, con lo cual su aplicación es obligatoria a todos los escolares del país

El propósito de esta investigación es analizar si la cultura tributaria incide en las obligaciones tributarias en los contribuyentes del centro comercial polvos azules, para ello se ha desarrollado de la siguiente manera:

El primer capítulo contiene el marco teórico, que comprende el desarrollo del trabajo en sí, donde se abarca las dos variables estudiadas; La Cultura Tributaria y la Obligación Tributaria. Así como también la Formulación del Problema y los objetivos.

El segundo capítulo contiene el Marco Metodológico en donde analizaremos la hipótesis del trabajo, el estudio, método y técnicas de instrumento que se realizara mediante una encuesta,

El tercer capítulo hace un análisis de los resultados de la encuesta en donde se proyectara lo recibido en la encuesta en la parte descriptiva del trabajo que concierne a la Tabla, Gráficos e Interpretación del instrumento, así como el

análisis de la Validación de Hipótesis por un Programa Estadístico SPSS en Chi Cuadrado.

Y el cuarto capítulo comprenderá la discusión de todo el trabajo en donde se analizara la estadística con los antecedentes para realizar la discusión del trabajo.

Por lo tanto es necesario desarrollar una cultura tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos.

1.1. Marco teórico:

1.1.1. Antecedentes de la investigación

HERNANDEZ P, Jesus & TINEO B, Natividad & YAÑEZ R, Salvador (2011) en su tesis titulada Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en la planificación fiscal de la empresa Inversiones Vadami C.A., ubicada en la ciudad de Carupano, Municipio Bermúdez del Estado Sucre; la cultura tributaria implica una serie de elementos encaminados al manejo eficiente de los valores humanos y la ética por parte de las empresas, en concordancia con las buenas costumbres establecidas a nivel nacional; su implementación es fundamental para el logro de los objetivos empresariales traducidos en su fortalecimiento económico. Sin embargo, el campo de acción de la cultura tributaria se ve influenciado desfavorablemente porque sólo se conocen sus aspectos superficiales, ignorando la incidencia que tiene en los diferentes elementos que interactúan en las empresas, entre los que se incluyen a la planificación fiscal. El objetivo principal de esta investigación fue Analizar la Cultura tributaria y su incidencia en la planificación fiscal de la empresa INVERSIONES VADAMI, C.A. Para alcanzar este objetivo se utilizó una metodología basada en la investigación documental y de campo, fundamentada en la recopilación de información a través de textos bibliográficos, como: libros, leyes, además de entrevistas realizadas al personal del área tributaria de la empresa. Se concluyó que el personal cuenta con la preparación adecuada para realizar la planificación fiscal, pero carece de otras herramientas indispensables como: medios y recursos tecnológicos, manejo eficiente de las normativas y conocimiento de la incidencia que ejerce la cultura tributaria en las demás áreas empresariales. La actualización constante de los contribuyentes, en el manejo de los tributos, sería un gran incentivo para resaltar la incidencia de la cultura tributaria y fortalecer los valores de la planificación fiscal existente en la empresa.

En el presente trabajo de investigación se puede evidenciar la eficiencia de los valores humanos y la ética de las empresas en lo relacionado a la cultura tributaria, en donde se ve influenciado desfavorablemente porque sólo se

conocen sus aspectos superficiales, ignorando sus ventajas en la empresa entre los que se ve la planificación fiscal. Se concluye que el persona cuenta con la preparación para realizar la planificación fiscal, pero carece de otras herramientas como medios y recursos tecnológicos y las incidencias que ejerce la cultura tributaria.

LEÓN, CARMEN MARIA (2010), en su trabajo de investigación Estrategias de cultura tributaria para los comerciantes de expendio de licores de la Parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio Barinas; la cultura tributaria implica conocimiento de deberes y derechos ciudadanos. De allí que, para que el Estado pueda cumplir con su obligación constitucional de velar por el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que ésta requiere, necesita de recursos que provienen principalmente de los tributos pagados por los contribuyentes. En este contexto, para fortalecer la Cultura Tributaria se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias. Es por ello que, el objetivo fundamental del estudio estuvo representado en Diseñar estrategias que fomenten la cultura tributaria, en los comerciantes de expendio de licores de la Parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio Barinas. La investigación estuvo enmarcada en un proyecto factible, apoyada en un estudio descriptivo y diseño de campo. La muestra estuvo representada por setenta y cinco (75) comerciantes de expendio de licores de la Parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio Barinas, a los cuales se les aplicó un cuestionario contenido de veinte (20) ítems con alternativas de respuesta (si-no-no aplica), donde se obtuvieron resultados que apoyaron el diseño de las estrategias, es decir, la necesidad de que se diseñen las estrategias de cultura tributaria dirigidas a este sector.

Se analiza en este trabajo el nivel de cultura tributaria en cumplir con su obligación constitucional, para esto se requiere que se obtengan conocimientos del tema y comprendan la importancia de sus responsabilidades tributarias en el estudio en la población se llegó a la conclusión que existe la necesidad que se diseñe estrategias de cultura tributaria.

QUISPE CUEVA, D. (2011) en su tesis titulada “La política Tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, año 2011” de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna.

La tesis, “La Política Tributaria y su influencia en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna 2011, es un estudio que se realizó para conocer las opiniones de los comerciantes del mercadillo Bolognesi en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Es un estudio cualitativo que se realizó en base a la información obtenida de las percepciones de los comerciantes del mercadillo Bolognesi sobre la Política Tributaria y la Cultura Tributaria. El propósito fundamental es determinar las características y estructura de la Política Tributaria y la Cultura Tributaria para así proponer una reestructuración de la Política Tributaria.

La contribución principal es proponer la consolidación de un modelo de “Pacto Fiscal” respecto de lo que puede y debe o no hacer el Estado en materia fiscal, económica y social, y de esta manera disminuir la brecha entre el cumplimiento óptimo y el real.

El presente estudio tiene como propósito determinar las características y estructura de la Política Tributaria y la Cultura Tributaria para luego reestructurar la Política Tributaria, mediante un “Pacto Fiscal” y determinar la situación del estado en materia fiscal, económica y social.

SALAS COHAGUILA, JHONY ANGEL (2012) Tesis para optar el grado de: contador público, Titulado “Incidencia de la Cultura Tributaria en la Evasión del Impuesto a la renta de contribuyentes de Cuarta Categoría en la ciudad de Arequipa, periodo 2010-2011”. De la Universidad Nacional De San Agustín, Facultad De Ciencias Contables Y Financieras Escuela Profesional De Contabilidad.

Actualmente en el país se viene desarrollando la evasión tributaria, que es una figura jurídica consistente en el impago voluntario de tributos establecidos por la ley. Es una actividad ilícita y habitualmente está contemplado como delito como infracción administrativa en la mayoría de los ordenamientos.

La evasión tributaria es un problema que involucra a todos los sectores económicos esta se da en gran parte por la economía irregular, y las actividades ilegales. Esta composición denota que el sector informal también comprende aquellas evasiones de ingresos resultantes de actividades aparentemente formales evasión tributaria pura. El objetivo de la presente investigación consiste en estimar la incidencia de la cultura tributaria en la evasión del impuesto a la renta de cuarta categoría en la ciudad de Arequipa. La evasión tributaria esta íntimamente ligado a la informalidad teniendo un efecto negativo en los niveles de recaudación.

Alejos Izaguirre, Vile & Carranza Villanueva, Edwar (2010) Tesis para optar el título profesional de contador público, titulado "Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de Huaraz "virgen de Fátima", Setiembre 2010.

La Tesis referido a cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de Huaraz "Virgen De Fátima", Setiembre 2010; se ha desarrollado utilizando la metodología de investigación cualitativa bajo el enfoque de Roberto Hernández Sampieri.

La hipótesis establece incidencia de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de Huaraz "Virgen de Fátima" en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Los resultados de la investigación confirman la hipótesis, por lo tanto se concluye que la cultura tributaria incide favorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias.

Las recomendaciones formuladas sugieren medidas para la generación de cultura tributaria, que deben ser implementadas por la SUNAT en coordinación con el Ministerio de Educación, instituciones educativas y municipalidades,

insertando en el diseño curricular de todos los niveles educativos, asignaturas relacionadas a la tributación; empezando en la etapa de la niñez de las personas, desde la escuela primaria, secundaria y nivel superior; dando a conocer las bondades del pago de los tributos, generando de esa manera en los individuos conciencia tributaria, otorgándoles sentido de responsabilidad, civismo y, valoración a los tributos.

1.1.2. Marco Teórico

1.1.2.1. Variable independiente: Cultura Tributaria

1.1.2.1.1. La Cultura y la Cultura Tributaria

Etimológicamente el término Cultura tiene su origen en el latín. Al principio, significó cultivo, agricultura, instrucción y sus componentes eran: cultus (cultivado) y ura (resultado de una acción). El Diccionario de la Real Academia Española la define así: "Sacar del estado salvaje a pueblos o personas". Lo anterior no aporta mucho a las definiciones modernas del concepto en las que, con frecuencia, se expresan las diferentes aristas de la cultura.

La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Esta incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias, desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano.

Según la UNESCO (1996): La cultura es el conjunto de los rasgos definitivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (Obermeister M, 2011, p.9)

En expresión del Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO (Nuestra diversidad creativa, 1996) menciona: "la cultura es manera de vivir juntos (...) moldea nuestro pensamiento, nuestra imagen y nuestro comportamiento".

Comportamiento responsable ante la necesidad de recursos para beneficio general y para mayor equidad de la ciudad. De esta definición destacan tres (3) indicadores fundamentales los cuales son:

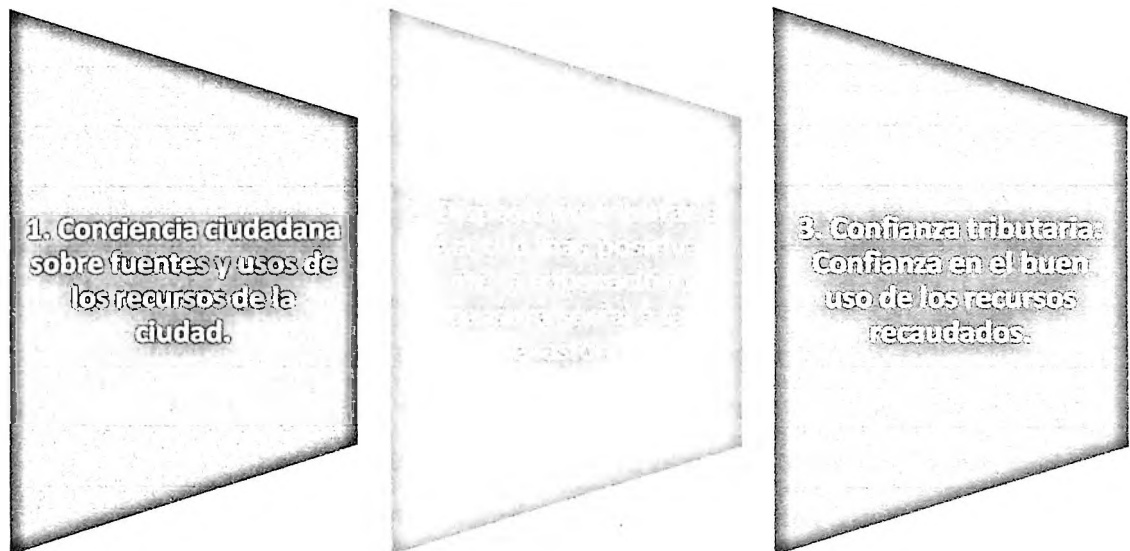


Figura: 01

Elaboración propia

En cuanto a la formación de una cultura tributaria, se tiene que, obtener una profunda y arraigada cultura tributaria que logre cambios en el comportamiento del contribuyente. Esto es cuestión de tiempo. Para ello, no se puede hablar de rapidez o de éxitos en el corto plazo. La adquisición de un determinado comportamiento cultural, en los aspectos económico, social y político es lenta. La cultura, a la que se le reconocen virtudes modeladoras, de identidad y arraigo, tiene su propio ritmo.

Hoy en día se ha comenzado a tomar conciencia de la importancia de la cultura y a sospechar que detrás de cierto tipo de logros y resultados, (sobre todo los de carácter estable) está siempre presente nuestras aptitudes y actitudes

En cierto modo, se sabe en qué consiste una determinada cultura, qué funciones puede cumplir, para qué sirve, pero se conoce muy poco sobre el cómo y en cuánto tiempo se forma, en qué situaciones, mediante qué procesos y factores. Se sabe de la cultura ex post, pero poco de la cultura ex ante.

Pero, con todo, y estudiando la cultura ex post, sí hay cosas que ya se conocen, y cuanto más se conocen, más se sabe de su importancia en la configuración de los comportamientos y de las prácticas sociales. Por otra parte, si la cultura o "culturas" forman parte de todo comportamiento o práctica, y toda cultura es creada socialmente por el ser humano, en una sociedad como la peruana que vive de planear y construir su futuro, "mejor será conocer con tiempo la cultura y culturas que hay que construir, en este caso, una cultura tributaria".

Hay que destacar que la cultura es una riqueza, un capital social, que tiene su lógica. Si no se cultivó durante años, no se puede improvisar ni suponer. Es un capital que hay que crear y esto lleva su tiempo pues todo cambio social pasa por estadio o fases hacia la obtención del logro. Se puede crear, no hay duda, sin embargo, hay que saber cómo hacerlo. Los países que cuentan con esa ventaja, por ejemplo, Dinamarca y países escandinavos, cuando comenzaron a acumularlo fue en conexión con los valores culturales, éticos y morales que en aquel momento, en sus culturas y en sus sociedades, eran matriciales y, por ello, los más importantes: El individuo y su conciencia como categorías supremas, nuevo sentido de responsabilidad, moralización en vez de sacralización de la vida, valoración del trabajo y de la austeridad. Así lo menciona:

La cultura como visión, no se da temporalmente ni en el vacío, sino en el tiempo y en el corazón de la vida que supone toda sociedad. Es decir, el tipo de cultura modeladora de un comportamiento social aparece

siempre estrechamente vinculado con los que han sido en el tiempo los valores matriciales de una sociedad. (KOFF, 2009, p.70)

Estas constataciones tan importantes enseñan dos aspectos básicos:

- i. Que el tipo de culturas modeladoras no se dan fuera de su historia ni en un laboratorio, así también no se dan fuera de la sociedad como proyecto.
- ii. Que en la creación de una cultura con pretensiones a ser configuradora, hay que partir del tiempo y valores matriciales propios de la sociedad a construir. Cualquier otra intención de crear cultura es retórica o utopismo, en ambos casos, sería anacronismo puesto que no se podría realizar.

Lo hasta aquí expuesto nos lleva entonces al planteamiento realizado por José Armando Robles (2002) en su ponencia en la sede de la Asociación Nacional de Empleados Públicos y Privados, acerca de la interrogante acerca de:

¿Cuáles son los valores matriciales de la sociedad que como forma estructural de vida estamos construyendo. El contenido de estos referentes se convertirán en otras tantas pautas a la hora de concebir, diseñar, planear y crear la cultura tributaria a la que aspiramos? (Robles, 2002, p.7)

1.1.2.1.2. Valores Matriciales de la cultura tributaria

Hoy por hoy, los valores matriciales más importantes y sobre los cuales hay que crear y acumular la nueva cultura tributaria son:

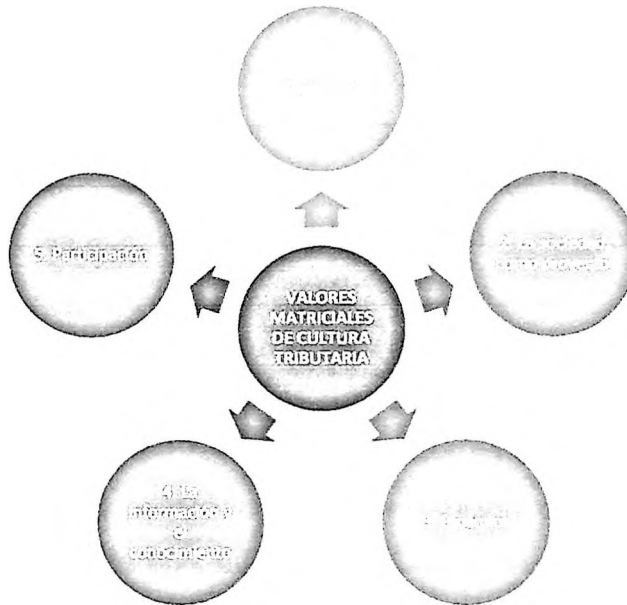


Figura: 02

Elaboración propia

1. Pacto social: Las sociedades están llamadas a hacer un nuevo pacto social. La naturaleza pactal o contractual de la sociedad moderna se hace cada día más evidente a los ciudadanos tengan compromisos acuerdos y responsabilidades, el resultado será compartido. Las instituciones sociales, Estados, poderes, gobiernos, partidos, sistemas tributarios, que no se mueven en esa dirección, se ven a sí mismas crecientemente aisladas, faltas de credibilidad y legitimidad. Los ciudadanos se resisten a ser meramente ciudadanos administrados pues aspiran ser actores responsables en la nueva sociedad.
2. La sociedad como proyecto: Un segundo rasgo estructural creciente, estrechamente relacionado con el anterior, es la percepción creciente de la sociedad como proyecto. Se siente la necesidad de hacer un nuevo

pacto, porque a la sociedad se le percibe cada vez más como lo que realmente es, un proyecto de todos y entre todos sus miembros.

3. **Dinámica:** Percibir la realidad como proyecto implica percibirla como una realidad no ya construida, sino siempre en continua construcción. La dinámica de la información, del control, de la gestión y de la participación no se detendrá, irá en aumento, y esto es lo que va a hacer que la sociedad como proyecto tenga una nueva dinámica. Desde las instituciones desde las cuales la sociedad se dirige y conduce a sí misma, las actitudes y la visión deberán, pues, ser siempre dinámicas.
4. **La información y el conocimiento:** Los anteriores rasgos estructurales no se hubiesen dado ni se dan sin un cuarto: la multiplicación de la información y del conocimiento, éste es el fruto de una revolución que apenas está comenzando, la revolución científico-tecnológica y, más concretamente aún, informática. Conocimiento aquí significa información total, transparencia, análisis riguroso, planteamiento de todos los escenarios posibles, valoración crítica de los mismos. Conscientes de la importancia de la información y del conocimiento, los ciudadanos modernos demandan tener más y mejor información y conocimiento. Con ellos, se siente en mejor capacidad de reivindicar y garantizar sus derechos, de controlar en lo que le afecta el proyecto nacional y de participar en él.
5. **Participación:** La participación de los ciudadanos en la concepción, diseño, planeación, y conducción de la sociedad como proyecto, en la definición del modelo de desarrollo humano como país, en la definición y elaboración de las políticas tributarias y en la decisión del sistema tributario que se necesita y conviene. Esta demanda nueva de participación sin duda alguna viene vinculada, en primer lugar, al hecho de percibir la sociedad como proyecto, percibirlo como realidad dinámica, y por ello sentir la necesidad de construir la sociedad como nuevo pacto social.

En resumen, éste es el tiempo actual, y éstos, algunos de los valores matriciales de la sociedad contemporánea. Un tiempo de información y de transparencia, de negociación y de pactos, de participación y de procesos. Tiempo y valores captados como los estructuralmente propios de una sociedad que se construye sobre el conocimiento.

Pues bien, si éstos son signos y valores estructurales de la actualidad, será de ellos que tendrán que derivarse las pautas para la generación de una cultura tributaria. En cuanto a los principios no hay estrategia que valga, simplemente hay que cumplir con ellos.

