

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



**LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO INTERNACIONAL TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD
DE JULIACA, EN EL PERIODO 2017**

TESIS

PRESENTADA POR:

WILMER COAQUIRA ENRÍQUEZ

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL
TÚPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA, EN EL PERIODO 2017

TESIS

PRESENTADA POR:
WILMER COAQUIRA ENRÍQUEZ



PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE:


D.Sc. EDGAR DARÍO CALLOHUANCA ÁVALOS

PRIMER MIEMBRO:


M.Sc. HERMENEGILDO CORTEZ SEGALES

SEGUNDO MIEMBRO:


D.Sc. JULIO CÉSAR CHOQUE VARGAS

DIRECTOR / ASESOR:


D.Sc. GERMAN ALBERTO MEDINA COLQUE

Área : Tributación

Tema : Cultura tributaria y obligaciones tributarias

Fecha de sustentación: 12 de abril de 2019

DEDICATORIA

*Con cariño incondicional,
a mis padres, Graciela y Alejandro,
quienes me brindaron todo su apoyo en mis estudios.*

*A mis abuelos Juan y Miguel,
y a mi hermano Jhonyl,
quienes me motivaron para concluir mis estudios.
Estoy infinitamente agradecido, ahora y siempre.*

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mi director de tesis, D.Sc. Germán Alberto Medina Colque, por sus sugerencias que enriquecieron el presente trabajo.

En segundo lugar, agradezco a los miembros del jurado por sus observaciones y sugerencias que mejoraron este trabajo, D.Sc. Edgar Darío Callohuanca Ávalos, M.Sc. Hermenegildo Cortez Segales, y D.Sc. Julio César Choque Vargas.

Del mismo modo, agradezco a mis docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables (UNA-Puno), quienes compartieron sus conocimientos y experiencias para que nuestros aprendizajes sean significativos.

Asimismo, agradezco a las personas que colaboraron directa e indirectamente en la ejecución de esta investigación, en especial a los comerciantes del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca que formaron parte de la muestra de estudio.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	9
ÍNDICE DE TABLAS	8
ACRÓNIMOS	10
RESUMEN	11

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1.1 Definición del problema	14
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.2.1 Objetivo general	15
1.2.2 Objetivos específicos.....	15

CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA

2.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	16
2.2 MARCO TEORICO	18
2.2.1 Cultura tributaria	18
2.2.1.1 Importancia de la cultura tributaria	21
2.2.1.2 Características de la cultura tributaria	22
2.2.1.3 Elementos de la cultura tributaria.....	22
2.2.1.4 Componentes de la cultura tributaria.....	22
2.2.2 Tributo	23
2.2.2.1 Clasificación de los tributos	24

2.2.2.2	Componentes del tributo.....	25
2.2.2.3	Funciones del tributo	26
2.2.2.4	Tributos que administra la SUNAT.....	27
2.2.2.5	Tributos que administra los gobiernos locales	31
2.2.3	Obligaciones tributarias	33
2.2.3.1	Obligaciones tributarias principales	34
2.2.3.2	Obligaciones tributarias secundarias	35
2.1.3.3	Nacimiento de la obligación tributaria	36
2.2.3.4	Exigibilidad de la obligación tributaria	36
2.2.3.5	Determinación de la obligación tributaria	37
2.2.3.6	Inicio de la determinación de la obligación tributaria	37
2.2.3.7	Declaración tributaria	38
2.2.4	Sector informal	38
2.2.4.1	El sector informal en el Perú	39
2.2.4.2	Modalidades del comercio informal	40
2.2.4.3	Causas del comercio informal	41
2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	42
2.4	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	45
2.4.1	Hipótesis general	45
2.4.2	Hipótesis específicas	45
CAPITULO III		
MATERIALES Y MÉTODOS		
3.1	MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	47
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA	48
3.3	PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN	49

CAPÍTULO IV**RESULTADOS Y DISCUSION**

4.1	El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el año 2017.....	51
4.2.	Cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el año 2017	60
4.3.	Estimación de la prueba estadística.....	65
4.4	Propuesta de un diseño del programa de difusión y capacitación para incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.....	67
4.5	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	69
	CONCLUSIONES	72
	RECOMENDACIONES	74
	BIBLIOGRAFÍA	76
	ANEXOS	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conocimiento de comprobantes de pago	51
Tabla 2. Conocimiento del tributo	52
Tabla 3. Conocimiento del I.G.V.....	53
Tabla 4. Conocimiento de la tasa de I.G.V.	54
Tabla 5. Conocimiento de los impuestos	55
Tabla 6. Conocimiento de las categorías del Impuesto a la Renta	56
Tabla 7. Conocimiento de los regímenes tributarios	57
Tabla 8. Nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado.....	58
Tabla 9. Emisión de comprobantes de pago	60
Tabla 10. Acogimiento a algún régimen tributario.....	61
Tabla 11. Inscripción en el RUC	62
Tabla 12. Pago de impuestos	63
Tabla 13. Cumplimiento de las obligaciones tributarias.....	64
Tabla 14. Estimación de la prueba Chi cuadrado (X^2)	66
Tabla 15. Módulos del programa de cultura tributaria	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Conocimiento de comprobantes de pago.....	52
Figura 2. Conocimiento del tributo.....	53
Figura 3. Conocimiento del I.G.V.	54
Figura 4. Conocimiento de la tasa de I.G.V.....	55
Figura 5. Conocimiento de los impuestos.....	56
Figura 6. Conocimiento de las categorías del Impuesto a la Renta	57
Figura 7. Conocimiento de los regímenes tributarios	58
Figura 8. Nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca	59
Figura 9. Emisión de comprobantes de pago	60
Figura 10. Acogimiento a algún régimen tributario	61
Figura 11. Inscripción en el RUC	62
Figura 12. Pago de impuestos	63
Figura 13. Cumplimiento de las obligaciones tributarias	64

ACRÓNIMOS

IGV	: Impuesto General a las Ventas
IR	: Impuesto a la Renta
ISC	: Impuesto Selectivo al Consumidor
IVA	: Impuesto al Valor Agregado
NRUS	: Nuevo Régimen Único Simplificado
SENCICO	: Servicio Nacional de Capacitación para la Industria de la Construcción
RUC	: Registro Único del Contribuyente
SUNAT	: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
TUO	: Texto Único Ordenado

RESUMEN

El objetivo general de este trabajo de investigación fue determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017. La muestra de estudio estuvo conformada por 332 comerciantes del referido mercado. La metodología que se usó para alcanzar el objetivo general fue la prueba estadística de chi cuadrado. Para la recolección de los datos se aplicó la técnica de la encuesta, y como instrumento se usó el cuestionario. Los datos fueron tabulados y procesados en el Microsoft Excel y el paquete estadístico Stata. Los resultados indicaron que el 56.9% de comerciantes desconocen el tributo, el 78.6%, no conocen los regímenes tributarios; el 71.4%, no emite ningún tipo de comprobantes de pago por las ventas que realiza; el 74.1%, no paga ningún tipo de impuesto. Asimismo, la estimación del valor calculado de la prueba estadística Chi cuadrado resultó mayor que el valor crítico de la misma prueba. Del mismo modo, el *P-valor* de la prueba estadística en mención resultó menor que 0.05, en consecuencia, se concluye que el nivel de la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca.

Palabras claves: Cultura, tributación, obligaciones tributarias, SUNAT

ABSTRACT

The general objective of this research work was to determine the incidence of the tax culture in the compliance of the tax obligations of the traders of the international market Túpac Amaru of the city of Juliaca, in the period 2017. The study sample consisted of 332 merchants from the aforementioned market. The methodology used to achieve the general objective was the chi-square statistical test. The survey technique was used to collect the data, and the questionnaire was used as an instrument. The data were tabulated and processed in Microsoft Excel and the statistical package Stata. The results indicated that 56.9% of merchants do not know the tax; 78.6% do not know the tax regimes; 71.4% do not issue any type of payment vouchers for their sales; 74.1% do not pay any type of tax. Likewise, the estimate of the calculated value of the Chi-square statistical test was greater than the critical value of the same test. In the same way, the P-value of the statistical test in question was less than 0.05; consequently, it is concluded that the level of the tax culture significantly affects the compliance of the tax obligations of the traders of the Túpac Amaru market in the city of Juliaca.

Keywords: Culture, taxation, tax obligations, SUNAT

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es una preocupación constante la informalidad comercial en la política fiscal de un país. Este problema se resume en el ingreso de mercaderías procedentes del contrabando y la práctica de la evasión tributaria. Estos problemas afectan nuestro crecimiento económico y tienen incidencia en el bienestar de la población. Desde luego, existen programas para contrarrestar estos problemas, que en alguna medida tienen efectos positivos. Es el caso del programa de cultura tributaria emprendido por la SUNAT.

La evasión tributaria se entiende como el incumplimiento, por acción u omisión, de las leyes tributarias, que implica dejar de pagar en todo o en parte los tributos. En cuanto a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca se debe señalar que no cumplen con sus obligaciones tributarias. Lo cual constituye una evasión tributaria. Lo que se ha observado es que los comerciantes del referido mercado no emiten comprobantes de pago, no declaran la venta o ingreso obtenido, no pagan impuestos que le corresponden (Impuesto a la Renta o el Impuesto General a las Ventas), se apropian del IGV pagado por el comprador, a veces entregan comprobantes falsos, etc. En algunos casos no cuentan con el RUC. Todo lo mencionado líneas arriba nos conduce a afirmar que los comerciantes del mercado Túpac Amaru evaden tributos al no cumplir con sus obligaciones tributarias.

La cultura tributaria es un valor importante que conduce a que la población cumpla con sus deberes fiscales. Esto beneficia a la SUNAT, debido a que facilita el control tributario y así recauda mayores ingresos para el Estado, y de esta manera se beneficia todo el país.

Por otro lado, la baja cultura tributaria es un problema que conlleva al incumplimiento total o parcial por parte de los contribuyentes en la declaración y pago de sus obligaciones tributarias al Estado.

Este trabajo de investigación se realizó porque existe la necesidad de investigar, indagar y de mejorar la conciencia tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, ya que es la clave de la generación de empleo, de la lucha contra la pobreza y, en general, del desarrollo nacional; debido a que el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias genera un crecimiento económico en un determinado país. Así mismo, nuestro trabajo de investigación será de utilidad a estudiantes de la carrera profesional de Contabilidad, porque servirá de guía o apoyo en la realización de posteriores investigaciones.

1.1.1 Definición del problema

Problema general

La presente investigación responde a la siguiente pregunta general: ¿Cómo incide el nivel de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017?

Problemas específicos

- ¿Cuál es nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017?

- ¿Cómo es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017?
- ¿Cómo se diseñaría el programa de difusión y capacitación para incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias?

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivo general

Determinar la incidencia del nivel de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017.

1.2.2 Objetivos específicos

- Conocer el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el año 2017.
- Conocer cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el año 2017.
- Proponer un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Chávez (2018) llegó a la conclusión de que “la cultura tributaria de los comerciantes del mercado Señor de la Soledad de Huaraz, incide favorablemente en sus obligaciones tributarios”. Burga (2015) señaló “que los contribuyentes tienden hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y de su Administración Tributaria”. Chávez & Tadeo (2014) arribaron a la conclusión de que “la educación tributaria no especializada influye desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo, es decir los conocimientos tributarios básicos que tienen los comerciantes no son suficientes para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias formales y sustanciales”.

Del mismo modo, Hanco (2015) señaló que “el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes rubros de negocios comerciales”. Calsina (2015) llegó a la conclusión de que “el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista es baja, debido al desconocimiento de las normas tributarias, lo cual trae consigo el incumplimiento de obligaciones formales y sustanciales, tales como la no inscripción en el RUC, no emitir de comprobantes de pago, no declarar sus ingresos y no pagar sus impuestos ello aunado a la falta de capacitación de SUNAT a los comerciantes, falta de fiscalización y verificación respecto cumplimiento de obligaciones tributarias, lo cual incide de manera negativa en la recaudación tributaria por parte de la SUNAT”. Flores (2015) arribó a la conclusión de que “los contribuyentes poseen conocimientos básicos de tributación que, de alguna forma es válido para el cumplimiento

de sus obligaciones tributarias ya que influye favorablemente, pero no es suficiente”. Basurto (2015) señaló que “el comercio informal constituye una gran fuente de trabajo, el mismo que se encuentra en un crecimiento constante y sin mira a disminuir, esto se ve reflejado en el gran crecimiento que ha tenido durante las últimas décadas, motivo por el cual, es necesario fomentar una cultura tributaria que se encuentre enmarcada de acuerdo a lo que estipula la ley”.

Finalmente, Cardenas (2012) subrayó que “la cultura tributaria no se logra de un día para otro, para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y del estado con respecto a la importancia y necesidad que pueden tener los impuestos para que permitan cubrir las necesidades colectivas”. Mogollon (2014) concluyó que “el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo es baja, con este estudio ha quedado evidenciado, que el contribuyente Chiclayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía. La gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la administración tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados”. Mamani (2015) concluyó que “la cultura tributaria de los abogados perceptores del impuesto a la renta de cuarta categoría es negativa devenida por una pérdida de conciencia tributaria; dando lugar a una baja recaudación tributaria, generada por la omisión de la obligación de emitir comprobantes de pago, consistente en recibo por honorarios de parte de los abogados que prestan sus servicios de manera independiente; por otro lado la mayoría de los clientes o usuarios de servicios de asesoría jurídica no exigen su comprobante de pago por temor a que se les cobre un adicional, a ello se suma la falta de valor de uso material de dicho comprobante de pago para el ciudadano usuario de los servicios de los abogados”.

