

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

Facultad de Ciencias Contables y Administrativas

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



“NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODOS 2012 - 2013”

TESIS

PRESENTADA POR:

ODILA BERTHA HANCCO LARICO

PARA OPTAR EL TITULO DE:

CONTADOR PÚBLICO

PROMOCIÓN 2013-II

PUNO - PERU

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"**

PRESENTADA POR:

ODILA BERTHA HANCCO LARICO

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

SUSTENTADA EL 28 DE ENERO DEL 2015

APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE :
DR. GERMAN ALBERTO MEDINA COLQUE

PRIMER MIEMBRO :
M.Sc. HEBER DAVID POMA CORNEJO

SEGUNDO MIEMBRO :
M.Sc. BALBINA ESPERANZA CUTIPA QUILCA

DIRECTOR DE TESIS :
Mg. EDUARDO JIMENEZ NINA

ASESOR DE TESIS :
CPC. JUAN LUIS MAMANI TICONA

PUNO - PERÚ


2015

AREA : TRIBUTOS.

TEMA : CULTURA TRIBUTARIA.

Dedicatoria

A ti nuestro Divino Dios pues me diriges por el mejor camino de mi vida, y me das la salud y sabiduría para alcanzar todas mis metas.



A mi familia con gratitud por todo el apoyo incondicional y moral en mi formación académica y lograr mi superación profesional.

A mi madre Rosa Larico Trelles con mucho amor, por todo el apoyo incondicional y moral en mi formación académica y me enseñó lo hermoso que es la vida.

Osila K. L.

Agradecimiento

A la Universidad Nacional del Altiplano, en especial a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas por ser el alma mater de la educación y a los docentes por haber sido parte de mi formación profesional.



A nuestro creador Dios por la vida, la salud, la fuerza, la voluntad, el amor y la oportunidad que me concede para realizar el presente trabajo de investigación.

Odila K. L.

INDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
ÍNDICE GENERAL.....	V
ÍNDICE DE CUADROS/GRAFICOS.....	VII
RESUMEN.....	XI
INTRODUCCION.....	XIII
CAPITULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	01
1.1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	03
1.2. ANTECEDENTE DE LA INVESTIGACION.....	04
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	08
CAPITULO II	
MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	
2.1.MARCO TEORICO.....	10
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	41
2.3.HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
CAPITULO III	
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1.Nivel y tipo de investigación.....	55
3.2.Método de la Investigación.....	55

3.3. Diseño de la investigación.....	56
3.4. Población.....	57
3.5. Muestra	58

CAPITULO IV

CARACTERÍSTICAS DEL AREA DE INVESTIGACIÓN

4.1. Ciudad de Juliaca	65
------------------------------	----

CAPITULO V

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1. Cultura tributaria e informalidad comercial.....	70
5.2. Cumplimiento de Obligaciones tributarias.....	92
5.3. Aplicación de la observación directa.....	119
5.4. Propuesta de metodologías estratégicas.....	155
5.5. Contrastación de hipótesis.....	162
CONCLUSIONES	163
RECOMENDACIONES	165
BIBLIOGRAFÍA	167
ANEXOS	169

INDICE DE CUADROS / GRAFICOS

Pág.

CUADRO Nº 01:

DISTRIBUCION DE COMERCIANTES POR RUBROS.....57

CUADRO Nº 02:

SELECCION DE COMERCIANTES POR RUBROS.....60

CUADRO Nº 03:

DISTRIBUCION DE COMERCIANTES POR RUBROS68

CUADRO Nº 04:

NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS COMERCIANTES.....71

GRAFICO Nº 04:

NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS COMERCIANTES71

CUADRO Nº 05:

CONOCIMIENTOS SOBRE IMPUESTOS.....73

GRAFICO Nº 05:

CONOCIMIENTOS SOBRE IMPUESTOS.....73

CUADRO Nº 06:

CONOCIMIENTOS SOBRE ALGUNO DE ESTOS IMPUESTOS.....75

GRAFICO Nº 06:

CONOCIMIENTOS SOBRE ALGUNO DE ESTOS IMPUESTOS75

CUADRO Nº 07:

QUIENES DEBEN PAGAR LOS IMPUESTOS77

GRAFICO Nº 07:

QUIENES DEBEN PAGAR LOS IMPUESTOS.....77

CUADRO Nº 08:

PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS.....79

GRAFICO Nº 08:

PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS80

CUADRO Nº 09:

DONDE APRENDIO ACERCA DE LOS IMPUESTOS.....81

GRAFICO Nº 09:

DONDE APRENDIO ACERCA DE LOS IMPUESTOS82

CUADRO Nº 10:

LE GUSTARIA APRENDER MAS SOBRE LOS IMPUESTOS83

GRAFICO Nº 10:

LE GUSTARIA APRENDER MAS SOBRE LOS IMPUESTOS.....84

CUADRO Nº 11:

POR QUE DEBEMOS PAGAR IMPUESTOS.....85

GRAFICO Nº 11:

POR QUE DEBEMOS PAGAR IMPUESTOS86

CUADRO Nº 12:

PARA QUE SIRVE UM COMPROBANTE DE PAGO.....87

GRAFICO Nº 12:

PARA QUE SIRVE UM COMPROBANTE DE PAGO.....88

CUADRO Nº 13:

CUAL DE ESTOS SON COMPROBANTES DE PAGO89

GRAFICO Nº 13:

CUAL DE ESTOS SON COMPROBANTES DE PAGO90

CUADRO Nº 14:

EMITE COMPROBANTE DE PAGO.....92

GRAFICO Nº 14:

EMITE COMPROBANTE DE PAGO.....93

CUADRO Nº 15:

QUE COMPROBANTES DE EMITE94

GRAFICO Nº 15:

QUE COMPROBANTES DE EMITE95

CUADRO Nº 16:

CON QUE PERIODICIDAD PAGA SUS IMPUESTOS.....96

GRAFICO Nº 16:

CON QUE PERIODICIDAD PAGA SUS IMPUESTOS.....97

CUADRO Nº 17:

QUE IMPUESTOS PAGA.....98

GRAFICO Nº 17:

QUE IMPUESTOS PAGA.....99

CUADRO Nº 18:

COMO CREE QUE ES LA TASA DE LOS IMPUESTOS.....100

GRAFICO Nº 18:

COMO CREE QUE ES LA TASA DE LOS IMPUESTOS.....101

CUADRO Nº 19:

EN QUE REGIMEN SE ENCUENTRA INSCRITO.....102

GRAFICO Nº 19:

EN QUE REGIMEN SE ENCUENTRA INSCRITO.....103

CUADRO Nº 20:

EN EL AÑO 2012, CUANTO CREE UD. QUE SABIA SOBRE TRIBUTACION...104

GRAFICO Nº 20:EN EL AÑO 2012,
CUANTO CREE UD. QUE SABIA SOBRE TRIBUTACION..... 105**CUADRO Nº 21:**

EN EL AÑO 2013, CUANTO CREE UD. QUE SABIA SOBRE TRIBUTACION...106

GRAFICO Nº 21:

EN EL AÑO 2013, CUANTO CREE UD. QUE SABIA SOBRE TRIBUTACION....107

CUADRO Nº 22:

TABLA DE CONTINGENCIA OBSERVADA AÑO 2012109

CUADRO Nº 23:

TABLA DE CONTINGENCIA ESPERADA AÑO 2012111

CUADRO Nº 24:

TABLA DE CONTINGENCIA OBSERVADA AÑO 2013114

CUADRO Nº 25:

TABLA DE CONTINGENCIA ESPERADA AÑO 2013116

CUADRO Nº 26:

ANTES: CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO.....	119
GRAFICO Nº 26:	
ANTES: CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO.....	119
CUADRO Nº 27:	
ANTES: SE INTERESA POR LA TRIBUTACION.....	121
GRAFICO Nº 27:	
ANTES: SE INTERESA POR LA TRIBUTACION.....	121
CUADRO Nº 28:	
ANTES: ESTA REGISTRADO COM RUC	123
GRAFICO Nº 28:	
ANTES: ESTA REGISTRADO COM RUC	123
CUADRO Nº 29: ANTES:	
MUESTRA CULTURA TRIBUTARIA.....	124
GRAFICO Nº 29: ANTES:	
MUESTRA CULTURA TRIBUTARIA.....	125
CUADRO Nº 30: ANTES:	
DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO.....	126
GRAFICO Nº 30: ANTES:	
DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO.....	126
CUADRO Nº 31: ANTES:	
TIENE INFORMACION SOBRE EL IGV.....	128
GRAFICO Nº 31: ANTES:	
TIENE INFORMACION SOBRE EL IGV.....	128
CUADRO Nº 32: ANTES:	
PRACTICA VALORES PARA LA TRIBUTACION.....	130
GRAFICO Nº 32: ANTES:	
PRACTICA VALORES PARA LA TRIBUTACION.....	130
CUADRO Nº 33: ANTES:	
MUESTRA ACTITUDES PARA FORMALIZARSE.....	132
GRAFICO Nº 33: ANTES:	

MUESTRA ACTITUDES PARA FORMALIZARSE.....	132
CUADRO Nº 34: ANTES.	
ES CONCIENTE DE LA INFORMALIDAD COMERCIAL.....	134
GRAFICO Nº 34: ANTES.	
ES CONCIENTE DE LA INFORMALIDAD COMERCIAL.....	134
CUADRO Nº 35: ANTES:	
MUESTRA INTERE POR CONOCER SOBRE LA TRIBUTACION.....	136
GRAFICO Nº 35: ANTES:	
MUESTRA INTERES POR CONOCER SOBRE LA TRIBUTACION.....	136
CUADRO Nº 36: DESPUES:	
CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO.....	138
GRAFICO Nº 36: DESPUES:	
CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO.....	138
CUADRO Nº 37:	
DESPUES: SE INTERESA POR LA TRIBUTACION.....	140
GRAFICO Nº 37:	
DESPUES: SE INTERESA POR LA TRIBUTACION.....	140
CUADRO Nº 38:	
DESPUES: ESTA REGISTRADO COM RUC	142
GRAFICO Nº 38: DESPUES:	
ESTA REGISTRADO COM RUC	142
CUADRO Nº 39: DESPUES:	
MUESTRA CULTURA TRIBUTARIA.....	143
GRAFICO Nº 39: DESPUES:MUESTRA	
CULTURA TRIBUTARIA.....	144
CUADRO Nº 40: DESPUES:	
DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO.....	145
GRAFICO Nº 40: DESPUES:	
DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO.....	145
CUADRO Nº 41: DESPUES:	

TIENE INFORMACION SOBRE EL IGV.....	147
GRAFICO Nº 41: DESPUES:	
TIENE INFORMACION SOBRE EL IGV.....	147
CUADRO Nº 42: DESPUES:	
PRACTICA VALORES PARA LA TRIBUTACION.....	148
GRAFICO Nº 42: DESPUES:	
PRACTICA VALORES PARA LA TRIBUTACION.....	149
CUADRO Nº 43: DESPUES:	
MUESTRA ACTITUDES PARA FORMALIZARSE.....	150
GRAFICO Nº 43: DESPUES:	
MUESTRA ACTITUDES PARA FORMALIZARSE.....	150
CUADRO Nº 44: DESPUES:	
ES CONCIENTE DE LA INFORMALIDAD COMERCIAL.....	151
GRAFICO Nº 44: DESPUES:	
ES CONCIENTE DE LA INFORMALIDAD COMERCIAL.....	152
CUADRO Nº 45: DESPUES:	
MUESTRA INTERES POR CONOCER SOBRE LA TRIBUTACION.....	153
GRAFICO Nº 45: DESPUES:	
MUESTRA INTERES POR CONOCER SOBRE LA TRIBUTACION.....	153

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODOS 2012 - 2013” partimos de la premisa que es la informalidad comercial es una respuesta a la crisis económica que envuelve a todos los países y regiones del mundo entero, ya sea en mayor o menor grado, y en donde todo Estado debe enfrentar una dura realidad, no ser un freno a la iniciativa de formar empresas y de otra parte, no permitir un vacío de poder.

En el caso de Perú, la Cultura Tributaria y la informalidad comercial es una respuesta al desempeño engendrado por la concentración urbana, consecuencia de la migración y de la mala distribución de la riqueza, destrucción de la agricultura por el aspecto climático. En un país en donde más del 40% de la población es pobre y el desempleo fluctúa alrededor del 60%, es fácil de entender por qué el 40% de la población forma parte del sector informal.

La informalidad que se observa en nuestra Región, se debe a que por el hecho de la crisis, no cumplen con respetar las normas tributarias, ya que si se tendría en conocimiento mejorarían su situación dentro de la Empresa o comercio.

En la ciudad de Juliaca, existe gran evasión tributaria esto debido a un problema fundamental que es la falta de cultura tributaria sólidamente fundamentada en los comerciantes, lo cual es consecuencia de muchos factores entre ellos el bajo nivel de cultura tributaria, por esta característica se

tuvo como objetivo fundamental estudiar el 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.

Así mismo cumplir con las obligaciones de pago, sobre el Impuesto General a las Ventas, Impuesto a la Renta, Impuestos Municipales, Sistema de Salud, al Sistema de Pensiones entre otros aspectos.

Estas dos variables son parte consustancial del sistema tributario y su relación con la cultura tributaria de los comerciantes para su formalización, son considerados como los factores más relevantes y los que en mayor medida influyen en la informalidad del comerciante. Esta hipótesis es de tipo factorial como se observa, pues se considera una variable independiente que es la cultura tributaria y que influye en las obligaciones tributarias como variable dependiente en los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

En el presente trabajo se concluye que el 51% de los comerciantes no poseen o no tienen una cultura tributaria acorde a un buen contribuyente, no tienen conocimiento de los impuestos para que sirven y quienes están obligados a pagarlos, no distinguen perfectamente los comprobantes de pago y la mayoría de los comerciantes no se encuentran inscritos con RUC; el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer a la informalidad comercial, es necesario que los comerciantes tengan una buena cultura tributaria para formalizarse y tributar.

INTRODUCCION

La realidad en cuanto respecta a la cultura tributaria, por la cual atraviesa nuestra sociedad peruana no es más que el reflejo de nuestra delicada situación económica, social, política y cultural en la que nos debatimos y como consecuencia, hace que la tributación como obligación del comerciante formal e informal se vea afectada a partir de los elementos básicos para la situación de contribuir en aspectos de carácter tributario.

El sistema tributario peruano se desenvuelve dentro del marco conceptual que le brinda el Derecho Tributario y el Código Tributario y se materializa a través del cobro de impuestos, contribuciones y tasas que constituyen ingresos tributarios de los diferentes niveles de gobierno.

A efecto de fortalecer la cultura tributaria entendida como el conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales, se requiere que los comerciantes obtengan conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus obligaciones tributarias.

En síntesis los ejes centrales para la promoción de la cultura tributaria son la información, la formación y la concientización, los cuales se articulan en torno a la razón fundamental de la acción de tributar y se incorporan en una estrategia de comunicación cuyo mensaje central es: "Para que el estado pueda cumplir con sus obligaciones, yo como ciudadano debo asumir mi responsabilidad de pagar mis impuestos, porque al hacerlo cumplo con mi país, mi región y mi 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 vía pago de impuestos.

En revisiones realizadas trabajos de investigación se hallaron trabajos referentes a la evasión e incumplimiento de tributos, impuestos al gobierno central, gobiernos regionales y gobiernos locales lo que nos hace referir a la conducta del contribuyente (Cultura Tributaria).

Ante esta situación nace la importancia del presente trabajo de investigación, lo cual consiste en estudiar y determinar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

Para llegar a contrastar los objetivos y las hipótesis planteadas, el trabajo de investigación se ha desarrollado del siguiente modo:

El capítulo I. presenta el detalle del planteamiento metodológico aplicado y que constituye la base del trabajo de investigación, descripción de la realidad problemática, sistematización del problema general, antecedentes y los objetivos de la investigación.

El capítulo II, contiene el marco teórico conceptual y las hipótesis de la investigación. El marco teórico está constituido por el conjunto de conocimientos y teorías relacionados al área del conocimiento y se encuentran registrados en libros, textos, informes científicos, etc., en el marco conceptual se definen los términos más importantes que se han manejado en el desarrollo del estudio, así como la solución tentativa al problema general que es la hipótesis.

El capítulo III, está referido a la metodología de la investigación, el cual da cuenta de los métodos y técnicas de observación utilizada y los procedimientos de análisis, así como la población y la muestra de la investigación.

El capítulo IV, referido a las características del área de investigación, en la cual se resalta las características más importantes del lugar donde se realizó la investigación.

El capítulo V, referido a la exposición y análisis de los resultados, en este capítulo se divulga los resultados de la investigación realizada, como producto de la verificación de la correspondiente hipótesis planteada en el proyecto de investigación.





CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En lo que a materia fiscal importa, el tributo es un tema muy antiguo y tiene mucho que ver con lo que se ve hoy en día que es la "Informalidad Comercial", esta comprende actividades ilícitas como es el ingreso de mercadería de procedencia del contrabando y a los ingresos declarados procedentes de la producción de bienes y servicios lícitos, de tal modo que incluye a toda actividad económica que en general estarían gravados con impuestos como son el Impuesto General a las Ventas, Impuesto a la Renta, Impuesto Selectivo al Consumo las cuales se encuentran sujeto al pago de los impuestos recaudados por la Administración Tributaria. En buena cuenta, estamos hablando de la evasión tributaria que es un fenómeno completo que tiene que ver con un tema cultural que está ligado con el sentido de relación que tiene el comerciante con el Estado.

En nuestra ciudad de Juliaca en los últimos años de 2012 y 2013 se ha visto un incremento acelerado de comerciantes en un 20% y aún más en los mercados y alrededores donde se expenden mercadería sin ningún comprobante de pago y en muchos de los casos productos de contrabando, lo cual hace suponer un incremento considerable de nuevos

contribuyentes obligados al cumplimiento de la obligación tributaria anualmente; sin embargo esto no se refleja en el incremento de recaudación tributaria del año 2012 que fue de S/.89,397 millones.

La cultura tributaria, forma parte de un proyecto del mismo nombre, cuyo objetivo es hacer que la ciudadanía comprenda la importancia de pagar tributos y a utilizar medios adecuados que proporciona la Administración Tributaria como son las charlas, orientaciones, etc. Por lo tanto en el presente trabajo de investigación se precisa si efectivamente la cultura tributaria está asociada e influye en la informalidad comercial en los comerciantes de la Provincia de San Román en los años 2012 – 2013 de la ciudad de Juliaca.

Las razones por la que se eligió el presente estudio, es porque el tema de la Cultura Tributaria cobra cada día mayor importancia, así mismo observamos que este tema no ha sido suficientemente abordado a pesar de disponer de los elementos necesarios que lo hace factible y de gran utilidad. Fundamentalmente el estudio será útil en la perspectiva de que la Cultura Tributaria que tienen los contribuyentes tendrá incidencia en el cumplimiento de la obligación tributaria, de tal manera que de sus conclusiones servirán para mejorar la Cultura Tributaria y el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias y así de esa manera se verá un incremento de la base tributaria para la recaudación a la Administración Tributaria.

1.1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es el nivel de Cultura Tributaria y de qué manera influye en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del

Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013?

1.1.2 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- a) ¿Cómo influye la Cultura Tributaria en la informalidad comercial de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013?
- b) ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013?
- c) ¿Cuáles serían las estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca?

1.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo del presente trabajo de Investigación nos ha llevado a investigar y encontrar como antecedentes los siguientes trabajos de investigación:

MAMANI, B. (2009) concluye lo siguiente:

- Se establece que los comerciantes en su gran mayoría no poseen o tienen cultura tributaria acorde a un contribuyente lo que influye negativamente en la informalidad comercial de los comerciantes de la Provincia de San Román, año 2008
- Los comerciantes de la plaza Internacional de San José de la ciudad de Juliaca, tienen un conocimiento medio respecto de los diferentes elementos estructurales del Sistema Tributario, como son los Impuestos, Tasas y Contribuciones, lo que inciden relativamente en la informalidad comercial.
- Son mínimas las diferentes formas de tributación por parte de los comerciantes, como es el Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas, los que determinan como factores concionantes de la informalidad comercial.
- Por las entrevistas efectuadas y de la encuesta aplicada se concluye que, la Cultura Tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes tipos de rubros de negocios comerciales.

MAMANI, J. (2010) concluye lo siguiente:

- En el conocimiento e información tributaria en la recaudación del Impuesto Predial de los contribuyentes de la Municipalidad de San Román, según la muestra de 245 contribuyentes, los resultados obtenidos de dicho análisis indican que la mayoría de los contribuyentes, 156 se obtuvo que está dentro del nivel deficiente y tiene una incidencia "negativa", que representa el 60%, debido al desconocimiento y carencia

de educación tributaria, por otro lado la falta de implementación en el diseño curricular nacional contenidos tributarios en sus diferentes niveles.

- En los valores y actitudes en la recaudación del Impuesto Predial de los contribuyentes de la Municipalidad de San Román, según la muestra de 245 contribuyentes, los resultados obtenidos de dicho análisis muestran que la mayoría de los contribuyentes, 154 se obtuvo que está dentro del nivel deficiente y tienen incidencia "negativa", que representa el 51%, debido a la falta de prácticas de valores, por otro lado hay carencia de claridad en el destino del gasto público y por los inadecuados Programas Curriculares en el Sistema Educativo.

BELTRAN, E. (2010) concluye lo siguiente:

PRIMERA: Se establece que los comerciantes en su gran mayoría no poseen o no tienen una cultura tributaria acorde a un buen contribuyente lo que, influye negativamente en la formalidad comercial y hace que la informalidad comercial se incremente en el Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca.

SEGUNDA: Los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, tienen un conocimiento bajo de lo que son los impuestos, quienes están obligados a pagarlos y para qué sirve pagar impuestos al Estado, lo que inciden relativamente en la informalidad comercial.

TERCERA: Se establece que los comerciantes no tienen conocimientos de los diferentes regímenes de pago de impuestos al Estado, ni tampoco

diferencian los comprobantes de pago, lo que incide negativamente en la Obligaciones Tributarias.

CUARTA: Por las entrevistas efectuadas y de la encuesta aplicada se concluye que el nivel de Cultura Tributaria que presentan los comerciantes en los diferentes rubros de negocios comerciales.

QUINTA: Es de necesidad coyuntural que los comerciantes tengan una cultura tributaria, para poder desarrollar buenos valores y actitudes de cambio a tributar y formalizarse en el Sistema de Tributación de nuestro país y así poder gozar de mejoras en la calidad de servicios que brinda el Estado.

SEXTA: Como confirmación de la prueba de hipótesis, se acepta la hipótesis. Consiguientemente algunas proposiciones en la Cultura Tributaria de los comerciantes son diferentes, con lo que queda probada la hipótesis planteada.

TICONA, H. (2013) concluye lo siguiente:

PRIMERA: En cuanto a los contenidos de la Curricular de enseñanza, la información obtenida permitió que a pesar de que existen contenidos programáticos sobre materia tributaria en los programas de Educación Básica Regular, no son suficientes para desarrollar cultura tributaria en los futuros contribuyentes, debido a que los docentes del nivel primario y secundario no precisan o desconocen los temas y su ubicación que existen sobre materia tributaria en los programas educativos, actuales, tales como el Diseño Curricular Nacional y el Proyecto Curricular Regional – Puno.

SEGUNDA: La investigación nos ha permitido demostrar que los docentes, niños y jóvenes del nivel primario y secundario no poseen conocimientos suficientes en materia tributaria, en vista de que siente la ausencia de los actores involucrados directamente en brindar información básica (Ministerio de Educación, la Administración Tributaria y otros sectores involucrados), toda vez que como medio de información los docentes lo recibe a través de la televisión, radio y otros medios utilizados. Los estudiantes como primer contacto lo obtienen de sus padres, mostrando estos bajo nivel de confianza con el Estado los cuales transmitido a sus hijos. Situación que nos muestra que hay una carencia en cuanto a la información de naturaleza educativa en sus diferentes niveles de la Educación Básica Regular.

TERCERA: Si los lineamientos planteados se cumplieran en un futuro y se aumentarían tanto la base tributaria como paralelamente la base recaudadora estaríamos en la certeza de que la formación de la cultura tributaria deba ser vista como un esfuerzo sistemático y permanente, sustentando en principios, orientado al cultivo de los valores ciudadanos, por lo tanto, enfocado tanto a los contribuyentes actuales como a los ciudadanos del mañana, niños y jóvenes cuya cultura tributaria y visión del mundo se encuentran en formación, lo cual les hace más susceptibles de interiorizarse y hacer suyos los valores que en el futuro determinarían su comportamiento dentro de la sociedad. Solamente los ciudadanos libres, informados y auto regulados, conscientes de sus derechos y de sus obligaciones, serán contribuyentes honestos.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de Cultura Tributaria para dar a conocer 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.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a) Determinar la influencia de la Cultura Tributaria, en la informalidad comercial de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 – 2013.
- b) Evaluar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013.
- c) Proponer estrategias metodológicas orientadas a elevar el nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013.

CAPITULO II

MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 MARCO TEORICO CULTURA

Española, R. (2001) Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grados de desarrollo artísticos, científico, industrial, en una época, grupo social". Por lo que toda sociedad tiene cultura y toda cultura es puesta en práctica, por las personas que se interrelacionan; siendo de esta manera la sociedad igual a la cultura

Gallardo, M. (2010) Etimológicamente el término cultura tiene su origen en el latín, al principio, significó cultivo, agricultura e instrucción y sus componentes eran el cultus (cultivado) y la ura (resultado de una acción). La cultura, se puede definir como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social, engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales

del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Salas, F. (2011) La cultura es una manera de vivir juntos, moldea nuestro pensamiento, nuestra imagen y nuestro comportamiento. De igual modo es hacer, pensar, construir, edificar, derrumbar, obrar con la inteligencia, con la mano y con sus extensiones, las herramientas, la técnica que en su increíble crecimiento constituye ya una supra naturaleza.

Armas, M. (2009) La cultura debe verse como un conjunto de condiciones de creación y recepción de mensajes y de significaciones mediante los cuales el individuo se apropia de las formas que le permiten estructurar su lenguaje y su visión de mundo. Por esta razón, tiene un doble rol en la estructuración de los sistemas sociales y de las lógicas institucionales, pues ofrece representaciones generales que sirven como instrumentos de interpretación para todos los temas relacionados con la agenda pública o la vida político-institucional.