El sistema tributario y la Administración Tributaria tienen que ser instituciones que encarnen estos principios. A este respecto el autor menciona: “No se puede aspirar a que un sistema y una administración no coherentes con estos principios dé los frutos de cultura deseados” (Robles, 2002, p.12)

En este punto cabe hacer referencia a las pautas necesarias para la creación de una cultura tributaria; la sociedad, el Estado y el sistema tributario, deben aparecer y mostrarse como realidades ajustables que son y necesitadas de ajuste. Deben estar completamente vinculados e interrelacionados entre sí, respondiendo siempre al carácter más dinámico que aspira tener la sociedad. Y a su vez, demostrar coherencia entre todos para así lograr que las políticas adoptadas gocen de credibilidad y legitimidad.

El conjunto debe aparecer como una gran empresa moderna que formada por todos: con objetivos y metas formuladas (desarrollo humano sostenible), una entidad gestora (el Estado) y unos recursos necesarios (los provenientes entre otros vía el sistema tributario).

Esta relación de secuencia, determinada por todos, entre tipo de proyecto que queremos, Estado y sistema tributario, y repactada a través del tiempo en base a criterios de bienestar y desarrollo, “solidaridad creciente y equidad, es esencial para el alumbramiento de una cultura tributaria” (Robles, 2002, p.14)

1.1.2.1.3. Elementos de la cultura

La cultura forma todo lo que implica transformación y seguir un modelo de vida. Se dividen en:

- ❖ Concretos o materiales: fiestas, alimentos, ropa (moda), arte plasmado, construcciones arquitectónicas, instrumentos de trabajo (herramientas), monumentos representativos históricos.
- ❖ Simbólicos o espirituales: creencias (filosofía, espiritualidad/religión), valores (criterio de juicio moral y/o ética), actos humanitarios, normas y sanciones (jurídicas, morales, convencionalismos sociales), organización social y sistemas políticos, símbolos (representaciones de creencias y valores), arte (apreciación), lenguaje (un sistema de comunicación simbólica), tecnología y ciencia.

Dentro de toda cultura hay dos elementos a tener en cuenta:

- ❖ Rasgos culturales: porción más pequeña y significativa de la cultura, da el perfil de una sociedad. Todos los rasgos se transmiten siempre al interior del grupo y cobran fuerza para luego ser exteriorizados.

1.1.2.1.4. Características de la Cultura

De acuerdo con la apreciación de Rocher(1996), “la cultura afecta toda la actividad humana, cognoscitiva, afectiva o volitiva, pues ayuda a mejorar la sociedad. Así entonces aquí queda en evidencia que la cultura es acción y sobre todo una realidad vivida por personas”. (HERNANDEZ P, Jesus & TINEO B, Natividad & YAÑEZ R, Salvador, 2011, p.20)

Las expresiones culturales, ya sean manifestadas a través de sentimientos, pensamientos y actuación pueden ser formales o informales. Las formas de pensar, sentir y obrar deben ser compartidas por una pluralidad de personas, es decir, que éstas reglas de vida tienen carácter colectivo y consiguientemente

social. El hombre no es un ser aislado necesita compartir con sus semejantes, interactuar, socializar.

El acatamiento de normas legales requiere un pensar y obrar con formalidad. Ahora, cuando el hombre interactúa con sus semejantes, en el desempeño habitual y desenvolvimiento interpersonal, ameritará menos formalidad. Esto refleja la adaptación gradual de la cultura en el entorno donde se desenvuelva.

Otra característica, destacada, es el hecho de que “la cultura no es hereditaria, es el resultado de diversos modos y mecanismos de aprendizaje, por lo que se suele decir que la cultura es un legado social”. (HERNANDEZ P, Jesus & TINEO B, Natividad & YAÑEZ R, Salvador, 2011, p.20)

De las anteriores reflexiones es posible inferir, que la cultura como hecho social está presente en el quehacer cotidiano del hombre, que aprende de su diario interactuar con los miembros de la sociedad, que tal y como afirma Herrero, no es hereditaria, sino aprendida, en la medida que se expone a procesos de aprendizaje, más aún hoy que los nuevos paradigmas en educación defienden el modelo Constructivista y colaboran con ellos.

1.1.2.1.5. Definición de Cultura Tributaria

La cultura se refiere al conjunto de valores, conocimientos, valoraciones y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación el mismo se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento constante de las obligaciones tributarias en base al entendimiento, , la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias, Golia indica que la cultura tributaria es “el conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de creencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación”. (Golia, 2003, p.1).

Así mismo Méndez define como cultura tributaria:

“Como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes”. (Méndez, 2004, p. 123-137).

1.1.2.1.6. Pautas de la cultura tributaria

El fortalecimiento de la cultura tributaria en el país no es un proceso que se puede dar de un momento a otro, el contrario implica la puesta en práctica de ciertas acciones basadas en la dinámica social y requerimientos de los contribuyentes. Establecer algunas pautas que pueden ser consideradas (Robles, 2002, p.13), estas son:

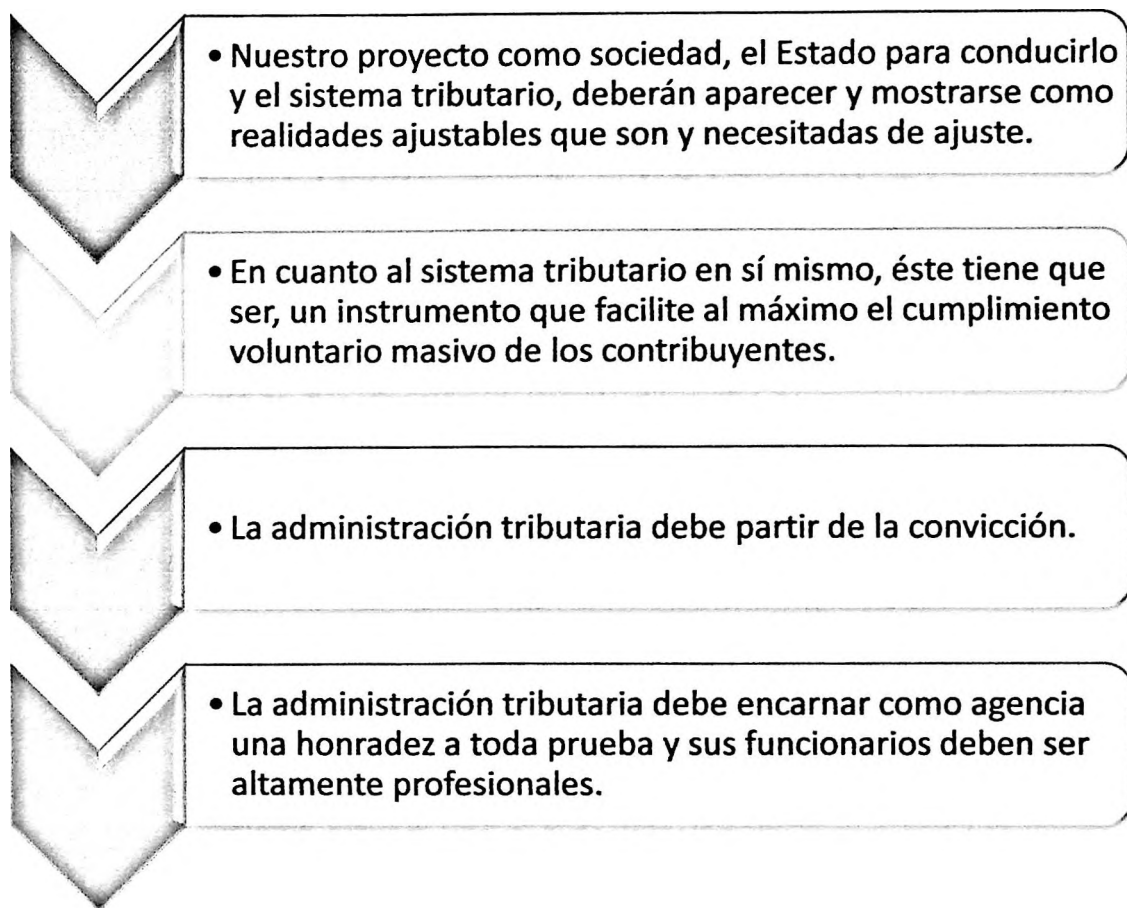


Figura: 03

Elaboración propia

Fuente: ROBLES, Cultura Tributaria. Algunas pautas a seguir en su creación, 2002

Este autor menciona los aspectos que se consideran necesarios y pertinentes para el logro de una cultura tributaria verdaderamente beneficiosa para el Estado, la sociedad y los contribuyentes en general. Por lo tanto, se plantea el carácter dinámico del sistema tributario, sus obligaciones con los contribuyentes y el papel que debe asumir la Administración Tributaria para la consecución de las metas establecidas en estos aspectos. Estas pautas son fundamentales para garantizar que los contribuyentes tengan una cultura tributaria, que lo motive a cumplir voluntariamente con sus deberes en materia fiscal. Un contribuyente consciente de su rol en la sociedad y por sobre todo, dispuesto a contribuir en su desarrollo.

1.1.2.1.7. Cumplimiento Voluntario

A pesar que en la práctica es muy difícil establecer qué parte del incumplimiento es intencional o qué parte no lo es, la Administración Tributaria utiliza estrategias diferentes para combatir estos tipos de incumplimiento. El énfasis en la educación, la difusión y la orientación al contribuyente está dirigido a minimizar esa parte del incumplimiento de carácter no intencional. Mientras que el uso de la fiscalización está más bien dirigido a combatir el incumplimiento intencional.

El cumplimiento voluntario según SUNAT suele definirse como:

La declaración correcta de la obligación tributaria en el momento apropiado y de acuerdo a las regulaciones tributarias. Esta definición no asume nada a priori sobre las motivaciones de los contribuyentes, por lo que el incumplimiento incluye una sub-declaración de ingresos debido tanto a un acto intencional como a una desinformación, confusión, negligencia o descuido. (SUNAT, 2004, p.2)

El carácter “voluntario” o “involuntario” del cumplimiento estaría delimitado por la participación de la Administración Tributaria. Sólo si el cumplimiento se da sin mediar su participación, se diría que es “voluntario”. En estricto, el cumplimiento tributario voluntario se da cuando el contribuyente cumple correctamente con pagar sus obligaciones en la fecha adecuada. Sin embargo, en la práctica, puede también interpretarse que hay cumplimiento voluntario cuando el contribuyente cumple correctamente con sus obligaciones por propia decisión, sin mediar el accionar de la Administración Tributaria.

1.1.2.1.8. Factores que influyen en el cumplimiento voluntario

Algunos de los factores que influyen en el cumplimiento tributario serían por ejemplo, según: (SUNAT, 2004, p.3)

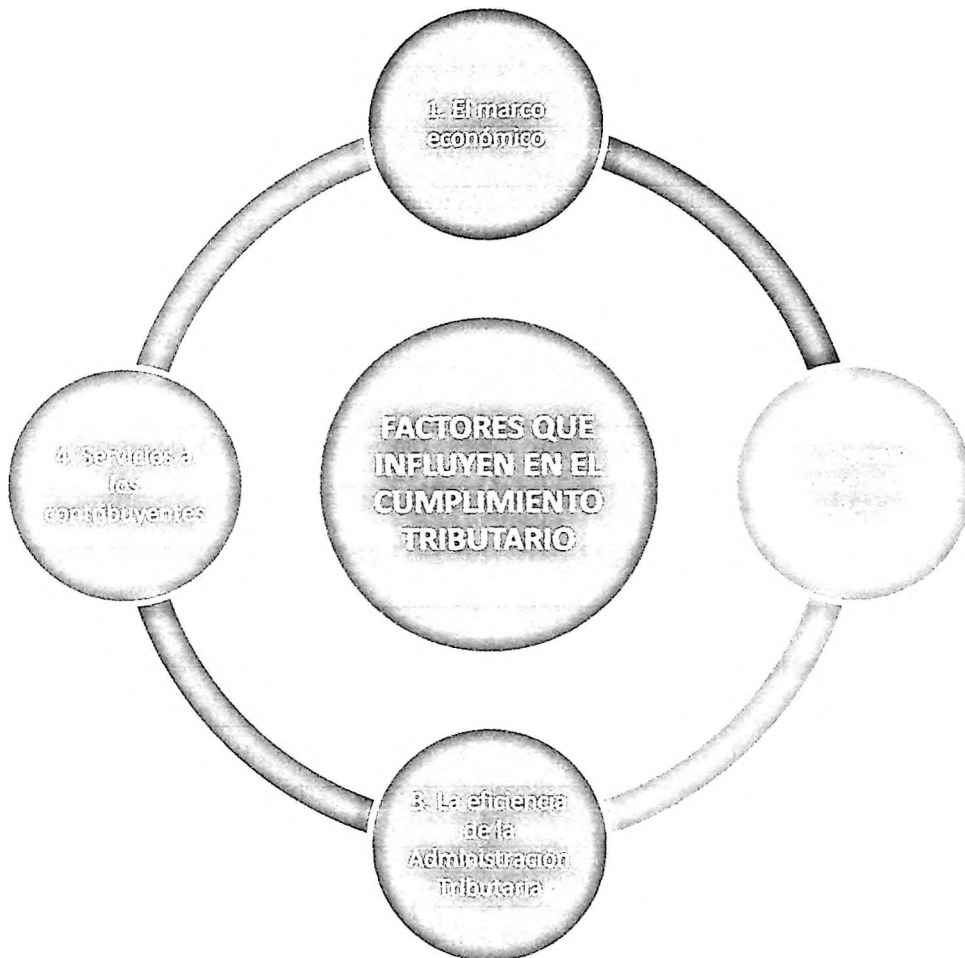


Figura: 04

Elaboración propia

Fuente: SUNAT, Estrategia de la SUNAT para promover el cumplimiento voluntario, 2004

1. El marco económico: La situación económica de un país es el punto de partida y el marco dentro del cual se desarrolla la relación entre el contribuyente y la Administración Tributaria. La literatura existente sobre incumplimiento tributario ha afirmado la existencia de una relación directa entre el nivel de ingresos de una economía y el cumplimiento tributario. Aun cuando exista todavía una discusión sobre la validez de esta proposición, lo cierto es que la experiencia empírica muestra que

los esfuerzos que debe realizar la Administración Tributaria para fomentar el cumplimiento tributario voluntario son mayores en un contexto de recesión que en uno de bonanza.

2. **Un Sistema Tributario eficaz:** Los contribuyentes evalúan su decisión de cumplir con sus obligaciones tributarias en función a sus términos de intercambio con el Estado y en función de su posición relativa respecto a otros contribuyentes. En ese sentido, si los contribuyentes perciben una desigualdad entre el intercambio de su poder de compra en el mercado versus los servicios que reciben por parte del Estado, o si perciben un trato desigual y perjudicial respecto a otros contribuyentes, estarán más inclinados a evadir.
3. **La eficiencia de la Administración Tributaria:** Mientras más efectiva sea la Administración Tributaria en el control y fiscalización del cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, menos evasión fiscal habrá. En el Perú, los ciudadanos requieren necesariamente la constante y permanente presencia de la Administración Tributaria.
4. **Servicios a los contribuyentes:** El cumplimiento voluntario sería más efectivo y eficiente, en el sentido de tener menores costos administrativos y de cumplimiento, si la Administración Tributaria pusiera mayor énfasis en la asistencia a los contribuyentes para el cumplimiento de sus obligaciones. El acceso a la información así como la posibilidad de recibir orientación y educación tienen una gran influencia en el cumplimiento tributario en tanto disminuyen los costos administrativos y de cumplimiento, fomentan el pago voluntario y desarrollan conciencia tributaria.

1.1.2.1.9. Carencia de una conciencia tributaria

Una conciencia tributaria, significa que una sociedad se ha estancado en su desarrollo, en el sentido de cooperación de los individuos con el Estado.

El deficiente nivel del cumplimiento de las obligaciones tributarias son de diversa naturaleza, la falta de conciencia tributaria es uno de ellos y tiene gran importancia, ya que en buena esta refleja la relación entre el Contribuyente y La Administración Tributaria. De ahí que la confianza en la Administración Tributaria, el nivel del gasto público y el destino de los impuestos son factores que influyen de manera decisiva en la conducta de los contribuyentes.

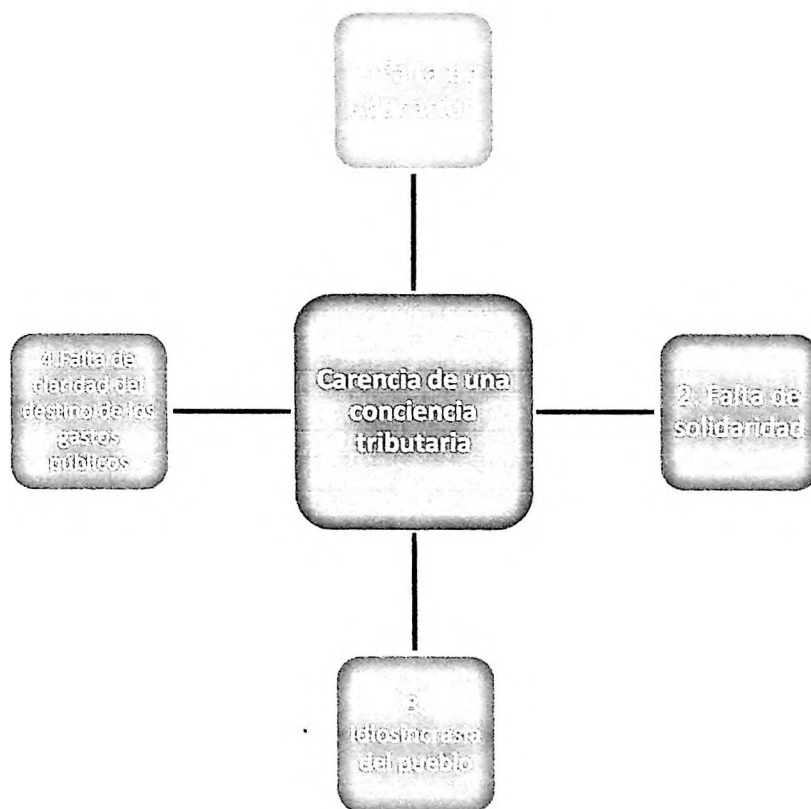


Figura: 05

Elaboración propia

Por tanto, al profundizar en el análisis de la falta de conciencia tributaria, se puede afirmar que su origen está en:

1. Falta de educación: Este es sin dudas un factor de gran importancia y que prácticamente es el sostén de la conciencia tributaria. La educación que encuentra en la ética y la moral sus basamentos preponderantes, debe elevar ambos atributos a su máximo nivel, de esta forma, cuando los mismos son incorporados a los individuos como verdaderos valores y patrones de conducta, el mismo actúa y procede con equidad y justicia.
2. Falta de solidaridad: El Estado debe prestar servicios, y para tal fin necesita de recursos, y cuando no cuenta con los mismos no puede cumplir los fines de su existencia. Estos recursos deben provenir de los sectores que están en condiciones de contribuir, y el Estado debe a través del cumplimiento de sus funciones, volcarlos hacia los sectores de menores ingresos.
3. Idiosincrasia del pueblo: Este factor está íntimamente vinculado con la falta de solidaridad, vista como el no concebir al impuesto como el precio que tenemos que pagar por vivir en sociedad y la cultura facilista que tenemos al pensar que siempre existe una salida fácil para todos los problemas.
4. Falta de claridad del destino de los gastos públicos: Este concepto es quizás el que afecta en forma directa la falta del cumplimiento voluntario, toda vez que, la sociedad reclama cada día más que el Estado preste todos los servicios públicos en forma adecuada y le exige una mayor transparencia en el uso de los recursos. Pagar los impuestos no es malo, lo malo es rehuirlos. Sin embargo, el Estado deberá demostrar el uso apropiado, correcto, honesto, transparente y positivo de los ingresos obtenidos del ciudadano.