Los autores señalados líneas arriba son los que investigaron sobre nuestro tema de investigación, tanto internacionales, nacionales y locales. Sus investigaciones son muy similares que la nuestra. En ese sentido, existe muchos antecedentes, es decir, trabajos previos hechos en otros lugares y centros de estudio. Esto nos da un panorama del problema que estamos abordando en el presente trabajo de investigación. Generalmente, la conclusión a que arriban los autores mencionados es que el nivel bajo de cultura tributaria determina que los contribuyentes no cumplan con sus obligaciones tributarias.

2.2 MARCO TEORICO

2.2.1 Cultura tributaria

Camarero, Pino, & Mañas (2015) definen la cultura tributaria como universo simbólico que sustenta el pago de impuestos, es decir, el conjunto de creencias, sentimientos y comportamientos que se implican en la institución social de la recaudación de impuestos. Una parte importante de la cultura impositiva se debe a los valores sociales, es decir, a criterios de preferencia compartidos, que orientan la forma en la que nos movemos en relación con alguna cuestión. Los valores impositivos responden al problema de la legitimación del sistema impositivo, es decir, a la forma en que los ciudadanos se encuentran dispuestos a cumplir con los deberes fiscales.

Según Rivera & Sojo (2002), la cultura tributaria es entendida como el universo de representaciones sobre los impuestos y sus relaciones con el compromiso individual y la acción pública es un fenómeno social, por lo tanto, muy sensible a las transformaciones económicas y políticas del país. La cultura tributaria no es el conocimiento que tienen los ciudadanos sobre sus responsabilidades contributivas y su acción correspondiente, sino

la forma en que construyen una imagen de los impuestos a partir de una combinación de información y experiencia sobre la acción y el desempeño del Estado.

Para Gallardo & Buleje (2014), la cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del Sistema Tributario y sus respectivas funciones. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver en bienes y servicios públicos, como por ejemplo: los hospitales, carreteras, colegios, parques, universidades, educación, salud, seguridad, etc. La falta de Cultura Tributaria conlleva a la evasión tributaria y por ello al retraso en el desarrollo de nuestro país.

Según Valero, Ramírez & Moreno (2009), la cultura tributaria no se logra de un día para otro. Para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y del estado con respecto a la importancia y necesidad de que el mismo pueda tener impuestos acordes que le permitan cubrir las necesidades del colectivo por medio de su incorporación en el presupuesto nacional, estatal o municipal.

La cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos 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, respecto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias (Armas A & Colmenares, 2006).

Mendoza (2002) indica que la cultura tributaria representa una parte de la cultura nacional, va a tener un contenido individual, al consistir en la creencia íntima que tiene

cada persona miembro de una agrupación social que el impuesto constituye una aportación justa e imprescindible y de provecho al ser utilizado para satisfacer las necesidades de la colectividad de la cual forman parte.

Armas (2009) señala que los valores matriciales más importantes y sobre los cuales hay que crear y acumular una Cultura Tributaria son:

- **Pacto Social:** Las instituciones sociales, los estados, los poderes, los gobiernos, los partidos, los sistemas tributarios, que no se mueven en la dirección de crear un nuevo modelo de sociedad, se ven a sí mismo crecientemente aislados, faltos de credibilidad y legitimidad, ya que los ciudadanos comunes se resisten a solo ser administrados y aspiran ser actores responsables de la nueva sociedad.
- **La Sociedad como Proyecto:** Un segundo rasgo estructural creciente, estrechamente relacionado con el anterior es la percepción creciente de la sociedad como proyecto, puesto que a la misma se le percibe como un proyecto de todos y entre todos sus miembros sin exclusión.
- **Dinámica:** Percibir la realidad como un proyecto implica percibirla como una realidad no construida, sino en continua construcción. La dinámica de la información, del control, de la gestión y de la participación no se detendrá y esto es lo que hace ver que la sociedad como proyecto tenga una nueva dinámica.
- **La Información y el Conocimiento:** Los anteriores rasgos estructurales no se darían sin la existencia de la multiplicación de la información y del

conocimiento, puesto que los ciudadanos modernos demandan tener más y mejor información y conocimientos, con ellos se sienten en mayor capacidad de reivindicar y garantizar sus derechos.

- **Participación:** Tiene que ver con la participación que deben tener los ciudadanos en la concepción, diseño, planeación y conducción de la sociedad como proyecto, así como, en la definición y elaboración de las políticas tributarias y en la decisión del sistema tributario que se necesita.

2.2.1.1 Importancia de la cultura tributaria

Armas (2009) señala que la importancia de la cultura tributaria está en la propia persona quien es la que acepta el sitio que le corresponde en la sociedad, por lo cual, desarrolla un sentido de solidaridad para con los demás. Por lo tanto, hay que admitir en las obligaciones tributarias un dispositivo en pro del bien común y al Estado como el ente facultado de alcanzar dicho propósito. Asimismo, el cumplimiento de esas obligaciones lleva inherente el derecho y la legitimidad que tienen todos los ciudadanos de exigir al Estado el cumplimiento de sus obligaciones; sin embargo, hay que admitir que esta tarea es un proceso a largo plazo y que toma años alcanzar y desarrollar.

Finalmente, se puede decir que con la cultura tributaria se pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa colectividad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que éste cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes.

2.2.1.2 Características de la cultura tributaria

En las definiciones que se han presentado se puede evidenciar características particulares de la Cultura Tributaria, tales como las referidas a valores, conocimiento y actitud hacia un hecho determinado, el tributo, que a su vez está relacionado con la observación de normas legales que involucran deberes y derechos para los sujetos que intervienen en la relación jurídico-tributaria (Armas, 2009).

2.2.1.3 Elementos de la cultura tributaria

Armas (2009) subraya que se encuentran conformados por los atributos que caracterizan la Cultura Tributaria. Estos son:

- Valores
- Normas Legales y Sanciones
- Símbolos
- Tecnología

2.2.1.4 Componentes de la cultura tributaria

- La Ciudadanía
- Una autoridad políticamente responsable
- La legalidad, los ciudadanos deben respetar las leyes y regirse en base a ellas, de no hacerlo así el Estado cuenta con sanciones para los que violan dichas normas.

2.2.2 Tributo

Doctrinalmente, el término tributo engloba a los impuestos, tasas y contribuciones; en ese sentido, los tributos son prestaciones pecuniarias en dinero o especie que los entes públicos con potestad tributaria establecen en ejercicio de la misma (Arancibia, 2004). El tributo es un objeto de una relación cuya fuente es la Ley, entre dos sujetos: de un lado el que tiene derecho de exigir la prestación, el acreedor del tributo, es decir el Estado u otra Entidad Publica que efectivamente por virtud de una ley positiva, posee ese derecho y de otro lado el deudor o los deudores, quienes están obligados a cumplir la prestación pecuniaria (Jarach, 1999).

Del mismo modo, Azuaje (2001) afirma que la tributación es una prestación pecuniaria, exigida a las personas físicas o morales de derecho privado o de derecho público, de acuerdo con su capacidad tributaria, autoritariamente, a título definitivo y sin contrapartida determinada, con la finalidad de cubrir cargas de públicas del Estado y de las demás colectividades territoriales o de una intervención del poder público.

Orbegoso (1988) define al tributo como el vínculo jurídico cuya fuente inmediata es la Ley, que nace con motivo de ocurrir o de no ocurrir hechos o situaciones que en la misma Ley designan y que originan en determinadas personas la obligación de realizar favor al Estado una prestación pecuniaria para la satisfacción de las necesidades colectivas, y que puede ser exigida por el Estado en forma coactiva. Por otro lado, Quevedo (1998) insiste en que el tributo son derechos que deben pagar los contribuyentes a las Municipalidades por servicios recibidos. Por otro lado, la SUNAT (2012) define al tributo como el Pago en dinero, establecido legalmente, que se entrega al Estado para cubrir los gastos que demanda el cumplimiento de sus fines, siendo exigible coactivamente ante su incumplimiento.

Analizando la definición sobre el tributo, concluimos en la existencia de tres aspectos básicos e importantes:

- El tributo solo se paga en dinero
- Solo es creado por Ley.
- El tributo es obligatorio por el poder que tiene el Estado.
- Se debe utilizar para que el Estado cumpla con sus funciones.
- Puede ser cobrado mediante la fuerza cuando la persona que está obligada no cumple.

2.2.2.1 Clasificación de los tributos

Clasificación tripartita. Esta es una propuesta de Orbegoso (1988).

- a) **Impuestos.** La palabra impuesto proviene del verbo imponer, que significa poner encima. Por lo tanto, el impuesto es un aporte obligatorio. Un impuesto no se origina para que el contribuyente reciba un servicio directo por parte del Estado, sino como un hecho independiente, por ejemplo, el Impuesto a la Renta se destina a financiar el presupuesto público, que podría contener obras y servicios que beneficien a otras poblaciones distintas de los aportantes.
- b) **Contribuciones.** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales (Código Tributario, Título Preliminar, Norma II).

- c) **Tasas.** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.

Clasificación bipartita. Esta es una propuesta de Ataliba (1995).

Tributos vinculados

- Contribuciones
- Tasas

Tributos no vinculados

- Impuestos

2.2.2.2 Componentes del tributo

Según Orbegoso (1988), los componentes del tributo son:

- **Hecho generador.** Es la acción o situación determinada en forma expresa por la ley para tipificar un tributo y cuya realización da lugar al nacimiento de la obligación tributaria. También se conoce como hecho imponible.
- **Contribuyente.** Persona natural, jurídica, empresa o sucesión indivisa que realiza una actividad económica, la que de acuerdo con la ley constituye un hecho generador, dando lugar al pago de tributos y al cumplimiento de obligaciones formales.

- **Base de cálculo.** Se refiere a la cantidad numérica expresada en términos de medida, valor o magnitud sobre la cual se calcula el impuesto. También se conoce como base imponible.
- **Alícuota.** Es el valor porcentual establecido de acuerdo con la ley, que se aplica a la base imponible, a fin de determinar el monto del tributo que el contribuyente debe pagar al fisco.

2.2.2.3 Funciones del tributo

Según Orbegoso (1988), las funciones del tributo son:

a) Función fiscal. A través de los tributos se busca incrementar los ingresos del Estado para financiar el gasto público. Cada año, el Poder Ejecutivo presenta un Proyecto de Ley de Presupuesto Público al Congreso, quien lo aprueba y convierte en ley luego de un debate. El presupuesto rige a partir del primer día de enero del siguiente año. En el presupuesto público, además de establecerse cuánto ingresa y cuánto se gasta, se dictan medidas tributarias que luego son aprobadas por el mismo Congreso en la forma de normas tributarias. Todas estas medidas están orientadas a que “alcance” el dinero para todo lo que el Estado ha planificado para el siguiente año fiscal.

El Estado también toma en cuenta otros factores o variables de la economía para establecer el presupuesto público. Así en los últimos años, la crisis económica mundial se ha convertido en un elemento que afecta las variables económicas, principalmente el consumo pues bajan las ventas, el producto “no sale”, se cierran plantas y talleres, se producen despidos, suben los precios, es decir, las personas disminuyen su consumo.

Si decrece la actividad económica entonces disminuye la recaudación y el Estado está obligado a contraer el gasto público. Sin embargo, para contrarrestar esta situación, puede tomar medidas, siempre y cuando cuente con los recursos necesarios, es decir, si tiene ahorro. Esto es posible si tuvo una buena recaudación de impuestos en años previos.

b) Función económica. Por medio de los tributos se busca orientar la economía en un sentido determinado. Por ejemplo, si se trata de proteger la industria nacional, se pueden elevar los tributos a las importaciones o crear nuevas cargas tributarias para encarecerlas, y así evitar que compitan con los productos nacionales. Si se trata de incentivar la exportación, se bajan o eliminan los tributos. En nuestro país, las exportaciones no pagan impuestos y tienen un sistema de reintegro tributario (devolución) por los impuestos pagados en los insumos utilizados en su producción.

b) Función social. Los tributos son la obligación dineraria establecida por la ley, cuyo importe se destina al sostenimiento de las cargas públicas, es decir, los tributos que pagan los contribuyentes retornan a la comunidad bajo la forma de obras públicas, servicios públicos y programas sociales. ¿Cuánta obra pública se puede llevar a cabo y cuánto se puede gastar en programas sociales? Esa pregunta se responde con las cifras de los tributos recaudados. A menor evasión tributaria, mayor recaudación y, en consecuencia, más bienes y programas sociales que contribuyan a un mayor bienestar social.