Sojo, R. (2010) La cultura debe verse como un conjunto de condiciones de creación y recepción de mensajes y de significaciones mediante los cuales el individuo se apropia de las formas que le permiten estructurar su lenguaje y su visión de mundo. Por esta razón, tiene un doble rol en la estructuración de los sistemas sociales y de las lógicas institucionales, pues ofrece representaciones generales que sirven como instrumentos de interpretación (códigos) para todos los

temas relacionados con la agenda pública o la vida político-institucional.

CLASIFICACIÓN DE LA CULTURA

UNESCO, (2010) Según la organización para Educación, Ciencia y la Cultura

En forma más detallista la cultura se clasifica de acuerdo a sus definiciones de la siguiente manera:

- a. **Tópica:** Consiste en una lista de categorías, tales como organización social, religión o economía.
- b. **Histórica:** Está relacionado con la herencia social, es la manera en que los seres humanos solucionan problemas de adaptación al ambiente o a la vida en común.
- c. **Mental:** Es un complejo de ideas o hábitos aprendidos que inhiben impulsos y distinguen a la gente de los demás.
- d. **Estructural:** Consiste en una serie de ideas, símbolos, comportamientos, modelados o pautados e interrelacionados.
- e. **Simbólico:** Se basa en los significados arbitrariamente asignados que son compartidos por una sociedad.

ELEMENTOS DE LA CULTURA

UNESCO, (2010) La cultura forma todo lo que implica transformar y seguir un modelo de vida. Se dividen en:

- **CONCRETOS O MATERIALES:** Fiestas, alimentos, ropa (moda), arte plasmado, construcciones arquitectónicas, instrumentos de trabajo (herramientas).
- **SIMBÓLICOS O ESPIRITUALES:** Creencias (filosofía, espiritualidad/religión), valores (ética, actos humanitarios), normas y sanciones (jurídicas, morales, convencionalismos sociales), organización social y sistemas políticos, símbolos (representaciones de creencias y valores, arte (apreciación), lenguaje (un sistema de comunicación simbólica), tecnología y ciencia.

Para efectos de esta investigación, se define cultura como aquel rasgo que caracteriza a una sociedad en específica en cuanto a su comportamiento y modo de pensar.

CULTURA TRIBUTARIA

Gallardo, M. (2010) 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.

Golia, A. (2003) Señala que es “el conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de creencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación.”

Roca, C. (2008) “Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”. En la mayoría de países latinoamericanos ha prevalecido una conducta social adversa al pago de impuestos, manifestándose en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento. Dichas conductas intentan auto justificar, descalificando la gestión de la administración pública por la ineficiencia o falta de transparencia en el manejo de los recursos así como por la corrupción.

Leon, J. (2009) La Cultura Tributaria, entendida ésta como el conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales, se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.

Velarde, C. (2010) Se aludirá como cultura tributaria al conjunto de instituciones formales e informales que, vinculadas al sistema tributario de un Estado y a la ejecución práctica de éste, están

enraizadas culturalmente en esa Nación y en las interacciones que continuamente están en proceso dentro de ella

Sojo, R. (2011) La cultura tributaria 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.

Valencia, E (2012) Por cultura tributaria entendemos el conjunto de rasgos distintos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una sociedad respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria.

Armas, M. (2009) 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.

IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Armas, M. (2009) 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.

CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Armas, M. (2009) En las anteriores definiciones 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.

ELEMENTOS DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Armas, M. (2009) Se encuentran conformados por los atributos que caracterizan la Cultura Tributaria, estos son:

- Valores
- Normas Legales y Sanciones
- Símbolos
- Tecnología

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

TRIBUTO

Arancibia, M. (2004) Doctrinalmente el término tributo engloba a los impuestos, tasas y contribuciones: "Los tributos son prestaciones pecuniarias en dinero o especie que los entes públicos con potestad tributaria establecen en ejercicio de la misma."

Jarach, D. (1999) 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.

Azuaje, L. (2001) 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, R. (1988) Define al tributo como "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".

Quevedo, R. (1998) Considera al tributo "Que son derechos que deben pagar los contribuyentes a las Municipalidades por servicios recibidos".

SUNAT, (2012) Define al tributo como "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, encontramos 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.

CLASIFICACION DE LOS TRIBUTOS

Los tributos se clasifican en:

❖ CLASIFICACION TRIPARTITA Orbegoso, R. (1988)

1. **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.
2. **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)

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

❖ **CLASIFICACION BIPARTITA** Ataliba, G. (1995)

TRIBUTOS VINCULADOS

- Contribuciones
- Tasas

TRIBUTOS NO VINCULADOS

- Impuestos

COMPONENTES DEL TRIBUTO Orbegoso, R. (1988)

Los componentes del tributo son: el hecho generador, el contribuyente, la base de cálculo y la tasa.

- **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.

FUNCIONES DEL TRIBUTO Orbegoso, R. (1988)

Para entender en qué consiste el sistema tributario y decidir si es justo o no, debemos estar informados sobre cuáles son sus funciones:

- ❖ **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.

- ❖ **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.
- ❖ **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.

TRIBUTOS QUE ADMINISTRA LA SUNAT

SUNAT, (2013) 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, licores, cervezas, gaseosas, combustibles, etc.

- **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.

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 otros espejos 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

CONTRIBUYENTE

Vara, J. (2010) 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 soportar patrimonialmente el pago de los tributos (impuestos, tasas o contribuciones especiales), con el fin de financiar al Estado.

OBLIGACION TRIBUTARIA

TUO, (2013) 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.

Vara, J. (2010) La **obligación tributaria** es el vínculo que se establece por **ley** entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el **cumplimiento de la prestación tributaria**. Por tratarse de una obligación, puede ser exigida de manera coactiva.

❖ **OBLIGACIONES TRIBUTARIAS PRINCIPALES**

Vara, J. (2010)

- **LA OBLIGACION 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.

❖ **OBLIGACIONES TRIBUTARIAS SECUNDARIAS**

Vara, J. (2010)

- **LA OBLIGACION 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 OBLIGACION 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 OBLIGACION 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.

NACIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

TUO, (2013) 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.

EXIGIBILIDAD DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

TUO, (2013) 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.

DETERMINACION DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

Vara, J. (2010) 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.

INICIO DE LA DETERMINACIÓN DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

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

1. 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.

2. 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.

DECLARACION TRIBUTARIA

Vara, J. (2010) 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.

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.

SISTEMA TRIBUTARIO PERUANO

SUNAT, (2013) El sistema tributario peruano es el conjunto de impuestos, contribuciones y tasas que existen en el Perú, con los objetivos siguientes:

- Ñ Incrementar la recaudación
- Ñ Brindar al sistema tributario una mayor eficiencia, permanencia y simplicidad.
- Ñ Distribuir equitativamente los ingresos que corresponden a las Municipalidades.

SECTOR INFORMAL

Fermini, A. (2011) 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. 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.

EL SECTOR INFORMAL EN EL PERU

Fermini, A. (2011) 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.

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.

MODALIDADES DEL COMERCIO INFORMAL

Fermini, A. (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 construidos 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.

CAUSAS DEL COMERCIO INFORMAL

Fermini, A. (2011) 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.

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.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

ADMINISTRACION TRIBUTARIA

La Administración Tributaria está conformada por los órganos del Estado que ejecutan la Política Tributaria, que son la SUNAT y Municipalidades. En nuestro medio la Administración Tributaria es ejercida por dos niveles de gobierno:

- **A NIVEL NACIONAL.-** En este nivel de gobierno, la administración tributaria es ejercida por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, cuya competencia es de administrar, fiscalizar recaudar los tributos internos y aduaneros.

- **A NIVEL LOCAL.-** La administración tributaria es ejercida por las municipalidades, quienes administran, fiscalizan y recaudan los impuestos expresamente asignados por la Ley: tasas y contribuciones

BASE TRIBUTARIA

Se considera base tributaria a la cantidad de contribuyentes que se encuentran inscritos en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT y de esa manera están obligados al cumplimiento.

El conjunto de estos contribuyentes se incrementa cada periodo, por la misma razón de crecimiento natural de la sociedad y su desarrollo, por el transcurso del tiempo.

CAPACIDAD TRIBUTARIA

Es la aptitud que tiene una persona natural o jurídica para pagar impuestos y que está de acuerdo a la disponibilidad de recursos con que cuenta.

CIUDADANIA

Es la condición del hombre moderno, que se caracteriza por ser una persona autónoma, es decir, sin lazos de dependencia personal, además tiene derechos y responsabilidades para con la comunidad política (Estado) a la que pertenece.

COMERCIO

Actividad propia de intercambio, representa la negociación que hacen las personas físicas o jurídicas y los estados ya sea comprando, vendiendo o permutando toda clase de bienes. Para que sea reputado mercantil es preciso que medie ánimo de lucro y que persigue la intermediación de bienes y servicios en el mercado.

COMERCIANTE

Es la persona dedicada a realizar transacciones de compra – venta en un mercado, ya sea como empresario individual o en representación de una sociedad. La actividad que realiza puede ser al por mayor o al por menor.

CONTRABANDO

Es el comercio que se hace violando las leyes de un país. En su acepción del derecho aduanero, es un delito que consiste en la introducción o internamiento en un país de mercadería prohibida o sin pago de derechos de importación ni paso legal por la ADUANA.

CONTRIBUYENTES

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 soportar patrimonialmente el pago de los tributos (impuestos, tasas o contribuciones especiales), con el fin de financiar al Estado.

CONTRIBUCION

Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador de beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales.

CONCIENCIA TRIBUTARIA

Es la actitud que asume todo individuo respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias. La formación de la conciencia tributaria responde a factores culturales y morales. Básicamente es comprender que abonando los tributos se contribuye a que el Estado pueda cumplir con sus fines.

CULTURA TRIBUTARIA

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

DEFRAUDACION FISCAL

Es el delito mediante el que se revisa el pago total o parcial de tributos establecidos en la Ley a través de artificio, engaño, astucia, ardid u otra forma fraudulenta. Las principales formas son: contrabando, falsificación de documentos, adulteración de las mismas, sobrevaluación, sustentación o abstención dolosa del pago de impuestos.

DEUDOR TRIBUTARIO

Deudor tributario es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria sea como contribuyente o como responsable. Contribuyente es aquel respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria y responsable es aquel que sin tener la condición de contribuyente debe cumplir la obligación atribuida a este.

EDUCACION TRIBUTARIA

Es el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias pasa antes que asumir el sentimiento de pertenencia a una sociedad, el grado de participación en su sostenimiento y en la responsabilidad respecto a su futuro. Implica desarrollar primero nuestra conciencia ciudadanía de compromiso responsabilidad con la sociedad y el Estado, derivándose de ella nuestros deberes tributarios.

ELUSION TRIBUTARIA

Consiste en sustraerse el pago de los impuestos, no realizando operaciones gravadas o prefiriendo los actos del gravamen inferior. O sea el contribuyente busca la manera de pagar menos impuesto, o de eludir la carga tributaria, no pagándola. Su licitud resulta como consecuencia de que no se viola ningún precepto legal, es decir hay una actitud jurídicamente inobjetable.

EQUIDAD

Cada persona o empresa debe contribuir según las ganancias que obtiene y dos personas con el mismo nivel de ingreso deben pagar igual.

ETICA 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.

EVASION TRIBUTARIA

Es toda eliminación o disminución (hecho comocito u omiso) de un monto tributario producido dentro del ámbito de un país, por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y logran tal resultado mediante conductas violatorias de disposiciones legales.

FINANZAS PÚBLICAS

Las finanzas públicas tienen por objeto examinar como el Estado obtiene sus ingresos y efectúa sus gastos.

Las finanzas públicas constituyen la actividad económica del sector público, con su particular y característica estructura que convive con la economía de mercado, de la cual obtiene los recursos y a la cual le presta un marco de acción.

GOBIERNO LOCAL

Son las Municipalidades Provinciales, Distritales y Delegadas conforme a Ley, las que sustituyen de acuerdo a la Constitución Política del Perú los órganos del Gobierno Local. Tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia.

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.

IMPUESTOS DIRECTOS

Son imposiciones que graven el ingreso y el patrimonio de las unidades institucionales, dichos pagos obligatorios recibidos por la administración pública comprenden el impuesto a la renta, el patrimonio por enajenación de bienes q inmuebles, sucesión y otros.

IMPUESTOS INDIRECTOS

Son los pagos obligatorios que las unidades productivas hacen a los organismos del gobierno y que están en relación con la producción, venta, compra, o de uso de bienes y servicios que van a cargarse a los costos de producción.

INFORMAL

Adjetivo, nombre sustantivo. Que no se ajusta a las reglas sociales, que no es serio ni puntual.

LEY

Es aquella norma escrita del ámbito general. Es el segundo nivel jerárquico de nuestro sistema legislativo y es entendida como norma aprobada por el Congreso, en ejercicio de sus atribuciones legislativas y mediante el procedimiento señalada en la Constitución.

MAYORISTAS

Personas físicas o jurídicas que distribuyen bienes en lotes homogéneos, de forma que los adquirientes completen el proceso de transición, vendiéndolos por unidades.

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.

MINORISTA

Comerciante al por menor o al detalle, que vende directamente al público o consumidor final. El concepto tiene importancia para efectos tributarios.

OBLIGACION 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.

OMISION

Abstención de hacer, inactividad, quietud. Abstención de decir o declarar, silencio, reserva, ocultación, olvido o descuido. Falta del que ha dejado de hacer algo conveniente, obligado o necesario en relación con alguna cosa.

POLITICA FISCAL

Conjunto de orientaciones, pensamientos y decisiones que adopta el gobierno de un Estado para conseguir sus objetivos económicos y sociales a través de medidas vinculadas al ingreso y gasto público.

POLITICA TRIBUTARIA

Decisiones de política económica y fiscal que se refieren los impuestos, tasas y contribuciones, etc., para captar recursos públicos. Abarcan acciones de gravamen, exoneraciones, etc.

POTESTAD TRIBUTARIA

Es la facultad inherente a la soberanía estatal y limitada por normas constitucionales y legales para crear, modificar, exonerar y suprimir tributos.

RECAUDAR

Recibir por la hacienda pública las cantidades debidas por los contribuyentes por el pago de sus impuestos o tasas, la recaudación comporta unos ciertos costos, que han de tenerse en cuenta para calcular el neto de la misma, en algunos casos tales costos, cuando son elevados y para bases muy reducidas, inciden a la abolición del impuesto.

SUNAT

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, es una Institución Pública descentralizada del Sector de Económica y Finanzas, dotada por personería jurídica de Derecho Público, patrimonio propio y autonomía económica, administrativa, funcional, técnica y financiera.

TRIBUTACION

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. El primer caso se denomina impuesto directo y el segundo, impuesto indirecto.

La tributación es uno de los medios principales con que el gobierno financia su gasto.

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.

UNIDAD IMPOSITIVA TRIBUTARIA (UIT)

Monto de referencia que es utilizado en las normas tributarias a fin de mantener en valores constantes las bases imponibles, deducciones, límites de afectación y demás aspectos de los tributos que, considere conveniente el legislador.

2.3 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

2.3.1 HIPOTESIS GENERAL

El bajo nivel de Cultura Tributaria, influye negativamente en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del

Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos
2012 - 2013.

❖ **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Cultura Tributaria

⇒ **INDICADOR**

- Nivel de Estudios
- Conocimientos Tributarios
- Actitudes Tributarias
- Conciencia Tributaria
- Deberes y obligaciones

❖ **VARIABLE DEPENDIENTE**

Obligaciones Tributarias

⇒ **INDICADOR**

- Presentación de declaraciones
- Determinación de créditos fiscales
- Frecuencia de pago de impuestos
- Pago de Impuestos a la SUNAT
- Pago de impuestos al municipio
- Liquidación del Impuesto
- Exhibir libros y registros
- IGV, IR, ISC, etc.

2.3.2 HIPOTESIS ESPECIFICA

Hipótesis Específica Nº 1:

- a. Un bajo nivel de Cultura Tributaria, influye negativamente en la informalidad comercial de los comerciantes del Mercado Internacional San José, periodos 2012 - 2013.

❖ VARIABLE INDEPENDIENTE

Cultura Tributaria

⇒ INDICADOR

- Nivel de estudios
- Conocimientos Tributarios
- Conciencia Tributaria

❖ VARIABLE DEPENDIENTE

Informalidad Comercial

⇒ INDICADOR

- Deberes y obligaciones
- Cumplimiento de normas
- Valores y actitudes

Hipótesis Específica Nº 2:

- b. El escaso nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes del Mercado Internacional San José, inciden que las actividades informales se incrementen.

❖ **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Cultura Tributaria

⇒ **INDICADOR**

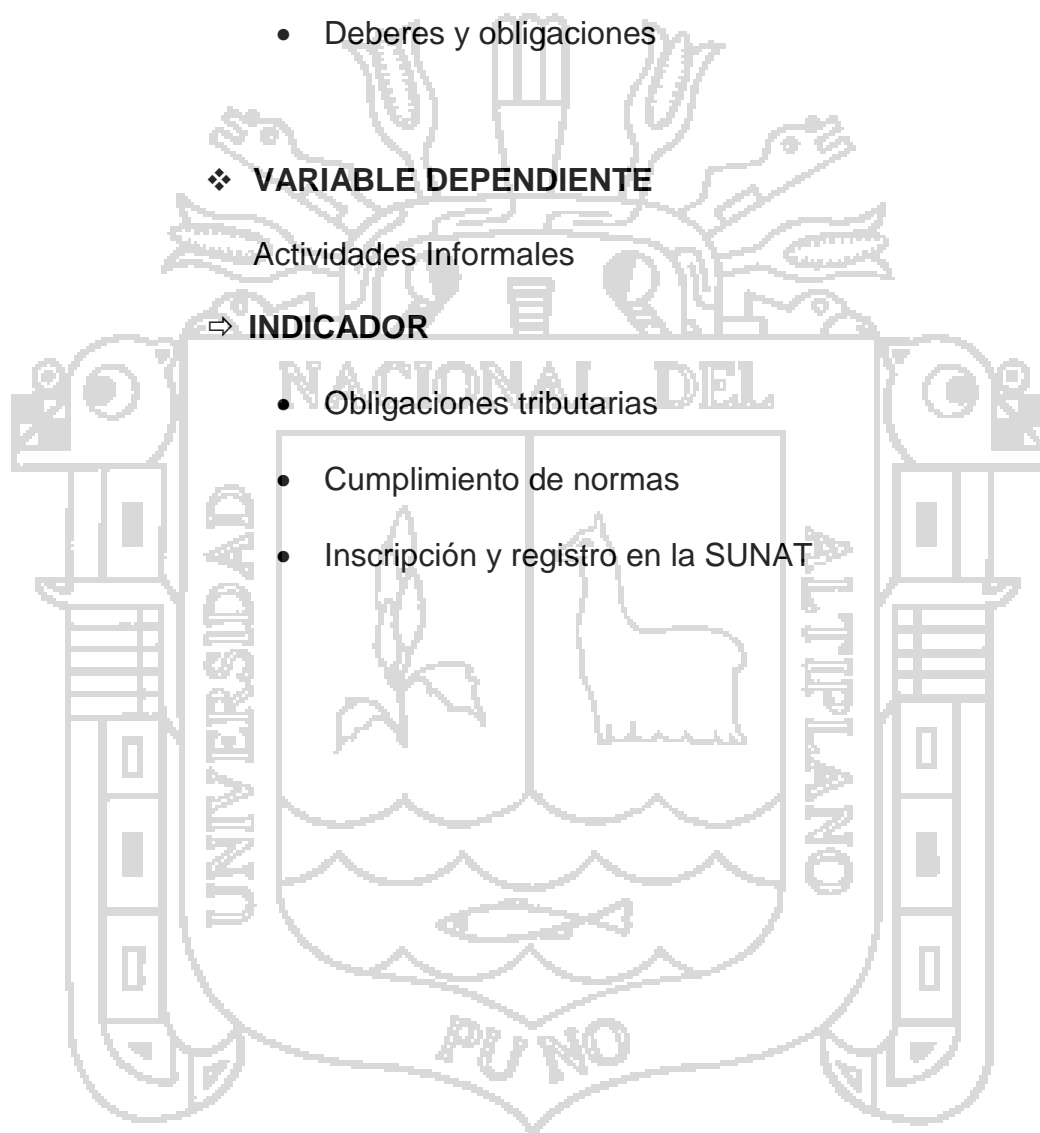
- Nivel de Estudios
- Actitudes Tributarias
- Deberes y obligaciones

❖ **VARIABLE DEPENDIENTE**

Actividades Informales

⇒ **INDICADOR**

- Obligaciones tributarias
- Cumplimiento de normas
- Inscripción y registro en la SUNAT



CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 NIVEL Y TIPO DE INVESTIGACION

El presente estudio por su finalidad adopta el tipo de investigación básica, también recibe el nombre de investigación pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque los resultados de la investigación son conocimientos que incrementan, recrean o instituyen la teoría existente sobre el tema de investigación. Por consiguiente la presente investigación se busca ampliar los conocimientos existentes acerca de la Cultura Tributaria.

3.2 METODO DE LA INVESTIGACION

Para toda investigación es de importancia fundamental que los hechos y relaciones que establece, los resultados obtenidos o nuevos conocimientos y tengan el grado máximo de exactitud y confiabilidad.

Para ello planea una metodología o procedimiento ordenado que se sigue para establecer lo significativo de los hechos y fenómenos hacia los cuales está caminando el significado de la investigación.

❖ Método Analítico

Este método analítico sirvió para determinar el nivel de aplicación de la Cultura Tributaria, descomponiéndolo del todo en sus partes o elementos para dar a conocer sus características, causas, y factores que afectan el desarrollo de la Cultura Tributaria.

❖ Método Descriptivo

El objeto de la investigación descriptiva consiste en describir y evaluar ciertas características de una situación particular en uno o más puntos del tiempo.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño No Experimental descriptivo causal, utilizando el modelo estadístico Chi cuadrada y describir la Cultura Tributaria de los contribuyentes y su influencia en las obligaciones tributarias, cuyo esquema es como sigue:

$$Y = f(X)$$

Fuente: Francisco Charaja Cutipa. Investigación Científica. Segunda Edición.

Pág. 115

DONDE:

Y: variable dependiente

X: variable independiente

f: función

Este modelo significa que el cumplimiento de la Obligación Tributaria (Y) depende de la Cultura Tributaria (X).

3.4 POBLACION

Para el presente trabajo de investigación, la población está comprendida por los Comerciantes de diferentes rubros, por las características del estudio y la mayor concentración de comerciantes informales y focalización se ha establecido como la población a los comerciantes del mercado San José de

la ciudad de Juliaca, con 3200 empadronados, distribuidos en diferentes rubros.

CUADRO Nº 01

DISTRIBUCION DE COMERCIANTES POR RUBROS

RUBRO	NUMERO DE COMERCIANTES
TEXTIL	107
ELECTRODOMESTICOS	43
CALZADOS	21
ABARROTES	57
TOTAL	228

FUENTE: Padrón de comerciantes (Año 2012)

3.5 MUESTRA

Para el presente trabajo de investigación se utilizara el método de muestreo expresado en la fórmula:

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

n: Tamaño necesario de la muestra

Z: Nivel de confiabilidad al 95% lo que implica que: Z= 1.96

E: Error de estimación E= 0.05

S: Desviación Standard (40 %) S= 0.40

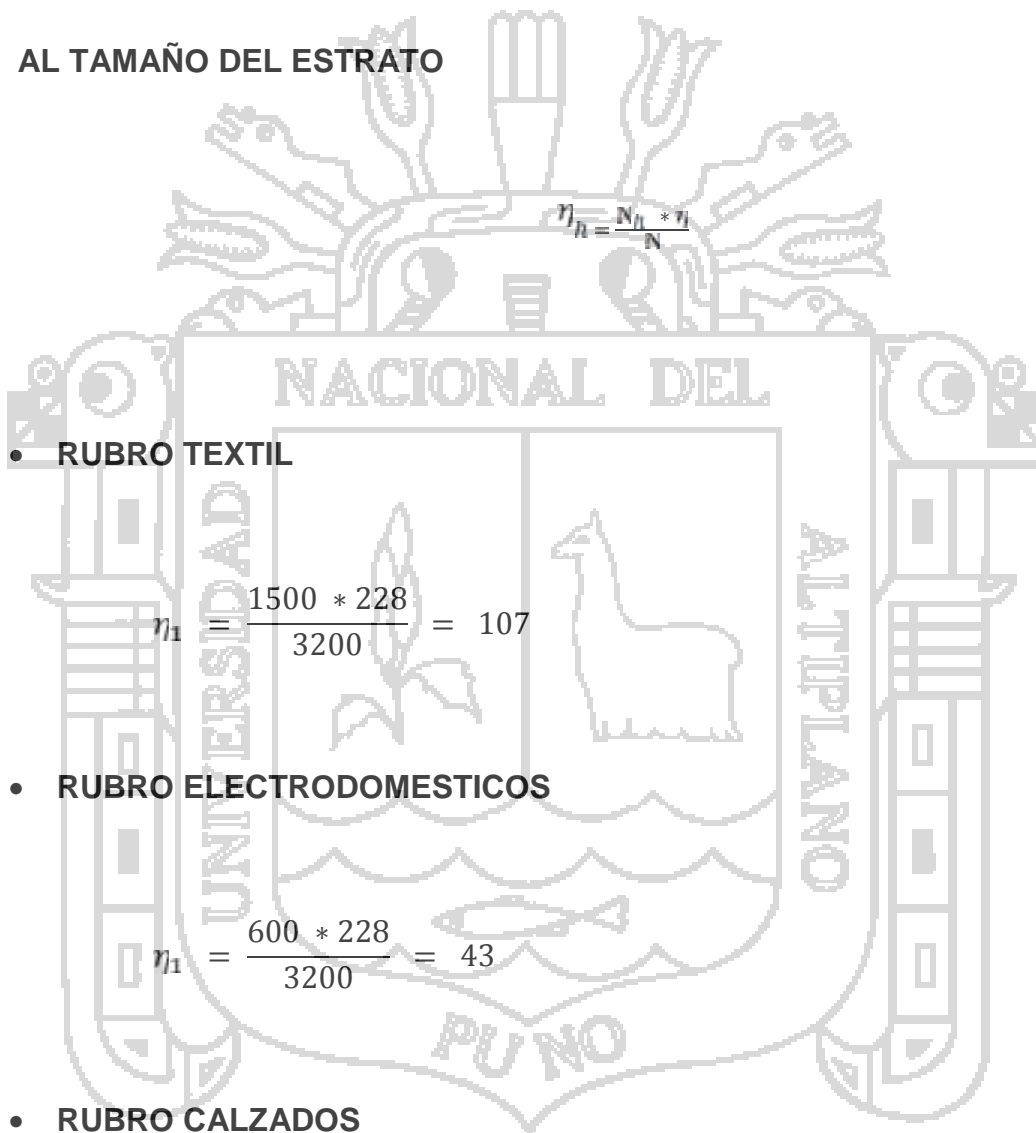
N: Población N: 3200

Reemplazando se obtiene que la muestra para el presente trabajo de investigación estará conformada por **n= 228** comerciantes.