Reflexionando, tengo que mencionar que estos cuatro puntos mencionados influyen mucho en la población, pues mientras no se tome en serio la

educación, falta de solidaridad, la cultura tributaria y tener claro los gastos públicos la sociedad no mejorará.

1.1.2.1.10. Importancia de promover la Cultura Tributaria

La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. Pero hay “contextos sociales en los que se percibe una ruptura o disfunción entre la ley, la moral y la cultura, estos tres sistemas regulan el comportamiento humano”. (Roca, Carolina 2008, p. 69). La cultura ciudadana, es un conjunto de programas y proyectos orientado a mejorar las condiciones de la convivencia ciudadana mediante un cambio conductual consciente, partiendo de la premisa de que la modificación voluntaria de los hábitos y creencias de la colectividad puede llegar a ser un componente crucial de la gestión pública, del gobierno y la sociedad civil.

No pueden llevarse a cabo políticas tributarias o fiscales verdaderamente eficaces sin contar con el conglomerado humano, para ello, debe tomarse en cuenta el factor humano y social. Todas las normas y planificaciones tributarias corren el riesgo de ser estériles si no se presta la debida atención a las creencias, actitudes, percepciones y formas de conducta de los ciudadanos, a su moral personal y colectiva, e incluso a sus ideas sobre el modo de organizar la convivencia.

Por ese motivo es la importancia especialmente en aquellas sociedades aquejadas por una conciencia tributaria débil y un Estado poco funcional, factores que generalmente se ven acompañados y agudizados por situaciones de crisis de valores sociales que refuerzan la hipótesis del divorcio entre cultura, moral y ley.

En este contexto, la educación tributaria de ninguna manera puede reducirse a la enseñanza de prácticas que solamente capaciten para atender los requerimientos del régimen impositivo, tampoco puede limitarse al ámbito de la

formalidad fiscal, el orden legal y las razones de su cumplimiento, sino debe ser, necesariamente, una educación orientada hacia el cambio cultural y la revaloración de lo ético dentro del conjunto social.

La Educación Tributaria es considerada como una actividad que solo concierne a los adultos y el pagar sus tributos es de ellos, bajo este contexto, los jóvenes no tendrían que preocuparse por la tributación ya que serían totalmente ajenos al hecho fiscal hasta que no se incorporaran a la actividad económica y estuvieran obligados al cumplimiento de obligaciones tributarias formales, en este sentido la educación tributaria de los ciudadanos más jóvenes carecería de sentido desde otra perspectiva.

Pero en realidad se observa que los jóvenes, desde edades muy tempranas ya empiezan a incorporarse a la actividad económica no sólo a través de la familia y la escuela, estos empiezan muy pronto a tomar decisiones económicas como consumidores de bienes y servicios. El hecho de que los jóvenes no estén sujetos a obligaciones tributarias concretas no significa que sean totalmente ajenos a la tributación.

El sistema educativo tiene como función formar e informar a los contribuyentes y a los jóvenes y decisiva para la comunidad puesto que en un enfoque práctico, operativo la vertiente formativa es tan importante como la informativa en el desarrollo de un pueblo, proceso mediante el cual los individuos aprenden a conformar su conducta a las normas vigentes en la sociedad donde viven.

En la socialización de los individuos tiene una influencia decisiva el núcleo familiar. Pero, a medida que el individuo se va haciendo adulto, dicha influencia pasa a ser ejercida también, y de forma no menos poderosa, por otras instituciones entre las que cabe destacar el sistema educativo. La forma en que el sistema educativo puede actuar transmitiendo el valor "deber tributario" como parte de los deberes sociales, puesto que el incumplimiento fiscal es una conducta asocial, influirá en la actitud que se adopte ante el sistema fiscal. Y éste es un factor decisivo para el cumplimiento tributario.

Es importante también reconocer que la escuela está hoy involucrada en esa tarea que la conducta fiscal adulta sería distinta si se educara adecuadamente desde niños y jóvenes de la sociedad, como ya se viene haciendo en otros países. El sistema educativo puede preparar a los jóvenes para el momento en que deban cumplir sus obligaciones como contribuyentes, impartiendo una serie de conocimientos básicos que expliquen el sentido, el alcance y la finalidad de los impuestos.

1.1.2.1.11. Percepciones y actitudes.

La vida social y la modificación de conductas parten de las percepciones y creencias que las personas tienen sobre las entidades y los líderes que las dirigen. En el caso peruano, por ejemplo, durante muchos años y en la actualidad la imagen del estado o de otras instituciones del estado están relacionadas con la corrupción, inadecuado uso de los recursos, enriquecimiento ilícito de ex funcionarios y muy poco aporte de los recursos públicos al desarrollo de las comunidades.

La formación de cultura tributaria se relaciona con un concepto de ciudadanía fiscal, el cual ofrece una perspectiva más integral de la fiscalidad, en la que por una parte confluyen el deber ciudadano de tributar, el financiamiento de los derechos y el sostenimiento del Estado y, por la otra, el buen uso de los recursos, la transparencia del gasto, la rendición de cuentas y la importancia de la auditoría social o veeduría ciudadana.

Delgado Lobo menciona que:

Pero la esencia de la cultura tributaria no condiciona el cumplimiento a la reciprocidad ni a ningún otro elemento externo, sino lo percibe como una responsabilidad irrenunciable y que existe por sí sola, libre de cualquier factor que pueda disminuirla o condicionarla. De ahí que acciones para el desarrollo de la cultura tributaria requieran de procesos que permitan el surgimiento de cambios, tanto de percepciones como de actitudes en lo individual y en lo social, que se traduzcan en la aportación consciente

y voluntaria de los impuestos. Esto no resta importancia, por supuesto, a las acciones que mejoren la transparencia del gasto público, la función social de los impuestos y la credibilidad de la institución encargada de recolectar los ingresos públicos. (DELGADO, 2011, p.70)

1.1.2.1.12. Objetivos y finalidades de la educación fiscal.

La educación fiscal tiene como objetivo primordial transmitir ideas, valores y actitudes favorables a la responsabilidad tributaria y contrarios a las conductas defraudadoras. su finalidad no es tanto facilitar contenidos académicos con contenidos morales, sino deba tratarse en el aula como un tema de responsabilidad ciudadana. Ello se traduce en asumir las obligaciones tributarias, primero porque lo manda la ley, y después porque se trata de un deber cívico, poniendo de relieve qué efectos tiene el incumplimiento de estas obligaciones sobre el individuo y sobre la sociedad.

De este modo, la educación fiscal debe convertirse en un tema para:

- ❖ Identificar los distintos bienes y servicios públicos.
- ❖ Conocer el valor económico y la repercusión social de los bienes y servicios públicos.
- ❖ Reconocer las diversas fuentes de financiación de los bienes y servicios públicos, especialmente las tributarias.
- ❖ Establecer los derechos y las responsabilidades a que da lugar la provisión pública de bienes y servicios.
- ❖ Interiorizar las actitudes de respeto por lo que es público y, por tanto, financiado con el esfuerzo de todos y utilizado en beneficio común.
- ❖ Asimilar la responsabilidad fiscal como uno de los valores sobre los que se organiza la convivencia social en una cultura democrática, identificando el cumplimiento de las obligaciones tributarias con un deber cívico.
- ❖ Comprender que la fiscalidad, en su doble vertiente de ingresos y gastos públicos, es uno de los ámbitos donde se hacen operativos los valores de equidad, justicia y solidaridad en una sociedad democrática.

La educación fiscal, por tanto pretende proporcionar a los ciudadanos más jóvenes unos esquemas conceptuales sobre la responsabilidad fiscal que les ayuden a incorporarse a su rol de contribuyentes con una conciencia clara de lo que es un comportamiento lógico y racional en una sociedad democrática. (Delgado Lobo, 2011, p.84)

1.1.2.2. Variable dependiente: Obligación Tributaria

1.1.2.2.1. Obligación Tributaria

Obligación, es un término que procede del latín obligatio y que refiere a algo que una persona está forzada a hacer por una imposición legal o por una exigencia moral. La obligación crea un vínculo que lleva al sujeto a hacer o a abstenerse de hacer algo de acuerdo a las leyes o las normativas.

Tributario, por su parte, es aquello perteneciente o relativo al tributo, un concepto que puede utilizarse para nombrar a la entrega de dinero al Estado para las cargas públicas. Un tributo, en ese sentido, es un impuesto.

Como consecuencia de la aplicación de los tributos, según la legislación, se entiende que se forman obligaciones y deberes, derechos y potestades, los cuales configuran la relación jurídico-tributaria entre el obligado tributario y la Administración.

En base a esto, podríamos definir la obligación tributaria como aquella englobada dentro de la relación jurídico-tributaria, que surge como consecuencia de la aplicación de los tributos. Si se incumple la obligación tributaria viene la sanción tributaria. Son, entonces, conceptos distintos el de obligación tributaria y sanción tributaria.

Los actos y convenios de los particulares, más allá de sus consecuencias jurídico-privadas, no pueden alterar los elementos de la obligación tributaria de cara a la Administración. En la que definitivamente los contribuyentes tienen que cumplir con sus obligaciones.

Una primera clasificación de las obligaciones tributarias diferencia entre las materiales y las formales.

La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. Debemos tener presente que la Obligación es un vínculo de naturaleza jurídica, y la "prestación" es el contenido de la obligación, esto es, la conducta del deudor tributario. En este sentido, la conducta o prestación del deudor tributario es el "pagar la deuda tributaria", la finalidad o el objeto de la obligación es que el deudor tributario pague la deuda tributaria, y si no lo hace, la Administración se encuentra facultada para exigirle coactivamente o forzosamente el cumplimiento de la misma.

1.1.2.2.2. Nacimiento de la Obligación Tributaria

La configuración del hecho imponible (aspecto material), su conexión con una persona, con un sujeto (aspecto personal), su localización en determinado lugar (aspecto espacial) y su consumación en un momento real y fáctico determinado (aspecto temporal), determinarán el efecto jurídico deseado por la ley, que es el nacimiento de una obligación jurídica concreta, a cargo de un sujeto determinado, en un momento también determinado.

El vínculo obligacional que corresponde al concepto de tributo nace, por fuerza de la ley, de la ocurrencia del hecho imponible. El Código Tributario Peruano establece que "La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación".

El MCTAL señala en su artículo 18 que "La obligación tributaria surge entre el Estado u otros entes públicos y los sujetos pasivos en cuanto ocurre el presupuesto de hecho previsto en la Ley". Vemos como este artículo (tal como lo señala la exposición de motivos del MCTAL) pone de relieve el carácter personal de la obligación tributaria, con esto se aclara que ciertas obligaciones que aparentemente inciden sobre cosas o efectos (por ejemplo los derechos

aduaneros y los impuestos inmobiliarios) mantienen el carácter personal de la relación obligacional.

En sentido similar, el artículo 13 del código del CIAT establece que “La obligación tributaria surge entre el Estado y los sujetos pasivos en cuanto ocurre el presupuesto de hecho previsto en la ley. Constituye un vínculo de carácter personal aunque su cumplimiento se asegure mediante garantía real o con privilegios especiales”. En el comentario de este artículo se señala que se establece en forma explícita la naturaleza jurídica de la obligación tributaria, caracterizándola como una obligación legal y personal.

De acuerdo a lo establecido en el artículo 3 del Código Tributario: “La Obligación Tributaria es exigible: i) Cuando deba ser determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por Ley o reglamento, y a falta de este plazo, a partir del décimo sexto día del mes siguiente al nacimiento de la obligación, y tratándose de tributos administrados por la SUNAT, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado en el artículo 29 del Código Tributario o en la oportunidad prevista en las normas especiales en el supuesto contemplado en el inciso e) de dicho artículo (tributos a la importación) y ii) Cuando deba ser determinada por la Administración Tributaria, desde el día siguiente al vencimiento del plazo para el pago que figure en la resolución que contenga la determinación de la deuda tributaria. A falta de este plazo, a partir del décimo sexto día siguiente al de su notificación”.

1.1.2.2.3. Determinación de la Obligación Tributaria.

La Determinación de la obligación tributaria consiste en el acto o conjunto de actos emanados de la administración, de los particulares o de ambos coordinadamente, destinados a establecer en cada caso particular, la configuración del presupuesto de hecho, la medida de lo imponible y el alcance de la obligación. Por la Determinación de la obligación tributaria, el Estado provee la ejecución efectiva de su pretensión.

Como sabemos, la ley establece en forma general las circunstancias o presupuestos de hecho de cuya producción deriva la sujeción al tributo. Este mandato indeterminado (supuesto hipotético, abstracto) tiene su secuencia en una operación posterior, mediante la cual la norma de la ley se particulariza, se individualiza y se adapta a la situación de cada persona que pueda hallarse incluida en la Hipótesis de Incidencia Tributaria.

En este orden de ideas, la situación hipotética contemplada por la ley se concreta y exterioriza en cada caso particular, en materia tributaria, insistimos, este procedimiento se denomina determinación de la obligación tributaria.

En algunos casos se utiliza en forma indistinta "Determinación" que "Liquidación", sobre esto, debemos precisar que, estamos ante conceptos jurídicos distintos, la liquidación (en nuestra legislación) tiene un sentido restringido, debido a que se encuentra vinculado al aspecto final del proceso de determinación de la Obligación, que tiene que ver con la cuantificación de la obligación, por lo tanto la liquidación es parte de la determinación.

Considerando lo señalado en el párrafo anterior, debemos precisar que el MCTAL precisa en la exposición de motivos de los artículos 132 a 138 que "...La Comisión ha adoptado la expresión "determinación" por ser corriente en diversos países, pero no desconoce que algunas veces se ha reemplazado por otras. Así, es frecuente el uso del vocablo liquidación y también el de accertamento, buscando con esta última una equivalencia de la expresión italiana "accertamento" ".

En este mismo orden de ideas, el artículo 132 del MCTAL señala que "ocurridos los hechos previstos en la ley como generadores de una obligación tributaria, los contribuyentes y demás responsables deberán cumplir dicha obligación por sí cuando no proceda la intervención de la administración. Si ésta correspondiere, deberán denunciar los hechos y proporcionar la información necesaria para la determinación del tributo".

El concepto de determinación cuando es efectuado por la administración tributaria lo encontramos en el artículo 133 "La determinación por la

administración es el acto que declara la existencia y cuantía de un crédito tributario o su inexistencia”; y en el artículo 134 cuando se efectúa por el contribuyente “La determinación se efectuará de acuerdo con las declaraciones que presenten los contribuyentes y responsables en el tiempo y condiciones que establezca la autoridad administrativa,…”.

En la exposición de motivos del artículo 133 se da una definición del acto administrativo por el cual se determina la obligación, estableciéndose que es aquél que declara la existencia y cuantía de un crédito o su inexistencia. El concepto incluye, no sólo la noción clásica de determinación, referente a la existencia o inexistencia de la obligación y el carácter declarativo de este pronunciamiento de la administración, sino que agrega también el aspecto de la fijación de la cuantía del crédito tributario.

En conclusión, la Determinación es el procedimiento mediante el cual, el deudor tributario verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria señala la base imponible y la cuantía del tributo. Por su parte, la Administración Tributaria verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, identifica al deudor tributario, señala la base imponible y la cuantía del tributo. De esta manera, La Determinación está destinada a establecer:

- I. La configuración del presupuesto de hecho,
- II. La medida de lo imponible
- III. El alcance de la obligación.

La Determinación de la obligación tributaria tiene por finalidad establecer la deuda líquida exigible consecuencia de la realización del hecho imponible, esto es, de una realidad preexistente, de algo que ya ocurrió. Por esta razón, la determinación tiene efecto declarativo y no constitutivo. Pero no reviste el carácter de una simple formalidad procesal, sino que es una condición de orden sustancial o esencial de la obligación misma. Como hemos indicado anteriormente, la obligación nace con el presupuesto del tributo, por esa razón la determinación tiene siempre efecto declarativo

El artículo 59 del Código Tributario establece que: Por el acto de determinación de la obligación tributaria: El deudor tributario verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, señala la base imponible y la cuantía del tributo. Por su parte, La Administración Tributaria verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, identifica al deudor tributario, señala la base imponible y la cuantía del tributo.

El concepto de base imponible surge de los siguientes conceptos: i) La Materia Imponible es la manifestación de riqueza considerada por el legislador, en forma particular, al establecer el tributo, ii) La Base de Cálculo, es el criterio establecido por la ley para delimitar y medir la materia gravada, y iii) El Monto o Valor Imponible, es la magnitud resultante de las bases de cálculo y su reducción a una expresión numérica, mediante la formulación de las operaciones aritméticas necesarias, sobre la que recaerá el porcentaje, tasa o alícuota tributaria.

De lo indicado en el párrafo anterior, podemos concluir que, “señalar la base imponible”, significa señalar la “base de cálculo”, y señalar la “cuantía del tributo” significa indicar el “monto o valor imponible”.

El Código Tributario Peruano que fue modificado mediante Decreto Supremo No. 133-2013-EF con fecha 24/06/2013, señala mediante el artículo 59 que la determinación supone la individualización de los componentes de la obligación tributaria, y se trata sólo de la verificación de un hecho nacido por disposición de la ley. En este sentido, la legislación peruana otorga carácter declarativo a la determinación de la obligación tributaria.

Lo señalado anteriormente algunas veces declara la existencia y cuantía de la obligación tributaria a cargo del sujeto deudor ya que como señala el doctor César Talledo “existen situaciones en que la determinación no tiene el contenido antes indicado, por ejemplo: Si la determinación tiene lugar por el obligado para i) la declaración de pérdidas, ii) la declaración de patrimonio o ingresos exonerados, iii) la declaración sin cálculo alguno por no haber realizado operaciones...”.

Es por ello, que el doctor Talledo ensaya la siguiente definición de la determinación: “La determinación es el acto por el que se define la situación jurídica de un sujeto a consecuencia de la aplicación del tributo o del goce de un beneficio.” Coincidimos con el parecer del doctor Talledo, en el sentido que, el concepto de determinación del artículo 59 del Código Tributario es aplicable en todos aquellos casos en que “la situación jurídica objeto de la determinación corresponda al nacimiento de la obligación tributaria”. Esto significa que la determinación no necesariamente tiene por finalidad declarar la existencia y cuantía de la obligación, pero por lo general de eso se trata.

1.1.2.2.4. La Declaración Tributaria

La Declaración es la transmisión de información a la Administración Tributaria efectuada por el sujeto pasivo, esta transmisión de información puede utilizar diversos tipos de vías, física, virtual, entre otras. Asimismo, la Administración se comunica con el administrado mediante actos administrativos, siendo estos actos administrativos “declaraciones”, esto es transmisión de información.

En este sentido, nuestro Texto Único Ordenado del Código Tributario, aprobado por Decreto Supremo N° 135-99-EF de fecha 19/08/199, modificado por Decreto Supremo 133-2013.EF de fecha 22/06/2013, mediante el Artículo 88 precisa que “La declaración tributaria es la manifestación de hechos comunicados a la Administración Tributaria en la forma establecida por Ley, Reglamento, Resolución de Superintendencia o norma de rango similar, la cual podrá constituir la base para la determinación de la obligación tributaria”.

Debemos aclarar que esta declaración puede tener la naturaleza jurídica de informativa o determinativa. Cuando un Deudor Tributario tiene que comunicarle a la Administración asuntos relacionados con la determinación tributaria, puede suceder que la declaración efectuada no tenga errores, o que los tenga, por ejemplo es común que:

- I. Se presente una declaración por un período gravable debiendo corresponder a otro
- II. Se determine renta neta cuando en realidad se ha obtenido pérdida neta

- III. Se declare como gravados ingresos que se encuentren exonerados
- IV. Se declare ser contribuyente de un municipio cuando en realidad lo es de otro
- V. Se incurra en errores de cálculo en la determinación de la Obligación Tributaria.