2.2.2.4 Tributos que administra la SUNAT

Los principales tributos que administra la SUNAT son los siguientes:

- **Impuesto General a las Ventas:** Es el 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 a la Renta:** Es aquél que se aplica a las rentas que provienen del capital, del trabajo o de la aplicación conjunta de ambos.
- **Régimen Especial del Impuesto a la Renta:** Es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de las actividades de comercio y/o industria; y actividades de servicios.
- **Nuevo Régimen Único Simplificado:** Es un régimen simple que establece un pago único por el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas (incluyendo al Impuesto de Promoción Municipal). A él pueden acogerse únicamente las personas naturales o sucesiones indivisas, siempre que desarrollen actividades generadoras de rentas de tercera categoría (bodegas, ferreterías, bazares, puestos de mercado, etc.) y cumplan los requisitos y condiciones establecidas.
- **Impuesto Selectivo al Consumo:** Es el impuesto que se aplica sólo a la producción o importación de determinados productos como cigarrillos,

- **Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional:** Impuesto destinado a financiar las actividades y proyectos destinados a la promoción y desarrollo del turismo nacional.
- **Impuesto Temporal a los Activos Netos:** Impuesto aplicable a los generadores de renta de tercera categoría sujetos al régimen general del Impuesto a la Renta, sobre los Activos Netos al 31 de diciembre del año anterior. La obligación surge al 1 de enero de cada ejercicio y se paga desde el mes de abril de cada año.
- **Impuesto a las Transacciones Financieras:** El Impuesto grava algunas de las operaciones que se realizan a través de las empresas del Sistema Financiero. Creado por el D. Legislativo N° 939 y modificado por la Ley N° 28194. Vigente desde el 1° de marzo del 2004.
- **Impuesto Especial a la Minería:** Creada mediante Ley N° 29789 publicada el 28 de setiembre de 2011, es un impuesto que grava la utilidad operativa obtenida por los sujetos de la actividad minera proveniente de las ventas de los recursos minerales metálicos. Dicha ley establece que el impuesto será recaudado y administrado por la SUNAT.
- **Casinos y Tragamonedas:** Impuestos que gravan la explotación de casinos y máquinas tragamonedas.
- **Derechos Arancelarios o Ad Valorem:** son los derechos aplicados al valor de las mercancías que ingresan al país, contenidas en el arancel de aduanas.

- **Derechos Específicos:** son los derechos fijos aplicados a las mercancías de acuerdo a cantidades específicas dispuestas por el Gobierno.
- **Aportaciones al ESSALUD y a la ONP:** Mediante la Ley N° 27334 se encarga a la SUNAT la administración de las citadas aportaciones, manteniéndose como acreedor tributario de las mismas el Seguro Social de Salud (ESSALUD) y la Oficina de Normalización Previsional (ONP).
- **Regalías Mineras:** Se trata de un concepto no tributario que grava las ventas de minerales metálicos y no metálicos. El artículo 7° de la Ley 28258 - Ley de Regalías Mineras, autoriza a la SUNAT para que realice, todas las funciones asociadas al pago de la regalía minera. Se modificó mediante la Ley N° 29788 publicada el 28 de setiembre de 2011.
- **Gravamen Especial a la Minería:** Creado mediante la Ley N° 29790, publicada el 28 de setiembre de 2011, está conformado por los pagos provenientes de la explotación de recursos naturales no renovables y que aplica a los sujetos de la actividad minera que hayan suscrito convenios con el Estado. El gravamen resulta de aplicar sobre la utilidad operativa trimestral de los sujetos de la actividad minera, la tasa efectiva correspondiente según lo señalado en la norma. Dicha ley, faculta a la SUNAT a ejercer todas las funciones asociadas al pago del Gravamen.

2.2.2.5 Tributos que administra los gobiernos locales

- **Impuesto Predial:** El Impuesto Predial es de periodicidad anual y grava el valor de los predios urbanos y rústicos. Para efectos del Impuesto se considera predios a los terrenos, incluyendo los terrenos ganados al mar, a los ríos y a otras especies de agua, así como las edificaciones e instalaciones fijas y permanentes que constituyan partes integrantes de dichos predios, que no pudieran ser separadas sin alterar, deteriorar o destruir la edificación. La recaudación, administración y fiscalización del impuesto corresponde a la Municipalidad Distrital donde se encuentre ubicado el predio.
- **Impuesto de Alcabala:** es de realización inmediata y grava las transferencias de propiedad de bienes inmuebles urbanos o rústicos a título oneroso o gratuito, cualquiera sea su forma o modalidad, inclusive las ventas con reserva de dominio; de acuerdo a lo que establezca el reglamento.
- **Impuesto al Patrimonio Vehicular:** de periodicidad anual, grava la propiedad de los vehículos, automóviles, camionetas, station wagons, camiones, buses y ómnibuses, con una antigüedad no mayor de tres (3) años. Dicho plazo se computará a partir de la primera inscripción en el Registro de Propiedad Vehicular.
- **Impuesto a las Apuestas:** grava los ingresos de las entidades organizadoras de eventos hípicas y similares, en las que se realice apuestas.

- **Impuesto a los Juegos:** grava la realización de actividades relacionadas con los juegos, tales como loterías, bingos y rifas, así como la obtención de premios en juegos de azar.
- **Impuesto a los Espectáculos Públicos No deportivos:** grava el monto que se abona por concepto de ingreso a espectáculos públicos no deportivos en locales y parques cerrados con excepción de los espectáculos en vivo de teatro, zarzuela, conciertos de música clásica, ópera, opereta, ballet, circo y folclore nacional, calificados como espectáculos públicos culturales por el Instituto Nacional de Cultura.
- **Contribuciones:** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales. Se encuentra vinculado a un beneficio indirecto recibido por el contribuyente, en ese sentido, su determinación está en función del citado beneficio.
- **Tasas:** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio esencial individualizado en el contribuyente. Su determinación debe estar ligada al costo del servicio, consecuentemente, la capacidad contributiva no puede ser ni el único ni el más importante criterio para su cuantificación.

2.2.3 Obligaciones tributarias

En el Artículo 2 del Código Tributario se menciona que la obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. Para Calvo (2007), la obligación tributaria, debido a su carácter legal, nace de la realización de un hecho establecido en la ley. Se trata de un hecho jurídico no sólo por su origen, sino también por sus efectos: una vez realizado el sujeto queda vinculado y debe efectuar una prestación obligatoria a favor de una Administración Pública como acreedor.

El contribuyente que acepta voluntariamente el pago lo hace por sí mismo y por la sociedad, más allá de si existe una sanción. De la misma manera, el cumplimiento oportuno y veraz se refiere al pago dentro de las fechas estipuladas y al rechazo ante prácticas de evasión y elusión (Bonilla, 2014). Por otro lado, en el TUO (2017) se afirma que 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.

Carrasco (2010) señala que la obligación tributaria es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario cuya fuente es la ley, y la prestación es el contenido de la obligación, esto es pagar una cierta cantidad de dinero al fisco. Se define la obligación tributaria como el vínculo jurídico en virtud del cual el estado, denominado sujeto activo, exige de un deudor, denominado sujeto pasivo, el cumplimiento de una prestación pecuniaria excepcionalmente en especie (Borrego & Pastor, 2007). Según Bravo (2006), la obligación tributaria “como hecho jurídico es una relación jurídica que importa en deber jurídico de prestación de dar una suma de dinero con carácter definitivo de un sujeto deudor a favor de otro acreedor (quien en contraposición detenta un derecho crédito tributario).

Según Tay & Tay (2005) la efectividad recaudatoria es baja a pesar de la alta tasa del impuesto” a comparación con otros países. Esto puede deberse a la carencia de una conciencia tributaria, un sistema tributario poco flexible y un bajo riesgo de ser detectado. Leal (2003) concluye que la obligación tributaria consiste en aquel deber jurídico que tiene una persona ya sea física o moral de contribuir al gasto público al caer en el presupuesto de hecho o hipótesis en la ley que da nacimiento al tributo de manera proporcional y equitativa. La obligación tributaria es una obligación de dar, consistente en una prestación pecuniaria o en especie al estado para el gasto público.

Flores (2004) afirma que el único fundamento de la obligación tributaria o razón de fondo para crear leyes que obliguen al pago del tributo es el gasto público traducible en las tareas que el Estado tiene a su cargo, es decir atribuciones que la colectividad le ha impuesto, por lo que necesita medios económicos para realizarlas. Chávez (2014), por su parte, señala que toda obligación tributaria no queda justificada por el simple hecho que el Estado pueda crearlo y exigirlo, sino, que existe un concepto ético y jurídico que los justifica toda vez que negarlo sería colocar a los contribuyentes expuestos a las decisiones arbitrarias del poder público. Por ello que deban existir razones éticas y jurídicas además de principios y fundamentos sobre las cuales debe basarse el cobro de los tributos.

2.2.3.1 Obligaciones tributarias principales

Según Vara (2010), sólo existe una obligación tributaria principal:

La obligación de “ dar ”. Es la obligación que tiene el sujeto pasivo de dar en la generalidad de los casos una suma de dinero o especie en una excepcionalidad constituye una tarea propia del contribuyente.

2.2.3.2 Obligaciones tributarias secundarias

Según Vara (2010), las obligaciones tributarias secundarias son:

La obligación de "hacer". Es todo lo relacionado con los deberes formales como la presentación de declaraciones, la liquidación del impuesto, la verificación de los hechos imponible, la investigación y comprobación de la capacidad contributiva. Estas actividades están orientadas a la determinación de créditos fiscales.

La obligación de "no hacer". Están referidas como su nombre lo indica a no realizar actos que la Administración Tributaria prohíba, para facilitar la administración y correcto orden en los parámetros de imposición del impuesto. Como el siguiente análisis manifiesta existen muchas obligaciones tributarias, pero la Administración Tributaria actualmente no muestra un buen servicio para poder cumplir las obligaciones tributarias, es necesario que se lleven de la mano para que exista una armonía en el cumplimiento del pago de tributos. Se refiere a no entorpecer las actividades de fiscalización por parte del sujeto pasivo

La obligación de "tolerar". Son aquellas referidas al cumplimiento de exigencias que son hechos por la Administración Tributaria en proceso de fiscalización, entre los cuales se puede distinguir: El deudor tributario debe de permitir en una determinación de tributos de oficio por parte de la Administración, exhibir libros de actas, libros y registros contables además de documentos relacionados con hechos generadores de la Obligación Tributaria en la forma y plazo que sean requeridos, esta incluye proporcionar datos necesarios, para conocer los archivos, medios magnéticos o de cualquier otra naturaleza; proporcionado las copias de los documentos señalados por el representante legal.

Proporcionar a la Administración tributaria la información que esta requerida o la que ordena las normas tributarias, información de terceros con lo que guarda relación, de acuerdo las formas y condiciones establecidas.

2.1.3.3 Nacimiento de la obligación tributaria

El TUO (2013) señala que la obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. Para CIAT (Art. N° 13) 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.

2.2.3.4 Exigibilidad de la obligación tributaria

El TUO (2013) afirma que la obligación tributaria es exigible:

- 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. Tratándose de tributos administrados por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - SUNAT, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado en el Artículo 29° de este Código.
- 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.

2.2.3.5 Determinación de la obligación tributaria

Vara (2010) subraya que 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. Por el acto de la determinación de la obligación tributaria:

- a) El deudor tributario verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, señala la base imponible y la cuantía del tributo.
- b) 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.

2.2.3.6 Inicio de la determinación de la obligación tributaria

La determinación de la obligación tributaria se inicia (Vara, 2010):

- ***Por acto o declaración del deudor tributario.*** La determinación de la obligación tributaria efectuada por el deudor tributario está sujeta a fiscalización o verificación por la Administración Tributaria, al que podrá modificar a cuando constate la omisión o inexactitud de la información proporcionada, emitiendo la Resolución de Determinación, Orden de Pago o Resolución de Multa.

- *Por la Administración Tributaria; por propia iniciativa o denuncia de terceros.* Para tal efecto, cualquier persona puede denunciar a la Administración Tributaria la realización de un hecho generador de obligaciones tributarias.

2.2.3.7 Declaración tributaria

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 (Vara, 2010).

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.

2.2.4 Sector informal

El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica (Fermini, 2011). Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el Estado puede ofrecer. Esta definición, introducida por De Soto (1989) en su clásico estudio sobre la informalidad, ha alcanzado gran popularidad

ya que su fortaleza conceptual permite concentrar el análisis en las causas de la informalidad antes que meramente en los síntomas de ésta.

La ilegalidad del sector informal es una respuesta a la incapacidad del Estado por brindar a los pobres sus aspiraciones básicas y en respuesta actúan por su propia cuenta sin cumplir ciertos requisitos impuestos por la legalidad. No se derivan de un problema social diferente entre clases sino de incapacidad estatal por no proporcionar facilidades a los más pobres para poder surgir dentro de la ley.

2.2.4.1 El sector informal en el Perú

En el Perú, el sector informal de la economía absorbe cerca del 55% de la población económicamente activa urbana y explica alrededor del 35% del PBI, de ahí la importancia de abordar su estudio. Sin embargo, aun cuando este sector ha contribuido a frenar el crecimiento del desempleo, lo ha hecho sobre la base de puestos de trabajo precarios. Esta deficiente calidad del empleo ha sido alimentada desde siempre por la baja productividad de la fuerza laboral, determinada a su vez por la escasa capacitación de los trabajadores (Fermini, 2011).

Una característica muy importante de la actividad informales que estas son desarrolladas en una gran proporción, por personas "independientes", esto es que no tienen relación de dependencia laboral con otras personas, trabajan por su cuenta constituyendo pequeñas empresas individuales o familiares. Aun cuando de manera limitada, nos permite definir la informalidad desde el punto de vista del trabajador como la población económicamente activa que desarrolla su actividad económica en forma independiente y los que trabajan sin ninguna remuneración.

El sector informal es una amplia gama y heterogénea de ocupaciones, resultando imposible clasificarlas en una categoría restringida. Podemos encontrar microempresas

en proceso de nacimiento y/o extinción, hasta que las encaminan a un proceso de transición hacia la formalidad, muchas son dirigidas por una o dos personas, generalmente de la familia que trabajan en su domicilio.