3.6 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

A través del método probabilística para lo cual se eligió al número de comerciantes por rubro identificado para el presente estudio.

3.7 ESTABLECIENDO LA MUESTRA POR AFIJACION PROPORCIONAL AL TAMAÑO DEL ESTRATO



$n_r = \frac{N_r * n}{N}$

- **RUBRO TEXTIL**

$$n_1 = \frac{1500 * 228}{3200} = 107$$
- **RUBRO ELECTRODOMESTICOS**

$$n_1 = \frac{600 * 228}{3200} = 43$$
- **RUBRO CALZADOS**

$$n_1 = \frac{300 * 228}{3200} = 21$$

- **RUBRO ABARROTES**

$$n_1 = \frac{800 * 228}{3200} = 57$$

La muestra de contribuyentes representa 228 comerciantes del Mercado Internacional San José, aplicando la TABLES FOR STATISTICIANS de HERBERT ARKIN y RAYMOND COLTON con un margen de error del 5%. La tabla de error constituye uno de los instrumentos más prácticos usados en la investigación científica para el tratamiento de la población y la muestra, más concretamente para determinar el tamaño de la muestra.

CUADRO Nº 02

SELECCION DE COMERCIANTES POR RUBROS

RUBRO	NUMERO DE COMERCIANTES
TEXTIL	107
ELECTRODOMESTICOS	43
CALZADOS	21
ABARROTES	57
TOTAL	228

FUENTE: Elaboración Propia 2014

3.8 ESTRATEGIAS DE VERIFICACION DE LA HIPOTESIS

ESTADISTICO PARA LA PRUEBA DE HIPOTESIS

De acuerdo al tipo de investigación en el presente estudio, se utilizó el estadístico de prueba denominado PRUEBA CHI CUADRADO: PASOS:

F.1. Formulación de la hipótesis. Dividiendo la distribución normal en K categorías para obtener las frecuencias teóricas o esperadas decimos:

H_0 La muestra se obtiene de una población normalmente distribuida y por lo tanto, no deben existir diferencias significativas entre las frecuencias observadas en cada categoría y las correspondientes frecuencias observadas en cada categoría y las correspondientes frecuencias esperadas en esas categorías, obtenidas en base de la distribución normal de probabilidades. Cualquier diferencia que se advierta debe provenir solamente del azar.

H_1 La muestra se obtiene de una población no distribuida normalmente.

F.2. La prueba es unilateral y de una cola.

F.3. Nivel de significación $\alpha = 0.05$

F.4. Se utiliza la distribución Chi Cuadrado para lo que será necesario clasificar los datos en categorías.

F.5. Esquema de la prueba

Para dibujar el esquema previamente debemos de determinar el número de grados de libertad por medio de la formula $gl = K - 1$

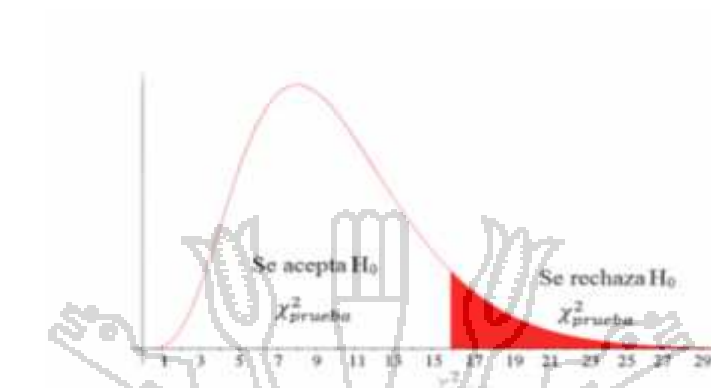
En donde K es el número de categorías o intervalos en que dividimos a la curva normal estandarizada para obtener las frecuencias teóricas o frecuencias esperadas.

F.6. Calcular el estadístico de la prueba.

La fórmula es: $X^2 (g l) = \sum (O_i - E_i)^2 / E_i$

GRAFICO

F.7. Toma de decisiones



Para el presente estudio hemos tomado en cuenta la región de aceptación.

3.9 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

3.9.1. ANALISIS DOCUMENTAL

Esta técnica nos permitió analizar la información de carácter administrativo de los cuales se garantizaran los diferentes actos y actividades relacionadas con la Cultura Tributaria. Para ello se ha obtenido información en libros que ha sido utilizado para realizar el marco teórico.

3.9.2. ENCUESTA

Mediante la encuesta hemos recopilado datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación. Los datos se obtuvieron realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio.

3.10 INSTRUMENTOS

La ficha de Registro.- Estructurado de acuerdo a las dimensiones de la variable e indicadores de la misma, que permitió la obtención de la información con relación a la Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca.

Cuestionarios.- Esta técnica se llevó a cabo a través de un cuestionario donde se realizó una diversidad de preguntas, con el fin de obtener datos requeridos.

3.11 TECNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

El procesamiento de la información después de efectuar un diagnóstico sobre la aplicación de la Cultura Tributaria se procedió a:

- Recopilación de información: La recopilación de información se realizó mediante la encuesta.
- Ordenamiento y clasificación de datos: Se procedió a clasificar manualmente a las encuestas realizadas.
- Tabulación de la información: Se realizó la tabulación mediante cuadros con los resultados que obtuve.
- Elaboración de cuadros y gráficos: Se realizó mediante el programa Excel.
- Análisis de información: Se procedió a analizar los resultados que obtuve

- Interpretación de la información: Se procedió a interpretar los resultados que obtuve.
- Proceso computarizado por Excel



CAPITULO IV

CARACTERISTICAS DEL AREA DE INVESTIGACION

4.1. AMBITO DE INVESTIGACION

El Distrito de Juliaca está ubicado en la parte norte de la provincia de San Román y al lado nor-este del Lago Titicaca y a 35 Km. De esta. El área geográfica del distrito de Juliaca ocupa la parte céntrica del departamento de Puno y la meseta del Collao. Debido a su importancia geo-económica, 1926 Juliaca se integra a la Provincia de San Román como su capital.

Los límites del distrito de Juliaca son:

- Por el Norte: con los distritos de Calapuja(Prov. Lampa) y Caminaca (Prov. Azángaro)
- Por el Sur: con los distritos de Cabana y Caracoto
- Por el Este: con los distritos de Pusi (Prov. Huancané) y Samán (Prov. Azángaro)
- Por el Oeste: con los distritos de Lampa y Cabanillas (Prov. Lampa)

CORDENADAS GEOGRAFICAS

Juliaca se encuentra entre las siguientes coordenadas geográficas:

- 15°; de Latitud Sur
- 70°; de Longitud Oeste

TEMPERATURA

Como promedio tiene una temperatura de 6 y 12 grados centígrados.

Ciudad eminentemente comercial, que cobija a más de 250,000 habitantes dedicados a la tareas del comercio, cuenta con mercados comerciales grandes tales como son: Mercado Internacional San José, Mercado Túpac Amaru, Mercado 24 de Octubre, Mercado Mayorista Santa María, etc. también otras ferias aledañas sumamente importantes donde se mueven ingentes cantidades de Dinero de toda la Región

El comercio es la principal actividad económica que se desarrolla en Juliaca. Esta ciudad se ha convertido en eje y paso obligatorio de bienes económicos. En este caso el trabajo de investigación se realizó en el Mercado Internacional San José, que se caracteriza por vender productos importados de Bolivia, Brasil y Chile, debido a su alto nivel comercial en Juliaca.

FUNDACION DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE

El Mercado Internacional San José se fundó el 15 de setiembre del año 1997, provenientes de las asociaciones de la ciudad de Juliaca aledañas al mercado Túpac Amaru como de los jirones: asociación de comerciantes del Jirón Moquegua, asociación de los comerciantes del Jirón Raúl Porras, asociación de los comerciantes del Jirón Ramón

Castilla, asociación de los comerciantes del Jirón Apurímac; de los cuales formaron 05 bases que son las primeras cinco bases del Mercado Internacional San José.

El Mercado Internacional San José cuenta con un área total de 40,000 m². (04 cuatro Hectáreas)

Teniendo como Junta Directiva Central del Mercado los siguientes:

- Primer Coordinador: Ubaldo Puma Condori
- Segundo Coordinador: Nemesion Arrantia Mamani
- Tercer Coordinador: Gilberto Pinto Gómez

El Mercado Internacional San José cuenta con Resolución Municipal e inscrita con personería Jurídica en Registros Públicos N° 05010125 y en el cual existen 10 bases que están asociadas en el mercado.

El Mercado Internacional San José cuenta con varios rubros de negocio de los cuales podemos citar; textil, electrodomésticos, calzados y abarrotes, de los cuales el 30% de ellos se dedican a la producción y distribución, y el 70% se dedica exclusivamente a la distribución, los comerciantes son provenientes de varias provincias, regiones como: Puno, Ilave, Huancané, Desaguadero, Arequipa, Cusco, Abancay, Juliaca y del vecino país de Bolivia.

CUADRO Nº 03

DISTRIBUCION DE COMERCIANTES POR RUBROS

RUBRO	NUMERO DE COMERCIANTES
TEXTIL	1500
ELECTRODOMESTICOS	600
CALZADOS	300
ABARROTES	800
TOTAL	3200

FUENTE: Padrón de comerciantes Plaza San José

Los asociados del Mercado Internacional San José tienen

convenios con entidades financieras como son:

- ✓ Caja Arequipa
- ✓ Caja Tacna
- ✓ Caja Cusco
- ✓ Caja Piura
- ✓ Edificar
- ✓ Edpyme Raíz
- ✓ Cooperativa Credicoop
- ✓ Banco de Crédito del Perú BBVA

UBICACIÓN DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE

El Mercado Internacional San José está ubicada:

- Por el Norte: Jr. Benigno Ballón

- Por el Sur: Jr. Ayaviri
- Por el Este: Jr. Benigno Ballón
- Por el Oeste: Jr. Raúl Porras Barrenechea





CAPITULO V

EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

5.1. DETERMINAR LA INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA, EN LA INFORMALIDAD COMERCIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERIODOS 2012 – 2013.

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, conoceremos cual es el nivel de cultura tributaria y su influencia en la informalidad comercial, y si esta se debe a la formación de cada comerciante o sea el desconocimiento del Sistema Tributario Nacional.

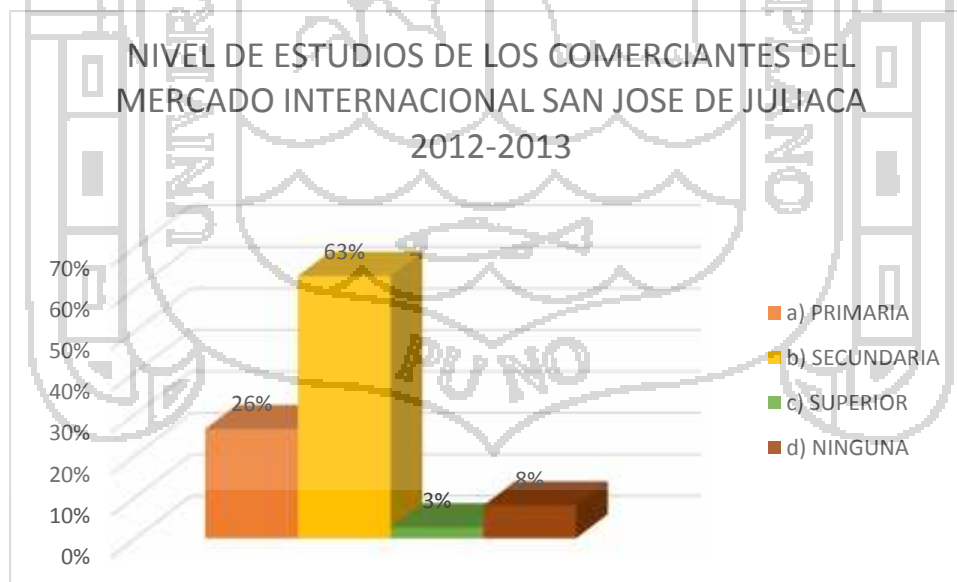
CUADRO Nº 04

**NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
INTERNACIONAL SAN JOSE DE JULIACA 2012 - 2013**

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) PRIMARIA	60	26%
b) SECUNDARIA	144	63%
c) SUPERIOR	6	3%
d) NINGUNA	18	8%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes
ELABORADO: Por la ejecutora.

GRAFICO Nº 04



FUENTE: Cuadro Nº 04

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 60 comerciantes cuentan con el nivel de estudios de educación primaria; y esta representa el 26% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 12.57% son del rubro textil, el 4.33% electrodomésticos, 2.60% calzados y 6.50% rubro abarrotes.
- 144 comerciantes cuentan con el nivel de estudios de educación secundaria; y esta representa el 63% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 29.75% son del rubro textil, el 11.81% electrodomésticos, 6.56% calzados y 14.88% rubro abarrotes.
- 06 comerciantes cuentan con el nivel de estudios de educación superior; y esta representa el 03% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1.5% son del rubro textil, el 1.5% electrodomésticos, 0% calzados y 0% rubro abarrotes.
- 18 comerciantes no cuentan con ningún nivel de estudios; y esta representa el 8% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.11% son del rubro textil, el 1.33% electrodomésticos, 0% calzados y 3.56% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes tienen un nivel de estudios de educación secundaria.

CUADRO N° 05

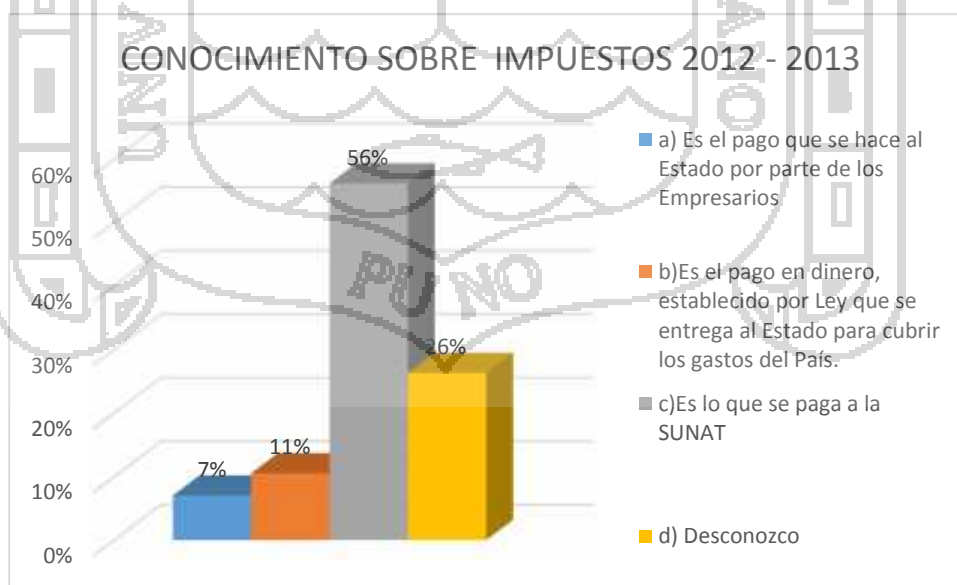
CONOCIMIENTO SOBRE IMPUESTOS 2012 - 2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
a) Es el pago que se hace al Estado por parte de los Empresarios	16	7%
b) Es el pago en dinero, establecido por Ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del País.	24	11%
c) Es lo que se paga a la SUNAT	128	56%
d) Desconozco	60	26%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 05



FUENTE: Cuadro N° 05

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 16 comerciantes afirman que los impuestos son el pago que se hace al Estado por parte de los Empresarios; y esta representa el 7% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.94% son del rubro textil, el 1.75% electrodomésticos, 0.88% calzados y 0.44% rubro abarrotes.
- 24 comerciantes tienen idea o creen que los impuestos son el pago en dinero, establecido por Ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del País; y esta representa el 11% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1.38% son del rubro textil, el 2.29% electrodomésticos, 3.21% calzados y 4.13% rubro abarrotes.
- 128 comerciantes afirman que Es lo que se paga a la SUNAT ; y esta representa el 56% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 26.69% son del rubro textil, el 11.81% electrodomésticos, 3.94% calzados y 13.56% rubro abarrotes.
- 60 comerciantes tienen total desconocimiento; y esta representa el 26% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 14.73% son del rubro textil, el 3.03% electrodomésticos, 1.30% calzados y 6.93% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes afirman que los impuestos son pagos que se realiza a la SUNAT.

CUADRO N° 06

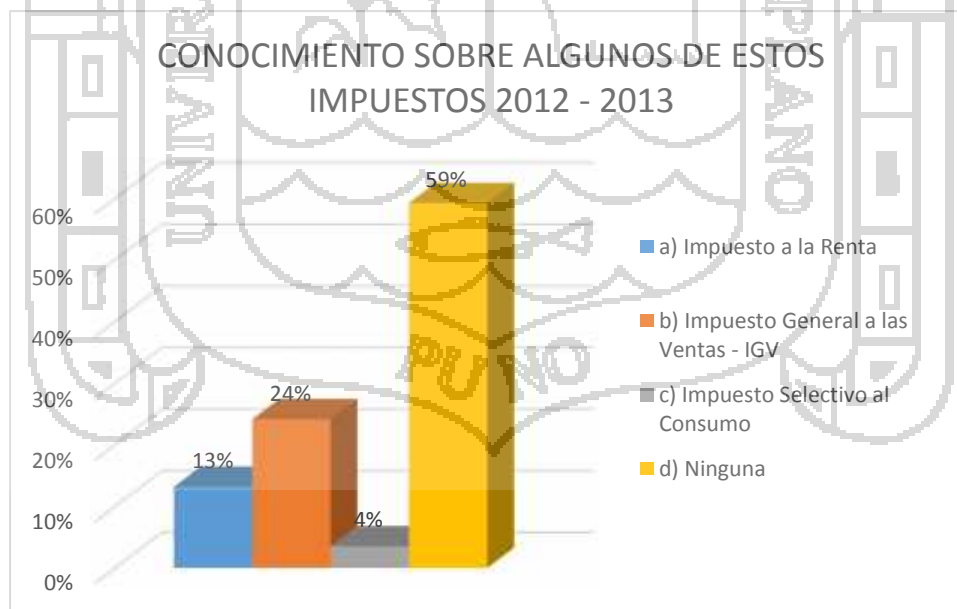
CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNOS DE ESTOS IMPUESTOS 2012 - 2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
a) Impuesto a la Renta	30	13%
b) Impuesto General a las Ventas - IGV	55	24%
c) Impuesto Selectivo al Consumo	8	4%
d) Ninguna	135	59%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 06



FUENTE: Cuadro N° 06

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 30 comerciantes afirman que conocen el Impuesto a la Renta; y esta representa el 13% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6.50% son del rubro textil, el 2.17% electrodomésticos, 1.73% calzados y 2.60% rubro abarrotes.
- 55 comerciantes indican que conocen que conocen el Impuesto General a las Ventas; y esta representa el 24% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 11.78% son del rubro textil, el 3.49% electrodomésticos, 2.62% calzados y 6.11% rubro abarrotes.
- 08 comerciantes afirman que conocen el Impuesto Selectivo al Consumo; y esta representa el 4% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1% son del rubro textil, el 1.5% electrodomésticos, 0.50% calzados y 1% rubro abarrotes.
- 135 comerciantes afirman que no conocen ninguno de estos impuestos; y esta representa el 59% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 27.53% son del rubro textil, el 11.80% electrodomésticos, 4.37% calzados y 15.30% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes no tienen conocimiento sobre algunos de estos impuestos.

CUADRO N° 07

CONOCIMIENTO SOBRE QUIENES DEBEN PAGAR LOS IMPUESTOS

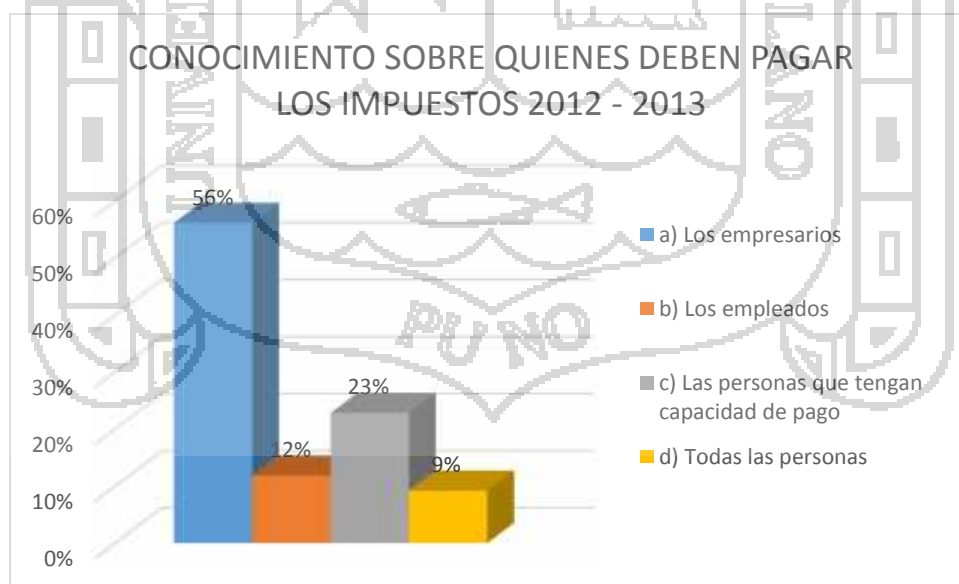
2012 - 2013

ALTERNATIVA	N°	
	COMERCIANTES	%
a) Los empresarios	128	56%
b) Los empleados	27	12%
c) Las personas que tengan capacidad de pago	52	23%
d) Todas las personas	21	9%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 07



FUENTE: Cuadro N° 07

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 128 comerciantes opinan que los impuestos deben pagar los empresarios; y esta representa el 56% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 23.63% son del rubro textil, el 12.25% electrodomésticos, 4.81% calzados y 15.31% rubro abarrotes.
- 27 comerciantes contestaron que los impuestos deben pagar los empleados; y esta representa el 12% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6.22% son del rubro textil, el 2.22% electrodomésticos, 0% calzados y 3.56% rubro abarrotes.
- 52 comerciantes manifiestan que deben pagar todas las personas que tengan capacidad de pago; y esta representa el 23% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 13.71% son del rubro textil, el 1.33% electrodomésticos, 2.65% calzados y 5.31% rubro abarrotes.
- 21 comerciantes opinan que deben pagar todas las personas; y esta representa el 9% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.43% son del rubro textil, el 3% electrodomésticos, 1.71% calzados y 0.86% rubro abarrotes.

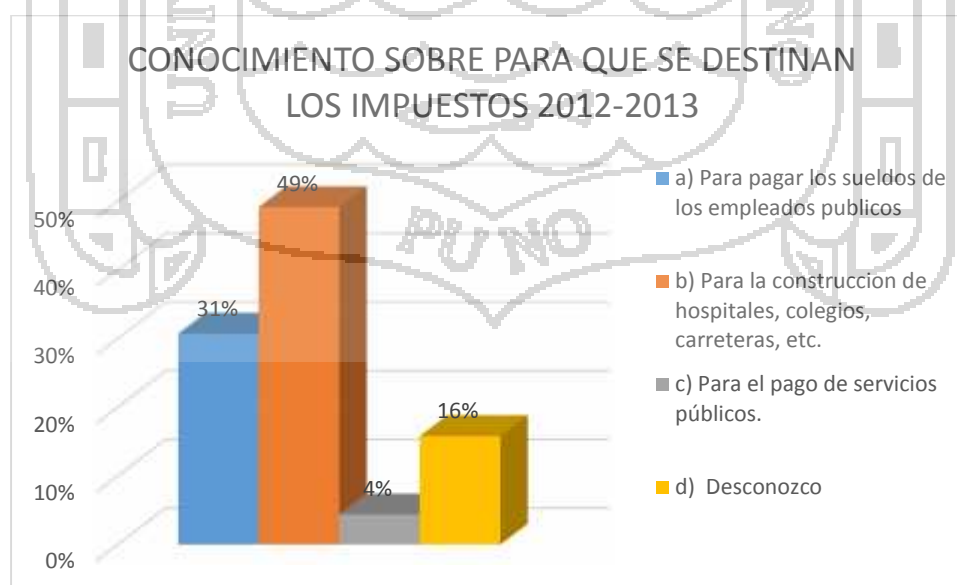
En resumen la mayoría de los comerciantes opinan que deben pagar los impuestos los empresarios.

CUADRO N° 08

CONOCIMIENTO SOBRE PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS

2012-2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
a) Para pagar los sueldos de los empleados públicos	70	31%
b) Para la construcción de hospitales, colegios, carreteras, etc.	112	49%
c) Para el pago de servicios públicos.	10	4%
d) Desconozco	36	16%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes**ELABORADO:** Por la ejecutora**GRAFICO N° 08****FUENTE:** Cuadro N° 08

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 70 comerciantes tienen como conocimiento que los impuestos sirven para: Para pagar los sueldos de los empleados públicos; y esta representa el 31% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 11.96% son del rubro textil, el 4.87% electrodomésticos, 1.33% calzados y 12.84% rubro abarrotes.
- 112 comerciantes tienen como conocimiento que los impuestos sirven para: Para pagar los sueldos de los empleados públicos; y esta representa el 49% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 29.31% son del rubro textil, el 7.88% electrodomésticos, 6.13% calzados y 5.69% rubro abarrotes.
- 10 comerciantes tienen como conocimiento que los impuestos sirven para: Para el pago de servicios públicos; y esta representa el 4% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2% son del rubro textil, el 0.80% electrodomésticos, 0.40% calzados y 0.80% rubro abarrotes.
- 36 comerciantes no tienen ningún conocimiento sobre para que sirven los impuestos; y esta representa el 16% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.56% son del rubro textil, el 5.33% electrodomésticos, 1.33% calzados y 5.78% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes afirman que los impuestos están destinados solo para pagar los sueldos de los empleados públicos.