Debido a que al legislador le interesa que la determinación se produzca con plena adecuación a la situación jurídica a que se refiere, se procura una solución. En esta medida, se ha previsto que luego de efectuada una declaración, el deudor tributario pueda presentar otra que reemplace a la que se está modificando. En este sentido, la modificación de la declaración inicial puede ser de parte del propio contribuyente o de parte de la Administración Tributaria. Si la modificación proviene de parte del contribuyente, esta puede ser una declaración determinativa sustitutoria o rectificatoria. Así, el artículo 88 del Código Tributario establece que la Declaración referida a la determinación de la Obligación Tributaria podrá ser sustituida dentro del plazo de presentación de la misma. Vencido este plazo, podrá presentarse una declaración rectificatoria. La Declaración Rectificatoria surtirá efectos con su presentación siempre que determinen igual o mayor obligación; en caso contrario, surtirá efectos si en un plazo de 60 (sesenta) días hábiles siguientes a la presentación de la declaración rectificatoria, la Administración Tributaria no emitiera pronunciamiento sobre la veracidad y exactitud de los datos contenidos en dicha declaración rectificatoria.

Asimismo, recordemos que el artículo 1 de la Ley 27444 (Ley del Procedimiento Administrativo General) señala que “Son actos administrativos, las DECLARACIONES de las entidades que, en el marco de normas de derecho público, están destinadas a producir efectos jurídicos sobre los intereses, obligaciones o derechos de los administrados dentro de una situación concreta”.

1.1.2.2.5. Recaudación Tributaria

La recaudación de los tributos como base de todo sistema impositivo

Para hablar de una auténtica reforma enfocada al aumento de la recaudación, en lo personal apuesto por la preparación de cuadros administrativos en la fase de liquidación, inspección y recaudación. La reforma tributaria requiere una reforma administrativa.

En este sentido tenemos la experiencia española de la Reforma Fiscal silenciosa que se efectuó en el periodo de 1900 a 1940, emprendida principalmente por el profesor Flores menciona que: “esta reforma se caracterizó por enfocarse a la gestión eficaz del tributo, por eso se le tildó de silenciosa, los esfuerzos se aplicaron principalmente a promover la eficiencia y estabilidad en la gestión del tributo”.

1.1.2.2.6. Medidas para mejorar la recaudación fiscal

En primer lugar se requiere una legislación menos complicada, que el contribuyente comprenda, y hacer menos gravosas las cargas no fiscales para los contribuyentes - Las relaciones tributarias administrativas son de tracto sucesivo, por lo tanto, en ocasiones resultan más gravosas que el simple pago del tributo -. En este sentido, la administración pública debe ser eficiente, estable, con buena preparación y buena remuneración. También se requiere sistematizar los impuestos.

1.1.2.2.7. Principales impuestos en el Perú

En cuanto a los principales tributos que recauda el Perú, se fundamenta en tres tipos de impuestos:

- ❖ Impuesto a la Renta (IR), grava los ingresos de las personas naturales y jurídicas, que provienen del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores siempre que tengan una fuente durable y capaz de generar ingresos periódicos.
- ❖ Impuesto General a las Ventas (IGV), grava la producción y el consumo, así mismo es un impuesto que se aplica en las operaciones de venta e importación de bienes, así como en la prestación de distintos servicios comerciales, en los contratos de construcción o en la primera venta de inmuebles..
- ❖ Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) los dos últimos gravan la producción y el consumo, es el impuesto que se aplica sólo a la producción o importación de determinados productos como cigarrillos, licores, cervezas, gaseosas, combustibles, etc.

1.1.2.2.8. Procesos de Control

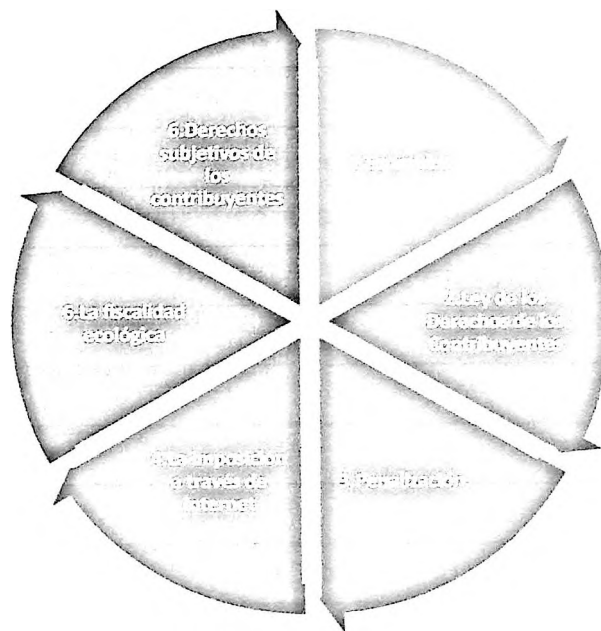


Figura: 06

Elaboración propia

1. Estímulos: Un estímulo importante para los contribuyentes es proporcionar mejores servicios públicos, seguridad social, seguridad pública y educación. Actualmente, el Estado ofrece mínimos prestacionales en calidad de sus servicios.
2. Ley de los Derechos de los Contribuyentes: Establecer un marco legal en el que se mencionen expresamente los derechos y obligaciones de los contribuyentes, lo cual genera certeza y seguridad, y sobre todo confianza en el contribuyente.
3. Penalización: No admitir componendas entre los presuntos inculpados e infractores y las autoridades fiscales.
4. La imposición a través de Internet: Respecto a la tributación sobre el comercio electrónico, es necesaria la cooperación entre países, para lograr un óptimo nivel de recaudación.

5. La fiscalidad ecológica: Establecer la contribución por gasto, en razón del deterioro del medio ambiente, como instrumento preventivo y protector del ecosistema.

6. Derechos subjetivos de los contribuyentes: El Estado debe reconocer un conjunto de derechos subjetivos al contribuyente, como el derecho a la información de lo recaudado, la responsabilidad patrimonial de la hacienda pública del Estado y la declaración general de inconstitucionalidad tributaria.

1.1.1. Marco conceptual.

Cultura

Según la UNESCO (1996): La cultura es el conjunto de los rasgos definitivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Obligación

La obligación tributaria es una prestación jurídica patrimonial, constituyendo, exclusivamente, una obligación de dar, de entregar sumas de dinero en la generalidad de los casos o dar cantidades de cosas, en las situaciones poco frecuente en la que el tributo es fijado en especie, para que el Estado cumpla sus cometidos, pero siempre se trata de obligación de dar. (LEAL, 2003, p.113)

Tributación

La tributación se refiere al conjunto de obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, sus propiedades, mercancías o servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transporte, comunicaciones, educación, sanidad, vivienda, etc. (GARCIA, 2009, p.35)

1.2. El problema de investigación:

1.2.1. Determinación del problema

La recaudación de tributos en el Perú se fundamenta en tres tipos de impuestos: el Impuesto a la Renta (IR), el Impuesto General a las Ventas (IGV) y el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC). El primero grava los ingresos de las personas naturales y jurídicas. Los dos últimos gravan la producción y el consumo. La complejidad de las normas, las altas tasas de impuestos, la exagerada cantidad de beneficios tributarios direccionados hacia sectores o grupos específicos, la presencia de impuestos anti técnicos, la concentración de la carga tributaria en unos pocos formales y la existencia de un código tributario frondoso y complejo, desalientan el cumplimiento de la obligación tributaria; quizá por ello es que “los empresarios peruanos desapruaban la política tributaria actual (86.3%) y que el 60.6% de ellos no confía en la SUNAT” (Grupo de Opinión Pública,2004,p.2)

Las actividades económicas se han desarrollado de acuerdo a un proceso en el cual las empresas fueron apareciendo como respuesta a las necesidades de la población; esto originó a su vez el surgimiento de nuevos sectores productivos como son los centros comerciales, las cuales puede decirse que tuvieron su origen en el pequeño comercio en donde lógicamente de acuerdo a la estructura económica desempeñaron un trabajo capaz de satisfacer las necesidades básicas de los consumidores.

El incumplimiento tributario constituye un problema nacional y local, los comerciantes se caracterizan por una fuerte tendencia a no cumplir con sus obligaciones tributarias de forma voluntaria, sino bajo presión de la administración tributaria, por temor a las sanciones y multas que genera el incumplimiento de sus obligaciones. En particular en los comerciantes del Centro Comercial Polvos Azules, se puede percibir una cultura tributaria débil reflejada en el incumplimiento de sus obligaciones tributarias; debido a que no cuentan con los conocimientos básicos sobre sus obligaciones tributarias, no le asignan un valor a la función social del tributo, y por el escaso nivel de conciencia tributaria.

La finalidad de la presente investigación es conocer el nivel de incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Polvos Azules.

1.2.2. Formulación del problema de investigación

1.2.2.1. Problema general

- ❖ ¿Cuál es el nivel de incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules?

1.2.2.2. Problemas específicos

- ❖ ¿De qué modo influye las actitudes frente al deber de contribuir en las obligaciones tributarias en el Centro comercial Polvos azules?
- ❖ ¿Cómo contribuye los servicios sociales en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules?
- ❖ ¿De qué manera es significativa la gestión tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro comercial Polvos Azules?

1.2.3. Objetivos de la investigación:

1.2.3.1. Objetivo general.

- ❖ Determinar el nivel de incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules

1.2.3.2. Objetivos específicos

- ❖ Conocer cómo influye las actitudes frente al deber de contribuir en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.
- ❖ Determinar cómo contribuye los servicios sociales en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.
- ❖ Identificar como es significativa la gestión tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

1.2.4. Justificación de la investigación

1.2.4.1. Justificación teórica

El presente trabajo de investigación se justifica debido a la trascendencia que ejerce la Cultura Tributaria en las obligaciones tributarias de los comerciantes del Centro Comercial Polvos Azules, considerando que la cultura es el conjunto de conocimientos, modos de vida y costumbres de una sociedad determinada, o bien como el conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

1.2.4.2. Justificación practica

Esta investigación tiene por finalidad informar a nuestra población estudiada de que para que el Estado pueda cumplir con su obligación constitucional de velar por el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que ésta requiere, necesita de recursos que provienen principalmente de los tributos pagados por los contribuyentes. El pago de los impuestos puede llevarse a cabo utilizando la coerción o apelando a la razón. La fuerza se manifiesta en las leyes y en su cumplimiento obligatorio, mientras que la razón sólo puede estar dada por una Cultura Tributaria con bases sólidas.

No puede obviarse que un estímulo (o desestímulo) importante para la tributación lo constituye el manejo y destino de los fondos públicos, aparte de que, para muchos ciudadanos, tributar es un acto discrecional, relacionado con su percepción positiva o negativa sobre el uso de los fondos. Uno de los objetivos de la educación fiscal debe ser, precisamente, romper ese círculo vicioso y hacer conciencia de que la tributación no sólo es una obligación legal, sino un deber de cada persona ante la sociedad. Además, se le debe convencer de que cumplir con tal responsabilidad le confiere la autoridad moral necesaria para exigir al Estado que haga un uso correcto y transparente de los recursos públicos. A efecto de fortalecer la Cultura Tributaria se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.

1.2.4.3. Justificación metodológica

El trabajo estudiado hemos notado que la gran mayoría de la Comerciantes no colabora, siendo muy difícil de hacerles cambiar de parecer, este es un problema, que por su naturaleza debe ser atacada de raíz, para ello es de mucha necesidad la aplicación de una agresiva cultura tributaria, que se comprometa con la educación tributaria, inculcando el reconocimiento de

valores básicos de la ciudadanía y la sociedad implantando estos conceptos en los alumnos de la Educación Básica Regular – EBR; este es un proyecto de mediano y largo plazo, que se verán los resultados de aquí unos cuantos años, siendo los que disfruten de los beneficios de este proyecto nuestros descendientes,

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Hipótesis

2.1.1. Hipótesis General

- ❖ La Cultura Tributaria Adecuada generara un incremento en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules

2.1.2. Hipótesis Especifica

- ❖ Las actitudes frente al deber de contribuir influirán en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules
- ❖ Los servicios sociales contribuirá en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules
- ❖ La gestión tributaria sería significativa en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules

2.2. Variables

2.2.1. Definición conceptual de la variable

Cultura tributaria

Comportamiento responsable ante la necesidad de recursos para beneficio general y para mayor equidad de la ciudad. De esta definición destacan tres (3) indicadores fundamentales los cuales son.

- 1) Conciencia ciudadana sobre fuentes y usos de los recursos de la ciudad.
- 2) Disposición tributaria: Actitud más positiva ante la tributación y censura social a la evasión.
- 3) Confianza tributaria: Confianza en el buen uso de los recursos recaudados.

En cuanto a la formación de una cultura tributaria, se tiene que, obtener una profunda y arraigada cultura tributaria que logre cambios en el comportamiento del contribuyente. Esto es cuestión de tiempo. Para ello, no se puede hablar de rapidez o de éxitos en el corto plazo. La adquisición de un determinado comportamiento cultural, en los aspectos económico, social y político es lenta. La cultura, a la que se le reconocen virtudes modeladoras, de identidad y arraigo, tiene su propio ritmo.

2.2.2. Definición Operacional de las variables

Obligación Tributaria

La obligación tributaria como aquella englobada dentro de la relación jurídico-tributaria, que surge como consecuencia de la aplicación de los tributos. Si se incumple la obligación tributaria viene la sanción tributaria. Son, entonces, conceptos distintos el de obligación tributaria y sanción tributaria.

Tabla N° 1: Operacionalización de la variable

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES
Variable Independiente: "X"	<p>Entendemos el conjunto de rasgos distintivos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una sociedad respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria.</p>	<p>La variable cultura tributaria se estudiará en base a sus dimensiones de la actitud frente al deber de contribuir, servicios sociales y gestión tributaria, y su incidencia en las obligaciones tributarias.</p>	<p>Actitud frente al deber de contribuir</p>	Compromiso tributario
				Disciplina tributaria
Variable Dependiente: "Y"	<p>Es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria.</p>	<p>La variable obligación tributaria se basará en las dimensiones impuestos y capacidad, y se estudiará la incidencia que genera la variable cultura tributaria en esta variable.</p>	<p>Servicios sociales</p>	Confianza tributaria
				Disposición tributaria
Variable Dependiente: "Y"	<p>Es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria.</p>	<p>La variable obligación tributaria se basará en las dimensiones impuestos y capacidad, y se estudiará la incidencia que genera la variable cultura tributaria en esta variable.</p>	<p>Gestión tributaria</p>	Cargas sociales
				Servicios públicos de calidad
Variable Dependiente: "Y"	<p>Es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria.</p>	<p>La variable obligación tributaria se basará en las dimensiones impuestos y capacidad, y se estudiará la incidencia que genera la variable cultura tributaria en esta variable.</p>	<p>Gestión tributaria</p>	Servicios al Contribuyente
				Contribuye con la sociedad
Variable Dependiente: "Y"	<p>Es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria.</p>	<p>La variable obligación tributaria se basará en las dimensiones impuestos y capacidad, y se estudiará la incidencia que genera la variable cultura tributaria en esta variable.</p>	<p>Gestión tributaria</p>	Sistema Tributario eficaz
				Servicios al Contribuyente
Variable Dependiente: "Y"	<p>Es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria.</p>	<p>La variable obligación tributaria se basará en las dimensiones impuestos y capacidad, y se estudiará la incidencia que genera la variable cultura tributaria en esta variable.</p>	<p>Impuestos</p>	Eficiencia de la Administración Tributaria
				Impuesto a la renta
Variable Dependiente: "Y"	<p>Es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria.</p>	<p>La variable obligación tributaria se basará en las dimensiones impuestos y capacidad, y se estudiará la incidencia que genera la variable cultura tributaria en esta variable.</p>	<p>Capacidad</p>	Impuesto a las ventas
				Sujeto de crédito financiero
Variable Dependiente: "Y"	<p>Es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria.</p>	<p>La variable obligación tributaria se basará en las dimensiones impuestos y capacidad, y se estudiará la incidencia que genera la variable cultura tributaria en esta variable.</p>	<p>Capacidad</p>	Oportunidad de negocio
				Beneficios tributarios

Tabla: 01

Elaboración propia

2.3. Metodología

Según la naturaleza: El presente trabajo de investigación es un estudio de tipo **descriptivo correlacional**, debido a que busca describir y explicar el impacto de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules. En la que usaremos el método observacional.

Según el tiempo en que se efectúan: En la investigación se estudian los fenómenos y sucesos que se dan en un corto período.

Según la naturaleza de la información: El diseño a emplear es **cuantitativo**, puesto que es una investigación que recoge los datos utilizando encuestas a los comerciantes del Centro Comercial Polvos Azules respecto a la cultura tributaria y las obligaciones tributarias.

2.4. Diseño

Es de tipo No experimental, debido a que no se manipularan las variables. Diseño Básico, **No experimental, Transversal y Descriptivo**, porque tiene como objetivo indagar la incidencia de las variables en los comerciantes, asimismo describirá la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

2.5. Tipos de estudio

Estudio Descriptivo correlacional

2.6. Población, muestra y muestreo

Población: La población está formada por 1.500 comerciantes en general, de los cuales se tomara 1,050 que corresponde al Régimen General y el Régimen Especial del Centro Comercial Polvos Azules del distrito de La Victoria.

Fuente: SUNAT

Muestra

Nuestra muestra se considerara a través de un muestreo probabilístico y aleatorio simple, calculado a partir de un total de (n: 1050 comerciantes del Centro Comercial Polvos Azules) y tal como lo menciona el autor a través de la formula establecido. Kerlinger, (2006: 122)

$$\text{Formula: } n = \frac{N \times Z_{\infty}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\infty}^2 \times p \times q}$$

$$\text{Reemplazando: } n = \frac{1\ 050 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.95}{0.0454^2 \times (1\ 050 - 1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95} = 281$$

Monto de la muestra: n = 281 comerciantes del Centro Comercial Polvos Azules del distrito de La Victoria, los mismos que han sido encuestados a partir nuestro calculo determinado a partir del pto. 3.2.1),

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se aplicarán en la presente investigación es la Encuesta. El instrumento que se aplicará en la presente investigación será una encuesta, los mismos que han sido validados a Juicio de expertos.

2.8. Métodos de análisis de datos

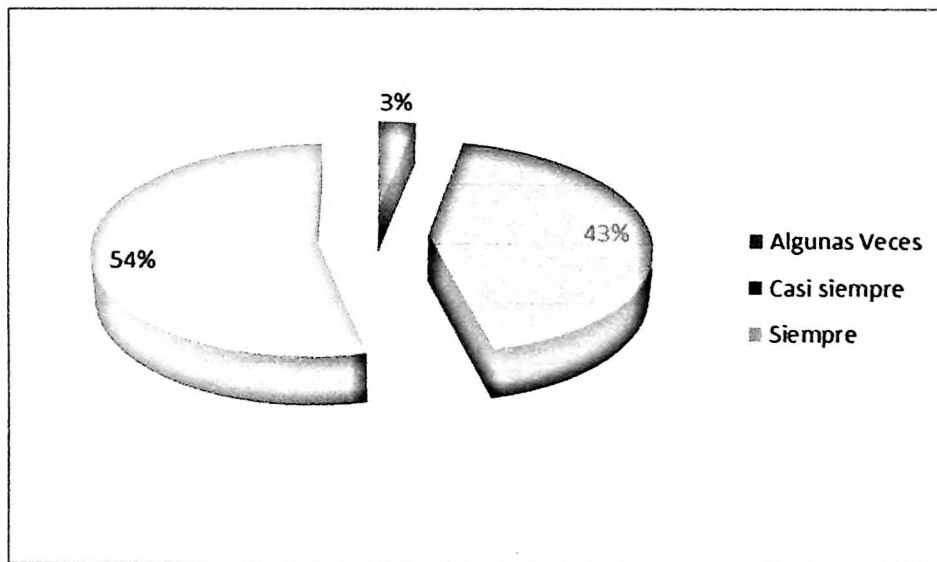
Después que el instrumento es aplicado, se procederá a realizar el análisis estadístico en el Programa SPSS, para obtener la tabla, los gráficos y la interpretación, así como la validez y confiabilidad de la hipótesis mediante el Chi cuadrado.