En el caso de comercio ambulatorio, la gente comenzó a invadir la vía pública, cuyo uso es de todos, para realizar sobre ellas actos de disposición y utilizarla para su operación comercial sin tener licencias, no entregar comprobantes de pago, ni pagar impuestos.

2.2.4.2 Modalidades del comercio informal

Según Fermini (2011), las modalidades del comercio informal son:

a) Comercio ambulatorio

Tradicionalmente el comercio ambulatorio ha sido considerado como la actividad informal por antonomasia. Sin embargo, no es más que una de las distintas manifestaciones del problema que consiste en el desarrollo de actividades comerciales en la calle, al margen de las disposiciones.

b) Los mercados informales

La segunda modalidad de comercio informal es la que se desarrolla desde mercados contruidos informalmente por a para ambulantes que sean abandonar las calles. En lo fundamental los ambulantes tratan de dejar la vía pública porque éste les impone una serie de limitaciones. En la calle, los derechos especiales de dominio a pesar de todo no ofrecen seguridad suficiente para estimular una inversión a largo plazo que

mejore la función minorista de los ambulantes porque en esos lugares no es posible suscitar expectativas racionales de propiedad.

Así mismo, los ambulantes tienen una productividad muy baja, debido a que la diversificación de bienes y servicios ofrecidos por cada uno es extremadamente reducida.

2.2.4.3. Causas del comercio informal

La informalidad una característica fundamental del subdesarrollo se configura tanto a partir del modelo de organización socioeconómica heredado por economías en transición hacia la modernidad como a partir de la relación que establece el estado con los agentes privados a través de la regulación, el monitoreo y la provisión de servicios públicos. Por ello, la informalidad debe ser entendida como un fenómeno complejo y multifacético (Fermini, 2011).

La informalidad surge cuando los costos de circunscribirse al marco legal y normativo de un país son superiores a los beneficios que ello conlleva. La formalidad involucra costos tanto en términos de ingresar a este sector largos, complejos y costosos procesos de inscripción y registro como en términos de permanecer dentro del mismo pago de impuestos, cumplir las normas referidas a beneficios laborales y remuneraciones, manejo ambiental, salud, entre otros. En principio, los beneficios de la formalidad son la protección policial frente al crimen y el abuso, el respaldo del sistema judicial para la resolución de conflictos y el cumplimiento de contratos, el acceso a instituciones financieras formales para obtener crédito y diversificar riesgos y, más ampliamente, la posibilidad de expandirse a mercados tanto locales como internacionales. Cuando menos en principio, la pertenencia al sector formal también elimina la posibilidad de tener que pagar sobornos y evita el pago de las multas y tarifas a las suelen estar expuestas las empresas que operan en la informalidad.

Por ello, este sector predomina cuando el marco legal y normativo es opresivo, cuando los servicios ofrecidos por el gobierno no son de gran calidad, y cuando la presencia y control del estado son débiles. Estos aspectos relativos a los costos y beneficios de la formalidad se ven afectados por las características estructurales del subdesarrollo, especialmente en lo que se refiere al nivel educativo, la estructura productiva y las tendencias demográficas.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Contribuyente. Se define contribuyente tributario como aquella persona física con derechos y obligaciones, frente a un ente público, derivados de los tributos. Es quien está obligado a aguantar patrimonialmente el pago de los tributos (impuestos, tasas o contribuciones especiales), con el fin de financiar al Estado.

Cultura tributaria. Conjunto de rasgos distintivos del comportamiento y actitudes de los integrantes de una sociedad, en cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria.

Cumplimiento tributario. Es la acción de cumplir con las obligaciones tributaria, relacionada con la moral fiscal que está dada por el nivel de tolerancia al fraude, inscrita en el espacio de los valores y motivaciones internas de la persona.

Código tributario. Es el conjunto de normas que establecen el ordenamiento jurídico-tributario.

Contraprestación. Prestación o servicio que debe recibir una parte contratante como compensación por lo que ha recibido o debe recibir.

Derecho tributario. Conjunto sistemático de normas legales por las cuales el estado implementa los cursos de acción para la obtención de los objetivos y meta fijadas por la política tributaria.

Ética tributaria. La teoría que estudia la moralidad de las actuaciones en materia tributaria desarrolladas por los poderes públicos, legislativos, ejecutivos y judiciales y por el ciudadano contribuyente.

Evasión tributaria. Cuando hablamos de evasión nos referimos a maniobras utilizadas por los contribuyentes para evitar el pago de impuestos violando para ello la ley. En la evasión tributaria simple y llanamente no se cumple con la ley, lo cual indudablemente es ilegal. Esta es distinta de la elusión de impuestos, la cual consiste en conductas del contribuyente que busca evitar el pago de impuestos utilizando para ello maniobras o estrategias permitidas por la misma ley o por los vacíos de esta, por lo cual no es técnicamente ilegal.

Impuesto. El impuesto es un aporte obligatorio. Un impuesto no se origina para que el contribuyente reciba un servicio directo por parte del Estado, sino como un hecho independiente, por ejemplo, el Impuesto a la Renta se destina a financiar el presupuesto público, que podría contener obras y servicios que beneficien a otras poblaciones distintas de los aportantes.

Mercado. Existe un mercado cuando los compradores que desean intercambiar dinero por un bien o servicio, están en contacto con los vendedores que desean intercambiar bienes o servicios por dinero. Así el mercado se define en términos de las fuerzas fundamentales de la oferta y la demanda y no se refiere de manera necesaria a alguna localización geográfica determinada. El concepto de mercado es fundamental para la mayoría de los economistas contemporáneos debido a que en una economía de libre mercado este es el mecanismo por medio del cual se asigna los recursos.

Normas tributarias. Comprende el conjunto de dispositivos legales a través de los cuales se regula la Política Tributaria.

Obligación tributaria. 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.

Política tributaria. Decisiones de política económica y fiscal que se refieren a los impuestos, tasas, contribuciones, etc. Para captar recursos públicos, Abarcan acciones de gravamen, desgravamen, exoneración, selectividad, etc.

Recaudación. Es el proceso de cobro de los tributos, que considera a las personas que contribuyan en forma equitativa, justa, proporcional, de acuerdo a su aptitud y capacidad económica

Tasas. Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.

Tributación. Transferencia compulsiva de dinero (o en forma ocasional de bienes y servicios) de individuos privados, instituciones o grupos al gobierno. Se puede imponer sobre la riqueza, el ingreso, las ganancias de capital o en forma de recargo sobre el precio la cantidad que se vende de un bien.

Tributo. El tributo es una prestación pecuniaria, objeto de una relación cuya fuente es la Ley, entre dos sujetos: de un lado el que tiene derecho de exigir la prestación, el acreedor del tributo, es decir el Estado u otra Entidad Publica que efectivamente por virtud de una ley positiva, posee ese derecho y de otro lado el deudor o los deudores, quienes están obligados a cumplir la prestación pecuniaria.

2.4 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1 Hipótesis general

El bajo nivel de cultura tributaria incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017.

2.4.2 Hipótesis específicas

- Los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca presentan conocimientos tributarios deficientes.

- Los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca no cumplen con sus obligaciones tributarias.

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación al cual pertenece este trabajo es el enfoque cuantitativo, de corte transversal. El método de investigación utilizado fue deductivo. Con este método se siguió los siguientes pasos: observación del fenómeno, creación de hipótesis para analizar y explicar dichos hechos, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación y comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

Asimismo, también se usó el método descriptivo. Este método se utilizó para observar sistemáticamente el objeto de estudio y dar respuestas a preguntas como: quien, qué, cuándo, dónde y porque mediante la observación.

Del mismo modo, también se utilizó el método analítico. A través de este método se realizó un análisis detallado de acuerdo con la muestra presentada de la cultura tributaria, el incumplimiento de obligaciones y la recaudación tributaria, descomponiéndolo del todo en sus partes en elementos para dar a conocer sus características, causas y factores que originan este problema, teniendo como base las variables presentadas y determinando así la recaudación tributaria de los comerciantes.

El diseño de investigación fue de tipo no experimental – explicativo, porque se explica el comportamiento de la variable independiente sobre la variable dependiente, es decir, se determina la influencia que ejerce el nivel de cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

$$\text{Obligaciones tributarias} = f(\text{nivel de cultura tributaria})$$

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población de la investigación estuvo conformada por 2421 comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca. Para ello se ha consultado el registro que posee la Municipalidad Provincial de San Román del comercio formal e informal sobre el mercado en referencia.

Muestra

Para determinar la muestra se utilizó el método del muestreo probabilístico. Se aplicó la siguiente fórmula de muestreo:

$$n = \frac{0.25(N)}{\left(\frac{E}{Z}\right)^2 (N - 1) + 0.25}$$

Donde:

N = población

E = margen de estrato

Z = nivel de confianza

$$n = \frac{0.25(2421)}{\left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 (2421 - 1) + 0.25}$$

$$n = 332$$

La muestra de estudio está conformada por 332 comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca.

3.3 PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN

Recolección de datos

Para la recolección de datos se usó la técnica de la encuesta. El instrumento fue el cuestionario.

Procesamiento de datos

Para alcanzar el objetivo específico 1 se tabularon los datos en el software Microsoft Excel y el paquete estadístico Stata, y se determinó el nivel de cultura tributaria que tienen los comerciantes del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca en el periodo 2017. Luego se elaboró los gráficos correspondientes de la estadística descriptiva.

Para alcanzar el objetivo específico 2 se tabularon los datos en el paquete estadístico Stata y se elaborarán los gráficos correspondientes.

Por último, para probar la hipótesis se utilizó la prueba estadística de chi cuadrado. De esta manera se determinó la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Para ello se usó el software Stata.

La fórmula de la prueba estadística chi cuadrado es la siguiente:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Donde:

X^2 = Chi cuadrado calculado

O_i = valores observados

E_i = Valores esperados

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

En este apartado se presentan los resultados de la investigación, mediante tablas y figuras, acompañadas por una descripción, análisis e interpretación. Para ello se ha contrastado la teoría presentada y los resultados obtenidos. Está estructurado en función de los objetivos específicos. En primer término, tenemos el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca. Esto responde al *objetivo específico 1*. En segundo término, tenemos el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado en referencia. Esto responde al *objetivo específico 2*. En tercer término, se presenta los resultados de la estimación de la prueba estadística Chi cuadrado para determinar la influencia del nivel de cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Lo cual guarda relación con el objetivo general. En cuanto al *objetivo específico 3*, se presenta el diseño de un programa de capacitación para elevar el nivel de cultura tributaria. Por último, se tiene la contrastación de las hipótesis.

4.1 El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el año 2017

Tabla 1. Conocimiento de comprobantes de pago

	fi	Fi	hi%
Conocen	165	165	49.7
Desconocen	167	332	50.3
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

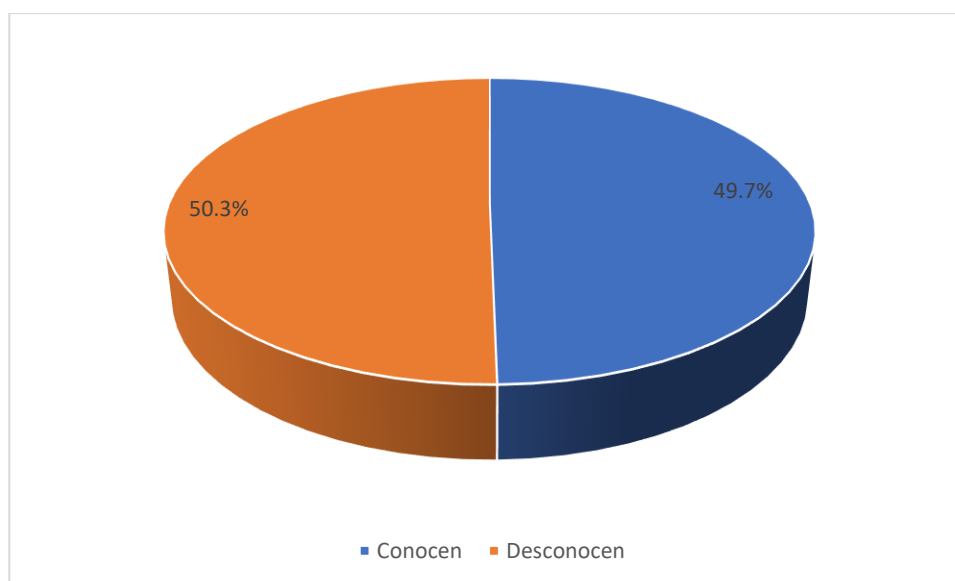


Figura 1. Conocimiento de comprobantes de pago

En la Figura 2 se muestra el porcentaje de comerciantes que conocen los comprobantes de pago. Como se puede observar, el 50.3% de comerciantes del mercado Túpac Amaru de Juliaca desconocen los comprobantes de pago. Por otro lado, el 49.7% de comerciantes conocen los comprobantes de pago.

Los resultados indican que la mitad de los comerciantes del mercado Tupac Amaru no conocen los comprobantes de pago, es decir, desconocen la factura, boleta de venta, ticket, recibos por honorarios y liquidaciones de compras. Estos comerciantes no diferencian los comprobantes de pago de otros documentos contables y tributarios. Por otro lado, la mitad de los comerciantes sí conocen los comprobantes de pago. Como puede observarse, el nivel de cultura tributaria es crítica, porque lo idea es que la totalidad de los comerciantes deben conocer los comprobantes de pago.