CUADRO N° 09

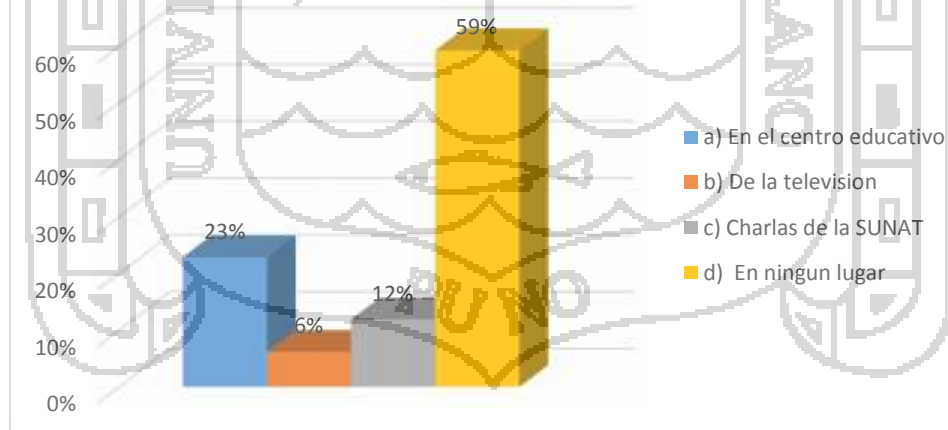
DONDE APRENDIO ACERCA DE LOS IMPUESTOS 2012 - 2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
a) En el centro educativo	52	23%
b) De la televisión	14	6%
c) Charlas de la SUNAT	27	12%
d) En ningún lugar	135	59%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 09

DONDE APRENDIO ACERCA DE LOS IMPUESTOS
2012- 2013

FUENTE: Cuadro N° 09

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 52 comerciantes obtuvieron conocimientos en el centro educativo; y esta representa el 23% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 7.52% son del rubro textil, el 4.87% electrodomésticos, 3.10% calzados y 7.52% rubro abarrotes.
- 14 comerciantes a través de la televisión; y esta representa el 6% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.43% son del rubro textil, el 1.29% electrodomésticos, 0.86% calzados y 0.43% rubro abarrotes.
- 27 comerciantes conocieron el tema a través de las charlas de la SUNAT; y esta representa el 12% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.22% son del rubro textil, el 2.22% electrodomésticos, 2.67% calzados y 4.89% rubro abarrotes.
- 135 comerciantes en ningún lugar, lo que da a entender que estos no tienen ninguna idea o conocimiento sobre los impuestos; y esta representa el 59% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 33.65% son del rubro textil, el 10.49% electrodomésticos, 2.62% calzados y 12.24% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes afirman que no tienen ninguna idea o conocimiento sobre los impuestos.

CUADRO N° 10

**CONOCIMIENTO SOBRE SI LE GUSTARIA APRENDER MAS SOBRE LOS
IMPUESTOS 2012- 2013**

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
a) Si	182	80%
b) No	16	7%
c) Un Poco	30	13%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 10



FUENTE: Cuadro N° 10

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 182 comerciantes indican que tienen interés en obtener más conocimientos o en conocer que son los impuestos lo que da a pensar que la mayoría no saben de impuestos; y esta representa el 80% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 41.32% son del rubro textil, el 12.75% electrodomésticos, 5.27% calzados y 20.66% rubro abarrotes.
- 16 comerciantes no tienen ningún interés en saber que son los impuestos ya sea quizá por un alto nivel de conocimiento o simplemente no le es agradable; y esta representa el 7% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.63% son del rubro textil, el 1.31% electrodomésticos, 1.75% calzados y 1.31% rubro abarrotes.
- 30 comerciantes tienen un poco de interés de saber que son los impuestos; y esta representa el 13% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.03% son del rubro textil, el 4.77% electrodomésticos, 2.17% calzados y 3.03% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes muestran interés en obtener más conocimientos o en conocer que son los impuestos.

CUADRO Nº 11

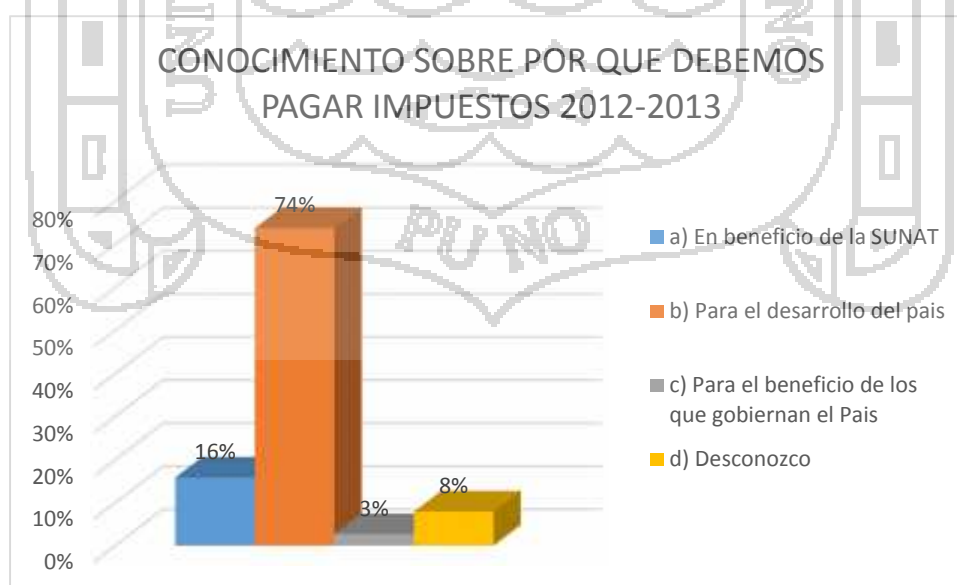
CONOCIMIENTO SOBRE POR QUE DEBEMOS PAGAR IMPUESTOS

2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) En beneficio de la SUNAT	36	16%
b) Para el desarrollo del país	168	74%
c) Para el beneficio de los que gobiernan el País	6	3%
d) Desconozco	18	8%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes**ELABORADO:** Por la ejecutora

GRAFICO Nº 11

**FUENTE:** Cuadro Nº 11

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 36 comerciantes indican que se debe pagar los impuestos en beneficio de la SUNAT; y esta representa el 16% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 7.11% son del rubro textil, el 4.89% electrodomésticos, 2.63% calzados y 1.33% rubro abarrotes.
- 168 comerciantes dicen que se debe pagar los impuestos para el desarrollo del país; y esta representa el 73% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 35.20% son del rubro textil, el 11.30% electrodomésticos, 4.78% calzados y 21.73% rubro abarrotes.
- 6 comerciantes opinan que se debe pagar los impuestos para el beneficio de los que gobiernan el país; y esta representa el 3% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1.50% son del rubro textil, el 1% electrodomésticos, 0.50% calzados y 0% rubro abarrotes.
- 18 comerciantes no tienen idea el por qué debemos pagar los impuestos; y esta representa el 8% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.11% son del rubro textil, el 1.78% electrodomésticos, 1.33% calzados y 1.78% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes indican que los impuestos de deben pagar para el desarrollo del país.

CUADRO Nº 12

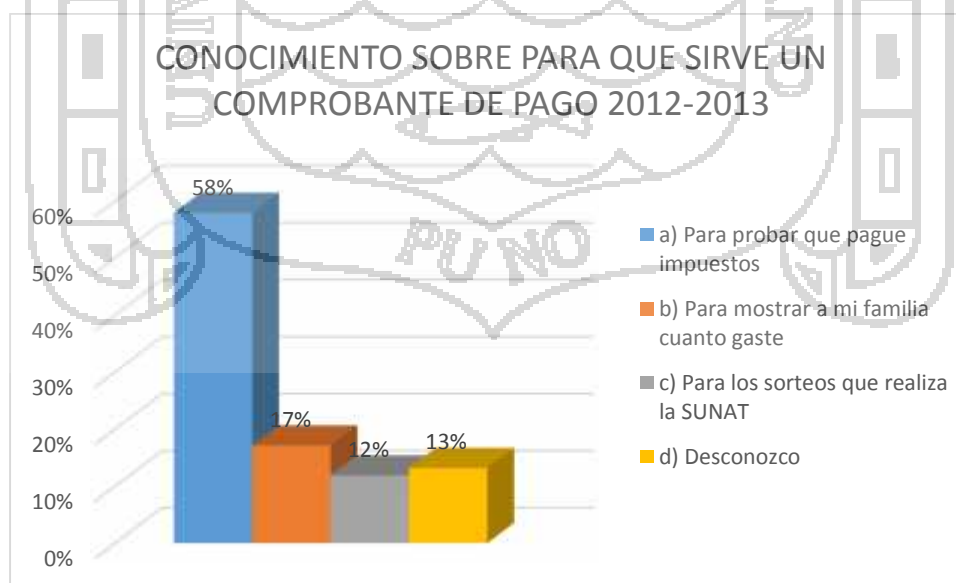
**CONOCIMIENTO SOBRE PARA QUE SIRVE UN COMPROBANTE DE
PAGO 2012-2013**

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) Para probar que pague impuestos	132	58%
b) Para mostrar a mi familia cuanto gaste	39	17%
c) Para los sorteos que realiza la SUNAT	27	12%
d) Desconozco	30	13%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO Nº 12



FUENTE: Cuadro Nº 12

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 132 comerciantes indican que un comprobante de pago sirve para probar que pagaron impuestos; y esta representa el 58% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 34.27% son del rubro textil, el 6.59% electrodomésticos, 1.32% calzados y 15.82% rubro abarrotes.
- 39 comerciantes dicen sirve para mostrar a su familia cuanto gastaron; y esta representa el 17% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6.54% son del rubro textil, el 4.36% electrodomésticos, 1.74% calzados y 4.36% rubro abarrotes.
- 27 comerciantes opinan que sirve para los sorteos que realiza la SUNAT; y esta representa el 12% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.67% son del rubro textil, el 4.89% electrodomésticos, 3.56% calzados y 0.89% rubro abarrotes.
- 30 comerciantes no tienen idea el para qué sirve un comprobante de pago; y esta representa el 13% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.47% son del rubro textil, el 3.03% electrodomésticos, 2.60% calzados y 3.90% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes indican que un comprobante de pago sirve para probar que pagaron impuestos.

CUADRO Nº 13

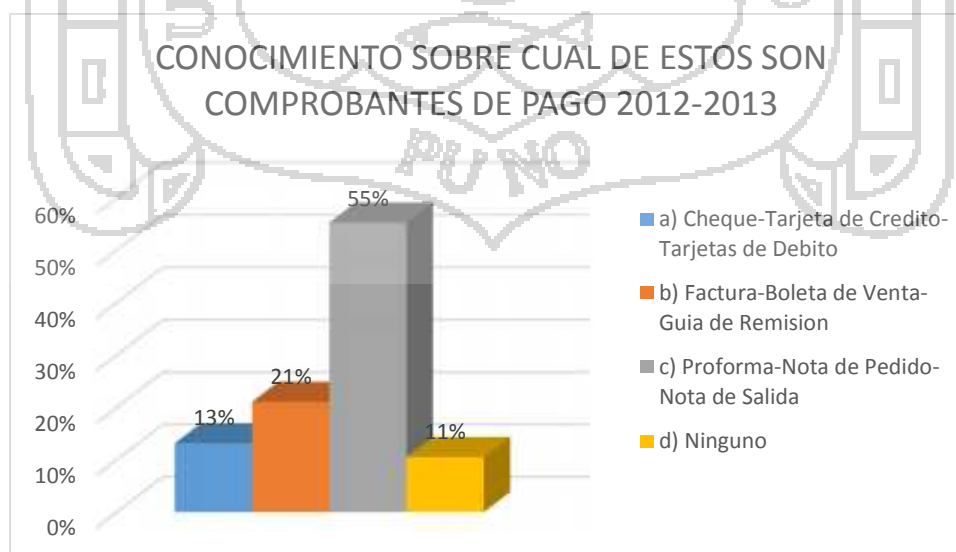
**CONOCIMIENTO SOBRE CUAL DE ESTOS SON COMPROBANTES DE
PAGO 2012-2013**

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) Cheque-Tarjeta de Credito- Tarjetas de Debito	30	13%
b) Factura-Boleta de Venta-Guia de Remisión	48	21%
c) Proforma-Nota de Pedido- Nota de Salida	126	55%
d) Ninguno	24	11%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO Nº 13



FUENTE: Cuadro N° 13

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 30 comerciantes indican que son comprobantes de pago son los Cheques, Tarjetas de Crédito y Tarjetas de Débito; y esta representa el 13% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.17% son del rubro textil, el 4.77% electrodomésticos, 2.17% calzados y 3.90% rubro abarrotes.
- 48 comerciantes indican que son comprobantes de pago las Facturas, Boletas de Venta y Guías de Remisión; y esta representa el 21% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6.56% son del rubro textil, el 4.38% electrodomésticos, 3.06% calzados y 7% rubro abarrotes.
- 126 comerciantes indican que son comprobantes de pago las Proformas, Notas de Pedido y Notas de Salida; y esta representa el 55% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 34.48% son del rubro textil, el 6.55% electrodomésticos, 1.31% calzados y 12.66% rubro abarrotes.
- 24 comerciantes no conocen bien los comprobantes de pago; y esta representa el 11% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.67% son del rubro textil, el 3.21% electrodomésticos, 2.75% calzados y 1.38% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes indican que son comprobantes de pago las Proformas, Notas de Pedido y Notas de Salida.

5.2. EVALUAR EL NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERIODOS 2012 - 2013.

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, evaluaremos el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

CUADRO N° 14

EN LAS VENTAS QUE REALIZA, EMITE COMPROBANTE DE PAGO

2012-2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
a) Si	40	18%
b) No	144	63%
c) A veces	44	19%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 14



FUENTE: Cuadro N° 14

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 40 comerciantes indican que si emiten comprobantes de pago; y esta representa el 18% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 4.05% son del rubro textil, el 6.75% electrodomésticos, 2.70% calzados y 4.50% rubro abarrotes.
- 144 comerciantes indican que no emiten comprobantes de; y esta representa el 63% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 31.94% son del rubro textil, el 8.31% electrodomésticos, 5.25% calzados y 17.50% rubro abarrotes.
- 44 comerciantes indican que de vez en cuando emiten comprobantes de pago; y esta representa el 19% del total de la muestra estudiada, de los

cuales el 10.80% son del rubro textil, el 3.89% electrodomésticos, 1.30% calzados y 3.02% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes indican que no emiten comprobantes de pago cuando realizan ventas.

CUADRO Nº 15

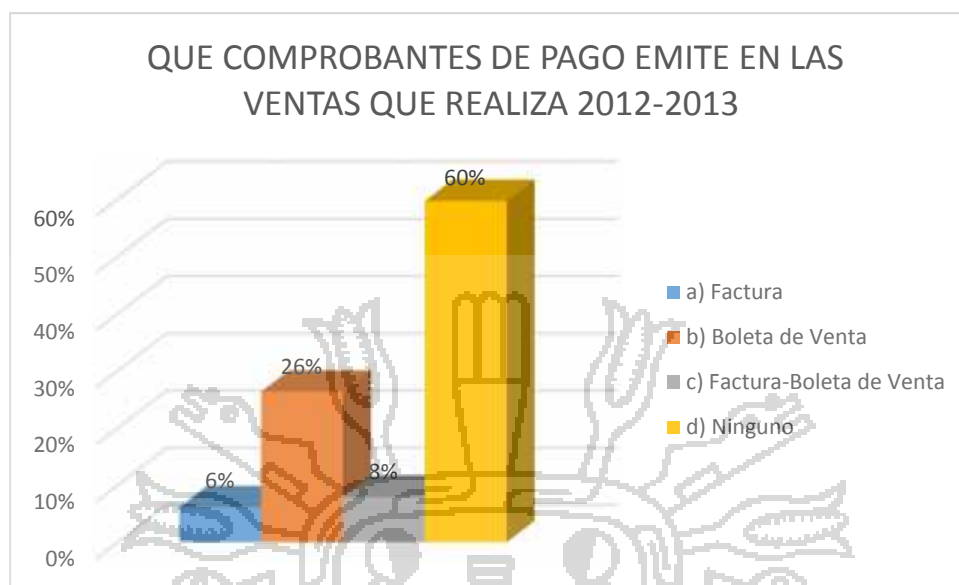
QUE COMPROBANTES DE PAGO EMITE EN LAS VENTAS QUE REALIZA 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) Factura	14	6%
b) Boleta de Venta	60	26%
c) Factura-Boleta de Venta	18	8%
d) Ninguno	136	60%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 15



FUENTE: Cuadro N° 15

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 14 comerciantes indican que emiten Facturas cuando realizan sus ventas; y esta representa el 6% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.14% son del rubro textil, el 1.29% electrodomésticos, 2.14% calzados y 0.43% rubro abarrotes.
- 60 comerciantes indican que emiten Boletas de Venta cuando realizan sus ventas; y esta representa el 26% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.90% son del rubro textil, el 6.93% electrodomésticos, 2.60% calzados y 12.57% rubro abarrotes.
- 18 comerciantes indican que Facturas y Boletas de Venta al momento de realizar ventas; y esta representa el 8% del total de la muestra estudiada,

de los cuales el 1.78% son del rubro textil, el 3.56% electrodomésticos, 1.33% calzados y 1.33% rubro abarrotes.

- 136 comerciantes no emiten ningún tipo de comprobante de pago cuando realizan sus ventas; y esta representa el 60% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 39.26% son del rubro textil, el 7.06% electrodomésticos, 3.09% calzados y 10.59% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes indican que no emiten ningún tipo de comprobante al momento de realizar una venta.

CUADRO Nº 16

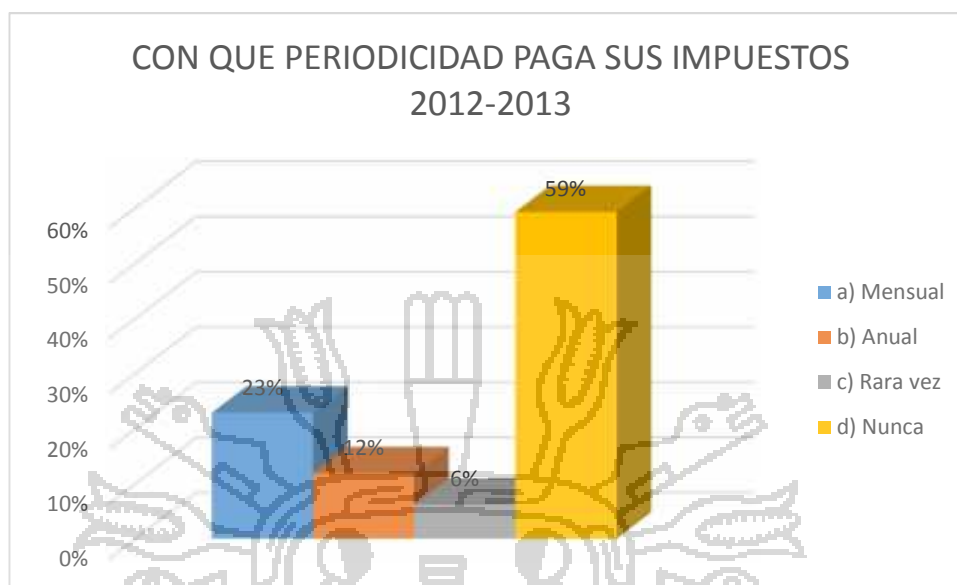
CON QUE PERIODICIDAD PAGA SUS IMPUESTOS 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) Mensual	52	23%
b) Anual	27	12%
c) Rara vez	14	6%
d) Nunca	135	59%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO Nº 16



FUENTE: Cuadro Nº 16

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 52 comerciantes pagan sus impuestos mensualmente; y esta representa el 23% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.54% son del rubro textil, el 7.08% electrodomésticos, 1.33% calzados y 11.06% rubro abarrotes.
- 27 comerciantes pagan sus impuestos anualmente; y esta representa el 12% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.67% son del rubro textil, el 3.56% electrodomésticos, 2.67% calzados y 3.11% rubro abarrotes.
- 14 comerciantes pagan sus impuestos rara vez; y esta representa el 6% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.14% son del rubro

textil, el 1.29% electrodomésticos, 1.71% calzados y 0.86% rubro abarrotes.

- 135 comerciantes nunca pagan sus impuestos; y esta representa el 59% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 38.46% son del rubro textil, el 6.99% electrodomésticos, 3.50% calzados y 10.05% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes no pagan sus impuestos nunca lo cual está mal.

CUADRO N° 17

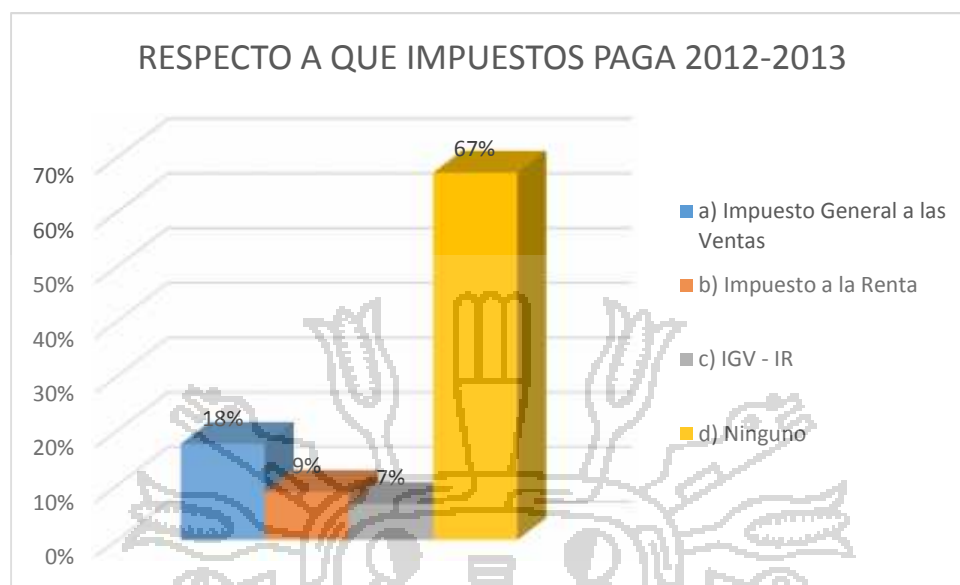
RESPECTO A QUE IMPUESTOS PAGA 2012-2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
a) Impuesto General a las Ventas	40	18%
b) Impuesto a la Renta	20	9%
c) IGV - IR	15	7%
d) Ninguno	153	67%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 17



FUENTE: Cuadro N° 17

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 40 comerciantes paga el impuesto general a las ventas - IGV; y esta representa el 18% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.60% son del rubro textil, el 4.05% electrodomésticos, 1.35% calzados y 9% rubro abarrotes.
- 20 comerciantes pagan el impuesto a la renta; y esta representa el 9% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1.80% son del rubro textil, el 2.70% electrodomésticos, 2.25% calzados y 2.25% rubro abarrotes.
- 15 comerciantes pagan ambos impuestos como es el impuesto general a las ventas - IGV y el impuesto a la renta -IR; y esta representa el 7% del

total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.33% son del rubro textil, el 1.40% electrodomésticos, 1.87% calzados y 1.40% rubro abarrotes.

- 153 comerciantes no pagan ningún tipo de impuestos; y esta representa el 66% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 38.82% son del rubro textil, el 10.78% electrodomésticos, 3.88% calzados y 12.51% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes no pagan sus impuestos nunca lo cual está mal.

CUADRO Nº 18

COMO CREE QUE ES LA TASA DE LOS IMPUESTOS 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) Muy alta	168	74%
b) Alta	60	26%
c) Regular	0	0%
d) Baja	0	0%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 18



FUENTE: Cuadro N° 18

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 168 comerciantes opina que la tasa de los impuestos es MUY ALTA; lo que representa el 74 % del total de la muestra estudiada, de los cuales el 34.80% son del rubro textil, el 13.21% electrodomésticos, 4.40% calzados y 21.58% rubro abarrotes.
- 60 comerciantes opina que la tasa de los impuestos es ALTA; lo que representa el 26 % del total de la muestra estudiada, de los cuales el 12.13% son del rubro textil, el 5.63% electrodomésticos, 4.77% calzados y 3.47% rubro abarrotes.

- 0 comerciantes opina que la tasa de los impuestos es REGULAR; lo que representa el 0 % del total de la muestra estudiada.
- 0 comerciantes opina que la tasa de los impuestos es BAJA lo que representa el 0 % del total de la muestra estudiada.

En resumen la mayoría de los comerciantes opina que la tasa de los impuestos es MUY ALTA.