III. RESULTADOS

Tabla N° 02 ¿Usted Cumple con su obligación tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas Veces	9	3,2	3,2
	Casi siempre	121	43,1	46,3
	Siempre	151	53,7	100,0
	Total	281	100,0	100,0

Figura N° 07: ¿Usted Cumple con su obligación tributaria?

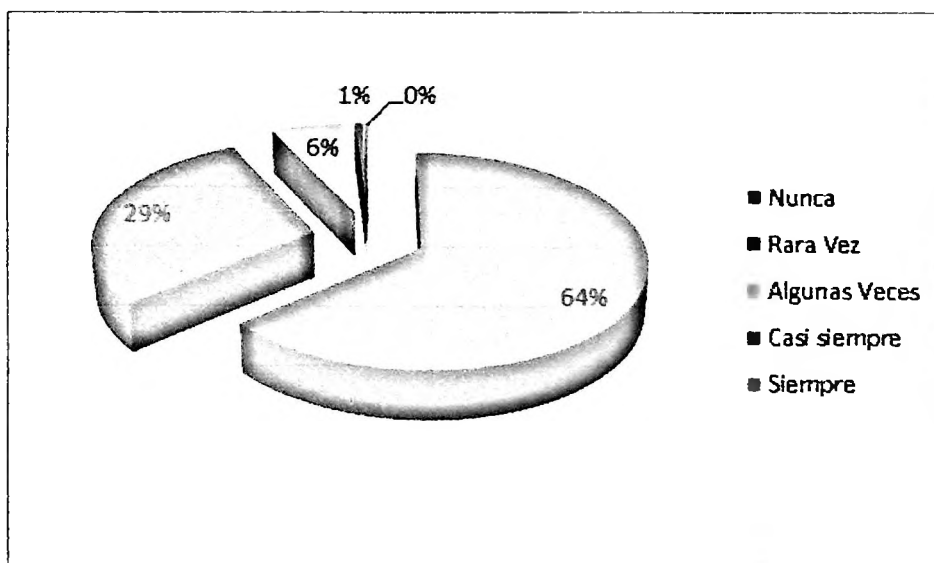


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le pregunto: **¿Cumple con su obligación tributaria dentro del plazo?**, da como resultado que el 54 % siempre cumple con sus obligaciones tributarias, sin embargo también se puede apreciar que el 3 % algunas veces y el 43% casi siempre cumple con sus obligaciones tributarias, con esta información se desmiente la respuesta de la tabla N° 4 y figura N° 3 y se confirma que efectivamente los comerciantes no entregan comprobantes de pago en su totalidad.

Tabla N° 03: ¿Usted está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	179	63,7	63,7	63,7
Rara Vez	82	29,2	29,2	92,9
Algunas Veces	17	6,0	6,0	98,9
Casi siempre	2	,7	,7	99,6
Siempre	1	,4	,4	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 08: ¿Usted está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano?

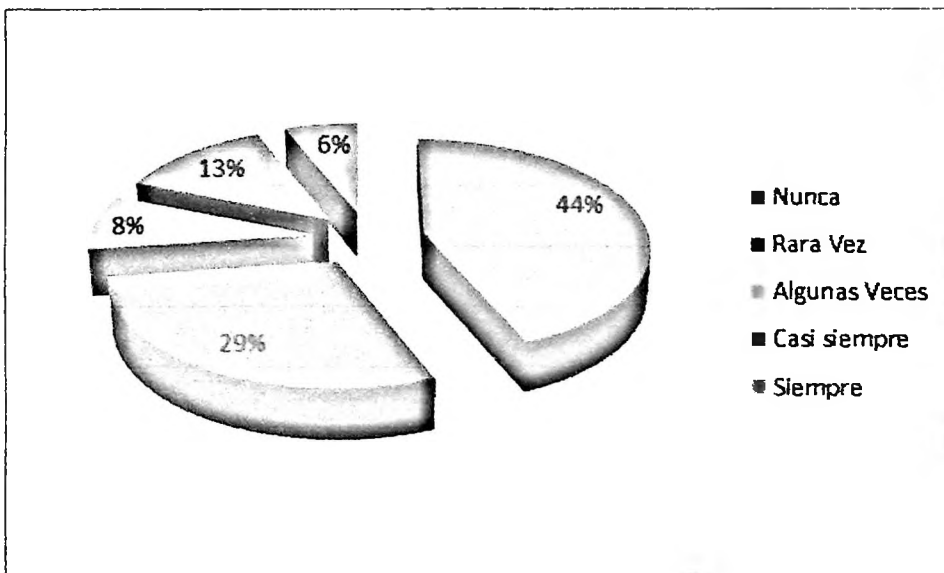


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Usted está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano?**, el 64% de los comerciantes no está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano, esto se debe primordialmente a la calidad de educación, falta de servicios de salud e inseguridad ciudadana, ya que este mismo sería uno de los motivos para no cumplir con las obligaciones tributarias.

Tabla N° 04: ¿Usted recibe orientación y educación por parte de SUNAT?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	123	43,8	43,8	43,8
Rara Vez	82	29,2	29,2	73,0
Algunas Veces	23	8,2	8,2	81,1
Casi siempre	36	12,8	12,8	94,0
Siempre	17	6,0	6,0	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 09: ¿Usted recibe orientación y educación por parte de SUNAT?

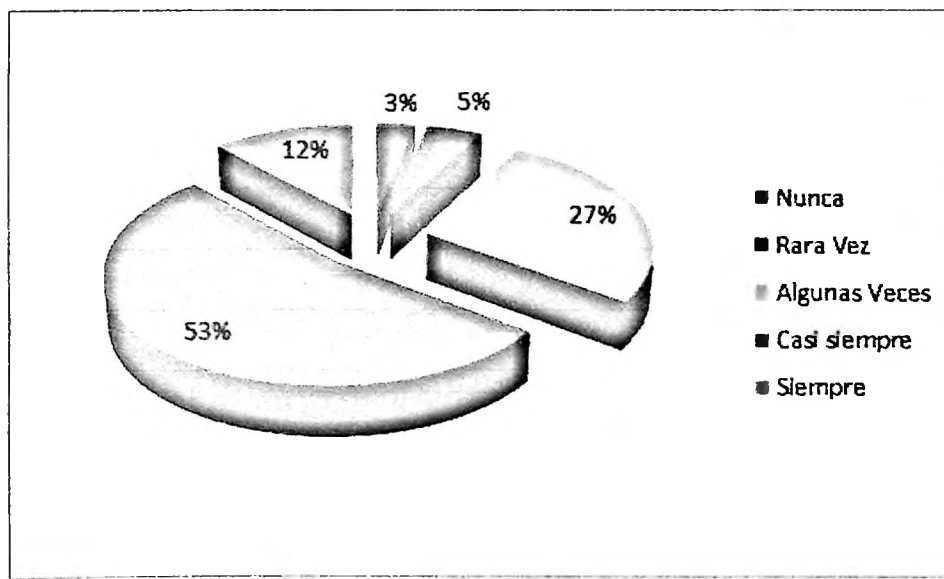


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Usted recibe orientación y educación por parte de SUNAT?** a lo que respondieron, el 44% de los comerciantes no recibió orientación y educación de parte de SUNAT, así mismo indican cuando fueron atendidos recibieron por el contrario una atención rápida y poco informativa.

Tabla N° 05: ¿Usted al contar con el RUC, le ha permitido acceder nuevas oportunidades de negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	9	3,2	3,2
	Rara Vez	13	4,6	7,8
	Algunas Veces	77	27,4	35,2
	Casi siempre	149	53,0	88,3
	Siempre	33	11,7	100,0
	Total	281	100,0	100,0

Figura N° 10: ¿Usted al contar con el RUC, le ha permitido acceder nuevas oportunidades de negocio?



Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Usted al contar con el RUC, le ha permitido tener clientes de todo tipo?**, el 53% de los comerciantes pudo acceder a nuevas oportunidades de negocio, ya que mediante el ruc pudieron implementar diferentes medios de pago, ventas por catálogo e importación.

Descripción

Hipótesis General H1

H1: La Cultura Tributaria Adecuada generara un incremento en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

Tabla N° 06- (Cultura Tributaria & Obligaciones tributarias)- Pruebas de chi-cuadrado.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado	.364(b)	1	.023		
Corrección por continuidad(a)	.010	1	.977		
Razón de verosimilitudes	.336	1	.562		
Estadístico exacto de Fisher				.619	.428
Asociación lineal por lineal	.358	1	.550		
N de casos válidos	281				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 1 casillas (5.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4.28

Esta tabla permite apreciar la existencia de relación significativa al nivel del 0.05 de la variable Cultura Tributaria Adecuada con la variable Obligaciones tributarias sus resultados indican que existe un 97.7% de confianza de que las correlaciones sean verdaderas y una probabilidad de error menor al 5.0%.De acuerdo a la tabla de valores de Ch², la relación encontrada = 0.977 pto. para nuestra relación bilateral.

Hipótesis específicas HE1

H1: Las actitudes frente al deber de contribuir influirán en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

Tabla N°07– (Actitudes frente al deber de contribuir & Obligaciones tributarias) - Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilatera l)	Sig. exacta (unilater al)
<i>Chi-cuadrado</i>	.234(b)	1	.033		
<i>Corrección por continuidad(a)</i>	.007	1	.967		
<i>Razón de verosimilitudes</i>	.225	1	.635		
<i>Estadístico exacto de Fisher</i>				.692	.448
<i>Asociación lineal por lineal</i>	.230	1	.631		
<i>N de casos válidos</i>	281				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 1 casillas (5.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4.48

Esta tabla permite apreciar la existencia de relación significativa al nivel del 0.05 del indicador Capacitaciones para mejorar habilidades directivas para su organización y resolver conflictos en el personal con la variable Planteamientos estratégicos, sus resultados indican que existe un 96.7% de confianza de que las asociaciones sean verdaderas y una probabilidad de error menor al 5%. De acuerdo a la tabla de valores de Pearson, la relación encontrada = .967 pto. para la dimensión de Actitudes frente al deber de contribuir, en tanto que para la dimensión Obligaciones tributarias, esta es de 3,2988 respectivamente.

Hipótesis específicas HE2

H2: • Los servicios sociales contribuirá en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

Tabla N°08– (Servicios sociales & Obligaciones tributarias)- Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilater al)	Sig. exacta (unilater al)
Chi-cuadrado	.234(b)	1	.032		
Corrección por continuidad(a)	.007	1	.968		
Razón de verosimilitudes	.225	1	.222		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.684
Asociación lineal por lineal	.230	1	.263		
N de casos válidos	281				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 1 casillas (5.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6.84.

Esta tabla N° 03 permite apreciar la existencia de relación significativa al nivel del 0.05 de Relación con los demás con la variable Conflicto en el personal táctico, sus resultados indican que existe un 95% de confianza de que las asociaciones sean verdaderas y una probabilidad de error menor al 5%. De acuerdo con la tabla de valores de media, para el indicador sobre Servicios sociales y Obligaciones tributarias, es de 0.032 pts. respectivamente.

Hipótesis específicas HE3

H3: • La gestión tributaria sería significativa en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

Tabla N°09– (Gestión tributaria & Obligaciones tributarias) - Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilatera l)
Chi-cuadrado	1.276(b)	1	.002		
Corrección por continuidad(a)	.527	1	.998		
Razón de verosimilitudes	1.491	1	.222		
Estadístico exacto de Fisher				.428	.244
Asociación lineal por lineal	1.255	1	.263		
N de casos válidos	281				

a Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b 1 casillas (5.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2.44.

Esta tabla N° 03 permite apreciar la existencia de relación significativa al nivel del 0.05 de Relación con los demás con la dimensión Planteamientos estratégicos y tácticos de las habilidades del personal de toda la organización y el desarrollo, sus resultados indican que existe un 95% de confianza de que las asociaciones sean verdaderas y una probabilidad de error menor al 5%. De acuerdo con la tabla de valores de media, para el indicador sobre Gestión tributaria y Obligaciones tributarias respectivamente.

Prueba de las hipótesis:

Hipótesis General H1

1º Planteamiento de hipótesis:

H0: La Cultura Tributaria Adecuada no generara un incremento en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

H1: La Cultura Tributaria Adecuada generara un incremento en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

2º Niveles de significación:

$\alpha = 0.05$ (con 95% de confianza)

3º Estadístico de prueba:

Prueba de Ch2

4. Resultados:

Tabla N° 10 - Resumen de relación de ch2

	<i>Cultura Tributaria & Obligaciones tributarias</i>
<i>Relación de ch2</i>	<i>.977</i>
<i>Sig. (bilateral)</i>	<i>,023</i>
<i>Suma de cuadrados y productos cruzados</i>	<i>-1,000</i>
<i>Covarianza</i>	<i>,026</i>
<i>N</i>	<i>281</i>

** La relación es significativa al nivel 0,05 (unilateral).*

5. Conclusión:

De la aplicación del estadístico de prueba de Ch2 el resultado de Relación se muestra con un índice de, 977, es decir 97.7 %, con un índice de libertad de ,023 o 2.3%, con lo que validamos la hipótesis alterna que sugiere que "La Cultura Tributaria Adecuada generara un incremento en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules", validándola.

Hipótesis Específica H2

1º Planteamiento de hipótesis:

H0: •Las actitudes frente al deber de contribuir no influirán en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

H1: •Las actitudes frente al deber de contribuir influirán en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

2º Niveles de significación:

$\alpha = 0.05$ (con 95% de confianza)

3º Estadístico de prueba:

Prueba de χ^2 .

4. Resultados:

Tabla N°11 - Resumen de relación de χ^2

	<i>Actitudes frente al deber de contribuir & Obligaciones tributarias</i>
<i>Relación de χ^2</i>	<i>,967</i>
<i>Sig. (bilateral)</i>	<i>,033</i>
<i>Suma de cuadrados y productos cruzados</i>	<i>,025</i>
<i>Covarianza</i>	<i>,026</i>
<i>N</i>	<i>281</i>

** La relación es inversamente significativa al nivel 0,05 (unilateral). (-1 * Aceptación de normas)*

5. Conclusión:

De la aplicación del estadístico de prueba de χ^2 el resultado de Relación se muestra con un índice de 0,967, es decir 96.7%, con un índice de libertad de ,033 o 3.3%, con lo que validamos la hipótesis alterna que sugiere que "Las actitudes frente al deber de contribuir influirán en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules", validándola.

Hipótesis Específica H3

1º PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS:

H0:• Los servicios sociales no contribuirá en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

H1: Los servicios sociales contribuirán en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

2º NIVELES DE SIGNIFICACIÓN:

$\alpha = 0.05$ (con 95% de confianza)

3º ESTADÍSTICO DE PRUEBA:

Prueba de Ch2.

4. Resultados:

Tabla N°12 - Resumen de relación de Ch2

	<i>Servicios sociales & Obligaciones tributarias</i>	
<i>Relación de Ch2</i>	1	.968
<i>Sig. (bilateral)</i>		,032
<i>Suma de cuadrados y productos cruzados</i>	,775	,034
<i>Covarianza</i>	,045	,026
<i>N</i>	100	281

** La relación es inversamente significativa al nivel 0,05 (unilateral). (-1 * Relación con los demás)*

5. Conclusión:

De la aplicación del estadístico de prueba CH2, el resultado de Relación se muestra con un índice de 0.968, es decir 96.8%, con un índice de libertad de ,032o 3.2 %, con lo que validamos la hipótesis alterna que sugiere que "Los servicios sociales contribuirá en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules", validándola.

Hipótesis Específica H3

1º PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS:

H0: •La gestión tributaria no sería significativa en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

H1: •La gestión tributaria sería significativa en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules.

2º NIVELES DE SIGNIFICACIÓN:

$\alpha = 0.05$ (con 95% de confianza)

3º ESTADÍSTICO DE PRUEBA:

Prueba de Ch2.

4. Resultados:

Tabla N° 13 - Resumen de relación de Ch2

		<i>Gestión tributaria & Obligaciones tributarias</i>
<i>Relación de Ch2</i>	<i>1</i>	<i>,998</i>
<i>Sig. (bilateral)</i>		<i>,002</i>
<i>Suma de cuadrados y productos cruzados</i>	<i>,775</i>	<i>,034</i>
<i>Covarianza</i>	<i>,045</i>	<i>,026</i>
<i>N</i>	<i>281</i>	<i>281</i>

** La relación es inversamente significativa al nivel 0,05 (unilateral). (-1 * Relación con los demás)*

5. Conclusión:

De la aplicación del estadístico de prueba Ch2 el resultado de Relación se muestra con un índice de 0,998, es decir 99.8 %, con un índice de libertad de 0,02 o 2.0 %, con lo que invalidamos la tercera hipótesis alterna que sugiere que "La gestión tributaria sería significativa en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules", validándola.

IV. DISCUSIÓN

En nuestra primera hipótesis a desarrollar vimos que La Cultura Tributaria Adecuada generara un incremento en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules. Al respecto nuestra primera variable la Cultura Tributaria, la UNESCO (1996) menciona que: La cultura es el conjunto de los rasgos definitivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. Si conectamos este tema con nuestra segunda variable que es la obligación Tributaria a este respecto (Robles, 2002, p.12) menciona que: El sistema tributario y la Administración Tributaria tienen que ser instituciones que encarnen estos principios. No se puede aspirar a que un sistema y una administración no coherentes con estos principios dé los frutos de cultura deseados, de estas dos variables estudiadas nuestra hipótesis general obtenemos la existencia de correlación significativa al nivel del 0.05 de la variable Cultura Tributaria Adecuada con la variable Obligaciones tributarias sus resultados indican que existe un 97.7% de confianza de que las correlaciones sean verdaderas y una probabilidad de error menor al 5.0%. De acuerdo a la tabla de valores de χ^2 , la correlación encontrada = 0.977 pto. Para nuestra correlación bilateral. Lo que responde a que la Cultura Tributaria Adecuada generara un incremento en las obligaciones tributarias.

En segundo punto veremos las actitudes frente al deber de contribuir influirán en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules. Esta actitud es necesario para cumplir con nuestras obligaciones de ahí (HERNANDEZ P, Jesús & TINEO B, Natividad & YAÑEZ R, Salvador, 2011, p.20) mencione lo siguiente: "que merece gran atención, es el hecho de que la cultura no es hereditaria, es el resultado de diversos modos y mecanismos de aprendizaje, por lo que se suele decir que la cultura es un legado social". Por ello podemos decir que existencia de correlación significativa al nivel del 0.05 del indicador Capacitaciones para mejorar habilidades directivas para su organización y resolver conflictos en el personal con la variable Planteamientos

estratégicos, sus resultados indican que existe un 96.7% de confianza de que las correlaciones sean verdaderas y una probabilidad de error menor al 5%. De acuerdo a la tabla de valores de Pearson, la correlación encontrada = .967 pto. Para la dimensión de Actitudes frente al deber de contribuir, en tanto que para la dimensión Obligaciones tributarias, esta es de 3,2988 respectivamente. Esta actitud frente al deber de contribuir influirá en las obligaciones tributarias.