Tabla 2. Conocimiento del tributo

	fi	Fi	hi%
Conocen	189	189	56.9
Desconocen	143	332	43.1
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

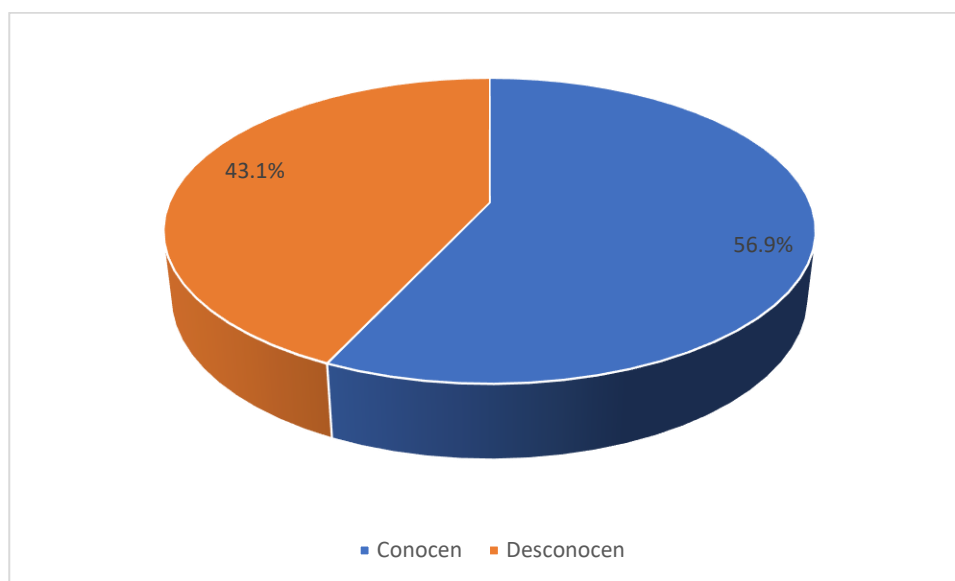


Figura 2. Conocimiento del tributo

En la Figura 2 se presenta el porcentaje de comerciantes del mercado de Tupac Amaru de Juliaca que conocen el tributo. Como se puede observar, el 56.9% de comerciantes desconocen el tributo. Por otro lado, el 43.1% de comerciantes conoce el tributo.

Los resultados mostrados señalan que más de la mitad de los comerciantes del mercado Túpac Amaru de la Ciudad de Juliaca desconocen la naturaleza del tributo. Eso también implica que dichos comerciantes no conocen las clases de tributos que se pagan en el país. Este problema es alarmante, porque los comerciantes encuestados no poseen cultura tributaria, de decir, desconocen temas básicos de la tributación.

Tabla 3. Conocimiento del I.G.V.

	fi	Fi	hi%
Conocen	140	140	42.2
Desconocen	192	332	57.8
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

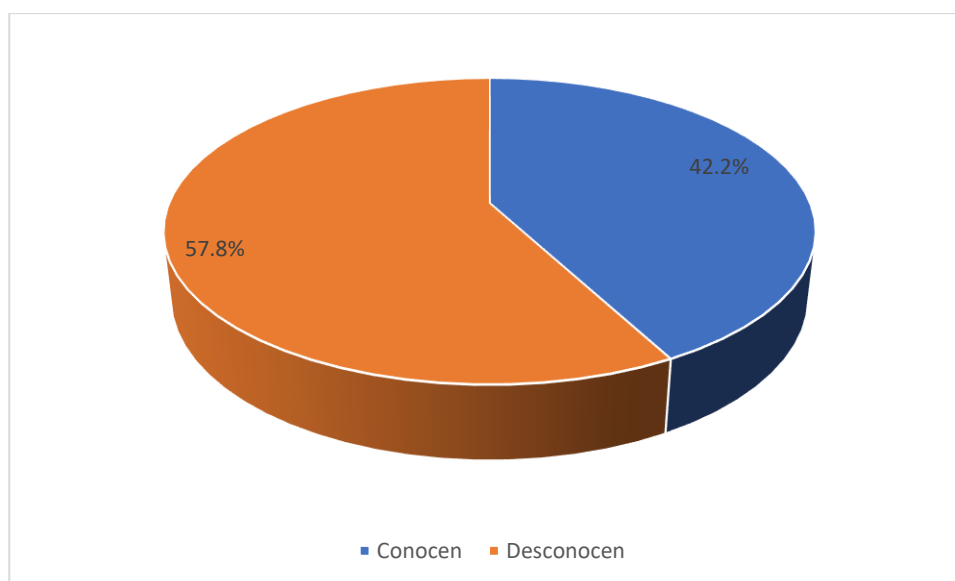


Figura 3. Conocimiento del I.G.V.

En la Figura 3 se muestra el porcentaje de comerciantes del mercado Túpac Amaru que conocen el impuesto general a las ventas. Como se puede observar, el 57.8% de comerciantes desconocen el impuesto general a las ventas. Por otra parte, el 42.2% de comerciantes conocen el impuesto general a las ventas.

Según los resultados presentados, más de la mitad de los comerciantes desconocen la naturaleza del impuesto general a las ventas. Esa situación es alarmante, porque el conocimiento del IGV es fundamental para todo contribuyente. Así que, estos comerciantes tienen escasa nivel de cultura tributaria. Por lo tanto, es necesario realizar capacitaciones en temas tributarios.

Tabla 4. Conocimiento de la tasa de I.G.V.

	fi	Fi	hi%
Conocen	212	212	63.9
Desconocen	120	332	36.1
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

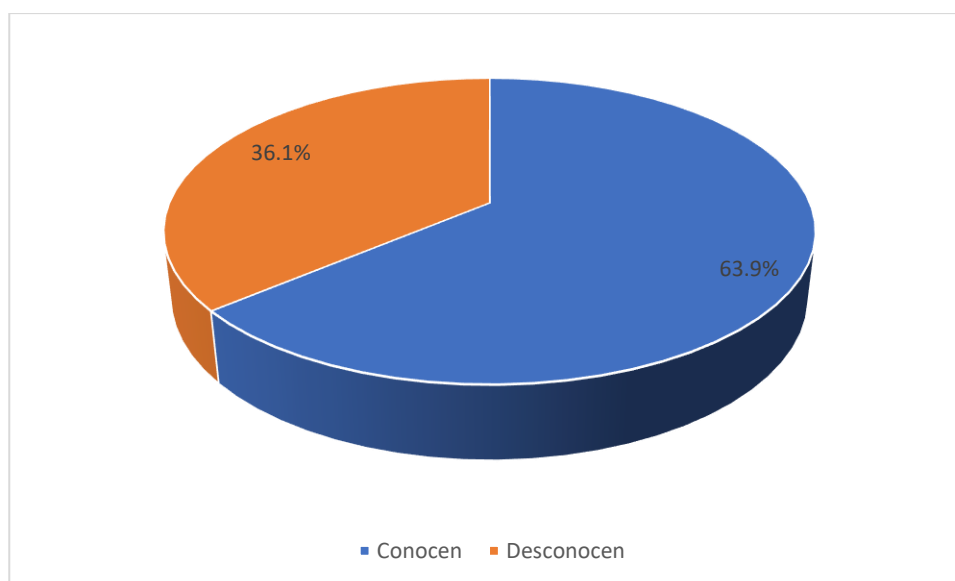


Figura 4. Conocimiento de la tasa de I.G.V.

En la Figura 4 se presenta el porcentaje de comerciantes del mercado Tupac Amaru de Juliaca que conocen la tasa del impuesto general a las ventas. Como se puede observar, el 63.9% de comerciantes conocen la tasa de I.G.V. En tanto, el 36.1% de comerciantes desconocen la tasa de I.G.V.

Los resultados indican que más de la mitad de los comerciantes conocen la tasa que se paga por el IGV. Desde luego, este dato no es alarmante, sin embargo, lo ideal sería que la totalidad de los comerciantes la tasa que deben pagar a la SUNAT por el IGV. Como solución a estos problemas se tendría que realizar un programa de cultura tributaria.

Tabla 5. Conocimiento de los impuestos

	fi	Fi	hi%
Conocen	189	189	56.9
Desconocen	143	332	43.1
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

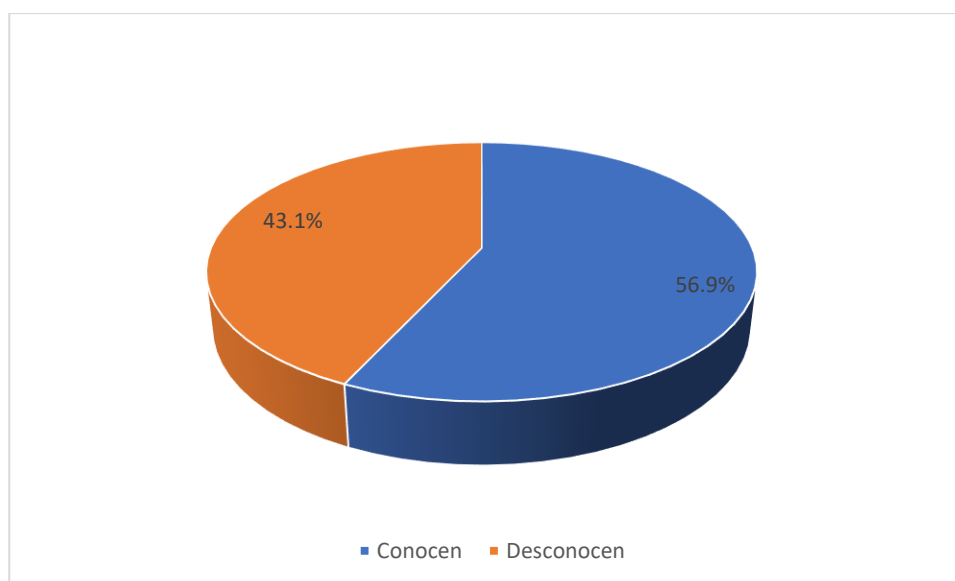


Figura 5. Conocimiento de los impuestos

En la Figura 5 se muestra el porcentaje de comerciantes del mercado de Tupac Amaru de Juliaca que conocen los diferentes impuestos. Como se puede ver, el 56.9% de comerciantes conocen la naturaleza de los impuestos. Por otro lado, el 43.1% de comerciantes desconocen los impuestos.

Según los resultados presentados, un poco más de la mitad de los comerciantes conocen el impuesto, tanto su naturaleza como su utilidad. Como sabemos por teoría, impuesto es un tipo de tributo. Ahora bien, un porcentaje considerable de comerciantes desconocen el impuesto. Lo cual implica el bajo nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado referido.

Tabla 6. Conocimiento de las categorías del Impuesto a la Renta

	fi	Fi	hi%
Conocen	118	118	35.5
Desconocen	214	332	64.5
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

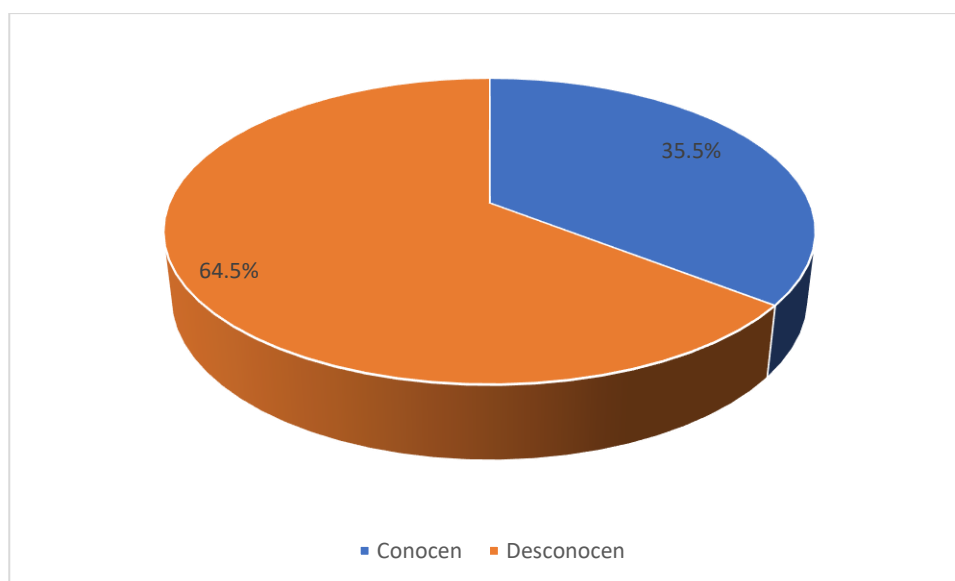


Figura 6. Conocimiento de las categorías del Impuesto a la Renta

En la Figura 6 se muestra el porcentaje de comerciantes del mercado de Tupac Amaru de Juliaca que conocen las categorías del impuesto a la renta. Como se puede observar, el 64.5% de comerciantes desconocen las categorías del impuesto a la renta. Por otro lado, el 35.5% de comerciantes conocen las categorías del impuesto a la renta.

El conocimiento de las categorías del impuesto a la renta es importante, para cumplir apropiadamente con nuestras obligaciones tributarias, tanto para comerciantes como para personas naturales. Según los resultados, más de la mitad de los comerciantes desconocen las cuatro categorías del impuesto a la renta que existen. Lo cual es alarmante, ya que se refleja el bajo nivel de cultura tributaria que poseen dichos comerciantes.