CUADRO Nº 19

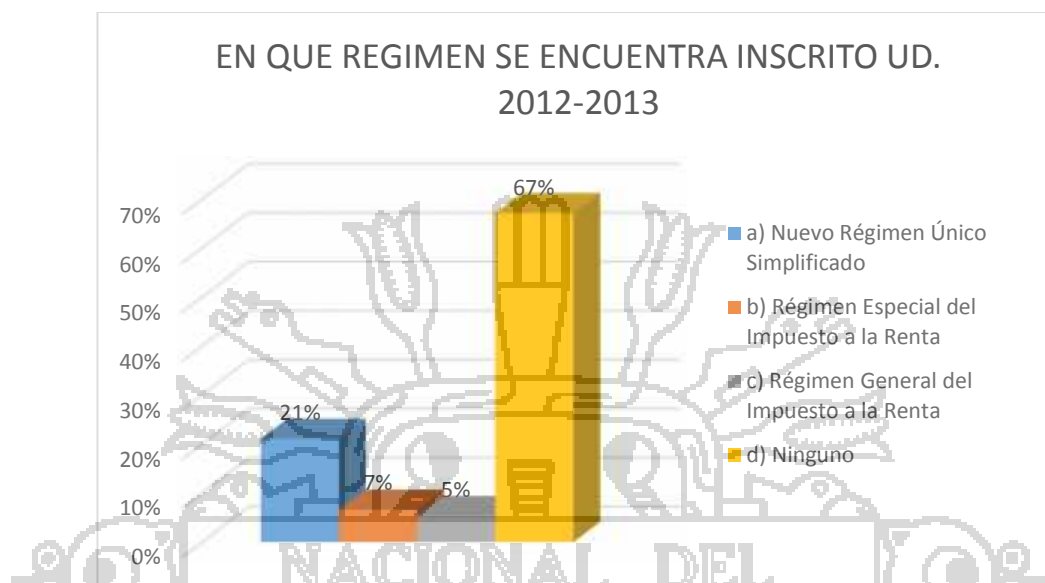
EN QUE REGIMEN SE ENCUENTRA INSCRITO UD. 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) Nuevo Régimen Único Simplificado	48	21%
b) Régimen Especial del Impuesto a la Renta	15	7%
c) Régimen General del Impuesto a la Renta	12	5%
d) Ninguno	153	67%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 19



FUENTE: Cuadro N° 19

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 48 comerciantes indica que está inscrito en el Nuevo RUS; lo que representa el 21% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 7.88% son del rubro textil, el 7.44% electrodomésticos, 2.63% calzados y 3.06% rubro abarrotes.
- 15 comerciantes indica que está inscrito en el Régimen Especial del Impuesto a la Renta; lo que representa el 7% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1.87% son del rubro textil, el 2.80% electrodomésticos, 1.40% calzados y 0.93% rubro abarrotes.
- 12 comerciantes indica que está inscrito en el Régimen General del Impuesto a la Renta; lo que representa el 5 % del total de la muestra

estudiada, de los cuales el 2.50% son del rubro textil, el 1.25% electrodomésticos, 0.83% calzados y 0.42% rubro abarrotes.

- 153 comerciantes indica que no se encuentra inscrito a ningún régimen; lo que representa el 67% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 34.59% son del rubro textil, el 7.44% electrodomésticos, 4.38% calzados y 20.58% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes indican que no se encuentran inscrito en ningún régimen.

CUADRO Nº 20

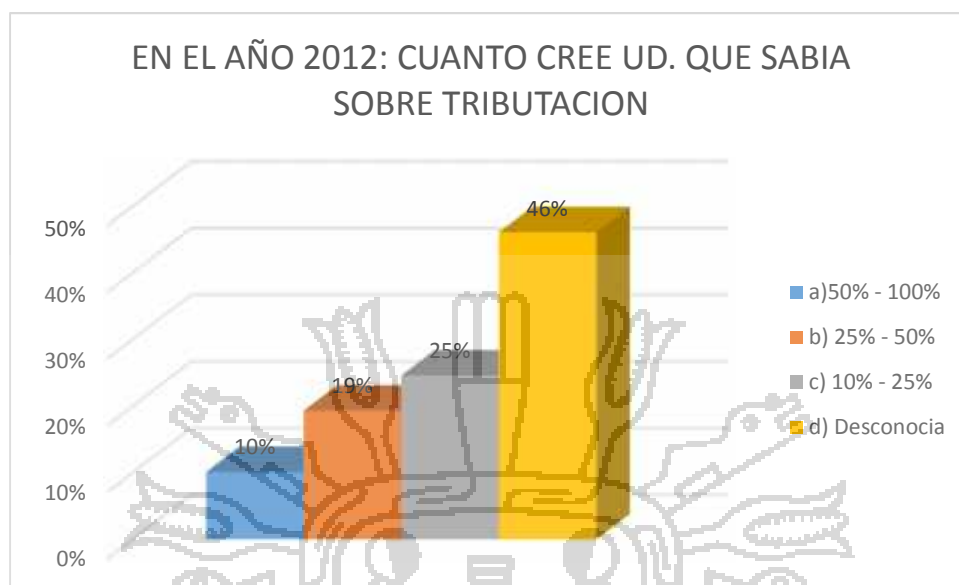
EN EL AÑO 2012: CUANTO CREE UD. QUE SABIA SOBRE TRIBUTACION

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) 50% - 100%	23	10%
b) 25% - 50%	44	19%
c) 10% - 25%	56	25%
d) Desconocía	105	46%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 20



FUENTE: Cuadro N° 20

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 23 comerciantes indican que en el año 2012 tenían un conocimiento sobre tributación entre 50% - 100%; lo que representa el 10 % del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.91% son del rubro textil, el 1.30% electrodomésticos, 3.04% calzados y 1.74% rubro abarrotes.
- 44 comerciantes indican que en el año 2012 tenían un conocimiento sobre tributación entre 25% - 50%; lo que representa el 19% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6.48% son del rubro textil, el 3.89% electrodomésticos, 1.73% calzados y 6.91% rubro abarrotes.
- 56 comerciantes indican que en el año 2012 tenían un conocimiento sobre tributación entre 10% - 25%; lo que representa el 25 % del total de

la muestra estudiada, de los cuales el 9.38% son del rubro textil, el 5.80% electrodomésticos, 4.02% calzados y 6.50% rubro abarrotes.

- 105 comerciantes indican que en el año 2012 desconocían sobre el tema de tributación; lo que representa el 46% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 27.16% son del rubro textil, el 7.89% electrodomésticos, 0.44% calzados y 10.51 rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes indican que en el año 2012 desconocían sobre el tema de tributación.

CUADRO Nº 21

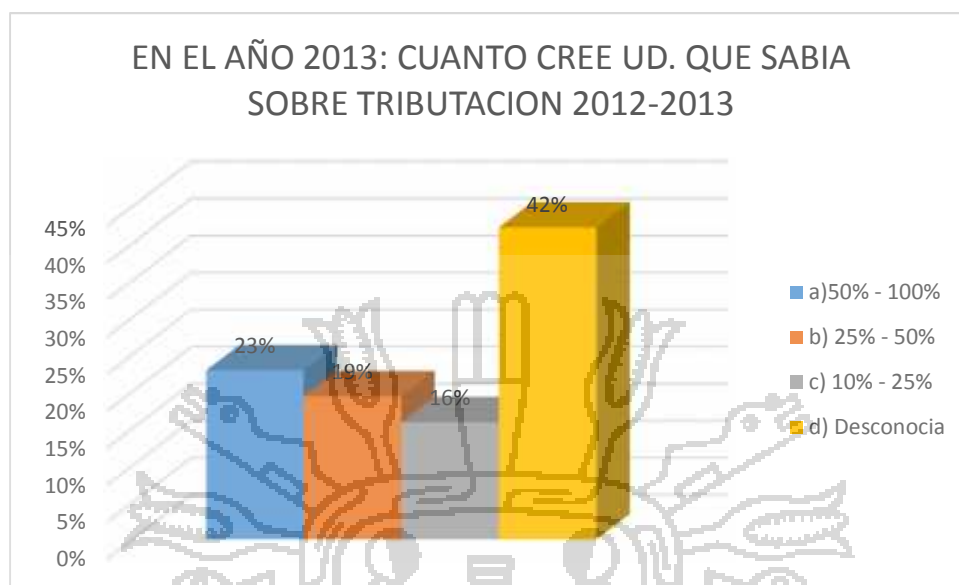
EN EL AÑO 2013: CUANTO CREE UD. QUE SABIA SOBRE TRIBUTACION 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
a) 50% - 100%	52	23%
b) 25% - 50%	44	19%
c) 10% - 25%	36	16%
d) Desconocía	96	42%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 21



FUENTE: Cuadro N° 21

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 52 comerciantes indican que en el año 2012 tenían un conocimiento sobre tributación entre 50% - 100%; lo que representa el 23% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 8.40% son del rubro textil, el 5.75% electrodomésticos, 4.87% calzados y 3.98% rubro abarrotes.
- 44 comerciantes indican que en el año 2012 tenían un conocimiento sobre tributación entre 25% - 50%; lo que representa el 19% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6.48% son del rubro textil, el 3.89% electrodomésticos, 1.73% calzados y 6.91% rubro abarrotes.
- 36 comerciantes indican que en el año 2012 tenían un conocimiento sobre tributación entre 10% - 25%; lo que representa el 16 % del total de

la muestra estudiada, de los cuales el 4.89% son del rubro textil, el 3.56 electrodomésticos, 1.33% calzados y 6.22% rubro abarrotes.

- 96 comerciantes indican que en el año 2012 desconocían sobre el tema de tributación; lo que representa el 42% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 27.13% son del rubro textil, el 5.69% electrodomésticos, 1.31% calzados y 7.88% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes indican que en el año 2013 desconocían sobre el tema de tributación.

TABLA DE CONTINGENCIA AÑO 2012

Ho: La cultura tributaria no influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

Ha: La cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

CUADRO Nº 22

TABLA DE CONTINGENCIA OBSERVADA PARA EL AÑO 2012

AÑO 2012		QUE ENTIENDE POR IMPUESTOS				TOTAL
		Es el pago que se hace al Estado por parte de los Empresarios.	Es el pago en dinero, establecido por Ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del País.	Es lo que se paga a la SUNAT	Desconozco	
CREE QUE UD. SABIA	50% - 100%	11	9	13	13	46
	25% - 50%	13	12	26	11	62
	10% - 25%	17	13	24	12	66
	DESCONOCIDA					
	A	12	15	21	6	54
TOTAL		53	49	84	42	228

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

Desarrollando:

$$e1 = \frac{(53 * 46)}{228} = 10.69$$

$$e2 = \frac{(53 * 62)}{228} = 14.41$$

$$e3 = \frac{(53 * 66)}{228} = 15.35$$

$$e4 = \frac{(53 * 54)}{228} = 12.55$$

$$e5 = \frac{(49 * 46)}{228} = 9.89$$

$$e6 = \frac{(49 * 62)}{228} = 13.32$$

$$e7 = \frac{(49 * 66)}{228} = 14.18$$

$$e8 = \frac{(49 * 54)}{228} = 11.61$$

$$e9 = \frac{(84 * 46)}{228} = 16.95$$

$$e10 = \frac{(84 * 62)}{228} = 22.84$$

$$e11 = \frac{(84 * 66)}{228} = 24.32$$

$$e12 = \frac{(84 * 54)}{228} = 19.89$$

$$e13 = \frac{(42 * 46)}{228} = 8.47$$

$$e14 = \frac{(42 * 62)}{228} = 11.42$$

$$e15 = \frac{(42 * 66)}{228} = 12.16$$

$$e16 = \frac{(42 * 54)}{228} = 9.95$$

CUADRO Nº 23

TABLA DE CONTINGENCIA ESPERADA PARA EL AÑO 2012

AÑO 2012		QUE ENTIENDE POR IMPUESTOS				TOTAL
		Es el pago que se hace al Estado por parte de los Empresarios.	Es el pago en dinero, establecido por Ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del País.	Es lo que se paga a la SUNAT	Desconozco	
UD. SABIA SOBRE	50% - 100%	10,69	9,89	16,95	8,47	46
	25% - 50%	14,41	13,32	22,84	11,42	62
	10% - 25%	15,35	14,18	24,32	12,16	66
	DESCONOCIA	12,55	11,61	19,89	9,95	54
	TOTAL	53	49	84	42	228

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

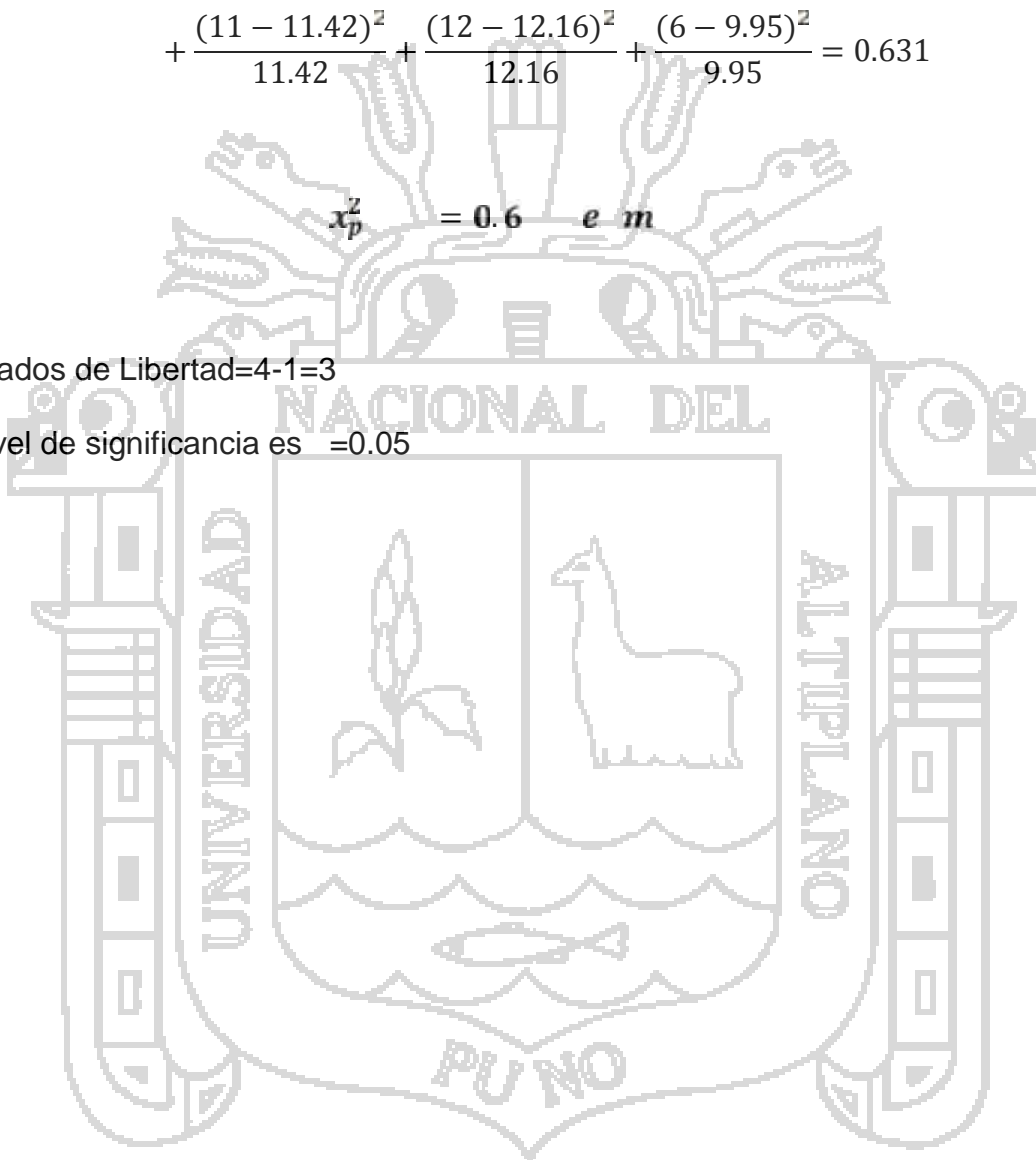
$$\chi^2_{prueba} = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i} \quad x_p^2$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{(11 - 10.69)^2}{10.69} + \frac{(13 - 14.41)^2}{14.41} + \frac{(17 - 15.35)^2}{15.35} + \frac{(12 - 12.55)^2}{12.55} + \frac{(9 - 9.89)^2}{9.89} \\
 &\quad + \frac{(12 - 13.32)^2}{13.32} + \frac{(13 - 14.18)^2}{14.18} + \frac{(15 - 11.61)^2}{11.61} + \frac{(13 - 16.95)^2}{16.95} \\
 &\quad + \frac{(26 - 22.84)^2}{22.84} + \frac{(24 - 24.32)^2}{24.32} + \frac{(21 - 19.89)^2}{19.89} + \frac{(13 - 8.47)^2}{8.47} \\
 &\quad + \frac{(11 - 11.42)^2}{11.42} + \frac{(12 - 12.16)^2}{12.16} + \frac{(6 - 9.95)^2}{9.95} = 0.631
 \end{aligned}$$

$$\chi_p^2 = 0.6 \quad e \quad m$$

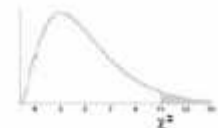
Grados de Libertad=4-1=3

Nivel de significancia es =0.05



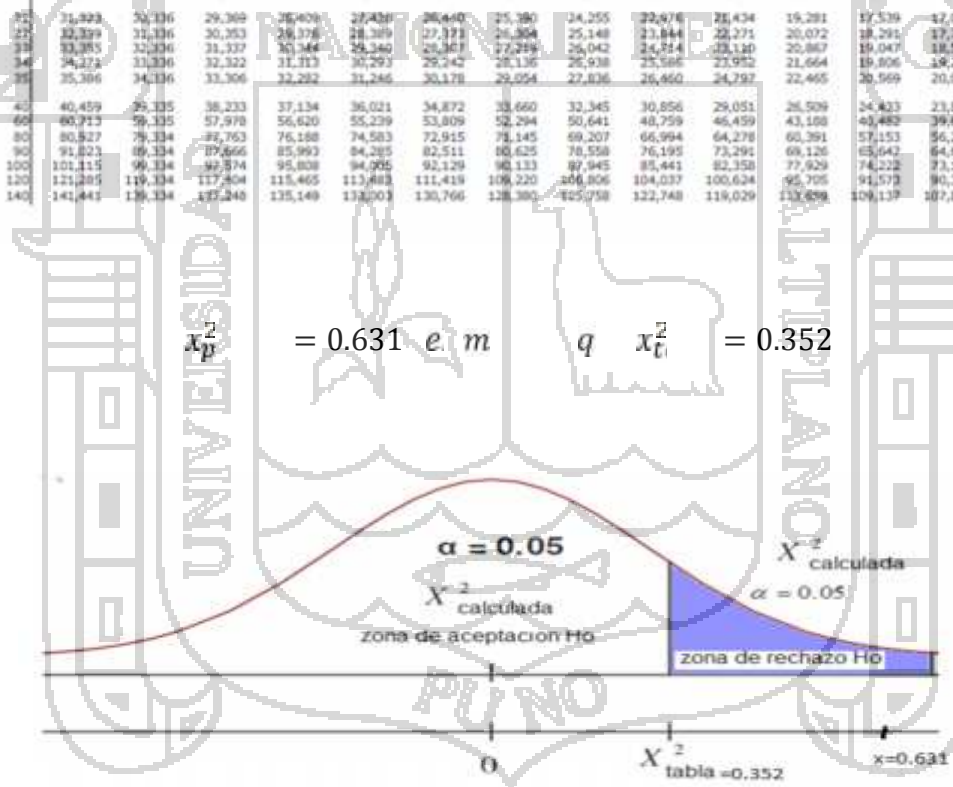
Cátedra Probabilidad y Estadística
Facultad Regional Mendoza
UTN

Tabla D.7: VALORES CRÍTICOS DE LA DISTRIBUCIÓN XI CUADRADA



d.f.	0,45	0,50	0,55	0,60	0,65	0,70	0,75	0,80	0,85	0,90	0,95	0,975	0,99	0,995	d.f.
1	0,571	0,455	0,357	0,275	0,206	0,148	0,102	0,064	0,036	0,016	0,008	0,001	0,001	0,000	1
2	1,599	1,386	1,196	1,022	0,862	0,713	0,575	0,446	0,325	0,211	0,103	0,051	0,040	0,030	2
3	2,643	2,366	2,109	1,869	1,642	1,424	1,213	1,005	0,798	0,584	0,382	0,216	0,185	0,172	3
4	3,687	3,357	3,047	2,753	2,470	2,195	1,923	1,649	1,366	1,064	0,711	0,484	0,429	0,207	4
5	4,728	4,351	3,996	3,655	3,325	3,000	2,675	2,343	1,994	1,620	1,145	0,831	0,752	0,554	5
6	5,765	5,340	4,952	4,570	4,197	3,828	3,455	3,070	2,661	2,204	1,635	1,237	1,134	0,872	6
7	6,800	6,346	5,913	5,493	5,082	4,671	4,255	3,822	3,358	2,833	2,167	1,690	1,564	1,239	7
8	7,833	7,344	6,877	6,422	5,975	5,527	5,071	4,594	4,078	3,490	2,733	2,180	2,032	1,646	8
9	8,863	8,343	7,843	7,357	6,876	6,393	5,899	5,380	4,817	4,168	3,325	2,700	2,532	2,088	9
10	9,892	9,342	8,812	8,295	7,783	7,267	6,737	6,179	5,570	4,865	3,940	3,247	3,059	2,558	10
11	10,920	10,341	9,783	9,237	8,695	8,148	7,584	6,989	6,336	5,578	4,575	3,816	3,600	3,053	11
12	11,946	11,340	10,755	10,182	9,622	9,054	8,438	7,787	7,114	6,304	5,226	4,404	4,178	3,571	12
13	12,972	12,340	11,729	11,129	10,522	9,926	9,299	8,634	7,901	7,042	5,892	5,009	4,765	4,107	13
14	13,996	13,339	12,703	12,078	11,455	10,821	10,165	9,467	8,696	7,790	6,571	5,629	5,368	4,660	14
15	15,020	14,339	13,679	13,030	12,381	11,721	11,037	10,307	9,499	8,547	7,261	6,262	5,985	5,229	15
16	16,042	15,338	14,655	13,983	13,310	12,624	11,912	11,152	10,289	9,312	7,962	6,908	6,614	5,312	16
17	17,065	16,338	15,633	14,937	14,241	13,531	12,792	12,002	11,125	10,085	8,672	7,564	7,255	5,406	17
18	18,086	17,338	16,611	15,893	15,174	14,440	13,675	12,857	11,846	10,869	9,390	8,231	7,906	6,205	18
19	19,107	18,338	17,589	16,850	16,109	15,352	14,562	13,710	12,773	11,651	10,112	8,907	8,567	7,633	19
20	20,127	19,337	18,569	17,808	17,046	16,266	15,452	14,578	13,604	12,443	10,851	9,591	9,237	8,260	20
21	21,147	20,337	19,548	18,758	17,994	17,182	16,346	15,445	14,478	13,240	11,591	10,283	9,915	8,897	21
22	22,166	21,336	20,529	19,729	18,924	18,102	17,240	16,314	15,299	14,041	12,338	10,992	10,600	9,542	22
23	23,185	22,336	21,510	20,700	19,866	19,022	18,137	17,187	16,122	14,848	13,091	11,689	11,293	10,196	23
24	24,204	23,337	22,491	21,681	20,800	19,943	19,037	18,062	16,959	15,659	13,848	12,401	11,992	10,856	24
25	25,222	24,337	23,473	22,661	21,752	20,867	19,939	18,940	17,847	16,473	14,611	13,120	12,697	11,524	25
26	26,240	25,336	24,454	23,639	22,697	21,792	20,843	19,820	18,671	17,252	15,379	13,844	13,409	12,198	26
27	27,257	26,336	25,427	24,544	23,644	22,719	21,749	20,703	19,527	18,114	16,151	14,573	14,125	12,879	27
28	28,274	27,336	26,419	25,504	24,591	23,647	22,657	21,598	20,408	18,939	16,938	15,308	14,847	13,565	28
29	29,291	28,336	27,402	26,475	25,539	24,577	23,587	22,475	21,247	19,760	17,700	16,047	15,574	14,256	29
30	30,307	29,336	28,388	27,442	26,488	25,508	24,478	23,364	22,110	20,599	18,493	16,894	16,306	14,953	30
31	31,323	30,336	29,369	28,408	27,431	26,460	25,390	24,255	22,976	21,434	19,281	17,739	17,060	15,655	31
32	32,339	31,336	30,353	29,378	28,389	27,371	26,368	25,148	23,844	22,271	20,072	18,591	17,813	16,362	32
33	33,355	32,336	31,337	30,344	29,340	28,301	27,299	26,042	24,544	23,120	20,867	19,047	18,523	17,074	33
34	34,371	33,336	32,322	31,313	30,293	29,242	28,136	26,938	25,586	23,952	21,664	19,806	19,275	17,789	34
35	35,386	34,336	33,306	32,292	31,246	30,178	29,054	27,836	26,460	24,792	22,465	20,569	20,027	18,509	35
40	40,459	39,335	38,233	37,134	36,021	34,872	33,660	32,345	30,856	29,051	28,509	24,423	23,836	22,164	40
60	60,713	59,335	57,970	56,620	55,239	53,809	52,294	50,641	48,759	46,459	43,100	40,482	39,889	39,405	60
80	80,827	79,334	77,763	76,188	74,583	72,915	71,145	69,207	66,994	64,278	60,391	57,153	56,213	53,540	80
90	91,823	89,334	87,666	85,993	84,285	82,511	80,625	78,558	76,193	73,291	69,120	65,642	64,635	61,754	90
100	101,115	98,334	96,574	94,808	94,005	92,129	90,133	87,945	85,441	82,350	77,929	74,222	73,142	70,065	100
120	121,285	118,334	117,804	115,465	113,883	111,419	108,220	104,806	100,624	95,705	91,573	86,307	84,952	81,852	120
140	141,441	138,334	137,240	135,149	133,003	130,766	128,380	125,758	122,748	119,029	114,898	109,137	107,815	104,034	140

Distribución xi cuadrada - Pág. 2



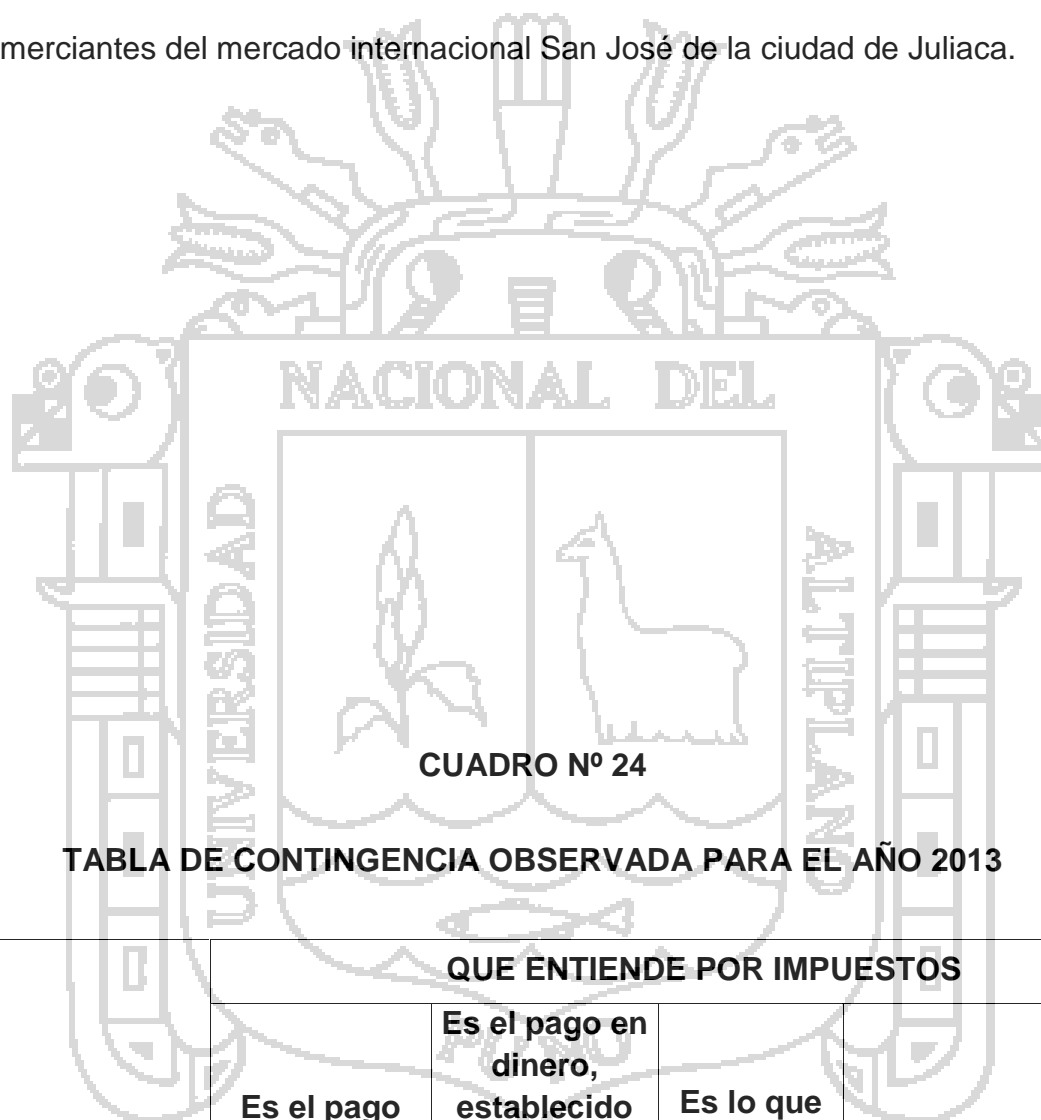
la hipótesis nula y se la

Ha: La cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

TABLA DE CONTINGENCIA AÑO 2013

Ho: La cultura tributaria no influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

Ha: La cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.