Asimismo, en cuanto a los servicios sociales contribuirá en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules. Notamos que los servicios sociales mediante las coordinaciones en las Instituciones Educativa funciona así lo dice: Delgado Lobo M La Educación fiscal en España, la Educación Tributaria es considerada como una actividad que solo concierne a los adultos y el pagar sus tributos es de ellos, bajo este contexto, los jóvenes no tendrían que preocuparse por la tributación ya que serían totalmente ajenos al hecho fiscal hasta que no se incorporaran a la actividad económica y estuvieran obligados al cumplimiento de obligaciones tributarias formales, en este sentido la educación tributaria de los ciudadanos más jóvenes carecería de sentido desde otra perspectiva. En vista de ello se permite apreciar la existencia de correlación significativa al nivel del 0.05 de Relación con los demás con la variable Conflicto en el personal táctico, sus resultados indican que existe un 95% de confianza de que las correlaciones sean verdaderas y una probabilidad de error menor al 5%. De acuerdo con la tabla de valores de media, para el indicador sobre Servicios sociales y Obligaciones tributarias, es de 0.032 pto. Respectivamente. Bajo este esquema los servicios sociales contribuyen en las obligaciones tributarias.

Y por último la gestión tributaria sería significativa en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules. Al respecto podríamos definir la obligación tributaria como aquella englobada dentro de la relación jurídico-tributaria, que surge como consecuencia de la aplicación de los tributos. Si se incumple la obligación tributaria viene la sanción tributaria. Son, entonces, conceptos distintos el de obligación tributaria y sanción tributaria. Ante esta verdad impuesta es que en nuestro estudio estadístico nos permite apreciar la existencia de correlación significativa al nivel del 0.05 de Relación con los

demás con la dimensión Planteamientos estratégicos y tácticos de las habilidades del personal de toda la organización y el desarrollo, sus resultados indican que existe un 95% de confianza de que las correlaciones sean verdaderas y una probabilidad de error menor al 5%. De acuerdo con la tabla de valores de media, para el indicador sobre Gestión tributaria y Obligaciones tributarias respectivamente. Podremos mencionar que la gestión tributaria es significativa en las obligaciones tributarias.

Para finalizar tengo que mencionar que al realizar un análisis de nuestro antecedente nacional encontraremos que en el caso del Salvador, en una investigación desarrollada por Hernández, cuyo tema es "Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en la planificación fiscal de la empresa Inversiones Vadami C.A., ubicada en la ciudad de Carupano, Municipio Bermúdez del Estado Sucre", Se concluyó que el personal cuenta con la preparación adecuada para realizar la planificación fiscal, pero carece de otras herramientas indispensables como: medios y recursos tecnológicos, manejo eficiente de las normativas y conocimiento de la incidencia que ejerce la cultura tributaria en las demás áreas empresariales. Lo que podemos apreciar que en caso de esta empresa sus profesionales están adecuadamente preparados para realizar la planificación fiscal pero que aún no cuentan con el manejo eficiente de las normativas y conocimiento que ejerce la cultura tributaria. Si realizamos una comparación con nuestro trabajo encontraremos que existe una similitud pues en nuestro país pues la cultura tributaria aún tiene que ser desarrollada en sus ciudadanos.

Asimismo el autor León su trabajo estudio Estrategias de cultura tributaria para los comerciantes de expendio de licores de la Parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio Barinas, menciona que uno de sus problemas más evidentes es que el Estado pueda cumplir con su obligación constitucional de velar por el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que ésta requiere, si esto es posible entonces será mucho más fácil diseñar estrategias que fomenten la cultura tributaria, en los comerciantes. En este aspecto si realizamos una comparación con nuestro estudio veremos que existe una similitud muy cercana a nuestra realidad, lo que en general podemos

mencionar que a nivel Latino América aún hace mucha falta la cultura Tributaria que a nuestro entender debe ser aplicada con más intensidad a nivel de comerciantes mediante cursos, charlas, volantes etc. Y a nivel de Instituciones Educativas a todas toda la juventud peruana.

Contamos con el estudio de Sr. Salas Cohaguila en su estudio Tesis para optar el grado de: contador público, Titulado "Incidencia de la Cultura Tributaria en la Evasión del Impuesto a la renta de contribuyentes de Cuarta Categoría en la ciudad de Arequipa, periodo 2010-2011". Concuerta con nuestro estudio en que la evasión tributaria es un problema que involucra a todos los sectores económicos esta se da en gran parte por la economía irregular, y las actividades ilegales por lo que se debe estimar aumento de la cultura tributaria para evitar la evasión del impuesto.

En el estudio que realizo Alejos Izaguirre, Vile & Carranza Villanueva, Edwar, sobre Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de Huaraz "virgen de Fátima", concuerda con nuestra investigación ya que la SUNAT debería brindar orientación personalizada a los contribuyentes, asimismo concientizar a los comerciantes, de que las obligaciones tributarias no sólo es una obligación legal, sino un deber formal de cada persona ante la sociedad.

V. CONCLUSIONES

- ❖ Como resultado de la investigación podemos concluir que la cultura tributaria incide en las obligaciones tributarias, esto se debe a la falta de orientación, charlas, educación y compromiso de parte de los comerciantes ante el Estado Peruano. Asimismo otros factores que influyen en el cumplimiento de las obligaciones tributaria podemos encontrar las actitudes frente al deber de contribuir, así como los servicios sociales y la gestión tributaria.
- ❖ Las actitudes frente al deber de contribuir, tiene poco influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que en el resultado de la encuesta podemos apreciar que de las personas entrevistadas indican que entregan comprobantes de pago, pero sin embargo en las publicaciones de SUNAT se puede apreciar que la gran mayoría fueron sancionados por no entregar comprobantes de pago, el mismo se puede validar con el cuestionario ¿usted cumple con su obligación tributaria?, en el cual se puede apreciar que no todos cumplen con su obligación tributaria, en base a ello se puede concluir que el compromiso y la disciplina tributaria de los comerciantes es débil.
- ❖ Los servicios sociales no incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que las contribuyentes indican que los servicios básicos que ofrece el Estado Peruano no compensa a la contribución que ellos hacen, esto se puede apreciar en la baja calidad de educación, la inseguridad ciudadana, carencia de servicios de salud y los programas sociales que no benefician a todos. Asimismo indican que la recaudación por impuestos no se encuentra bien invertido, ya que no hay información clara y transparente en cuanto al destino de la contribución, en base a este criterio los contribuyentes se resisten a cumplir con sus obligaciones tributarias.

- ❖ La gestión tributaria no ayuda al cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que los contribuyentes indican que reciben poca orientación, información y educación de parte de SUNAT, así mismo no cuentan con los medios y plataformas que permita el fácil cumplimiento de las obligaciones tributarias. Asimismo indican que el sistema tributario no se base en la equidad, porque ellos creen que la carga tributaria es para unos pocos formales, así como los beneficios tributarios.

VI. RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda fortalecer la cultura tributaria y la actitud del contribuyente frente a las obligaciones tributarias, se tiene que desarrollar una cultura tributaria que fomente la conciencia en la población, sobre la importancia de contribuir en forma responsable, esta medida ayudara a mejora las actitudes y valores de los comerciantes en referencia al cumplimiento de las obligaciones tributarias, las acciones indicadas tienen que estar basados en la educación, información y divulgaciones, estas medidas se tienen que complementar a los proyectos ya existentes. Asimismo el gobierno central debe fomentar un intercambio justo donde las ambas partes se beneficien de la misma manera.

- ❖ El estado peruano tiene que tener un rol importante en el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, mediante los programas sociales que beneficien a todo los peruanos, educación y salud de calidad y reducir los índices de inseguridad, información transparente con el destino de la recaudación tributaria para que los contribuyentes puedan saber en qué se invierte su contribución; los contribuyentes evalúan su decisión de cumplir con sus obligaciones tributarias en función a sus términos de intercambio con el Estado.

- ❖ La administración tributaria debe brindar servicios de calidad oportunos e integrales a través de medios adecuados que facilite al máximo el cumplimiento voluntario, comunicando a los contribuyentes las ventajas y desventajas, así como el riesgo de incumplir con sus obligaciones tributarias. Asimismo se debe mejorar los canales de atención para incrementar la cobertura de servicios, reducir los costos administrativos, el sistema tributario debe basarse en la equidad, todo los contribuyentes deberían tener los mismos beneficios sin diferencia alguna, esta medida permitirá que los contribuyentes sienta confianza en el sistema y administración tributario y se incrementara el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. AGUILAR ZAVALA, G. (2004). *Cultura tributaria: tópicos fiscales y laborales: guía fiscal y laboral*. España: Dofiscal.
2. ALEJOS IZAGUIRRE, VILE & CARRANZA VILLANUEVA, EDWAR (2010). *Tesis titulado "Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de Huaraz "virgen de Fátima", Setiembre 2010."*
3. ALTMANN BORBÓN, Josette & BEIRUTE BREALEY, Tatiana. (2011). *América Latina y el Caribe: Cooperación transfronteriza. De territorios de división a espacios de encuentro*. España: Teseo.
4. ARANA LANDIN, S. (2008). *Factores que inciden en el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias*. España: Editorial Dykinson.
5. BOE. (2011). *La administración tributaria y el ciudadano*. Colombia: Boletín Oficial del Estado.
6. Bravo Salas, F. (2010). *Cultura Tributaria*. Lima: SUNAT.
7. CELADOR ANGON, O. (2010). *Libertad de conciencia y Europa*. España: Editorial Dykinson.
8. DELGADO GARCIA, Ana María & OLIVER CUELLO, Rafael. (2008). *Los procedimientos en el ámbito tributario*. España: UOC.
9. DELGADO LOBO, M. (2011). *La Educación fiscal en España*
10. ESTEVEZ, Alejandro Miguel & ESPER, Susana. (2012). *Impuestos y ciudadanía en Argentina: La matriz cultural*. Argentina: Editorial Académica Española.
11. GARCÍA NOVOA, C. (2009). *El concepto del tributo*. Lima: Tax Editor.
12. GOLIA, J.(2003). SENIAT: *Evasión Cero*
13. HERNANDEZ P, Jesus & TINEO B, Natividad & YAÑEZ R, Salvador. (2011). *Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en la planificación fiscal de la empresa "Inversiones Vadani, C.A.", ubicada en la ciudad de Carupano, Municipio Bermúdez del Estado Sucre, año 2010*. Venezuela: Trabajo de grado modalidad Cursos Especiales de Grado Presentado como requisito parcial para optar el Título de Licenciado en Contaduría Pública. Universidad de Oriente.

14. KOFF, H. (2009). *Cohesión social en Europa y las Américas: Poder, Tiempo y Espacio*. España: Peter Lang.
15. LEAL GALINA, J. (2003). *La constitucionalidad de las reglas de miscelánea fiscal que establecen las declaraciones por medios electrónicos*. Tesis Licenciatura. Derecho con especialidad en Derecho Fiscal. Departamento de Derecho, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla. Mayo.
16. LEÓN, C. M. (2010). *Estrategias de cultura tributaria para los comerciantes de expendio de licores de la Parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio Barinas*. Venezuela: Anteproyecto de trabajo especial de Grado presentado para optar al Título de Especialista en Contaduría Mención Auditoría de la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado.
17. MARTINEZ MENDEZ, R. (202). *La aplicación del plazo de prescripción a las obligaciones tributarias*. Guatemala: Tesis para optar el Título Profesional en Derecho de la Universidad Francisco Marroquin.
18. MEJIA QUIROGA, G. A. (2011). *El proceso contable y su incidencia en la determinación de las obligaciones tributarias por el sujeto pasivo, Hacienda Bella Jungla, Cantón La Maná, provincia de Cotopaxi*. Ecuador: Tesis para optar el Título Profesional de Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica de Ambato.
19. MÉNDEZ, M. (2.002). "Cultura Tributaria vs. Constitución de 1999".
20. MENENDEZ MORENO, A. (2010). *Derecho financiero y tributario español. Parte general. Lecciones de cátedra*. España: Lex Nova.
21. OBERMEISTER SALAMA, M. (2011). *Medidas concretas para incrementar la cultura tributaria en Venezuela y disminuir la evasión fiscal*.
22. OTAROLA URQUIZU, C. (2009). *Economía Fiscal*. España: Plural editores.
23. QUISPE CUEVA, D. (2011). Tesis "La política Tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, año 2011" de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann de Tacna.

24. ROBLES, A. (2002). *Cultura Tributaria. Algunas pautas a seguir en su creación Exposición hecha El 10 de Mayo 2002, en la sede de la Asociación Nacional de Empleados públicos y privados (ANEP).*
25. ROCA, Carolina. *Estrategias para la formación de la cultura tributaria – Asamblea General del CIAT N° 42, Guatemala, 2008- Serie Temática Tributaria N°15 Setiembre 2011 Asistencia al Contribuyente p. 70*
26. SALAS COHAGUILA, JHONY ANGEL (2012). *Tesis Titulado “Incidencia de la Cultura Tributaria en la Evasión del Impuesto a la renta de contribuyentes de Cuarta Categoría en la ciudad de Arequipa, periodo 2010-2011”*
27. SALCEDO YOUNES, Ruth Yamile & CRUZ DE QUIÑONES, Lucy. (2010). *Modelo de código tributario para América latina: Tendencias actuales de tributación. Argentina: Universidad del Rosario.*
28. SUNAT. (2004). *Estrategia de la SUNAT para promover el cumplimiento voluntario.*
29. UNESCO. (1996). *Nuestra diversidad creativa. Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO.*
30. VILLEGAS, H. (1999). *Curso de Finanzas y Derecho Tributario. Buenos Aires: Depalma.*

VIII. ANEXOS

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA I

LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL POLVOS AZULES, LA VICTORIA, LIMA, 2013

AUTOR: DEYBY PADILLA FALERO

PROBLEMA	OBJETIVOS		HIPÓTESIS		VARIABLES E INDICADORES	
	Objetivo principal:	Objetivo secundario:	Hipótesis principal:	Indicadores	Indicadores	Ítems
¿Cuál es el nivel de incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules?	Determinar el nivel de incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules		La Cultura Tributaria Adecuada generara un incremento en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules	Actitudes frente al deber de contribuir	Compromiso tributario Disciplina tributaria Confianza tributaria Disposicion tributaria	1 2 3 4
¿De que modo influye las actitudes frente al deber de contribuir en las obligaciones tributarias en el Centro comercial Polvos azules?	Conocer como influye las actitudes frente al deber de contribuir en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules	Objetivos secundarios: Las actitudes frente al deber de contribuir influiran en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules	Hipotesis secundarios: Las actitudes frente al deber de contribuir influiran en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules	Servicios sociales	Cargas sociales Servicios publicos de calidad Contribuye con la sociedad	5 6 7
¿Cómo contribuye los servicios sociales en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules?	Determinar como contribuye los servicios sociales en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules		Los servicios sociales contribuirá en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules	Gestión tributaria	Sistema Tributario eficaz Servicios al Contribuyente Eficiencia de la Administración Tributaria	8 9 10
¿De que manera es significativa la gestión tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro comercial Polvos Azules?	Identificar como es significativa la gestión tributaria en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules		La gestión tributaria sería significativa en las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Polvos Azules	Impuestos	Variable 2: Obligaciones tributarias Indicadores Impuesto a la renta Impuesto a las ventas	Ítems 2 2
				Capacidad	Sujeto de credito financiero Oportunidad de negocio Beneficios tributarios	11 12 13

ANEXO 02

MATRIZ DE CONSISTENCIA II

LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL POLVOS AZULES, LA VICTORIA, LIMA, 2013

AUTOR: DEYBY PADILLA FALERO

TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADISTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL DESCRIPTIVA
TIPO La investigación es de tipo descriptivo correlacional, y está interesada en la determinación del grado de relación existente entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los comerciantes del Centro Comercial Polvos Azules.	POBLACIÓN La población está formada por 1.500 comerciantes en general, de los cuales se tomara 1,050 que corresponde al Régimen General y el Régimen Especial del Centro Comercial Polvos	Variable Independiente: CULTURA TRIBUTARIA Técnica : Encuesta Instrumentos: Cuestionario tipo Likert Autor: Deyby PADILLA FALERO Año: 2013 Monitoreo: XXXX Ámbito de Aplicación: Centro Comercial Polvos Azules Forma de Administración: Individual	Se utilizará el software MICROSOFT EXCEL para la elaboración de tablas y figuras estadística en la presentación de los resultados por dimensiones.
DISEÑO La investigación es de diseño no experimental, transversal; según Hernández, Fernández y Baptista (2006) no experimental porque no se realizan manipulación deliberada de las variables, y transversal, porque recopila datos en un solo	TIPO DE MUESTRA Probabilística y aleatoria simple.	Variable Dependiente: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Técnica : Encuesta Instrumentos: Cuestionario tipo Likert Autor: Deyby PADILLA FALERO Año: 2013 Monitoreo: XXXX Ámbito de Aplicación: Centro Comercial Polvos Azules Forma de Administración: Individual	INFERENCIAL Se realizará el análisis e interpretación de los resultados acorde con los objetivos de la investigación.
	TAMAÑO DE MUESTRA La muestra esta formada por 281 comerciantes del Centro Comercial Polvos Azules del distrito de La Victoria.		DE PRUEBA Se utilizará el software estadístico SPSS en su versión 19 y para la prueba de hipótesis se utilizará la prueba chi cuadrado, por medio de la cual se realizará la contrastación de la hipótesis y determinar conclusiones.

**ANEXO 03
ENCUESTA**

Marque con una "X" la respuesta que usted considere, no dejar de marcar ningún casillero

Gracias.

N	RV	AV	CS	S
NUNCA	RARA VEZ	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

DATOS GENERALES:

SEXO	
MASCULINO	<input type="checkbox"/>
FEMENINO	<input type="checkbox"/>

EDAD	
18 - 30 AÑOS	<input type="checkbox"/>
31 - 40 AÑOS	<input type="checkbox"/>
41 - 50 AÑOS	<input type="checkbox"/>
51 A MAS	<input type="checkbox"/>

Nro.	ITEMS	N	RV	AV	CS	S
1.	¿Usted emite comprobantes de pago?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	¿Cumple con su obligación tributaria dentro del plazo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	¿Cree Usted que las instituciones públicas, hacen buen de los recursos provenientes de los impuestos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	¿Cree usted que la informalidad es el principal problema del País?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	¿Cree usted, que la carga social, no ayuda en el ahorro económico?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	¿Cree usted que el Estado Peruano brinda servicios públicos de calidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	¿Cree usted que la recaudación por impuestos, contribuye con el desarrollo de la sociedad Peruana?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nro.	ITEMS	N	RV	AV	CS	S
8.	¿Usted considera que el Sistema tributario se basa en la equidad?					
9.	¿Usted recibe orientación y educación por parte de SUNAT?					
10.	¿Usted cree que la Administración Tributaria es eficiente en el control y fiscalización de las obligaciones tributarias?					
11.	¿Cumplir con sus obligaciones tributarias, le ha permitido acceder a créditos financieros?					
12	¿Usted al contar con el RUC, le ha permitido acceder nuevas oportunidades de negocio?					
13	¿Usted ha obtenido beneficios tributarios, de parte de SUNAT?					

ANEXO 04

VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Teniendo en cuenta que todo instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales, que son la validez y la confiabilidad, se aplicó el Método de fiabilidad del instrumento a través del Alfa de Cronbach, (Cuestionario – CULTURA TRIBUTARIA & OBLIGACIONES TRIBUTARIAS),

Para el nivel de confiabilidad del instrumento con el estadístico, se aplicó una prueba, tomando como muestra 281 comerciantes escogidos al azar, para demostrar la fiabilidad del instrumento se utilizó el Alfa de Cronbach.