Tabla 7. Conocimiento de los regímenes tributarios

	fi	Fi	hi%
Conocen	71	71	21.4
Desconocen	261	332	78.6
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

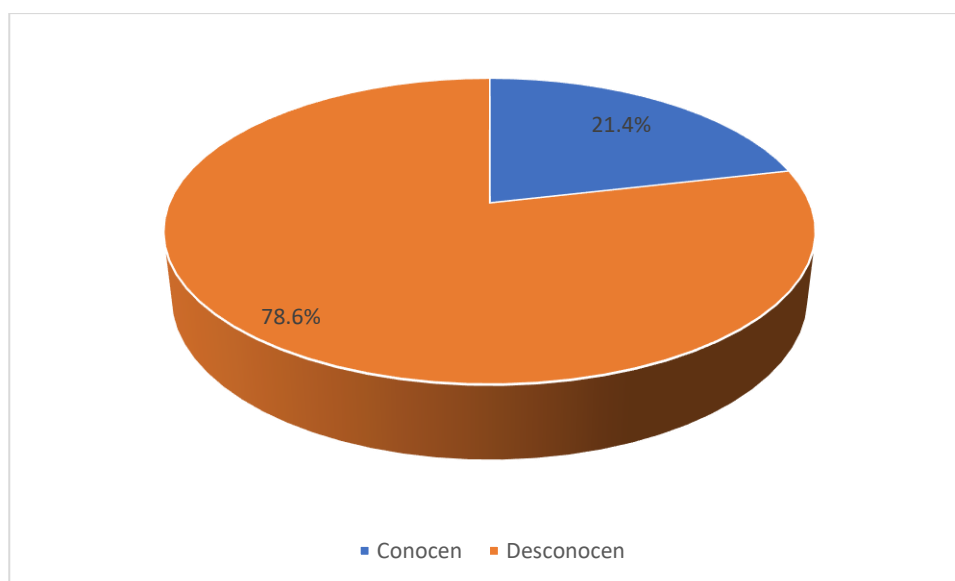


Figura 7. Conocimiento de los regímenes tributarios

En la Figura 7, se presenta el porcentaje de comerciantes del mercado de Tupac Amaru de Juliaca que conocen los regímenes tributarios. Como se puede ver, el 78.6% de comerciantes desconocen los regímenes tributarios. Por otra parte, el 21.4% de comerciantes conocen los regímenes tributarios.

Para un empresario es indispensable conocer los distintos regímenes tributarios que existen. De esta manera, pueda acogerse a uno de ellos con mucho criterio. Según los resultados, una gran mayoría de los comerciantes no conocen cuántos regímenes tributarios existen. De modo que estos comerciantes no se encuentran acogidos en ningún régimen tributario.

Tabla 8. Nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca

Niveles	fi	Fi	hi%
Bajo	191	191	57.5
Medio	95	286	28.6
Alto	46	332	13.9
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

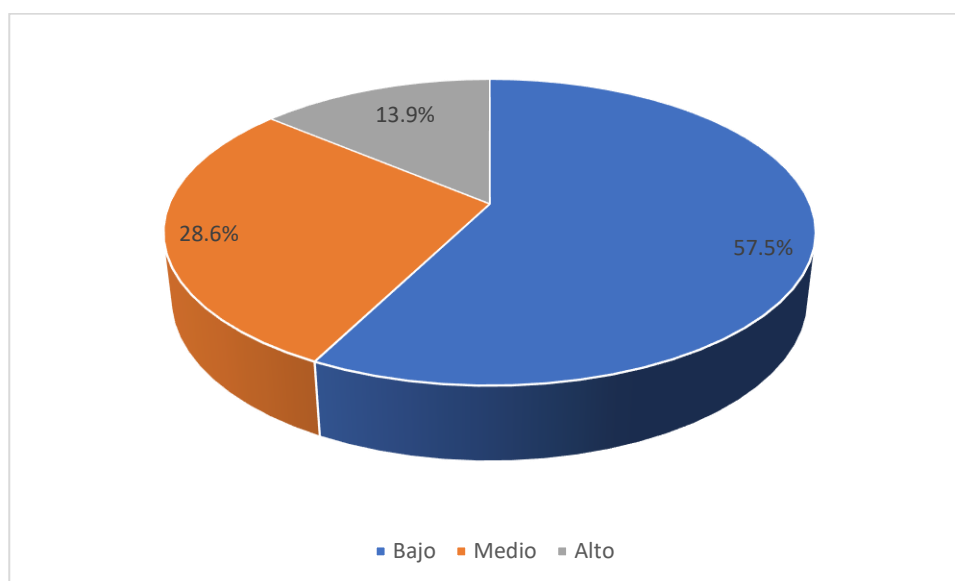


Figura 8. Nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca

En la Figura 8, se da a conocer el nivel cultura tributaria que los comerciantes del mercado de Tupac Amaru de Juliaca tienen. Como se puede observar, el 57.5% de comerciantes tiene un nivel bajo de cultura tributaria. El 13.9% de comerciantes tiene un nivel alto de cultura tributaria. El 28.6% de comerciantes tiene un nivel medio de cultura tributaria.

Los resultados indican que más de la mitad de los comerciantes presenta un nivel bajo de cultura tributaria. Estas cifras son alarmantes, ya que lo ideal es que una persona dedicada al comercio debe tener un nivel razonable de cultura tributaria. De manera que puede cumplir con sus obligaciones tributarias de forma adecuada. Una solución para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes sería llevar a cabo programas de capacitación en temas elementales de la tributación.

4.2. Cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el año 2017

Tabla 9. Emisión de comprobantes de pago

	fi	Fi	hi%
Emiten	95	95	28.6
No emiten	237	332	71.4
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

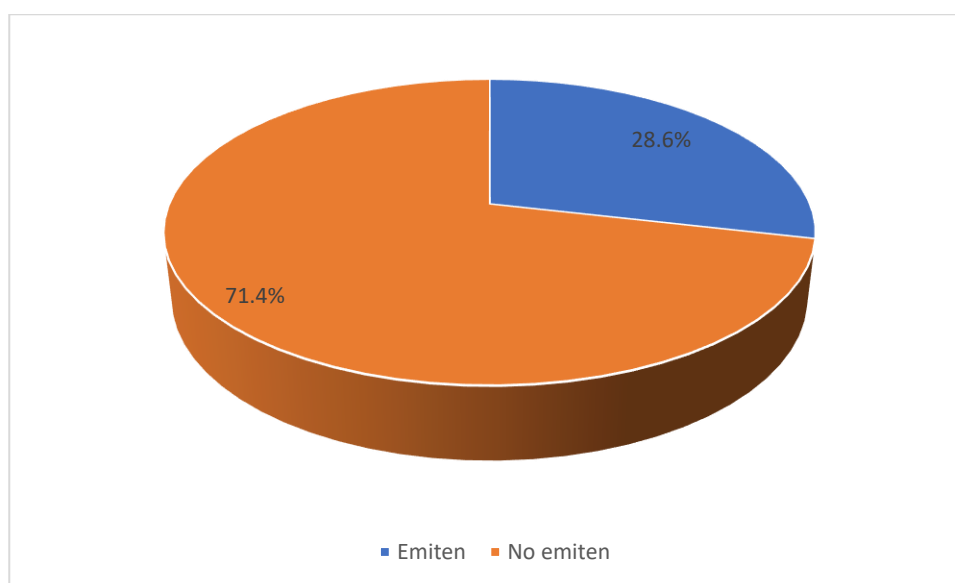


Figura 9. Emisión de comprobantes de pago

En la Figura 9 se muestra el porcentaje de comerciantes que emiten comprobantes de pago por las ventas que realizan. Como se puede observar, el 71.4% de comerciantes no emite ningún tipo de comprobantes de pago. El 28.6% de comerciantes sí emite algún comprobante de pago.

Según los resultados, un gran porcentaje de comerciantes no emite comprobantes de pago por las ventas que realizan. En este caso les correspondería emitir, básicamente, boletas de venta, facturas o tickes. Al no emitir dichos documentos, no están cumpliendo con sus obligaciones tributarias, tal como corresponde; por el contrario, están cometiendo evasión tributaria. Desde luego, lo cual afecta la recaudación económica del Estado.

Tabla 10. Acogimiento a algún régimen tributario

	fi	Fi	hi%
Pertenecen	117	117	35.2
No pertenecen	215	332	64.8
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

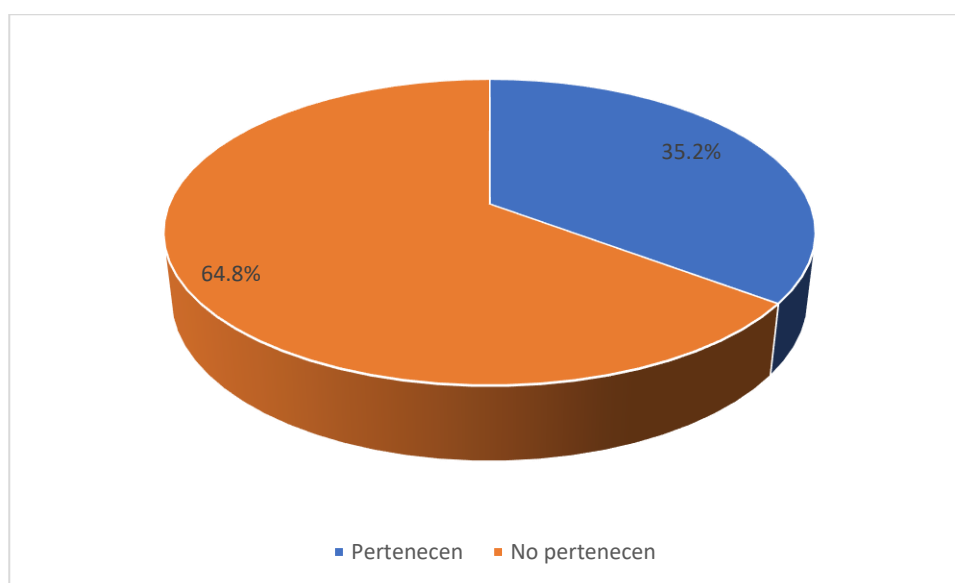


Figura 10. Acogimiento a algún régimen tributario

En la Figura 10, se presenta el porcentaje de comerciantes del mercado de Tupac Amaru de Juliaca que están acogidos en algún régimen tributario. Como se puede ver, el 64.8% de comerciantes no pertenece a ningún régimen tributario. El 35.2% de comerciantes sí está acogido en un régimen tributario.

Como se sabe, desde el 2017 los regímenes tributarios son 4: El nuevo régimen único simplificado o el nuevo RUS, el régimen especial de renta o RER, régimen mype tributario o RMT y el régimen general. Cada uno de estos regímenes tiene sus propias características tales como límites de ingresos, compras, actividades no comprendidas, tipos de comprobante de pago a emitir, entre otros. Ahora bien, los resultados indican que más de la mitad de los comerciantes no están acogidos en ningún régimen tributario. Este

dato es alarmante, ya que es importante conocer la naturaleza de los regímenes tributarios para que los contribuyentes sepan cuál les beneficia. En consecuencia, los comerciantes están incurriendo en evasión tributaria.

Tabla 11. Inscripción en el RUC

	fi	Fi	hi%
Tienen RUC	188	188	56.6
No tienen RUC	144	332	43.4
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

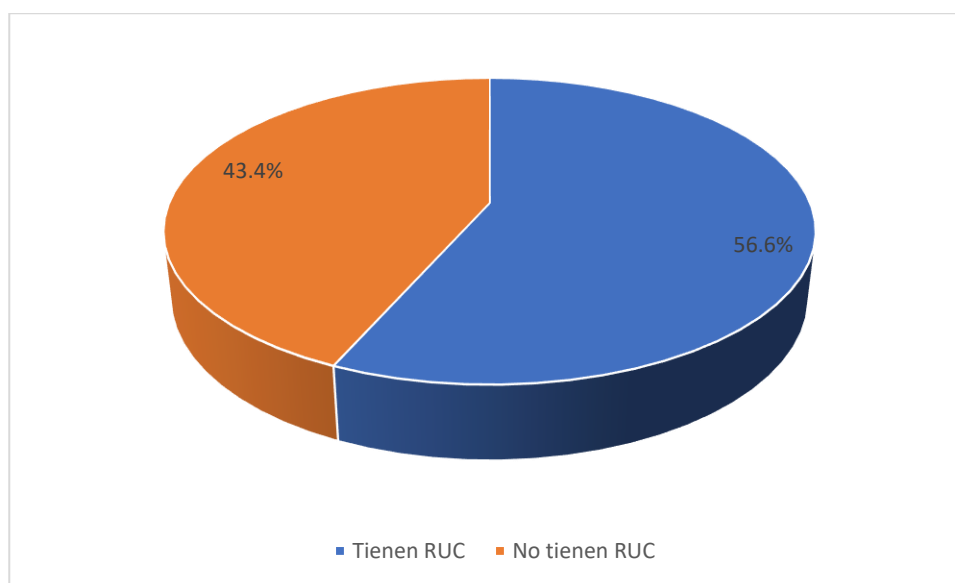


Figura 11. Inscripción en el RUC

En la Figura 11 se da a conocer el porcentaje de comerciantes del mercado de Tupac Amaru de Juliaca que están inscritos en el registro único del contribuyente. Como se puede observar, el 56.6% de comerciantes sí está inscrito en el RUC. El 43.4% de comerciantes no está inscrito en el RUC.