CUADRO Nº 24

TABLA DE CONTINGENCIA OBSERVADA PARA EL AÑO 2013

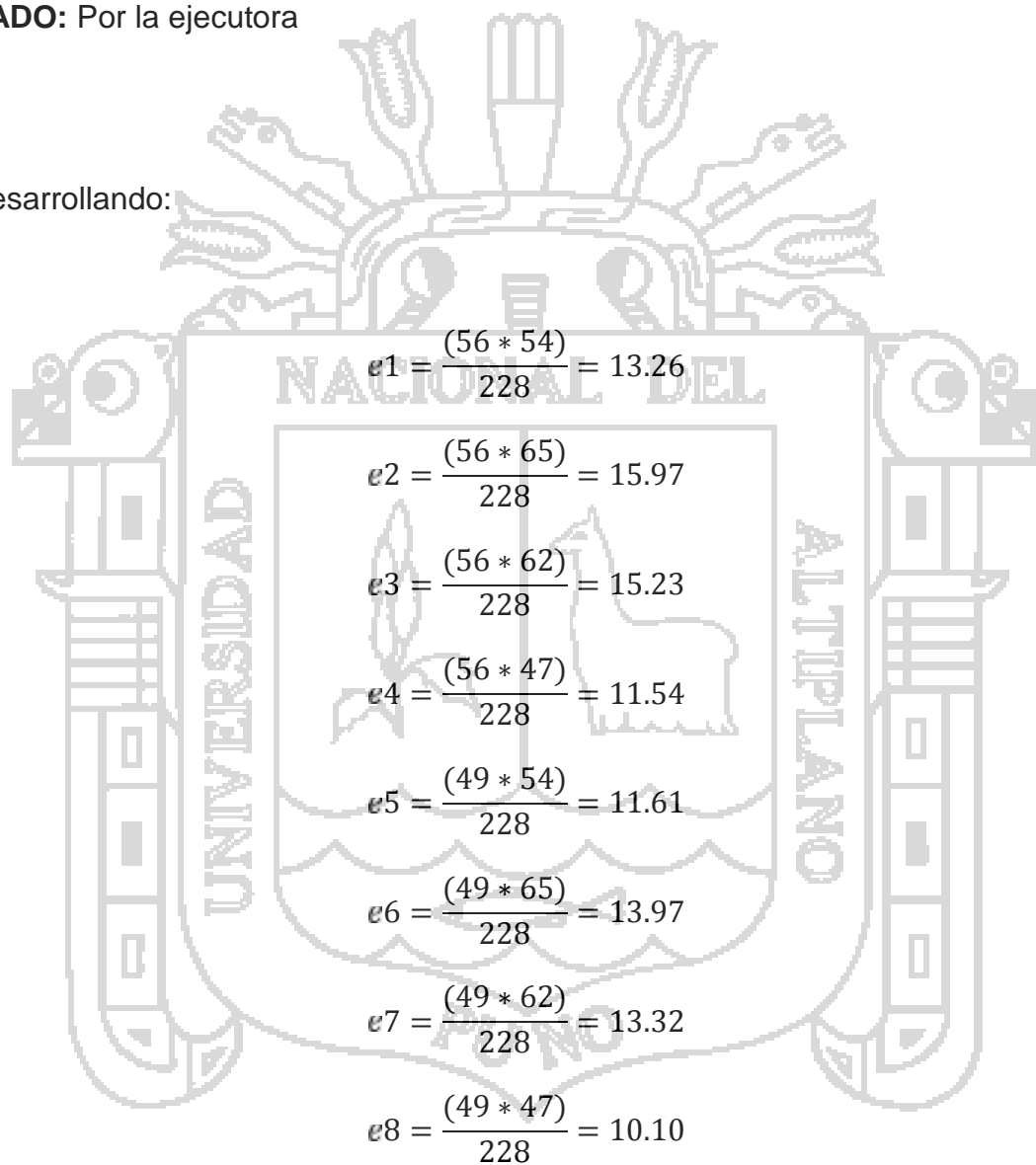
		QUE ENTIENDE POR IMPUESTOS				
AÑO 2013		Es el pago que se hace al Estado por parte de los Empresarios.	Es el pago en dinero, establecido por Ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del País.	Es lo que se paga a la SUNAT	Desconozco	TOTAL
QUE	50% - 100%	13	11	15	15	54

	25% - 50%	14	13	27	11	65
	10% - 25%	17	15	18	12	62
	DESCONOCIA	12	10	19	6	47
	TOTAL	56	49	79	44	228

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

Desarrollando:



$$e1 = \frac{(56 * 54)}{228} = 13.26$$

$$e2 = \frac{(56 * 65)}{228} = 15.97$$

$$e3 = \frac{(56 * 62)}{228} = 15.23$$

$$e4 = \frac{(56 * 47)}{228} = 11.54$$

$$e5 = \frac{(49 * 54)}{228} = 11.61$$

$$e6 = \frac{(49 * 65)}{228} = 13.97$$

$$e7 = \frac{(49 * 62)}{228} = 13.32$$

$$e8 = \frac{(49 * 47)}{228} = 10.10$$

$$e9 = \frac{(79 * 54)}{228} = 18.71$$

$$e10 = \frac{(79 * 65)}{228} = 22.52$$

$$e_{11} = \frac{(79 * 62)}{228} = 21.48$$

$$e_{12} = \frac{(79 * 47)}{228} = 16.29$$

$$e_{13} = \frac{(44 * 54)}{228} = 10.42$$

$$e_{14} = \frac{(44 * 65)}{228} = 12.54$$

$$e_{15} = \frac{(44 * 62)}{228} = 11.96$$

$$e_{16} = \frac{(44 * 47)}{228} = 9.07$$

CUADRO Nº 25
TABLA DE CONTINGENCIA ESPERADA PARA EL AÑO 2012

QUE ENTIENDE POR IMPUESTOS					
AÑO 2013	Es el pago que se hace al Estado por parte de los Empresarios.	Es el pago en dinero, establecido por Ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del País.	Es lo que se paga a la SUNAT	Desconozco	TOTAL

UD. SABIA SOBRE	50% - 100%	13,26	11,61	18,71	10,42	54
	25% - 50%	15,97	13,97	22,52	12,54	65
	10% - 25%	15,23	13,32	21,48	11,96	62
	DESCONOCIA	11,54	10,10	16,29	9,07	47
	TOTAL	56	49	79	44	228

FUENTE: Encuesta aplicada a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

$$\chi^2_{prueba} = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

$$\chi^2_p = \frac{(13 - 13.26)^2}{13.26} + \frac{(14 - 15.97)^2}{15.97} + \frac{(17 - 15.23)^2}{15.23} + \frac{(12 - 11.54)^2}{11.54}$$

$$+ \frac{(11 - 11.61)^2}{11.61} + \frac{(13 - 13.97)^2}{13.97} + \frac{(15 - 13.32)^2}{13.32} + \frac{(10 - 10.10)^2}{10.10}$$

$$+ \frac{(15 - 18.71)^2}{18.71} + \frac{(27 - 22.52)^2}{22.52} + \frac{(18 - 21.48)^2}{21.48} + \frac{(19 - 16.29)^2}{16.29}$$

$$+ \frac{(15 - 10.42)^2}{10.42} + \frac{(11 - 12.54)^2}{12.54} + \frac{(12 - 11.96)^2}{11.96} + \frac{(6 - 9.07)^2}{9.07}$$

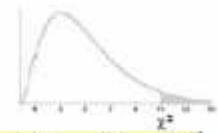
$$\chi^2_p = 0.751 e. m$$

Grados de Libertad=4-1=3

Nivel de significancia es =0.05

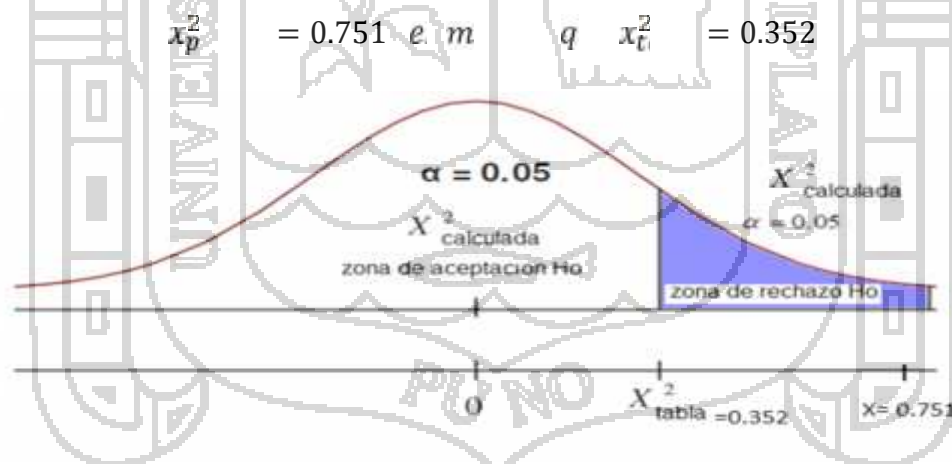
Cátedra Probabilidad y Estadística
Facultad Regional Mendoza
UTN

Tabla D.7: VALORES CRÍTICOS DE LA DISTRIBUCIÓN XI CUADRADA



g.d.	0,45	0,50	0,55	0,60	0,65	0,70	0,75	0,80	0,85	0,90	0,95	0,975	0,99	0,995	g.d.
1	0,571	0,455	0,357	0,275	0,206	0,148	0,102	0,064	0,036	0,016	0,008	0,001	0,001	0,000	1
2	1,599	1,386	1,196	1,022	0,862	0,713	0,575	0,446	0,325	0,211	0,103	0,051	0,040	0,020	2
3	2,643	2,366	2,109	1,869	1,642	1,424	1,213	1,005	0,798	0,584	0,382	0,216	0,185	0,115	3
4	3,587	3,257	3,047	2,753	2,470	2,195	1,923	1,649	1,366	1,064	0,711	0,484	0,429	0,287	4
5	4,728	4,351	3,996	3,655	3,325	3,000	2,675	2,343	1,994	1,620	1,145	0,831	0,752	0,554	5
6	5,765	5,340	4,952	4,570	4,197	3,828	3,455	3,070	2,661	2,204	1,635	1,237	1,134	0,872	6
7	6,800	6,346	5,913	5,493	5,082	4,671	4,255	3,822	3,358	2,833	2,167	1,690	1,564	1,239	7
8	7,833	7,344	6,877	6,422	5,975	5,527	5,071	4,594	4,078	3,490	2,733	2,180	2,032	1,646	8
9	8,863	8,343	7,843	7,357	6,876	6,393	5,899	5,380	4,817	4,168	3,325	2,700	2,532	2,088	9
10	9,892	9,342	8,812	8,295	7,783	7,267	6,737	6,179	5,570	4,865	3,940	3,247	3,059	2,558	10
11	10,920	10,341	9,783	9,237	8,695	8,148	7,584	6,989	6,336	5,578	4,575	3,816	3,600	3,053	11
12	11,946	11,340	10,755	10,182	9,622	9,034	8,430	7,807	7,114	6,304	5,226	4,404	4,178	3,571	12
13	12,972	12,340	11,729	11,129	10,522	9,926	9,299	8,634	7,901	7,042	5,892	5,009	4,765	4,107	13
14	13,994	13,339	12,703	12,078	11,455	10,821	10,165	9,467	8,696	7,790	6,571	5,629	5,368	4,660	14
15	15,020	14,339	13,679	13,030	12,381	11,721	11,037	10,307	9,498	8,547	7,261	6,262	5,985	5,229	15
16	16,042	15,338	14,655	13,983	13,310	12,624	11,912	11,152	10,289	9,312	7,962	6,908	6,614	5,812	16
17	17,065	16,338	15,633	14,937	14,241	13,531	12,792	12,002	11,125	10,085	8,672	7,564	7,255	6,406	17
18	18,086	17,338	16,611	15,893	15,174	14,440	13,675	12,857	11,846	10,869	9,390	8,231	7,906	7,015	18
19	19,107	18,338	17,589	16,850	16,109	15,352	14,562	13,710	12,773	11,651	10,112	8,907	8,567	7,633	19
20	20,127	19,337	18,589	17,808	17,046	16,266	15,452	14,578	13,604	12,443	10,851	9,591	9,237	8,260	20
21	21,147	20,137	19,548	18,758	17,994	17,182	16,346	15,445	14,478	13,240	11,591	10,283	9,915	8,897	21
22	22,166	21,136	20,529	19,729	18,924	18,102	17,240	16,314	15,299	14,041	12,338	10,992	10,600	9,542	22
23	23,185	22,132	21,516	20,706	19,866	19,022	18,137	17,187	16,122	14,848	13,091	11,689	11,293	10,196	23
24	24,204	23,177	22,491	21,681	20,800	19,943	19,037	18,062	16,959	15,659	13,848	12,401	11,992	10,856	24
25	25,222	24,155	23,473	22,615	21,752	20,867	19,939	18,940	17,847	16,473	14,611	13,120	12,697	11,524	25
26	26,240	25,136	24,454	23,579	22,697	21,792	20,843	19,820	18,671	17,252	15,379	13,844	13,409	12,196	26
27	27,257	26,136	25,427	24,544	23,644	22,719	21,749	20,703	19,527	18,114	16,151	14,573	14,125	12,879	27
28	28,274	27,136	26,419	25,504	24,504	23,647	22,657	21,598	20,408	18,939	16,938	15,308	14,847	13,565	28
29	29,291	28,136	27,402	26,475	25,339	24,577	23,587	22,475	21,247	19,760	17,700	16,047	15,574	14,256	29
30	30,307	29,136	28,386	27,442	26,408	25,508	24,478	23,364	22,110	20,599	18,493	16,894	16,306	14,953	30
31	31,323	30,136	29,369	28,420	27,430	26,440	25,390	24,255	22,976	21,434	19,281	17,539	17,047	15,655	31
32	32,339	31,136	30,353	29,378	28,389	27,371	26,304	25,148	23,844	22,271	20,072	18,291	17,783	16,362	32
33	33,355	32,136	31,337	30,344	29,340	28,301	27,249	26,042	24,544	23,120	20,867	19,047	18,521	17,074	33
34	34,371	33,136	32,322	31,313	30,293	29,242	28,135	26,938	25,506	23,952	21,664	19,806	19,275	17,789	34
35	35,386	34,136	33,306	32,282	31,246	30,178	29,054	27,836	26,460	24,792	22,465	20,569	20,027	18,509	35
40	40,459	39,135	38,233	37,134	36,021	34,872	33,660	32,345	30,856	29,051	28,509	24,423	23,836	22,164	40
60	60,713	59,135	57,970	56,620	55,239	53,809	52,294	50,641	48,759	46,459	43,100	40,482	39,889	39,405	60
80	80,827	79,134	77,763	76,188	74,583	72,915	71,145	69,207	66,994	64,278	60,391	57,153	56,213	53,540	80
90	91,823	89,134	87,666	85,993	84,285	82,511	80,625	78,558	76,193	73,291	69,126	65,642	64,635	61,754	90
100	101,115	98,134	96,574	94,808	92,905	90,129	88,133	87,945	85,441	82,350	77,929	74,222	73,142	70,005	100
120	121,285	119,134	117,804	115,465	113,883	111,419	108,220	106,806	104,037	100,624	95,705	91,573	90,367	86,923	120
140	141,441	139,134	137,840	135,149	133,003	130,766	128,300	125,758	122,748	119,029	113,898	109,137	107,815	104,034	140

Distribución xi cuadrada - Pág. 2



l u h i q n s r h a y s a l u a .

Ha: La cultura tributaria influye en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

5.3. APLICACIÓN DE LA OBSERVACION DIRECTA

OBSERVACION DIRECTA ANTES

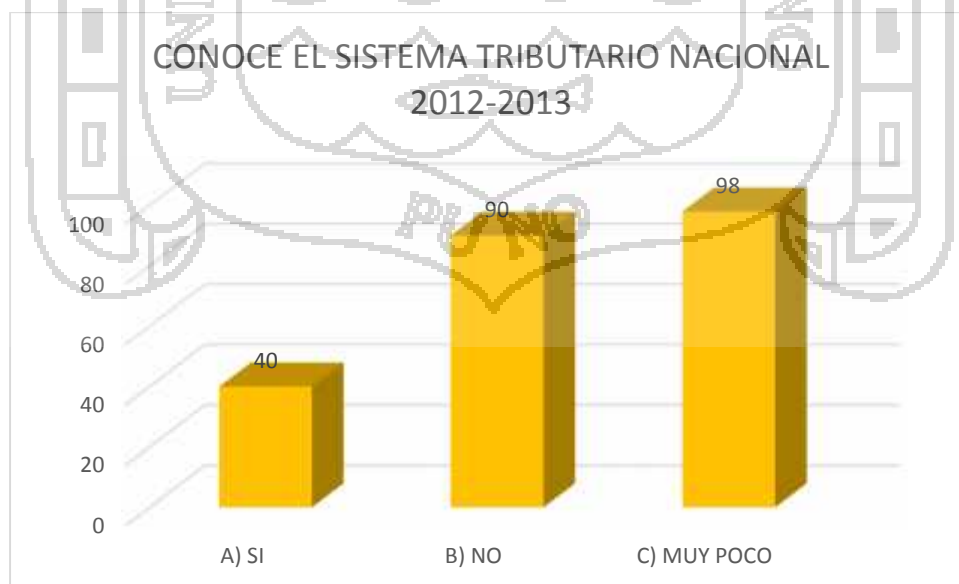
CUADRO Nº 26

CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	40	18%
B) NO	90	39%
C) MUY POCO	98	43%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes
ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO Nº 26



FUENTE: Cuadro N° 26

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 40 comerciantes SI conocen el sistema tributario nacional, lo que representa el 18% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 4.95% son del rubro textil, el 1.80% electrodomésticos, 2.70% calzados y 8.55% rubro abarrotes.
- 90 comerciantes NO conocen el sistema tributario nacional, lo que representa el 39% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 8.23% son del rubro textil, el 13.87% electrodomésticos, 4.33% calzados y 12.57% rubro abarrotes.
- 98 comerciantes conocen MUY POCO el sistema tributario nacional, lo que representa el 43 % del total de la muestra estudiada, de los cuales el 33.79% son del rubro textil, el 3.07% electrodomésticos, 2.19% calzados y 3.95% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes conocen MUY POCO acerca del sistema tributario nacional.

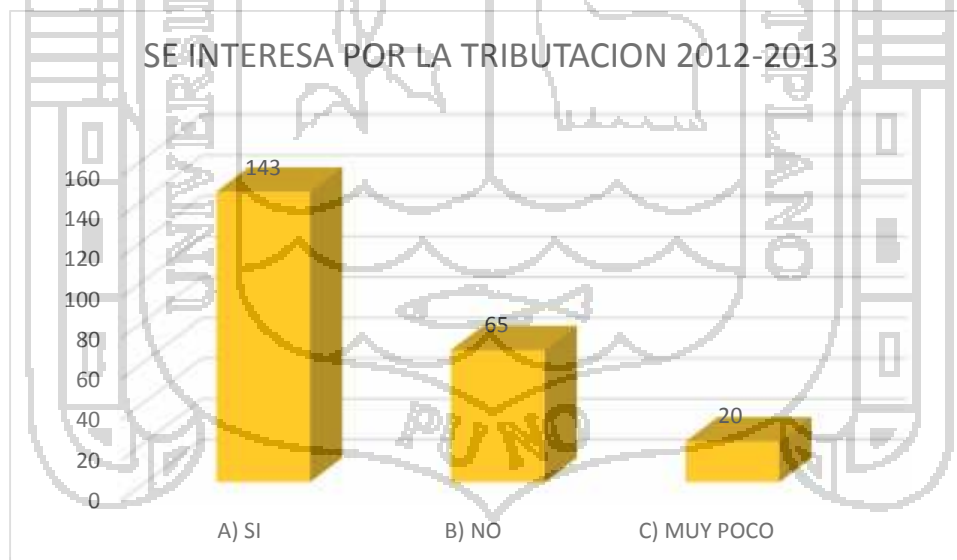
CUADRO N° 27

SE INTERESA POR LA TRIBUTACION 2012-2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
A) SI	143	62%
B) NO	65	29%
C) MUY POCO	20	9%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes
ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 27



FUENTE: Cuadro N° 27

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 143 comerciantes SI se interesa por la tributación, lo que representa el 62% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 35.12% son del rubro textil, el 10.41% electrodomésticos, 3.47% calzados y 13.01% rubro abarrotes.
- 65 comerciantes NO se interesa por la tributación, lo que representa el 29% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 5.35% son del rubro textil, el 7.58% electrodomésticos, 4.46% calzados y 11.60% rubro abarrotes.
- 20 comerciantes MUY POCO si se interesa por la tributación, lo que representa el 9% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6.30% son del rubro textil, el 0.90% electrodomésticos, 1.35% calzados y 0.45% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI se interesan por la tributación.

CUADRO N° 28

ESTA REGISTRADO CON RUC 2012-2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIAN- TES	%
A) SI	75	33%
B) NO	153	67%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 28



FUENTE: Cuadro N° 28

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 75 comerciantes SI están registrados con RUC, lo que representa el 33% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 8.36% son del rubro textil, el 7.48% electrodomésticos, 3.52% calzados y 13.64% rubro abarrotes.
- 153 comerciantes NO están registrados con RUC, lo que representa el 67% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 38.54% son del rubro textil, el 11.39% electrodomésticos, 5.69% calzados y 11.39% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes NO están registrados con RUC.

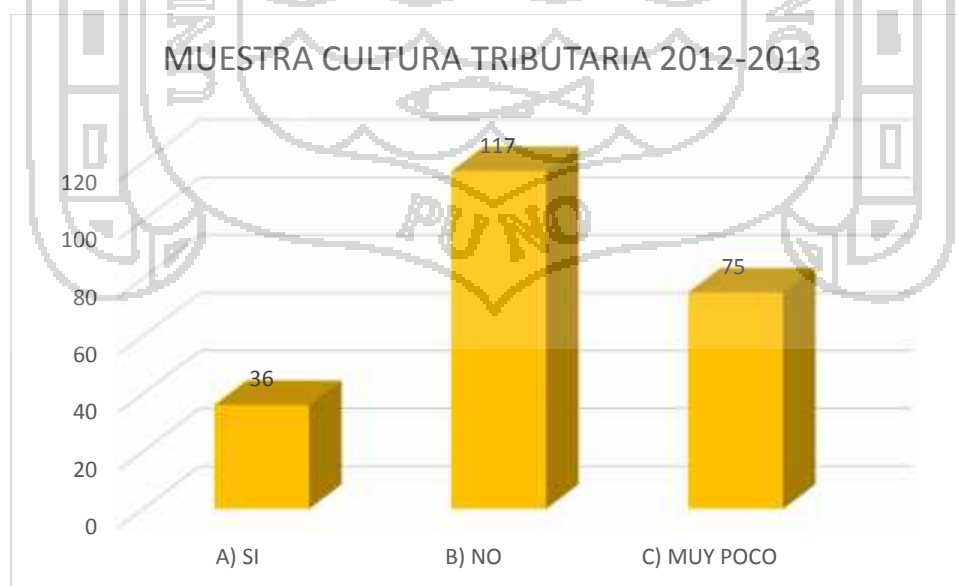
CUADRO Nº 29

MUESTRA CULTURA TRIBUTARIA 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	36	16%
B) NO	117	51%
C) MUY POCO	75	33%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes
ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO Nº 29



FUENTE: Cuadro N° 29

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 36 comerciantes SI muestran cultura tributaria, lo que representa el 16% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 5.33% son del rubro textil, el 3.11% electrodomésticos, 3.56% calzados y 4% rubro abarrotes.
- 117 comerciantes NO muestran cultura tributaria, lo que representa el 51% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 28.33% son del rubro textil, el 7.41% electrodomésticos, 4.36% calzados y 10.90% rubro abarrotes.
- 75 comerciantes muestran MUY POCO cultura tributaria, lo que representa el 33% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 13.20% son del rubro textil, el 8.36% electrodomésticos, 1.32% calzados y 10.12% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes NO muestran cultura tributaria.