Tabla N°01 - Estadísticos de fiabilidad

	<i>Alfa de Cronbach</i>		
	<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>basada en los elementos tipificados</i>	<i>N de elementos</i>
<i>Cultura tributaria</i>	<i>,932</i>	<i>,901</i>	<i>10</i>
<i>Obligaciones tributarias</i>	<i>,867</i>	<i>,854</i>	<i>3</i>

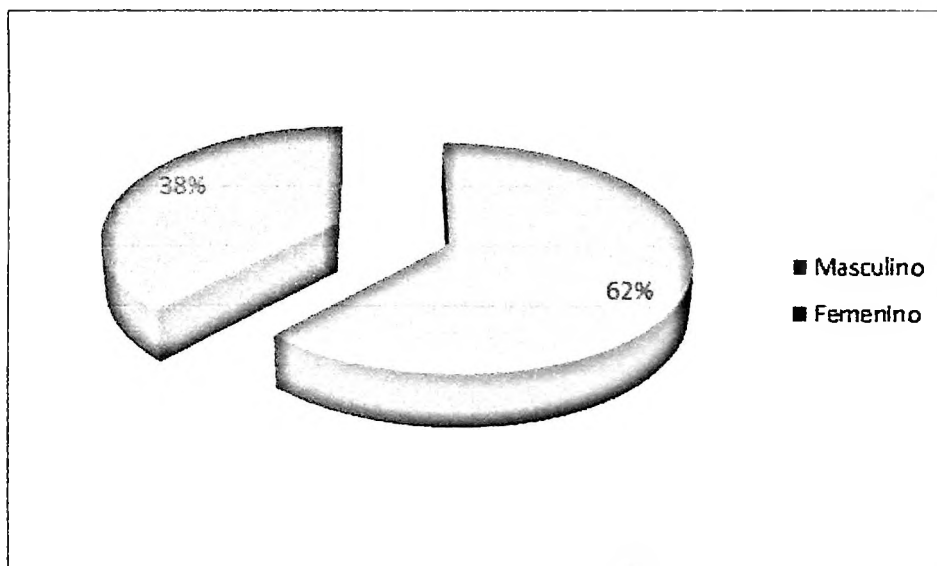
El coeficiente obtenido, denota una elevada consistencia de las variables, ya que el resultado del cálculo correspondiente para la variable independiente: cultura tributaria fue de 0.932 y para variable dependiente: obligación tributaria fue de 0.867, lo que evidencia que las 13 preguntas del cuestionario contribuyen de manera significativa a la definición de los conceptos que se desean investigar, obteniendo un Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados, los resultados son superiores a los 0.75 ptos. de índice establecidos y aceptados.

ANEXO 05
RESULTADO DE ENCUESTA

Tabla N° 1: Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	174	61,9	61,9	61,9
Válidos Femenino	107	38,1	38,1	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 1: Sexo

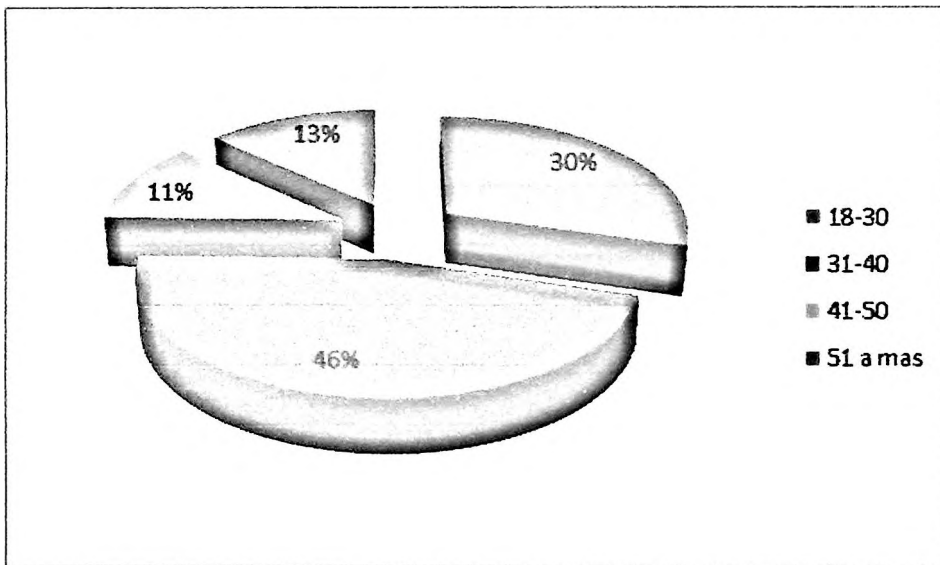


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: Sexo, a lo que respondieron: Masculino existe una mayor población del 62%, este porcentaje alto se debe principalmente a la carencia de un puesto laboral y el centro comercial fue como oportunidad de negocio para invertir los ahorros y/o liquidaciones por los despidos masivos por La crisis industrial en los años 70 y 80.

Tabla N° 2: Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18-30	83	29,5	29,5	29,5
31-40	129	45,9	45,9	75,4
Válidos 41-50	32	11,4	11,4	86,8
51 a mas	37	13,2	13,2	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 2: Edad

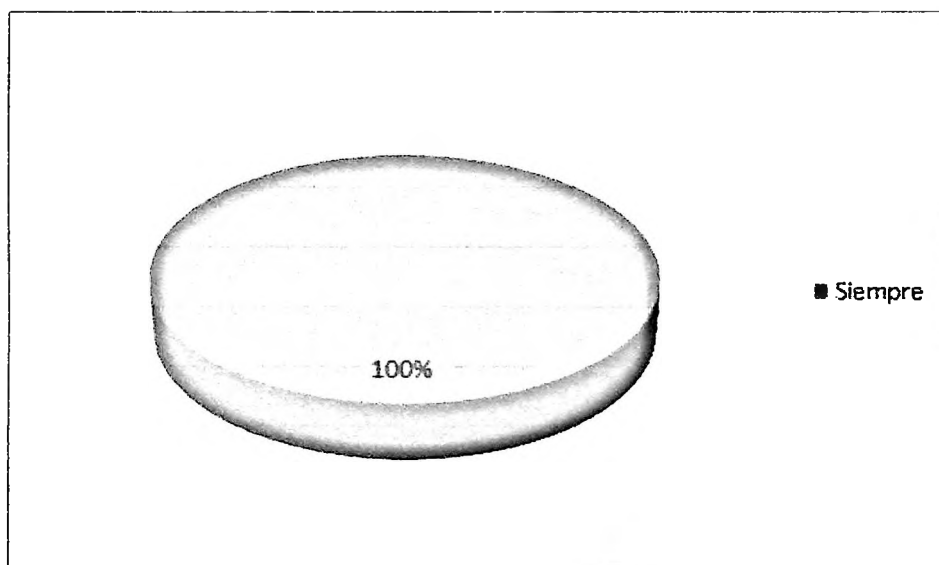


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le pregunto: **Edad**, a lo que respondieron que el 46% de los comerciantes se encuentra en el rango de edad de 31 a 40 años, ya que esa es la edad promedio donde las personas buscan independencia.

Tabla N° 3: ¿Usted emite comprobantes de pago?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	281	100,0	100,0	100,0

Figura N° 3: ¿Usted emite comprobantes de pago?

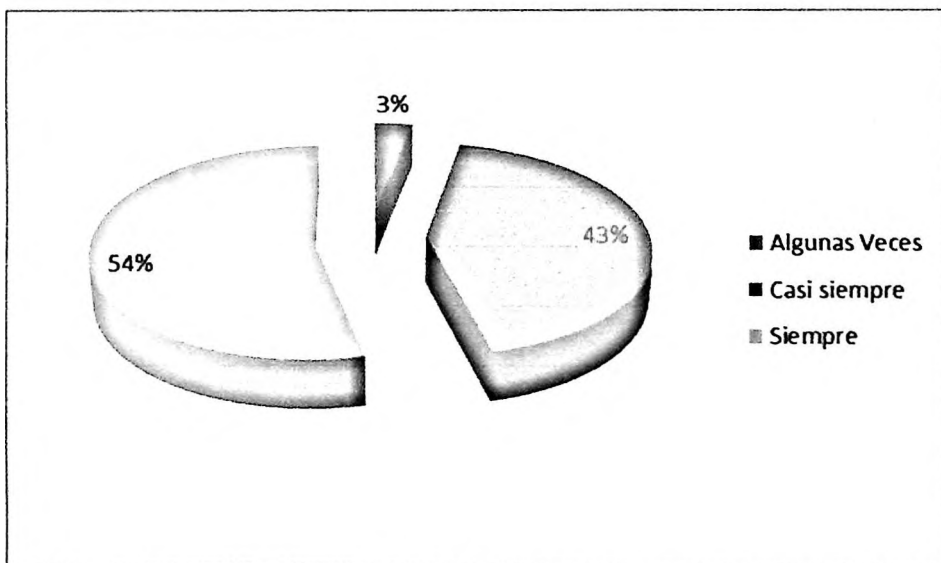


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Usted emite comprobantes de pago?**, a lo que respondieron: Si un 100%, sin embargo según publicaciones de SUNAT en el año 2012 se han sancionado un aproximado de 500 comerciantes por infracciones tributarias por no entrega de comprobantes de pago, lo que me indica que la información brindada no fueron al 100% verdaderas.

Tabla N° 4 ¿Usted Cumple con su obligación tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas Veces	9	3,2	3,2
	Casi siempre	121	43,1	46,3
	Siempre	151	53,7	100,0
	Total	281	100,0	

Figura N° 4: ¿Usted Cumple con su obligación tributaria?

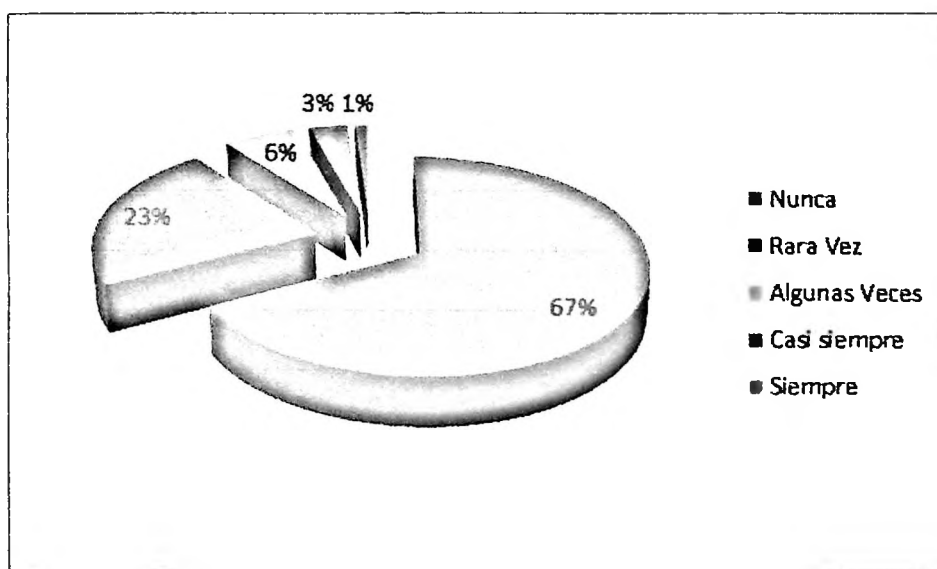


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le pregunto: **¿Cumple con su obligación tributaria dentro del plazo?**, da como resultado que el 54 % siempre cumple con sus obligaciones tributarias, sin embargo también se puede apreciar que el 3 % algunas veces y el 43% casi siempre cumple con sus obligaciones tributarias, con esta información se desmiente la respuesta de la tabla N° 4 y figura N° 3 y se confirma que efectivamente los comerciantes no entregan comprobantes de pago en su totalidad.

Tabla N° 5: ¿Cree Usted que las instituciones públicas, hacen buen de los recursos provenientes de los impuestos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	189	67.3	67.3	67.3
Rara Vez	63	22.4	22.4	89.7
Algunas Veces	17	6.0	6.0	95.7
Casi siempre	9	3.2	3.2	98.9
Siempre	3	1.1	1.1	100.0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 5: ¿Cree Usted que las instituciones públicas, hacen buen de los recursos provenientes de los impuestos?

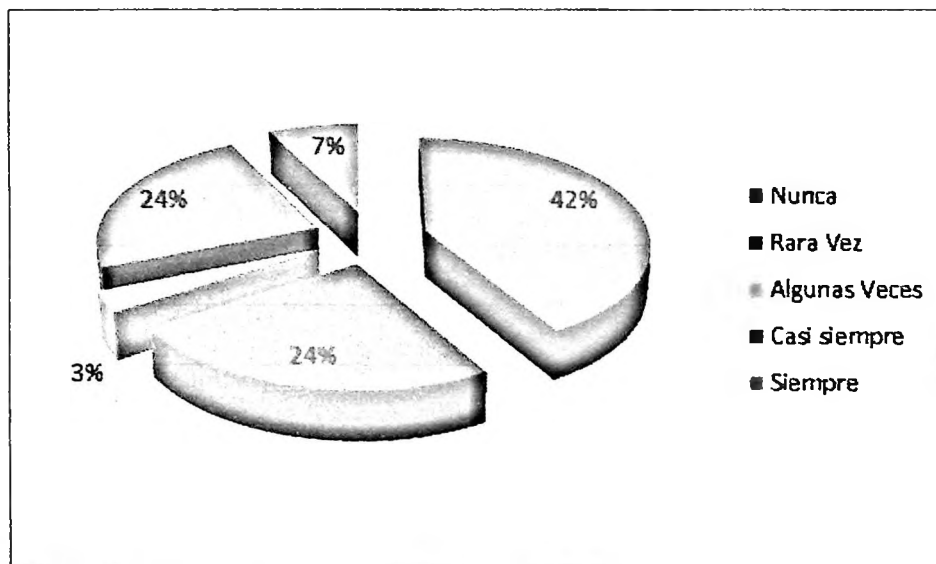


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Cree Usted que las instituciones públicas, hacen buen de los recursos provenientes de los impuestos?**, a lo que respondieron que el 67% de los comerciantes indica que las instituciones públicas no hacen buen uso de los recursos provenientes de los impuestos, ya que ellos creen que los funcionarios públicos lo utilizan para beneficio propio.

Tabla N° 6: ¿Cree usted que la informalidad es el principal problema del País?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	117	41.6	41.6	41.6
Rara Vez	68	24.2	24.2	65.8
Algunas Veces	9	3.2	3.2	69.0
Casi siempre	66	23.5	23.5	92.5
Siempre	21	7.5	7.5	100.0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 6: ¿Cree usted que la informalidad es el principal problema del País?

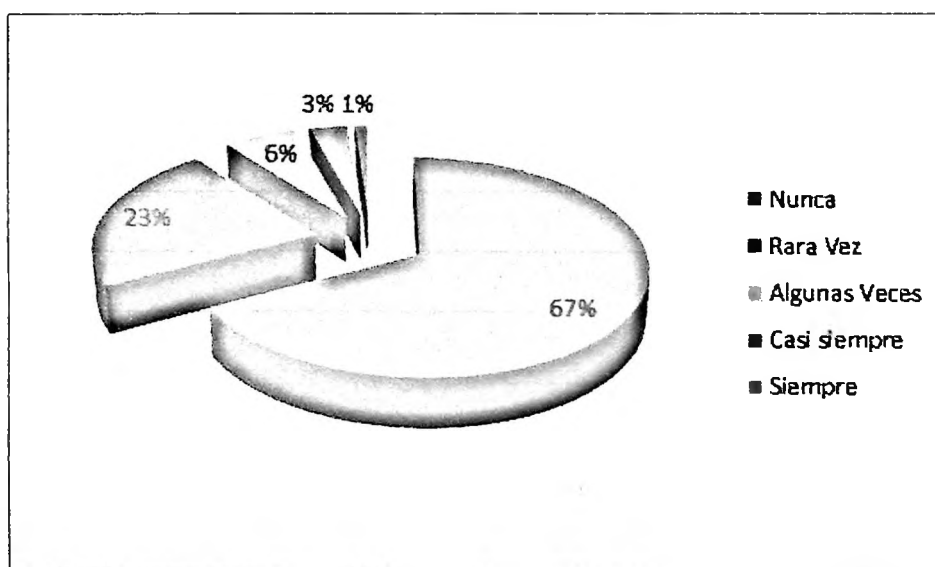


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le pregunto: **¿Cree usted que la informalidad es el principal problema del País?**, para el 42% de los comerciantes indica que la informalidad no es principal problema de País, ya que ellos hay otros factores como la inseguridad ciudadana el es problema principal.

Tabla N° 5: ¿Cree Ud., que las cargas sociales, no ayuda en el ahorro económico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	18	6,4	6,4	6,4
Rara Vez	9	3,2	3,2	9,6
Algunas Veces	54	19,2	19,2	28,8
Casi siempre	176	62,6	62,6	91,5
Siempre	24	8,5	8,5	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 7: ¿Cree Ud., que las cargas sociales, no ayuda en el ahorro económico?

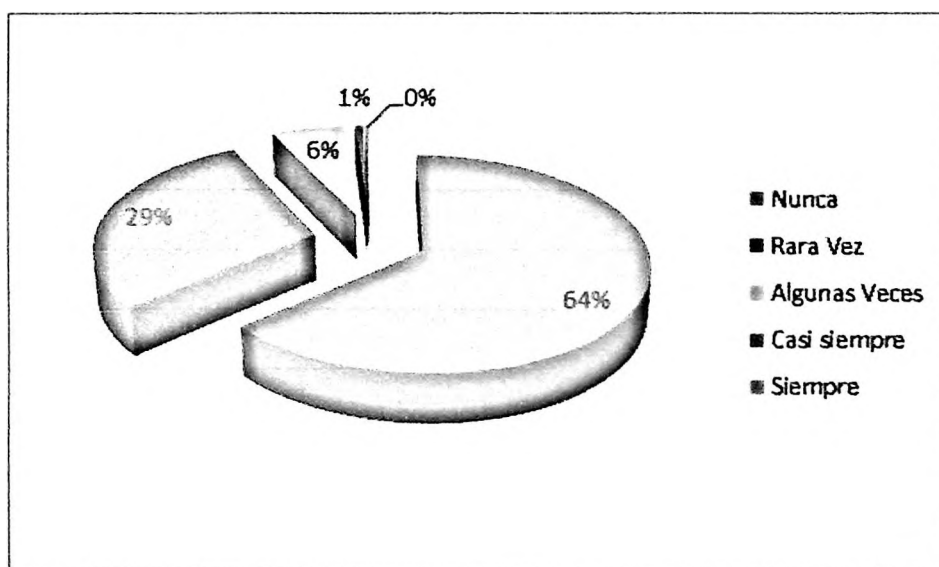


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le pregunto: **¿Cree Ud., que las cargas sociales, no ayuda en el ahorro económico?**, que para el 63% casi siempre las cargas sociales no ayudan en el ahorro económico, ya que los comerciantes ven este tipo de obligación como un gasto, y no lo ven de la parte social hacia sus colaboradores y para ellos mismos.

Tabla N° 8: ¿Usted está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	179	63,7	63,7	63,7
Rara Vez	82	29,2	29,2	92,9
Algunas Veces	17	6,0	6,0	98,9
Casi siempre	2	,7	,7	99,6
Siempre	1	,4	,4	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 8: ¿Usted está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano?

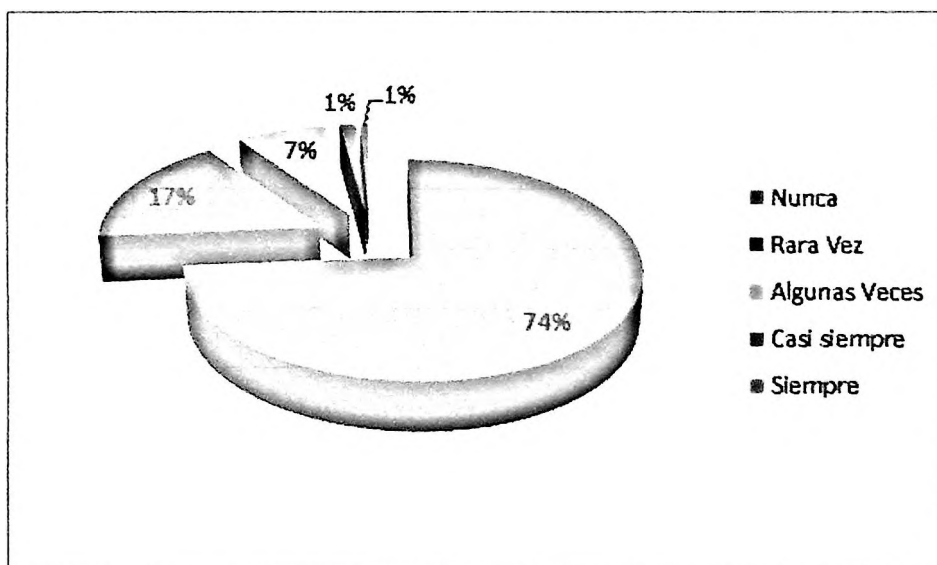


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Usted está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano?**, el 64% de los comerciantes no está conforme con los servicios básicos que recibe por parte del estado Peruano, esto se debe primordialmente a la calidad de educación, falta de servicios de salud e inseguridad ciudadana, ya que este mismo sería uno de los motivos para no cumplir con las obligaciones tributarias.