No estar inscrito en el Registro Único del Contribuyente ya es una forma de evasión tributaria; es no cumplir con el primer requisito para emprender un negocio en el marco de la legalidad. Según los resultados presentados, un poco más de la mitad de los

comerciantes sí están inscritos en el RUC. Sin embargo, lo ideal es que la totalidad de los comerciantes deberían estar inscritos. En ese sentido, casi la mitad de los comerciantes del mercado Túpac Amaru no cumplen con sus obligaciones tributarias. En términos de la legalidad, este es un problema serio.

Tabla 12. Pago de impuestos

	fi	Fi	hi%
Pagan impuestos	86	86	25.9
No pagan Impuestos	246	332	74.1
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

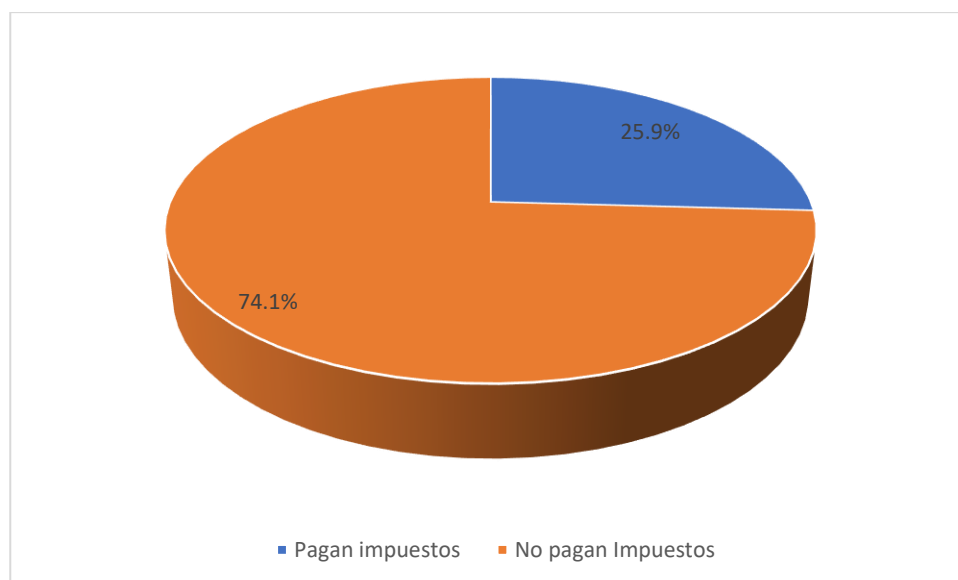


Figura 12. Pago de impuestos

En la Figura 12, se muestra el porcentaje de comerciantes del mercado de Tupac Amaru de Juliaca que pagan impuestos. Como se puede observar, el 74.1% de comerciantes no paga ningún tipo de impuesto. El 25.9% de comerciantes sí paga un tipo de impuesto.

Toda persona jurídica o natural que genera renta de tercera categoría está obligada a pagar impuestos, ya sea IGV o Impuesto a la Renta. En tal sentido, la mayoría de los comerciantes del mercado Tupac Amaru no paga los impuestos que le corresponde. Desde

luego, este problema debería ser tomado en cuenta por la política fiscal del Estado. En caso de los comerciantes del mercado en mención, esto se debe a que poseen bajo nivel de cultura tributaria.

Tabla 13. Cumplimiento de las obligaciones tributarias

Cumplimiento	fi	Fi	hi%
Cumplen	92	92	27.7
No cumplen	240	332	72.3
Total	332		100

FUENTE: Encuesta

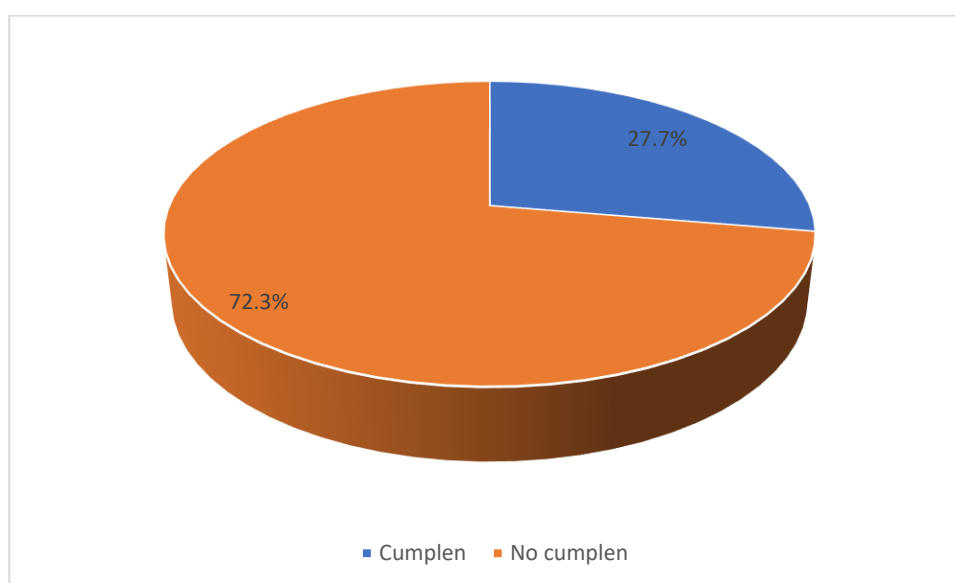


Figura 13. Cumplimiento de las obligaciones tributarias

En la Figura 13, se da a conocer el porcentaje de comerciantes del mercado de Tupac Amaru de Juliaca que cumplen con sus obligaciones tributarias. Como se observa, el 72.3% de comerciantes no cumplen con sus obligaciones tributarias. En cambio, el 27.7% de comerciantes sí cumple con sus obligaciones tributarias.

Todo ciudadano —más aún los que generan rentas de tercera categoría— deben cumplir con las obligaciones tributarias impuestas por el Estado. De manera que se pueda recaudar recursos económicos para cumplir con el gasto público del Estado, ya sea

construcción de carreteras, hospitales, colegios, etc. Ahora bien, una gran mayoría de comerciantes del mercado Tupac Amaru no cumplen con sus obligaciones tributarias. Esto se debe, básicamente, al bajo nivel de cultura tributaria que tienen los comerciantes del referido mercado.

4.3. Estimación de la prueba estadística

Para determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias se utilizó la prueba estadística de Chi cuadrado (X^2). Para ello se ha seguido el siguiente procedimiento:

Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula (H_0)

No existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Hipótesis alterna (H_1)

Existe relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Nivel de significancia

Se trabajó con un nivel de significancia de 5%, es decir, con un nivel de confianza de 95%.

$$\alpha = 0.05$$

Valor crítico

El valor crítico estimado de la prueba Chi cuadrado para esta investigación es 5.99. Dicho valor se ha calculado en función de grados de libertad (2) y nivel de significancia (0.05). Por lo tanto, el valor de la prueba Chi cuadrado tabulado es 5.99.

$$X_t^2 = 5.99$$

Tabla 14. Estimación de la prueba Chi cuadrado (X^2)

		Nivel de cultura tributaria			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Obligaciones tributarias	No cumplen	fi	182	48	10	240
		%	54.8%	14.5%	3.0%	72.3%
	Cumplen	fi	9	47	36	92
		%	2.7%	14.2%	10.8%	27.7%
Total			191	95	46	332
Chi cuadrado	Valor	131.5732				
	P-valor	0.000				

FUENTE: Elaboración propia a base de los resultados estimados en Stata

En la Tabla 14 se muestran los resultados de la estimación de la prueba estadística Chi cuadrado. De un total de 332 comerciantes del mercado Tupac Amaru de Juliaca, el 54.8% no cumplen con sus obligaciones tributarias y poseen un nivel bajo de cultura tributaria. El 2.7% de comerciantes cumple con sus obligaciones tributarias y posee nivel bajo de cultura tributaria. El 14.5% de comerciantes no cumple con sus obligaciones tributarias y posee nivel medio de cultura tributaria. El 14.2% de comerciantes cumple con sus obligaciones tributarias y tiene nivel medio de cultura tributaria. El 3% de comerciantes no cumple con sus obligaciones tributarias y posee nivel alto de cultura tributaria. El 10.8% de comerciantes cumple con sus obligaciones tributarias y tiene un nivel alto de cultura tributaria. Por otro lado, el valor de la prueba Chi cuadrado calculado es 131.5732. Asimismo, el P-valor es 0.000.

Decisión

Como el valor de la prueba Chi cuadrado calculado (131.5732) es mayor que la prueba Chi cuadrado tabulado (5.99), entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Además, el P-valor estimado es 0.000; lo cual indica que es significativo en términos estadísticos la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias. Por lo tanto, se concluye que son dependientes las dos variables (cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias). Eso quiere decir, que la cultura tributaria influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

4.4 Propuesta de un diseño del programa de difusión y capacitación para incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias

DISEÑO DE UN PROGRAMA DE DIFUSIÓN Y CAPACITACIÓN PARA INCENTIVAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Introducción

La cultura tributaria es entendida como el conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que rigen. El nivel alto de cultura tributaria conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales. Para ello se requiere que los comerciantes obtengan conocimientos sobre el tema y comprendan la importancia de sus obligaciones tributarias.

Con la promoción de la cultura tributaria, los comerciantes deberían tener la idea de que como ciudadanos deben asumir sus responsabilidades para que el Estado pueda

cumplir con sus obligaciones; para ello deben pagar sus impuestos, ya que al hacerlo cumplen con su país, su región y su ciudad. Por lo tanto, los ciudadanos del mañana deben conocer la importancia de la política tributaria, así como el manejo y destino de los fondos recaudados mediante los impuestos.

Objetivos

- Promover la cultura tributaria en los comerciantes del mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca.
- Sensibilizar a los comerciantes para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en forma voluntaria.
- Ampliar el alcance del programa a otros mercados.

Alcance del programa

El programa está dirigido a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, a quienes se les impartirá charlas sobre cultura tributaria y obligaciones tributarias. A largo plazo, el programa tiene como objetivo ampliar su alcance a los mercados de las ciudades más importantes de la región Puno.

Estructura del programa

El programa comprende tres módulos.

Tabla 15. Módulos del programa de cultura tributaria

Módulo 1	Importancia del sistema tributario nacional
	La obligación tributaria (Obligaciones formales y sustanciales)
	La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)
	Principales tributos que administra la SUNAT
Módulo 2	El Impuesto General a las Ventas (IGV)
	Determinación del pago del IGV
	Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) (Requisitos, Plazo para inscribirse, Lugares autorizados)
Módulo 3	Regímenes Tributarios (Nuevo régimen único simplificado [NUEVO RUS], Régimen especial del Impuesto a la renta [RER], Régimen general del Impuesto a la renta)
	Efectos e infracciones que genera el incumplimiento tributario
	El incumplimiento tributario en el Perú
	Multas e infracciones

Fuente: Elaboración propia

Estrategias

Charlas con la participación cativa de los comerciantes

Recursos

Diapositivas, proyector visual, separatas y folletos.

4.5 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS**a) Para la primera hipótesis específica**

La primera hipótesis específica planteada fue: “Los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca presentan conocimientos tributarios deficientes”. Esta hipótesis se acepta, ya que el 57.5% de comerciantes del mercado

Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca tiene un nivel bajo de cultura tributaria. Esta afirmación se sustenta en los siguientes datos: El 50.3% de comerciantes desconoce los comprobantes de pago; no los diferencian de otros documentos mercantiles. El 56.9% de comerciantes desconocen el tributo. El 57.8% de comerciantes no conocen el impuesto general a las ventas. El 64.5% de comerciantes desconocen las categorías del impuesto a la renta. El 78.6% de comerciantes no conocen los regímenes tributarios.

b) Para la segunda hipótesis específica

La segunda hipótesis específica planteada fue: “Los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca no cumplen con sus obligaciones tributarias”. Esta hipótesis se acepta, ya que el 72.3% de comerciantes no cumple con sus obligaciones tributarias. Esta afirmación se sustenta en los siguientes resultados: El 71.4% de comerciantes no emite ningún tipo de comprobantes de pago por las ventas que realiza. El 64.8% de comerciantes no está acogida a ningún régimen tributario. El 43.4% de comerciantes no está inscrito en el Registro Único del Contribuyente. El 74.1% de comerciantes no paga ningún tipo de impuesto.

c) Para la hipótesis general

La hipótesis general planteada fue: “El bajo nivel de cultura tributaria incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017”. Esta hipótesis se acepta, ya que el nivel de la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Túpac

Amaru. Esta afirmación se basa en la estimación de la prueba estadística Chi cuadrado, cuyo valor calculado resultó mayor que su valor crítico. Por lo tanto, si los comerciantes tienen un nivel alto de cultura tributaria, tienen mayor probabilidad de cumplir con sus obligaciones tributarias.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Según los resultados obtenidos, el nivel de la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017. Esta afirmación se sustenta en evidencias estadísticas, ya que la estimación del valor calculado de la prueba estadística Chi cuadrado resultó mayor que el valor crítico de la misma prueba. Del mismo modo, el *P-valor* de la prueba estadística en mención resultó menor que 0.05, por lo tanto, la incidencia del nivel de la cultura tributaria es significativa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias a un nivel de 5% de significancia. Lo cual quiere decir que si los comerciantes tienen un nivel alto de cultura tributaria tienen mayor probabilidad de cumplir con sus obligaciones tributarias.