CUADRO N° 30

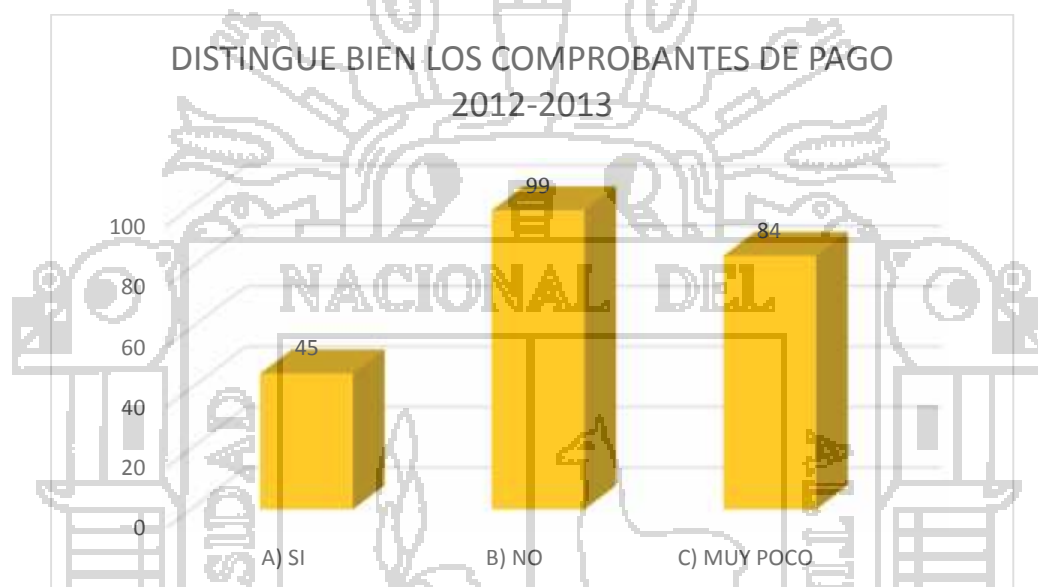
DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO 2012-2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
A) SI	45	20%
B) NO	99	43%
C) MUY POCO	84	37%

TOTAL	228	100%
--------------	------------	-------------

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes
ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 30



FUENTE: Cuadro N° 30

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 45 comerciantes SI distinguen bien los comprobantes de pago, lo que representa el 20% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 4.89% son del rubro textil, el 3.11% electrodomésticos, 3.56% calzados y 8.44% rubro abarrotes.

- 99 comerciantes NO distinguen bien los comprobantes de pago, lo que representa el 43% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 24.76% son del rubro textil, el 7.38% electrodomésticos, 4.34% calzados y 6.52% rubro abarrotes.
- 84 comerciantes distinguen MUY POCO los comprobantes de pago, lo que representa el 37% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 17.18% son del rubro textil, el 8.37% electrodomésticos, 1.32% calzados y 10.13% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes NO distinguen bien los comprobantes de pago.

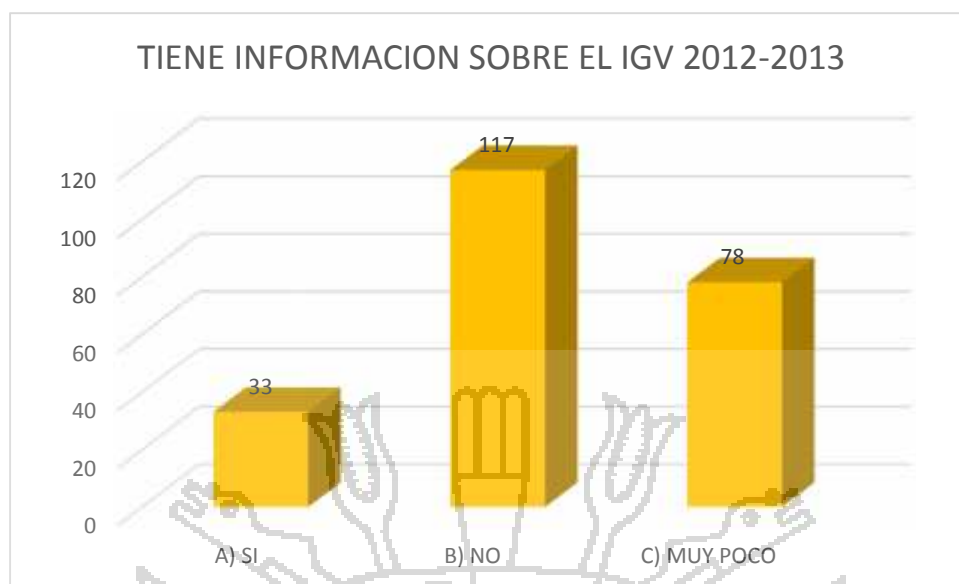
CUADRO N° 31

TIENE INFORMACION SOBRE EL IGV 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	33	14%
B) NO	117	51%
C) MUY POCO	78	35%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes
ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 31



FUENTE: Cuadro N° 31

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 33 comerciantes SI Tiene información del IGV, lo que representa el 14% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.82% son del rubro textil, el 2.97% electrodomésticos, 3.39% calzados y 3.82% rubro abarrotes.
- 117 comerciantes NO Tiene información del IGV, lo que representa el 51% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 28.33% son del rubro textil, el 7.41% electrodomésticos, 4.36% calzados y 10.90% rubro abarrotes.
- 78 comerciantes Tiene MUY POCO información del IGV, lo que representa el 35% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 14.81% son del rubro textil, el 8.53% electrodomésticos, 1.35% calzados y 10.32% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes NO Tiene información del IGV.

CUADRO N° 32

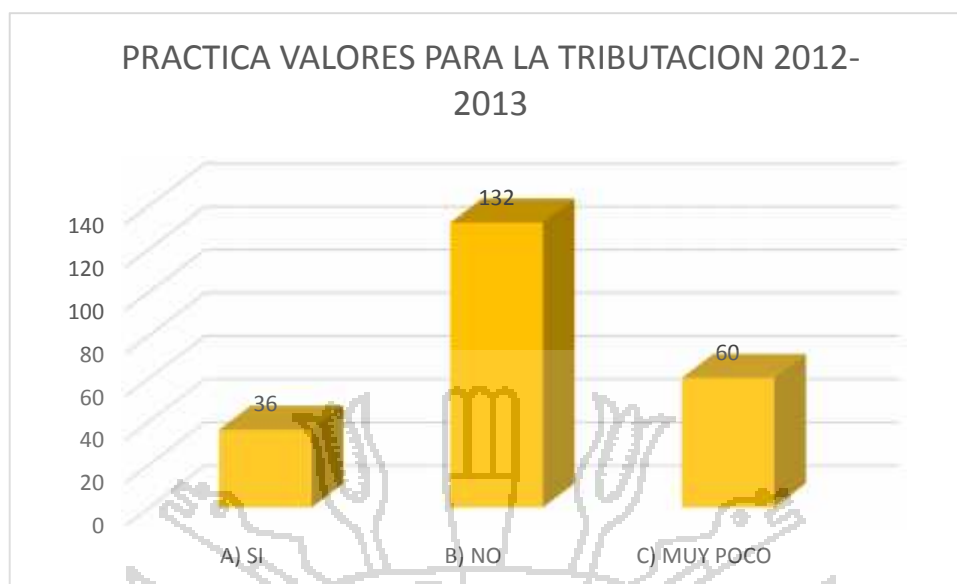
PRACTICA VALORES PARA LA TRIBUTACION 2012-2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
A) SI	36	16%
B) NO	132	58%
C) MUY POCO	60	26%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 32



FUENTE: Cuadro N° 32

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 36 comerciantes SI Practica valores para la tributación, lo que representa el 16% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 4% son del rubro textil, el 3.11% electrodomésticos, 4.89% calzados y 4% rubro abarrotes.
- 132 comerciantes NO Práctica valores para la tributación, lo que representa el 58% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 36.47% son del rubro textil, el 7.47% electrodomésticos, 3.08% calzados y 10.98% rubro abarrotes.

- 60 comerciantes Practica MUY POCO valores para la tributación, lo que representa el 26% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6.50% son del rubro textil, el 8.23% electrodomésticos, 1.30% calzados y 9.97% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes NO Práctica valores para la tributación.

CUADRO N° 33
MUESTRA ACTITUDES PARA FORMALIZARSE 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	127	56%
B) NO	36	16%
C) MUY POCO	65	28%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes
ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 33



FUENTE: Cuadro N° 33

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 127 comerciantes SI muestra actitudes para formalizarse, lo que representa el 56% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 32.19% son del rubro textil, el 7.50% electrodomésticos, 3.09% calzados y 13.23% rubro abarrotes.
- 36 comerciantes NO muestra actitudes para formalizarse, lo que representa el 16% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 4%

son del rubro textil, el 3.11% electrodomésticos, 4.89% calzados y 4% rubro abarrotes.

- 65 comerciantes muestra MUY POCO actitudes para formalizarse, lo que representa el 28% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 10.77% son del rubro textil, el 8.18% electrodomésticos, 1.29% calzados y 7.75% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI muestra actitudes para formalizarse.



CUADRO Nº 34

ES CONCIENTE DE LA FORMALIDAD COMERCIAL 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	168	74%
B) NO	42	18%
C) MUY POCO	18	8%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 34



FUENTE: Cuadro N° 34

INTERPRETACIÓN.

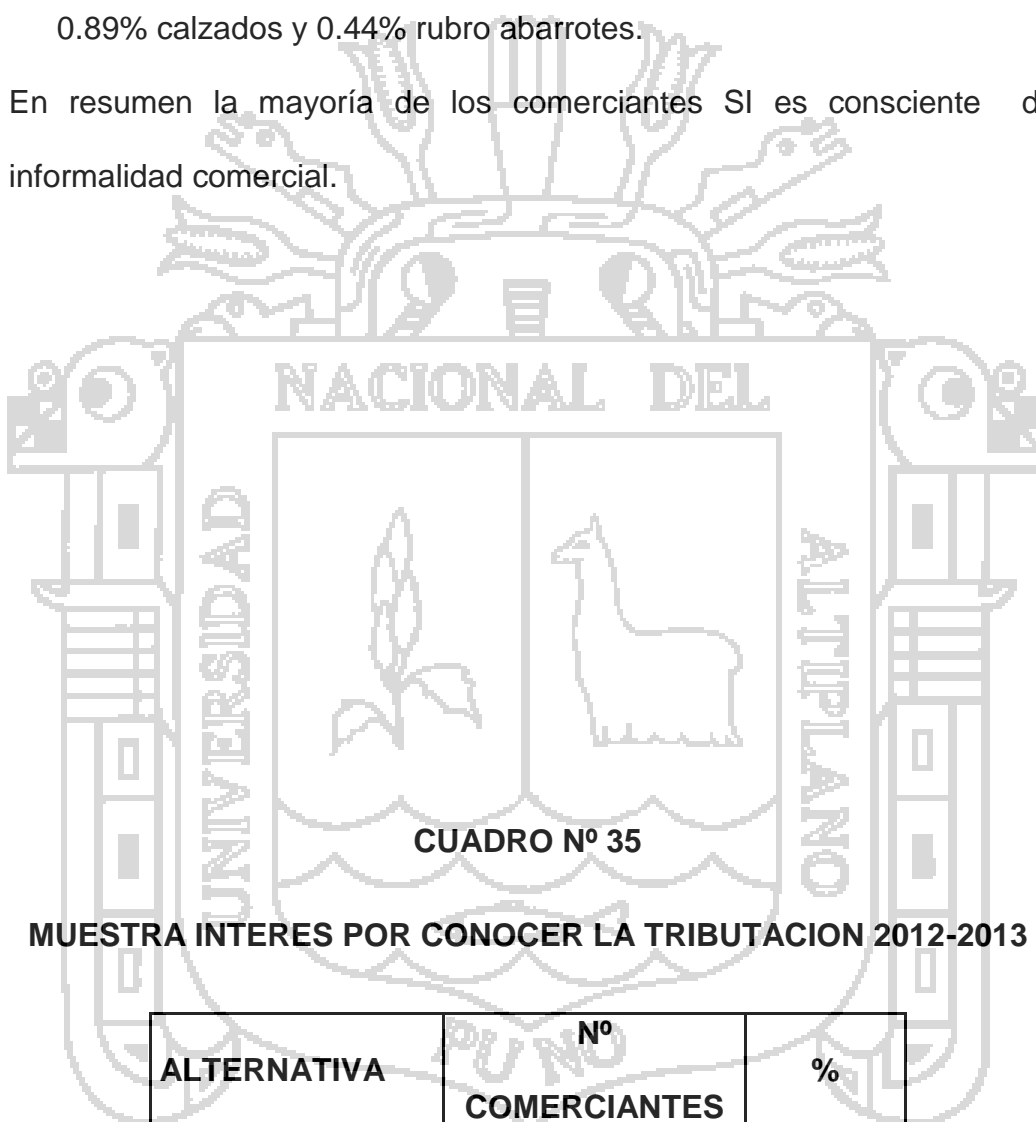
En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 168 comerciantes SI Es consciente de la informalidad comercial, lo que representa el 74% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 38.32% son del rubro textil, el 13.65% electrodomésticos, 3.08% calzados y 18.94% rubro abarrotes.
- 42 comerciantes NO es consciente de la informalidad comercial, lo que representa el 18% del total de la muestra estudiada, de los cuales el

3.86% son del rubro textil, el 3.43% electrodomésticos, 5.14% calzados y 5.57% rubro abarrotes.

- 18 comerciantes es MUY POCO consciente de la informalidad comercial, lo que representa el 8% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 4.89% son del rubro textil, el 1.78% electrodomésticos, 0.89% calzados y 0.44% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI es consciente de la informalidad comercial.



CUADRO Nº 35

MUESTRA INTERES POR CONOCER LA TRIBUTACION 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	182	80%
B) NO	13	6%
C) MJUY POCO	33	14%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 35



FUENTE: Cuadro N° 35

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 182 comerciantes SI muestra interés por conocer sobre la tributación, lo que representa el 80% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 40% son del rubro textil, el 13.63% electrodomésticos, 4.84% calzados y 21.54% rubro abarrotos.
- 13 comerciantes NO muestra interés por conocer sobre la tributación, lo que representa el 6% del total de la muestra estudiada, de los cuales el

1.85% son del rubro textil, el 2.31% electrodomésticos, 0.92% calzados y 0.92% rubro abarrotes.

- 33 comerciantes muestran MUY POCO interés por conocer sobre la tributación, lo que representa el 14% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 5.09% son del rubro textil, el 2.97% electrodomésticos, 3.39% calzados y 2.55% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI muestra interés por conocer sobre la tributación.



OBSERVACION DIRECTA DESPUES

CUADRO Nº 36

CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	144	63%
B) NO	27	12%
C) MUY POCO	57	25%

TOTAL	228	100%
--------------	------------	-------------

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes
ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO Nº 36



FUENTE: Cuadro Nº 36

INTERPRETACIÓN.

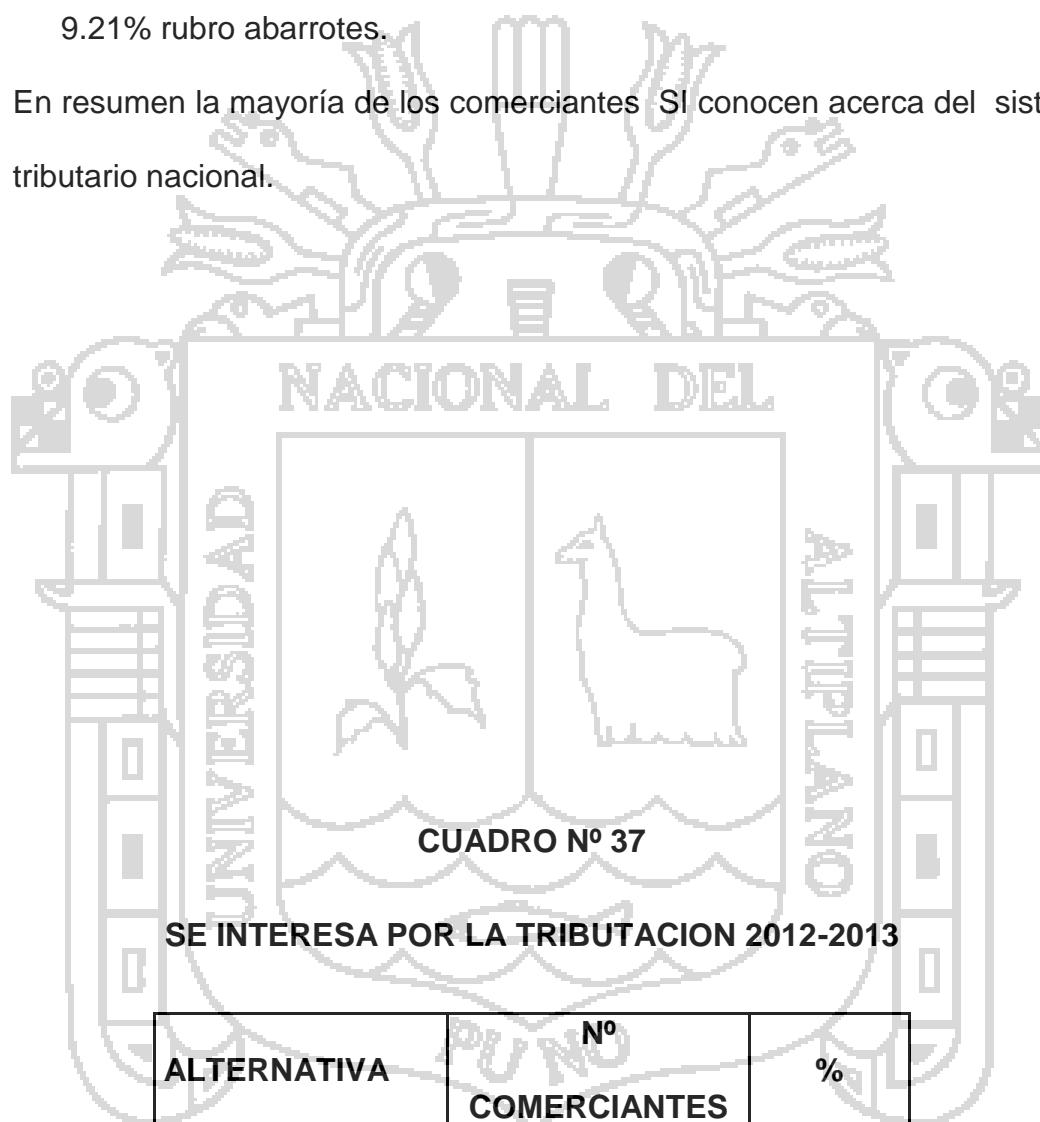
En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 144 comerciantes SI conocen el sistema tributario nacional, lo que representa el 63% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 33.69% son del rubro textil, el 10.50% electrodomésticos, 5.25% calzados y 13.56% rubro abarrotes.
- 27 comerciantes NO conocen el sistema tributario nacional, lo que representa el 12% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 4%

son del rubro textil, el 3.56% electrodomésticos, 2.22% calzados y 2.22% rubro abarrotes.

- 57 comerciantes conocen MUY POCO el sistema tributario nacional, lo que representa el 25 % del total de la muestra estudiada, de los cuales el 9.21% son del rubro textil, el 4.82% electrodomésticos, 1.75% calzados y 9.21% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI conocen acerca del sistema tributario nacional.



CUADRO Nº 37

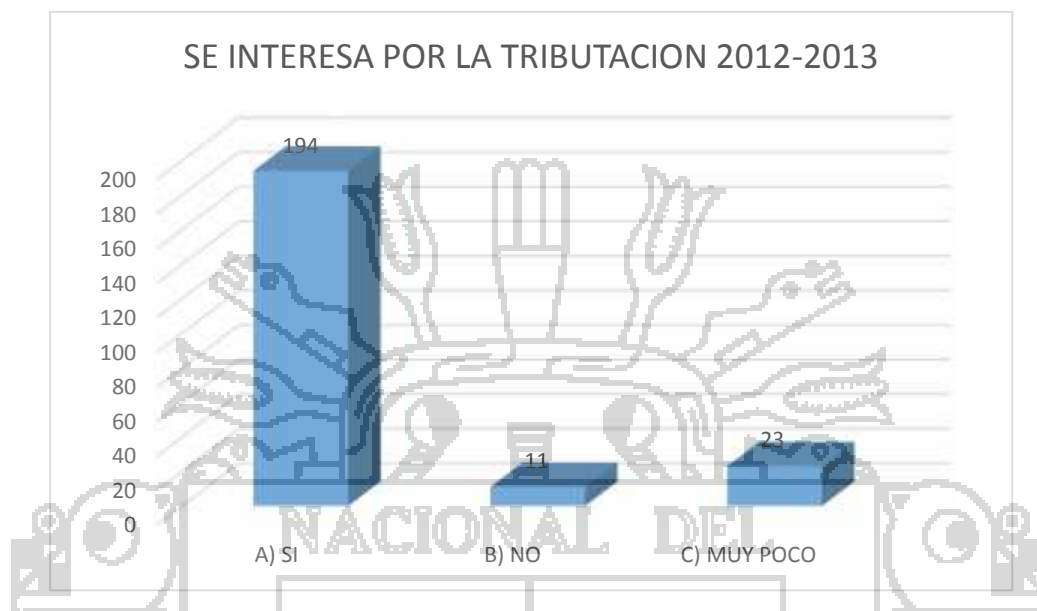
SE INTERESA POR LA TRIBUTACION 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTE	%
A) SI	194	85%
B) NO	11	5%
C) MUY POCO	23	10%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 37



FUENTE: Cuadro N° 37

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 194 comerciantes SI se interesa por la tributación, lo que representa el 85% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 39.87% son del rubro textil, el 17.09% electrodomésticos, 6.57% calzados y 21.47% rubro abarrotes.
- 11 comerciantes NO se interesa por la tributación, lo que representa el 5% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 0.91% son del

rubro textil, el 0.91% electrodomésticos, 1.36% calzados y 1.82% rubro abarrotes.

- 23 comerciantes MUY POCO si se interesan por la tributación, lo que representa el 10% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6.09% son del rubro textil, el 0.87% electrodomésticos, 1.30% calzados y 1.74% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI se interesan por la tributación.

CUADRO N° 38

ESTA REGISTRADO CON RUC 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	193	85%
B) NO	35	15%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 38



FUENTE: Cuadro N° 38

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 193 comerciantes SI están registrados con RUC, lo que representa el 85% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 43.16% son del rubro textil, el 14.97% electrodomésticos, 6.17% calzados y 20.70% rubro abarrotes.
- 35 comerciantes NO están registrados con RUC, lo que representa el 15% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.86% son del rubro textil, el 3.86% electrodomésticos, 3% calzados y 4.29% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI están registrados con RUC.

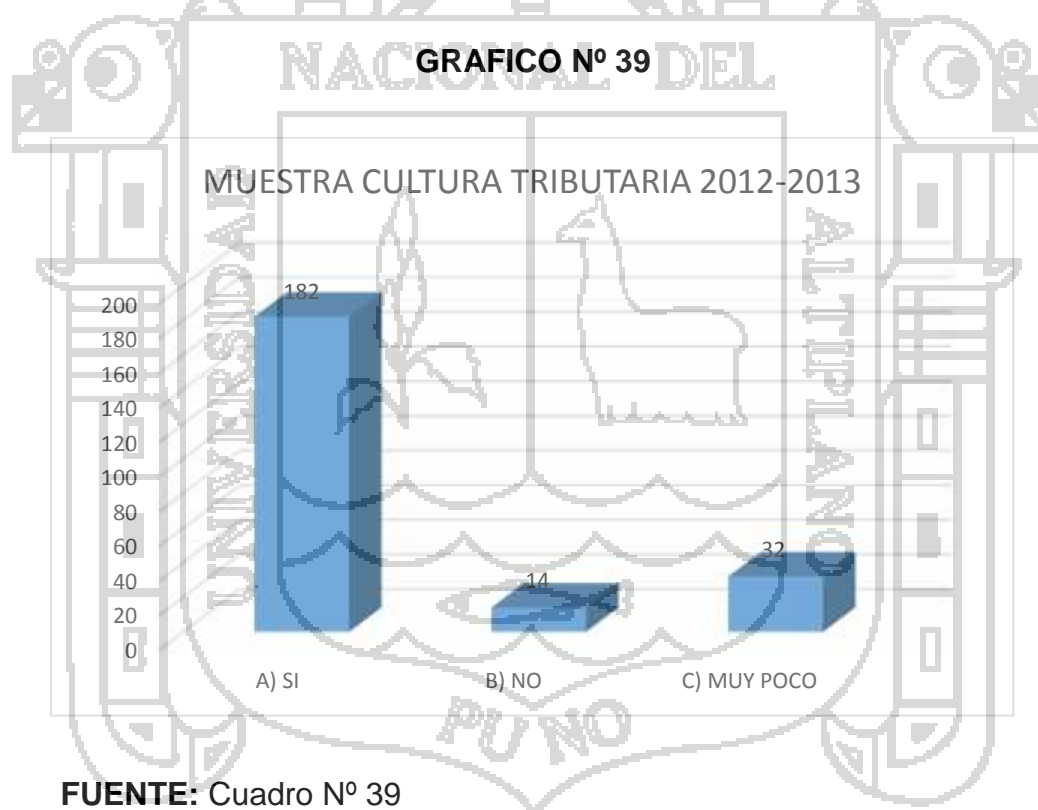
CUADRO N° 39

MUESTRA CULTURA TRIBUTARIA 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	182	80%
B) NO	14	6%
C) MUY POCO	32	14%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

**INTERPRETACIÓN.**

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 182 comerciantes SI muestran cultura tributaria, lo que representa el 80% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 39.12% son del rubro textil, el 10.99% electrodomésticos, 6.15% calzados y 23.74% rubro abarrotes.
- 14 comerciantes NO muestran cultura tributaria, lo que representa el 6% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.14% son del rubro textil, el 1.71% electrodomésticos, 1.29% calzados y 0.86% rubro abarrotes.
- 32 comerciantes muestran MUY POCO cultura tributaria, lo que representa el 14% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 5.69% son del rubro textil, el 6.13% electrodomésticos, 1.75% calzados y 0.44% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI muestran cultura tributaria.