Tabla N° 9: ¿Cree usted que la recaudación por impuestos, se encuentra bien distribuido en la sociedad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	207	73,7	73,7
	Rara Vez	47	16,7	90,4
	Algunas Veces	21	7,5	97,9
	Casi siempre	4	1,4	99,3
	Siempre	2	,7	100,0
	Total	281	100,0	100,0

Figura N° 9: ¿Cree usted que la recaudación por impuestos, se encuentra bien distribuido en la sociedad?

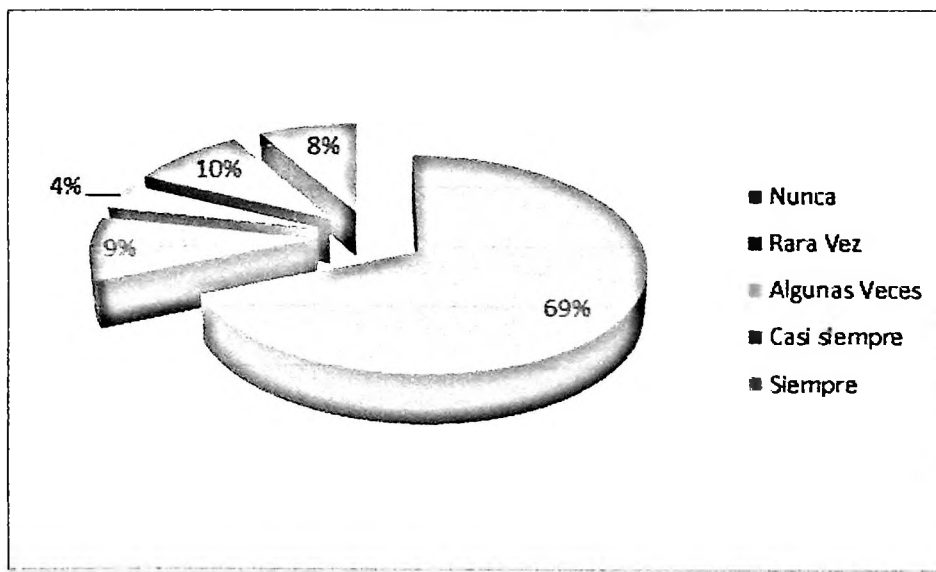


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Cree usted que la recaudación por impuestos, se encuentra bien distribuido en la sociedad?**, el 74% de los comerciantes indica que la recaudación por impuesto no se encuentra bien distribuido, principalmente se debe a los programas sociales que no tienen mucho impacto en la población, ya que solo algunos se benefician con esta medidas.

Tabla N° 10: ¿Usted considera que el Sistema tributario se basa en la equidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	193	68,7	68,7
	Rara Vez	27	9,6	78,3
	Algunas Veces	11	3,9	82,2
	Casi siempre	27	9,6	91,8
	Siempre	23	8,2	100,0
	Total	281	100,0	100,0

Figura N° 10: ¿Usted considera que el Sistema tributario se basa en la equidad?

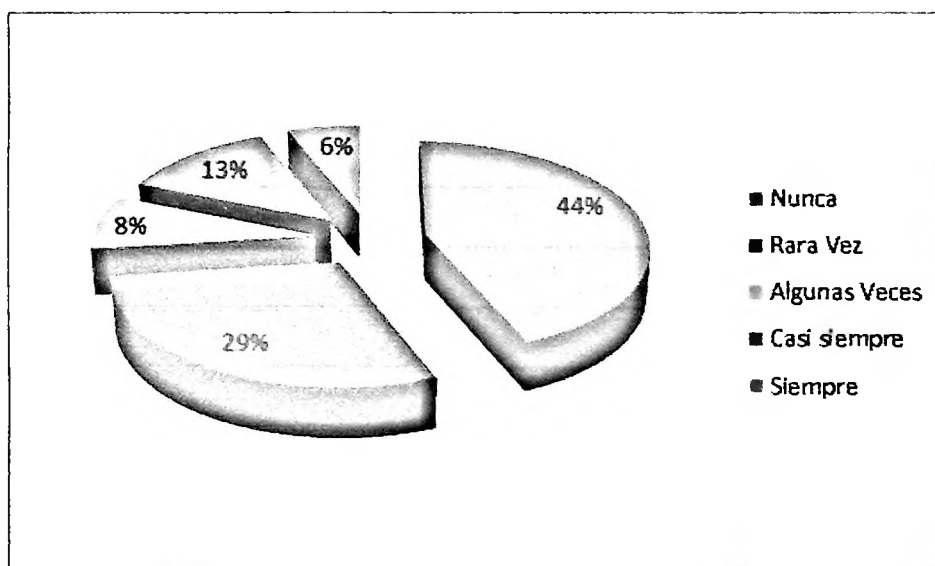


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Usted considera que el Sistema tributario se basa en la equidad?**, el 69% de los comerciantes cree que el sistema tributario no es equitativo, ya que ellos perciben en los municipios y la Administración tributaria los mayores escollos que no les permiten emprender.

Tabla N° 11: ¿Usted recibe orientación y educación por parte de SUNAT?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	123	43,8	43,8	43,8
Rara Vez	82	29,2	29,2	73,0
Algunas Veces	23	8,2	8,2	81,1
Casi siempre	36	12,8	12,8	94,0
Siempre	17	6,0	6,0	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 11: ¿Usted recibe orientación y educación por parte de SUNAT?

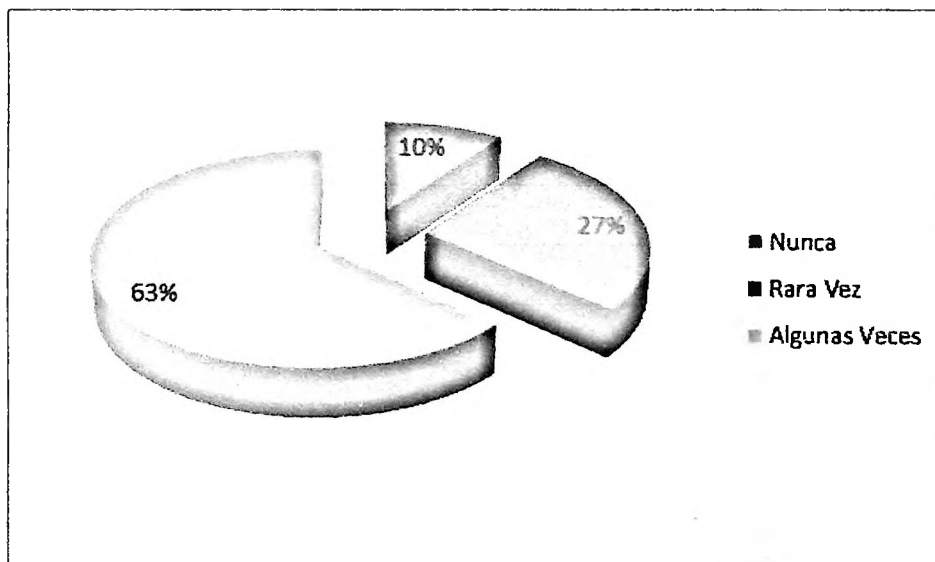


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le pregunta: **¿Usted recibe orientación y educación por parte de SUNAT?** a lo que respondieron, el 44% de los comerciantes no recibió orientación y educación de parte de SUNAT, así mismo indican cuando fueron atendidos recibieron por el contrario una atención rápida y poco informativa.

Tabla N° 12: ¿Usted cree que la Administración Tributaria es eficiente en el control y fiscalización de las obligaciones tributarias?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	28	10,0	10,0
	Rara Vez	75	26,7	36,7
	Algunas Veces	178	63,3	100,0
	Total	281	100,0	100,0

Figura N° 12: ¿Usted cree que la Administración Tributaria es eficiente en el control y fiscalización de las obligaciones tributarias?

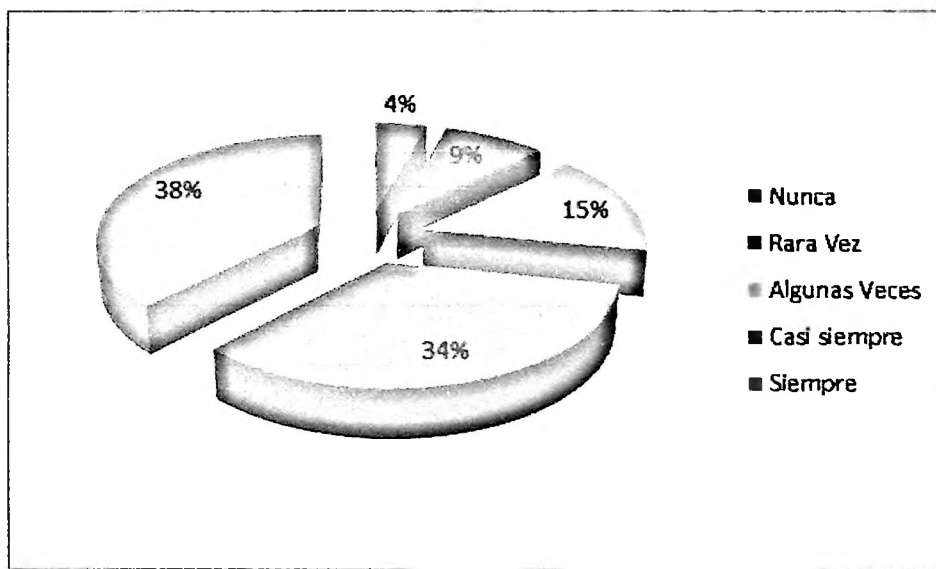


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Usted cree que la Administración Tributaria es eficiente en el control y fiscalización de las obligaciones tributarias?**, el 63% de los comerciantes indica que la Administración tributaria si es eficiente en algunas veces, esto se debe a que continuamente se están realizando operativos y campañas de formalización en dicho centro comercial.

Tabla N° 13: ¿Cumplir con sus obligaciones tributarias, le ha permitido acceder a créditos financieros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	12	4,3	4,3
	Rara Vez	24	8,5	12,8
	Algunas Veces	43	15,3	28,1
	Casi siempre	96	34,2	62,3
	Siempre	106	37,7	100,0
	Total	281	100,0	100,0

Figura N° 13: ¿Cumplir con sus obligaciones tributarias, le ha permitido acceder a créditos financieros?

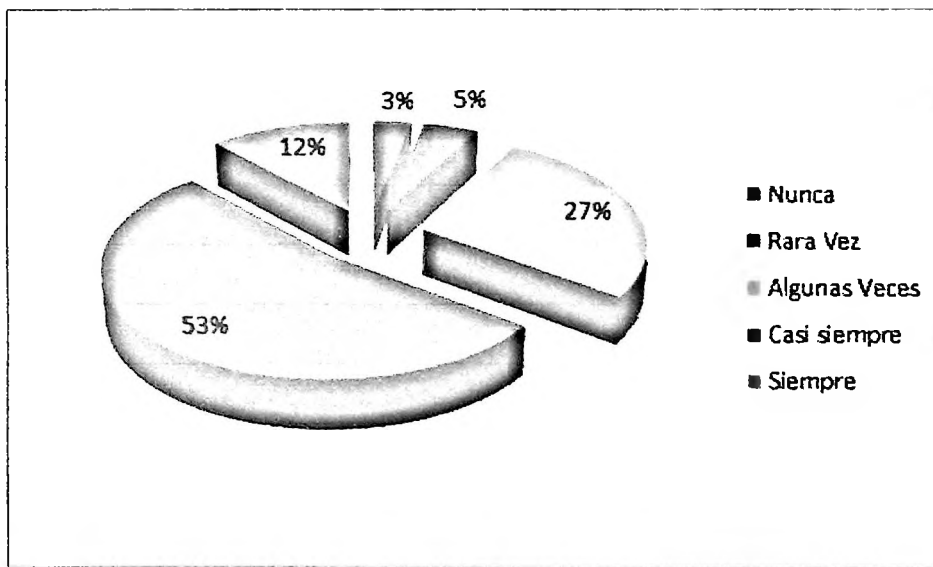


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Cumplir con sus obligaciones tributarias, le ha permitido acceder a créditos financieros?**, el 38% de los comerciantes accedieron a créditos financieros, gracias al cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que para poder acceder al mismo las entidades de financieras, solicitan sustento de compras, ventas y pago de impuestos.

Tabla N° 14: ¿Usted al contar con el RUC, le ha permitido acceder nuevas oportunidades de negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	3,2	3,2	3,2
Rara Vez	13	4,6	4,6	7,8
Algunas Veces	77	27,4	27,4	35,2
Casi siempre	149	53,0	53,0	88,3
Siempre	33	11,7	11,7	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 14: ¿Usted al contar con el RUC, le ha permitido acceder nuevas oportunidades de negocio?

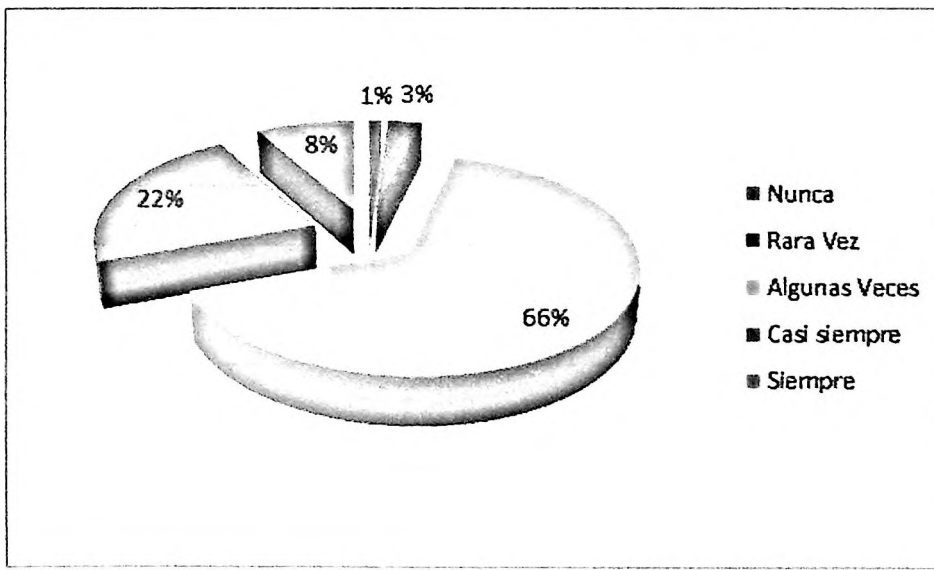


Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Usted al contar con el RUC, le ha permitido tener clientes de todo tipo?**, el 53% de los comerciantes pudo acceder a nuevas oportunidades de negocio, ya que mediante el ruc pudieron implementar diferentes medios de pago, ventas por catálogo e importación.

Tabla N° 15: ¿Usted ha obtenido beneficios tributarios, de parte de SUNAT?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	1,1	1,1	1,1
Rara Vez	8	2,8	2,8	3,9
Algunas Veces	184	65,5	65,5	69,4
Casi siempre	63	22,4	22,4	91,8
Siempre	23	8,2	8,2	100,0
Total	281	100,0	100,0	

Figura N° 15: ¿Usted ha obtenido beneficios tributarios, de parte de SUNAT?



Según se puede visualizar en el gráfico a la población encuestada se le preguntó: **¿Usted ha obtenido beneficios tributarios, de parte de SUNAT?**, el 66% de los comerciantes obtuvo beneficios tributarios, como los regímenes de gradualidad por infracciones tributarias, fraccionamiento y aplazamiento de deuda.

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO

DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. BERNARDO CETA
 1.2 Cargo e Institución donde labora: DIRECTOR
 1.3 Especialidad del validador: ECONOMISTA
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: ENCUESTA
 1.5 Título de la Investigación: LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS DECISIONES TRIBUTARIAS
 1.6 Autor del Instrumento: DEYBY PAOILLA FAHERC

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.			X		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos			X		
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico			X		
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN				60/80/		

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento.

Primera variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	X		
Item 2	X		
Item 3	X		
Item 4	X		
Item 5	X		
Item 6	X		
Item 7	X		
Item 8	X		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

Instrumento	Suficiente	Medianamente suficiente	Insuficiente
Item 1	X		
Item 2	X		
Item 3	X		
Item 4	X		
Item 5	X		
Item 6	X		
Item 7	X		
Item 8	X		
Item 9	X		
Item 10	X		
Item 11	X		
Item 12	X		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III PROMEDIO DE VALORACIÓN: 70 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

-) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

Saujaico de L., 11 Julio 2013

Firma del Experto Informante:

DNI. N° 79266 Teléfono N° 966524 7595

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO
DE INVESTIGACIÓN**

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. Comales Fonseca.
 1.2 Cargo e Institución donde labora: DSUBEUCV
 1.3 Especialidad del validador: Metodología Encuestas.
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: Encuestas.
 1.5 Título de la Investigación: LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INADENCIÓN EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
 1.6 Autor del Instrumento: DEYBY PADILLA FALERO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				✓	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				✓	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				✓	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				✓	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				✓	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				✓	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					90%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento.

Primera variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

Instrumento	Suficiente	Medianamente suficiente	Insuficiente
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

11-07-13

Firma del Experto Informante.

DNI. N°

Teléfono N°

949190051

25728455

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO
DE INVESTIGACIÓN**

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: Dr. Mg. CARRASCO GONZA PERCY
 1.2 Cargo e Institución donde labora: INVESTIGACION UCV
 1.3 Especialidad del validador: CIRUJIA
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: F. PERCURSTA
 1.5 Título de la Investigación: CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
 1.6 Autor del Instrumento: DEYBY PADILLA FAJERO

II. ASPECTOS DE VALIDACION:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.			✓		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables			✓		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			✓		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			✓		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias			✓		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teorico-científicos			✓		
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones			✓		
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico			✓		
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación			✓		
PROMEDIO DE VALIDACIÓN				60%		

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento.

Primera variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

Instrumento	Suficiente	Medianamente suficiente	Insuficiente
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5			
Item 6			
Item 7			
Item 8			
Item 9			
Item 10			
Item 11			
Item 12			

La evaluación se realiza de todos los items de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 60 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 11 DE JULIO DE 2013


Firma del Experto Informante.

DNI N° _____ Telefono N° _____

28604160

945124584



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO
DE INVESTIGACIÓN**

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: Dr. Mirha Puri Puy
 1.2 Cargo e Institución donde labora: UCV Lima S.A. Coordinadora de métodos estadísticos
 1.3 Especialidad del validador: Estadística
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: ENCUESTA
 1.5 Título de la Investigación: LA CUITA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
 1.6 Autor del Instrumento: DEYBY PAOLINA FAICERO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científicos				✓	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				X	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					X	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento. 80%

Primera variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2			
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6			
Item 7	✓		
Item 8	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

Instrumento	Suficiente	Medianamente suficiente	Insuficiente
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III PROMEDIO DE VALORACIÓN: 30 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 11/07/2013



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 00982 Teléfono N° 997494612