SEGUNDA: El 57.5% de comerciantes del mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca tiene un nivel bajo de cultura tributaria. Esta afirmación se sustenta en los siguientes datos: El 50.3% de comerciantes desconoce los comprobantes de pago; no los diferencian de otros documentos mercantiles. Del mismo modo, el 56.9% de comerciantes desconocen el tributo. Asimismo, el 57.8% de comerciantes no conocen el impuesto general a las ventas. Por otro lado, el 64.5% de comerciantes desconocen las categorías del impuesto a la renta. Finalmente, el 78.6% de comerciantes no conocen los regímenes tributarios.

TERCERA: El 72.3% de comerciantes no cumple con sus obligaciones tributarias. Esta afirmación se sustenta en los siguientes resultados: El 71.4% de comerciantes no emite ningún tipo de comprobantes de pago por las ventas que realiza. Del mismo modo, el 64.8% de comerciantes no está acogida a ningún régimen tributario. Asimismo, el 43.4% de comerciantes no está inscrito en el Registro Único del Contribuyente. Por otra parte, el 74.1% de comerciantes no paga ningún tipo de impuesto.

CUARTA: Para incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, se ha propuesto un programa de difusión y capacitación. El programa consta de tres módulos, cuyos temas están referidos a la obligación tributaria, funciones de la SUNAT y los tributos que administra, regímenes tributarios, infracciones que genera el incumplimiento tributario, entre otros. Como estrategias del programa tenemos las charlas por los especialistas de la SUNAT con la participación activa de los comerciantes.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda a los futuros investigadores que realicen trabajos sobre cultura tributaria, porque el conocimiento de este tema es muy importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que una adecuada recaudación de impuestos afianza el buen funcionamiento del sistema fiscal del país.

SEGUNDA: Se recomienda a las autoridades competentes de la SUNAT sensibilizar mediante cursos y charlas a los comerciantes del mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca en temas de cultura tributaria. De esta manera, los comerciantes incrementarán su nivel de cultura tributaria, y así puedan cumplir con sus obligaciones tributarias.

TERCERA: Para incrementar el nivel de Cultura Tributaria y con ella el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, es indispensable mayor difusión de programas de capacitación para que los contribuyentes tengan confianza en la Administración Tributaria y además se sientan retribuidos por el Estado con servicios públicos de calidad.

CUARTA: Se recomienda a los investigadores interesados en el estudio de la cultura tributaria, diseñar un programa adecuado para incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes de los mercados de las principales ciudades de la región Puno, en coordinación con las

autoridades de la SUNAT. De esa manera, los comerciantes sean ciudadanos conscientes del pago de sus impuestos.

BIBLIOGRAFÍA

- Amasifuén, M. (2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting Power for Business*, I (1), 73–90.
- Armas A, M. E., & Colmenares, M. (2006). Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social REDHECS. In REDHECS (Vol. 6, pp. 122–141). Retrieved from <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/REDHECS/article/viewArticle/610/1548#>
- Arancibia, M. (2004). *Código Tributario*. Lima: Pacifico.
- Armas, M. E. (2009). *Educación Para El Desarrollo De La Cultura Tributaria*. Venezuela.
- Ataliba, G. (1995). *Hipótesis De Incidencia Tributaria*.
- Azuaje, L. (2001). *Estrategias De La Oficina De Divulgacion Tributaria Y Relaciones Del Seniat Para La Cultura Tributaria De Personas Naturales*. Venezuela.
- Basurto, M. (2015). *La cultura tributaria de las asociaciones de comerciantes minoristas de la Bahía - Fedacomib y su incidencia en la continuidad de sus negocios*. Journal of Chemical Information and Modeling. Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Bonilla, E. (2014). *La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá, I*. Retrieved from <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revcep/article/view/44456/45744>
- Borrego, B., & Pastor, F. (2007). *Obligaciones Tributarias y Nuevas Tecnologías. Manual básico para Gestores Administrativos* (1st ed.). España: Administrativos, Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Gestores.
- Bravo, J. (2006). *Fundamentos de Derecho Tributario* (1st ed.). Lima: Palestra Editores S.R.L.
- Calvo, R. (2007). *Curso derecho financiero* (tomo 1: derecho tributario). Madrid: Edit: S.L. Civitas Ediciones.
- Calsina, H. (2015). *Cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria-periodo 2013*. Universidad Nacional del Altiplano.
- Camarero, L., Pino, J., & Mañas, B. (2015). *Evolución de la cultura tributaria, coyuntura económica y expectativas vitales. Un estudio Longitudinal* (1st ed.). Madrid: Edit: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Cardenas, A. (2012). *La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de pichincha – Cantón Quito*. Universidad Politécnica Salesiana.

- Carrasco, L. (2010). *Obligación tributaria* (1st ed.). Lima: Edit: Santa Rosa S.A.
- Chávez, C. (2018). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado señor de la soledad de Huaraz, 2015*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Chávez, M., & Tadeo, V. (2014). *Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo*. Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Fermini, L. (2011). *Economía Informal Y Capital Humano En El Perú*. Perú.
- Figuroa, W. (2004). *Derecho tributario I*, apuntes de clases.
- Flores, D. (2015). *Influencia de la Cultura Tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los contribuyentes del nuevo régimen único simplificado de la ciudad de Puno, periodo 2014* (tesis). Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez.”
- Flores, E. (2004). *Finanzas públicas mexicanas* (34th ed.). México: Editorial Porrúa.
- Gallardo, L. M. M. G., & Buleje, J. C. M. (2014). La Difusión De La Cultura Tributaria Y Su Influencia En El Sistema Educativo Peruano. *Investigación Educativa*, 12(21), 143–153.
- Hanco, O. (2015). *Nivel de cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca periodos 2012-2013*. UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.
- Jarach, D. (1999). *Finanzas Publicas Y Derecho Tributario*. Buenos Aires.
- Leal, J. (2003, May 15). La constitucionalidad de las reglas de miscelanea fiscal que establecen las declaraciones por medios electronicos. Universidad de las Américas Puebla. Retrieved from http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledf/leal_g_jg/capitulo_7.html#
- Mamani, R. (2015). *Evaluación de la Cultura Tributaria de los abogados en el cumplimiento de las Obligaciones del Impuesto a la renta de cuarta categoría; en la ciudad de Puno, periodo 2012 – 2014*. Universidad Nacional del Altiplano Puno.
- Mendoza, L. (2002). *Cultura tributaria en la población estudiantil del Instituto Diocesano Barquisimeto*. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, Universidad Católica del Táchira. Barquisimeto, Venezuela.
- Mogollon, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región - Chiclayo, Perú* (Tesis). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Retrieved from <http://bit.ly/2y81IYW>
- Orbegoso, R. (1988). *Teoría General Del Impuesto*. Lima.

- Ortega, R. (2013). *Manual Tributario* (1st ed.). Lima: Lima: ECB Ediciones S.A.C.
- Rivera, R., & Sojo, C. (2002). *Cultura Tributaria. El Sistema Tributario Costarricense*.
- SUNAT. (2012). *Cultura tributaria, libro de consulta*. Instituto de amnistía tributaria y aduanera (2nd ed., Vol. 3). Lima.
- Tay, Y., & Tay, R. (2005). ¿La «reforma tributaria» ha sido una verdadera reforma?: aspectos de la reforma tributaria en el impuesto a la renta. *Centro de Investigación de La Universidad Del Pacífico.*, 29–41.
- TUO. (2013). *Texto Único Ordenado*. Lima.
- TUO. (2018). *Texto único ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General* (1st ed.). Lima: Editorial Litho & Arte S.A.C.
- Vara, J. (2010). *Tributación*. Piura.
- Villegas, H. (2001). *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario* (7th ed.). Buenos Aires: Editorial Depalma.

ANEXOS

Anexo I: MATRIZ DE CONSISTENCIA

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	DISEÑO METODOLÓGICO
PROBLEMA GENERAL ¿Cómo incide el nivel de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017?	OBJETIVO GENERAL Determinar la incidencia del nivel de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017.	HIPÓTESIS GENERAL El bajo nivel de cultura tributaria incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017.	VARIABLE INDEPENDIENTE Cultura tributaria	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de estudios Conocimientos Tributarios Conciencia Tributaria 	Tipo de estudio Enfoque cuantitativo Diseño: No experimental-causal, de corte transversal. Área de estudio: Mercado internacional Túpac Amaru, 2017 Población y muestra Comerciantes del mercado Túpac Amaru Instrumentos: Encuesta Valoración estadística Paquete estadístico Stata y Microsoft Excel
		HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1 Los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca presentan conocimientos tributarios deficientes.	VARIABLE DEPENDIENTE Obligaciones tributarias		
PROBLEMA ESPECÍFICO 1 ¿Cuál es nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017?	OBJETIVO ESPECÍFICO 1 Conocer el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017.	HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2 Los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca no cumplen con sus obligaciones tributarias.	Cultura tributaria	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de estudios Conocimientos Tributarios Conciencia Tributaria 	
		HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3 Proponer un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.	Obligaciones tributarias		
PROBLEMA ESPECÍFICO 2 ¿Cómo es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017?	OBJETIVO ESPECÍFICO 2 Conocer cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, en el periodo 2017.	HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3 Proponer un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.	V.I. Cumplimiento de obligaciones tributarias	<ul style="list-style-type: none"> Deberes y obligaciones tributarios Cumplimiento de normas tributarias Valores y actitudes para tributar 	
		HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3 Proponer un programa de difusión y capacitación con la finalidad de incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.	V.D. Programa de difusión y capacitación		

Anexo 2. Encuesta

Universidad Nacional del Altiplano - Puno
 Facultad de Ciencias Contables y Administrativas
 ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

ENCUESTA PARA MEDIR EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

La presente encuesta tiene como objetivo medir sus conocimientos básicos en relación con la cultura financiera y toma de decisiones. Este instrumento se aplica con fines únicamente académicos. Recuerde que sus respuestas son muy importantes. Agradecemos de antemano su tiempo y veracidad para contestar esta encuesta.

Parte I: Cultura tributaria

A) Comprobantes de pago

P_1. Un comprobante de pago es...

1. Es todo documento que acredita la transferencia de bienes o la prestación de servicios.
2. Es todo documento que permite acceder al crédito fiscal.
3. Es todo documento que sirve para sustentar gastos ante la SUNAT
4. Desconozco

P_2. ¿Cuáles son comprobantes de pago?

1. Factura, boleta de venta, recibo por honorario
2. Cheque, tarjeta de crédito, tarjeta debito
3. Nota de venta, nota de pedido
4. Todos

B) Tributo

P_3. ¿Qué entiende por tributo?

1. Es el pago en dinero establecido por ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del país.
2. Es el pago que se hace al Estado por parte de los empresarios.
3. Es lo que se paga a la SUNAT
4. Desconozco

P_4. Los tributos se clasifican en:

1. Impuestos, contribuciones y tasas
2. Impuesto general a las ventas (igv) y tasas
3. Impuestos, tasas, aportes
4. Desconozco

C) Impuesto a las ventas (IGV)

P_5. El IGV es...

1. Un impuesto
2. Una tasa tributaria
3. Una contribución
4. Desconozco

P_6. El Impuesto General a las Ventas (IGV) es...

1. Un tributo que pagamos cuando compramos un bien o nos prestan un servicio.
2. Un impuesto que pagan los contribuyentes con negocios
3. Un tributo que pagamos cuando realizamos ventas
4. Desconozco

P_7. La tasa que se paga por el IGV es...

1. 18%
2. 19%
3. 16%
4. Desconozco

D) Impuesto a la renta y regímenes tributarios

P_8. ¿Para qué se destina los impuestos?

1. Para financiar el presupuesto público (obras y servicios que benefician a otras poblaciones).
2. Para pagar los sueldos de los empleados públicos
3. Para el pago de servicios públicos.
4. Desconozco

P_9. A los empresarios les corresponde pagar

1. Tercera categoría del impuesto a la renta
2. Primera categoría del Impuesto a la renta
3. Cuarta categoría del Impuesto a la renta
4. Desconozco

P_10. Pueden acogerse al Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), los contribuyentes...

1. Cuyos ingresos brutos y adquisiciones anuales no excedan de S/ 60 000
2. Cuyos ingresos brutos y adquisiciones anuales no excedan de S/ 30 000
3. Cuyos ingresos brutos y adquisiciones anuales no excedan de S/ 20 000
4. Desconozco

Parte II: Obligaciones tributarias**A) Emisión de comprobantes de pago**

P_11. ¿Emite usted comprobantes de pago en las ventas que realiza?

1. si
2. no
3. raras veces
4. nunca

P_12. ¿Qué comprobantes de pago emite Ud.?

1. Factura, boleta de venta
2. Recibo por honorarios, factura
3. Factura, guía de remisión
4. Ninguna

B) Acogimiento a un régimen tributario

P_13. ¿Pertenece a algún régimen tributario?

1. sí
2. no
3. no es necesario
4. desconozco el régimen tributario

P_14. ¿Está usted inscrito en el registro único de contribuyentes (RUC)?

1. si
2. no
3. no es necesario
4. desconozco el RUC

C) Pago de impuestos

P_15. ¿Paga algún impuesto por las ventas que realiza?

1. si
2. no
3. raras veces
4. no es necesario

P_16. ¿Qué impuestos paga por las ventas que realiza?

1. Impuesto a la renta, Impuesto General a las Ventas
2. Impuesto a las transacciones financieras
3. Alcabala, IGV
4. ninguno