CUADRO N° 40

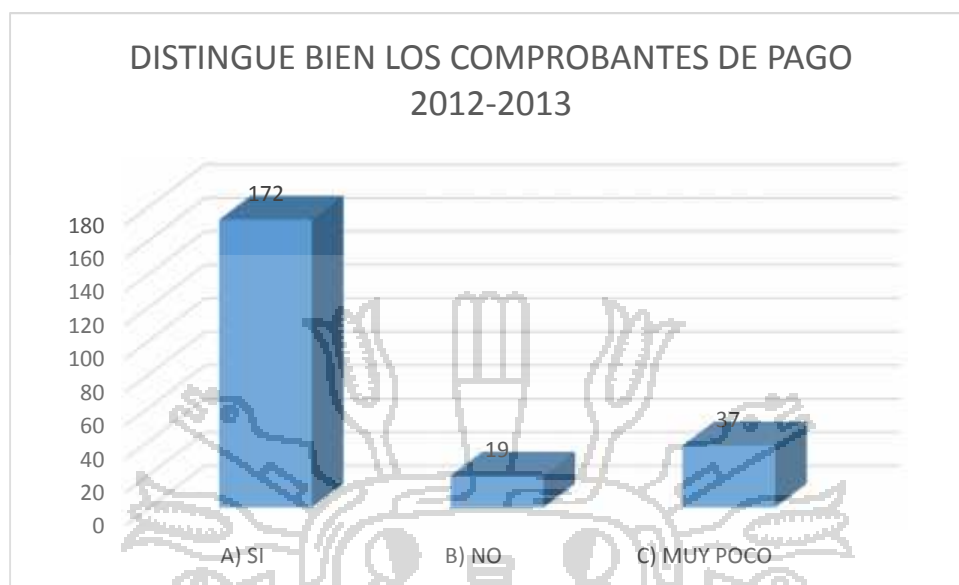
DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO 2012-2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
A) SI	172	75%
B) NO	19	9%
C) MUY POCO	37	16%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 40



FUENTE: Cuadro N° 40

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 172 comerciantes SI distinguen bien los comprobantes de pago, lo que representa el 75% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 37.06% son del rubro textil, el 12.65% electrodomésticos, 6.98% calzados y 18.31% rubro abarrotes.
- 19 comerciantes NO distinguen bien los comprobantes de pago, lo que representa el 9% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.37% son del rubro textil, el 2.84% electrodomésticos, 1.89% calzados y 1.89% rubro abarrotes.
- 37 comerciantes distinguen MUY POCO los comprobantes de pago, lo que representa el 16% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 7.35% son del rubro textil, el 3.46% electrodomésticos, 0.43% calzados y 4.76% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI distinguen bien los comprobantes de pago.

CUADRO N° 41

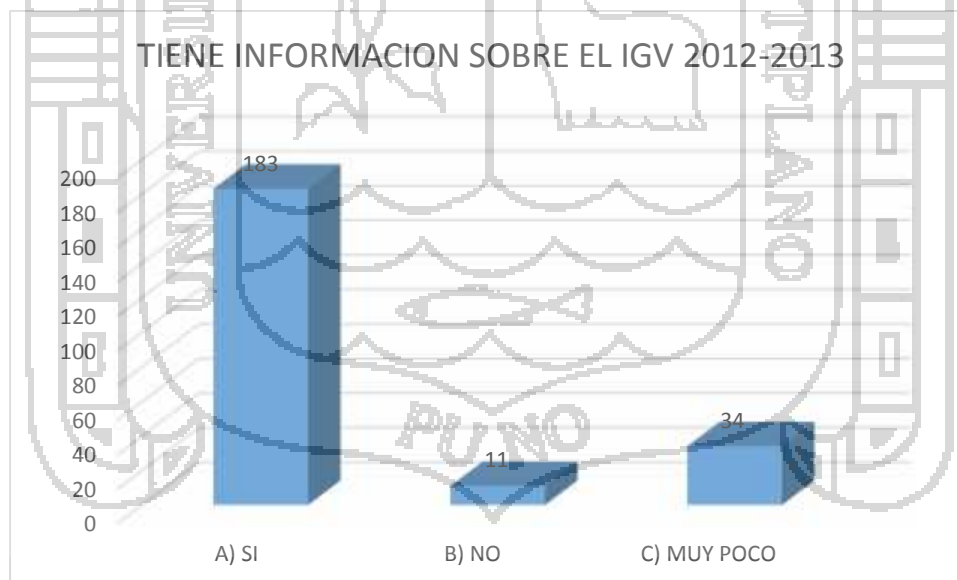
TIENE INFORMACION SOBRE EL IGV 2012-2013

ALTERNATIVA	N° COMERCIANTES	%
A) SI	183	80%
B) NO	11	5%
C) MUY POCO	34	15%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 41



FUENTE: Cuadro N° 41

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 183 comerciantes SI Tiene información del IGV, lo que representa el 80% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 40.66% son del rubro textil, el 13.99% electrodomésticos, 4.81% calzados y 20.55% rubro abarrotes.
- 11 comerciantes NO Tiene información del IGV, lo que representa el 5% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2.27% son del rubro textil, el 1.36% electrodomésticos, 0.91% calzados y 0.45% rubro abarrotes.
- 34 comerciantes Tiene MUY POCA información del IGV, lo que representa el 15% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.97% son del rubro textil, el 3.53% electrodomésticos, 3.53% calzados y 3.97% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI Tiene información del IGV.

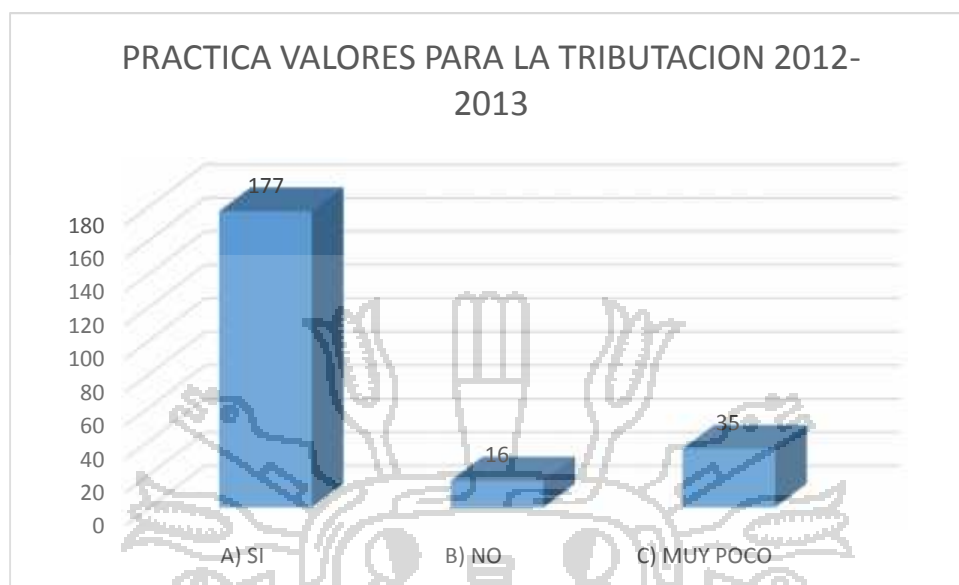
CUADRO N° 42**PRACTICA VALORES PARA LA TRIBUTACION 2012-2013**

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	177	78%
B) NO	16	7%
C) MUY POCO	35	15%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 42



FUENTE: Cuadro N° 42

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 177 comerciantes SI Practica valores para la tributación, lo que representa el 78% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 42.31% son del rubro textil, el 12.78% electrodomésticos, 5.29% calzados y 17.63% rubro abarrotes.
- 16 comerciantes NO Practica valores para la tributación, lo que representa el 7% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1.75% son del rubro textil, el 2.19% electrodomésticos, 1.31% calzados y 1.75% rubro abarrotes.
- 35 comerciantes Practica MUY POCO valores para la tributación, lo que representa el 15% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3%

son del rubro textil, el 3.86% electrodomésticos, 2.57% calzados y 5.57% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI Práctica valores para la tributación.

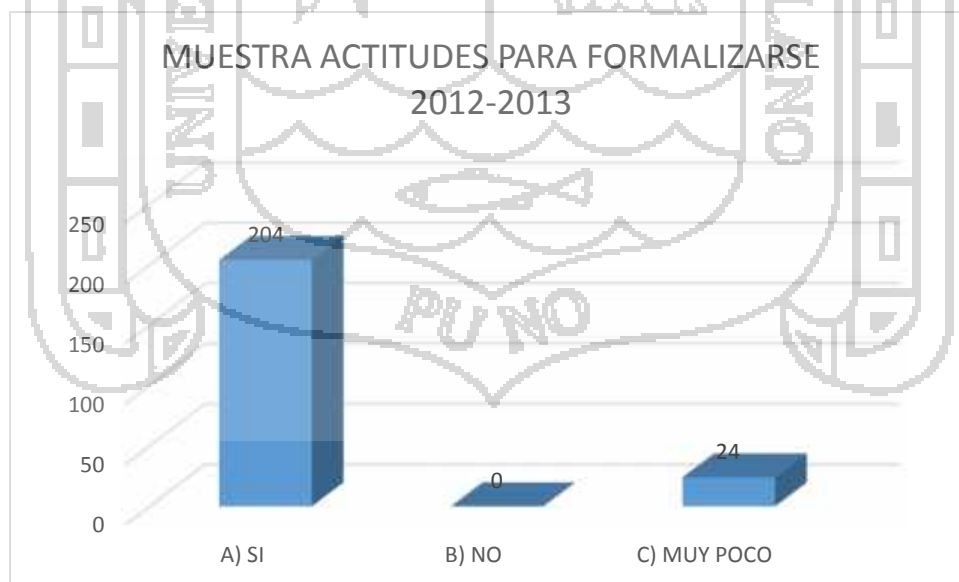
CUADRO Nº 43

MUESTRA ACTITUDES PARA FORMALIZARSE 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	204	89%
B) NO	0	0%
C) MUY POCO	24	11%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes
ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO Nº 43



FUENTE: Cuadro Nº 43

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 204 comerciantes SI muestra actitudes para formalizarse, lo que representa el 89% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 43.19% son del rubro textil, el 16.14% electrodomésticos, 6.98% calzados y 22.69% rubro abarrotes.
- 0 comerciantes NO muestra actitudes para formalizarse, lo que representa el 0% del total de la muestra estudiada.
- 24 comerciantes muestra MUY POCO actitudes para formalizarse, lo que representa el 11% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3.67% son del rubro textil, el 2.75% electrodomésticos, 2.29% calzados y 2.29% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI muestra actitudes para formalizarse.

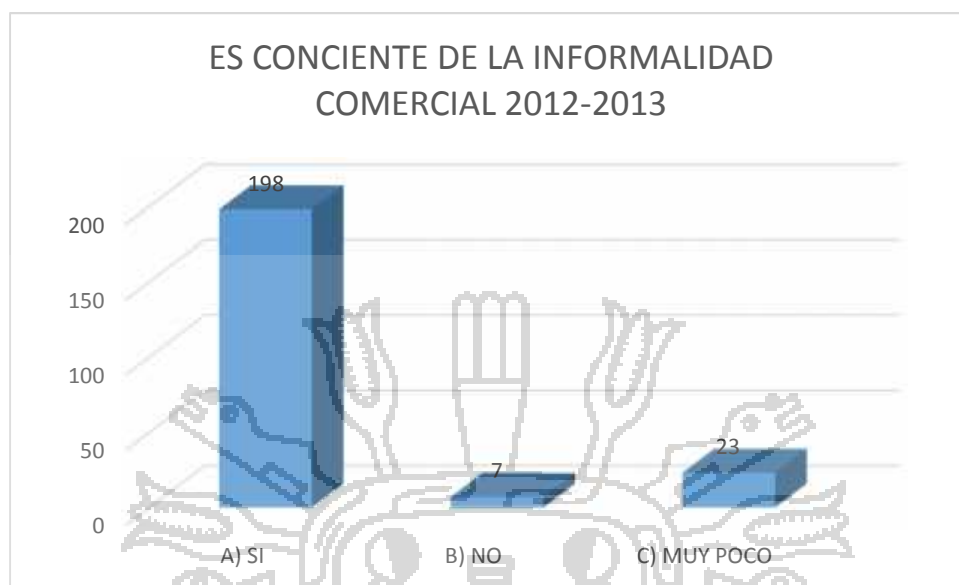
CUADRO Nº 44**ES CONCIENTE DE LA FORMALIDAD COMERCIAL 2012-2013**

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	198	87%
B) NO	7	3%
C) MUY POCO	23	10%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO N° 44



FUENTE: Cuadro N° 44

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 198 comerciantes SI Es consciente de la informalidad comercial, lo que representa el 87% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 42.18% son del rubro textil, el 15.38% electrodomésticos, 7.03% calzados y 22.41% rubro abarrotes.
- 7 comerciantes NO es consciente de la informalidad comercial, lo que representa el 3% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1.29% son del rubro textil, el 0.86% electrodomésticos, 0.43% calzados y 0.43% rubro abarrotes.
- 23 comerciantes es MUY POCO consciente de la informalidad comercial, lo que representa el 10% del total de la muestra estudiada, de

los cuales el 3.48% son del rubro textil, el 2.61% electrodomésticos, 1.74% calzados y 2.17% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI es consciente de la informalidad comercial.

CUADRO Nº 45

MUESTRA INTERES POR CONOCER LA TRIBUTACION 2012-2013

ALTERNATIVA	Nº COMERCIANTES	%
A) SI	197	86%
B) NO	0	0%
C) MUY POCO	31	14%
TOTAL	228	100%

FUENTE: Ficha de observación directa a los comerciantes

ELABORADO: Por la ejecutora

GRAFICO Nº 45



FUENTE: Cuadro Nº 45

INTERPRETACIÓN.

En el cuadro se observa los resultados del registro de la observación directa en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos son los siguientes:

- 197 comerciantes SI muestra interés por conocer sobre la tributación, lo que representa el 86% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 42.35% son del rubro textil, el 15.72% electrodomésticos, 5.68% calzados y 22.26% rubro abarrotes.
- 0 comerciantes NO muestra interés por conocer sobre la tributación, lo que representa el 0% del total de la muestra estudiada.
- 31 comerciantes muestran MUY POCO interés por conocer sobre la tributación, lo que representa el 14% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 4.52% son del rubro textil, el 3.16% electrodomésticos, 3.61% calzados y 2.71% rubro abarrotes.

En resumen la mayoría de los comerciantes SI muestra interés por conocer sobre la tributación.

5.4. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS ORIENTADAS A ELEVAR EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERIODOS 2012 - 2013.

PLAN ESTRATEGICO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA

I. INTRODUCCIÓN

La cultura tributaria es cada vez más importante para los países. Ya que una buena cultura tributaria hace que nuestro país tenga mayor recaudación de impuestos y menor evasión de estos mismos, estos impuestos ayudan a que los servicios que el estado nos brinda mejoren sustancialmente, y que tengamos una mejor vida en lo que merece en construcción de infraestructura pública, como hospitales, escuelas, carreteras, etc., que también contribuyen con la educación de los ciudadanos en general de forma simplificada y las remuneraciones de los padres de familia.

El reto actual de una buena cultura tributaria, y no es un reto menor, es extenderla a todas las capas sociales ya sean comerciantes y compradores que asisten al mercado San José profesionales y no profesionales incentivando los valores ciudadanos y conocimiento de la tributación, y asegurar el pago justo y a tiempo de los impuestos por parte de todos los contribuyentes, y darles a conocer que, proporcionándole la información y asistencia oportuna.

II-METODOLOGÍA

El Plan Estratégico se elaboró tomando en cuenta lo siguiente:

- Elaboración de diagnóstico.
- Consolidación de FODA.
- Conformación del Consejo de Planeación.
- Realización de diversas sesiones de trabajo del Consejo de Planeación, para el análisis de los resultados diagnóstico FODA, revisión de la Visión, Misión y la formulación de los Objetivos, Metas Estratégicas y Líneas de Acción.
- Aprobación del Plan Estratégico.
- Ejecución del Plan Estratégico.

III. MISIÓN

Lograr una actitud tributaria responsable, motivada por creencias y valores que conduzcan a la aceptación del deber de contribuir al Estado y que este cumpla con sus fines.

IV. VISIÓN

Constituir un esfuerzo nacional, institucionalizado y permanente, orientado a fortalecer y consolidar la Cultura Tributaria en el mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca.

LEMA:

“PEDIR ES UN DERECHO; CONTRIBUIR UN DEBER; SÓLO CONTRIBUYENDO PODREMOS LOGRAR EL PERU QUE TODOS QUEREMOS”

V. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Para el cumplimiento de la Misión se han establecido tres Objetivos Estratégicos, que permitirán alcanzar cambios de manera que los comerciantes del mercado internacional San José tengan un buen nivel de cultura tributaria.

OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 01:

Desarrollar conciencia ciudadana y tributaria en los comerciantes del mercado San José para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.

Indicadores

- Nivel de facilidad de trámites y pagos.
- Nivel de Satisfacción del Contribuyente.

Programa estratégico 1.1.

Programa de Facilitación del Cumplimiento Tributario:

- Establecer un puesto de información de pago de tributos y formas de pago facilitándoles de no ir a la SUNAT a recoger los formularios de pago fácil ya sea para el RUS o para los demás regímenes.
- Capacitación de cómo declarar los impuestos ante la SUNAT y donde deben de pagar los impuestos.
- Orientar a cómo llenar los comprobantes de pago. (**Anexo A-1**)

OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 02:

Sensibilizar a los comerciantes para que rechace la evasión tributaria y el contrabando.

Indicadores

- Incumplimiento de IGV.
- Tasa de morosidad.
- Presión tributaria.
- Nivel de contrabando.
- Aplicación de la base tributaria.

Programa estratégico 2.1.

Programa de lucha contra la evasión tributaria y el contrabando:

- Ñ Folletos (trípticos) sobre la evasión tributaria y sus consecuencias. **(Anexo B-1)**
- Ñ Convenio con la Superintendencia de administración tributaria SUNAT elaboración de la Revista de “el contrabando Vs. el Estado” (dando a conocer las desventajas que tiene el contrabando para el estado peruano y los beneficios con los que perdemos por culpa del contrabando, los beneficios que tendríamos si no ayudaríamos al contrabando).
- Ñ Afiches en contra del contrabando. **(Anexo B-2)**

OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 03:

Contribuir a la formación en valores ciudadanos.

Indicadores

- Educación.
- Capacitación.

- Información.
- Concienciación (persuasión y toma de conciencia)

Programa estratégico 3.1.

Programa de capacitación sobre Cultura Tributaria.

- Capacitación los días lunes y jueves de 9:00a.m. - 11:00 a.m. en el ovalo del mercado internacional San José a comerciantes y compradores sobre cultura tributaria (Que es, Cual es el beneficio de tenerla, Cómo la obtenemos, Cual es nuestro nivel de cultura tributaria, Para qué sirve la cultura tributaria, en que se beneficia el país y en que nos beneficiamos nosotros, que pierde el país y nosotros al no tener cultura tributaria, etc.

(Anexo C-1)

Programa estratégico 3.2.

Actividades vivénciales.

- “Superintendente por un día” capacitar a los hijos de los comerciantes para tener un mayor conocimiento sobre materia tributaria y ser un miembro activo contra la evasión de impuestos y estos a la vez controlar a sus padres en cuestiones tributarias para que ayude a mejorar la cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional San José.

Programa estratégico 3.3.

Puestos de información sobre Cultura Tributaria

- Establecer puestos de información estratégicamente para sacar de duda de cualquier pregunta que tengan los comerciantes y compradores del mercado internacional san José de la ciudad de Juliaca.

Programa estratégico 3.4.

Portal electrónico de Cultura Tributaria.

- Elaboración de portal electrónico sobre cultura tributaria donde se abordaran todos los temas referentes a una buena cultura tributaria.

Programa estratégico 3.5.

Revistas y folletos de formación tributaria.

- Con convenio del municipio la elaboración de revistas y folletos con el encabezado “la cultura tributaria es parte de nosotros” para la formación de la cultura tributaria de los comerciantes y compradores del mercado san José.

Programa estratégico 3.6.

Campañas publicitarias.

- Elaboración de afiches publicitarios de cultura tributaria.
- Elaboración de folletos de cultura tributaria.
- Elaboración de trípticos de cultura tributaria.

5.5. CONTRASTACION DE HIPOTESIS

En el trabajo materia de investigación se ha formulado las siguientes hipótesis que han sido comprobadas como se detalla a continuación:

A. PARA LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECIFICA:

Un bajo nivel de Cultura Tributaria, influye negativamente en la informalidad comercial de los comerciantes del Mercado Internacional San José, periodos 2012 - 2013.

La hipótesis es aceptada, que los comerciantes del mercado internacional San José de la Ciudad de Juliaca cuentan con un nivel bajo de cultura tributaria lo cual esta es responsable a que la informalidad comercial (comercialización, manufactura, distribución) se incrementen sin realizar trámites algunos para que su negocio este formalmente constituida.

B. PARA LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECIFICA:

El escaso nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes del Mercado Internacional San José, inciden que las actividades informales se incrementen.

La hipótesis es aceptada, que los comerciantes del mercado internacional San José de la Ciudad de Juliaca poseen un escaso nivel de cultura tributaria lo cual incide negativamente que las actividades informales se incrementen.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Se establece según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 117 comerciantes no tienen una cultura tributaria, lo cual representa el 51% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 28.33% son del rubro textil, el 7.41% del rubro electrodomésticos, 4.36% del rubro calzados y 10.90% rubro abarrotes, lo que influye negativamente en la informalidad comercial que existe y de esa manera hacen que se incremente más la actividad informal en el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca.

SEGUNDA: En el cumplimiento de las obligaciones tributarias y sobre la responsabilidad del pago de impuestos de los comerciantes según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 153 comerciantes no pagan ningún tipo de impuestos; y esta representa el 66% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 38.82% son del rubro textil, el 10.78% electrodomésticos, 3.88% calzados y 12.51% rubro abarrotes, se concluye 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.

TERCERA: En los valores y actitudes, los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 132 comerciantes no practican valores para la tributación, lo que representa el 58% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 36.47% son del rubro textil, el 7.47% del rubro electrodomésticos, 3.08% del rubro calzados y 10.98% rubro abarrotes.

CUARTA: Si se incrementa en los Programas Curriculares del Sistema Educativo contenidos sobre Educación Tributaria, basada en la práctica de valores, los resultados a futuro serian favorables para el Estado ya que el crecimiento de la recaudación seria paralela a la base tributaria, lo cual ayudara en el desarrollo del país y así poder gozar de mejoras en la calidad de servicios que brinda el Estado.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: Para incrementar la Cultura Tributaria y con ella el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, es indispensable que los contribuyentes tengan confianza en la Administración Tributaria y además se sientan retribuidos por el Estado con servicios públicos de calidad, que en definitiva son lo que evidencia una mejor calidad de vida en el ciudadano.

SEGUNDA: Lo fundamental es que la Administración Tributaria debe promocionar e incentivar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, brindándole una amplia lista de servicios gratuitos en los que se busque acercar herramientas e información, aprovechando al máximo los recursos disponibles, y este sea un beneficio mutuo para el contribuyente y la Administración Tributaria, con la sencillez y la simplificación de los procesos de cumplimiento.

TERCERA: A las autoridades del sistema tributario del país, representada en este caso por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT ente encargada de recaudar los impuestos, deben de concientizar a los contribuyentes y población en general mejorando la difusión de una buena cultura tributaria (efectuar talleres, eventos académicos y charlas informativas), en la que se informe a la colectividad y a los comerciantes respecto de la formalidad del contribuyente de manera masiva.

CUARTA: Realizar e implementar cada vez y con mayor frecuencia, actividades tendientes a educar, difundir conocimientos e informaciones y orientar. Realizar programas de tributación en la escuela a nivel primario y secundario, seminarios

universitarios, difundir y divulgar informaciones tributarias en revistas, folletos, diarios de circulación nacional, realizar charlas, foros, talleres, conferencias de temas tributarios, tener presencia constante y permanente en los medios de comunicación masivos como la radio y la televisión y en fin, realizar todas aquellas actividades que coadyuven en mejorar la cultura tributaria en el país y producir un importante efecto positivo en el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.



BIBLIOGRAFIA

- ARANCIBIA CUEVA, M. (2004). *Codigo Tributario*. Lima: Pacifico.
- ARMAS ARMAS, M. E. (2009). "Educacion Para El Desarrollo De La Cultura Tributaria". Venezuela.
- ATALIBA, G. (1995). *Hipotesis 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.
- BELTRAN, E. G. (2010). "Influencia de la Cultura Tributaria en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en los comerciantes del mercado Internacional San Jose de Juliaca - 2009". PUNO: UNA.
- ESPAÑOLA, D. D. (2001). Lima.
- FERMINI ARBAIZA, L. (2011). *Economía Informal Y Capital Humano En El Perú*. Peru.
- GALLARDO GOMEZ, L. M. (2010). "La Difusion De La Cultura Tributaria Y Su Influencia En El Sistema Educativo Perauno". Peru.
- JARACH, D. (1999). *Finanzas Publicas Y Derecho Tributario*. Buenos Aires .
- MAMANI MAMANI, B. (2009). "La Cultura Tributaria y su influencia en la informalidad comercial de la Provincia San Roman año 2008". PUNO: UNA.

- MAMANI COLQUEHUANCA, J. R. (2010). *"La Cultura Tributaria y su incidencia en la recaudacion del Impuesto Predial de la Municipalidad Provincial de San Roman, 2006-2008"*. PUNO: UNA.
- MORENO ROBLES, C. P. (2011). *Diplomado En Tributacion*. Peru.
- ORBEGOSO BARRIOS, R. (1988). *Teoria General Del Impuesto*. Lima.
- QUEVEDO AGUILERA, G. (1998). *Enfoque Gerencial De La Minucipalidad*. Lima.
- ROCA, C. (2008). *Estrategias Para Formacion De La Cultura Tributaria*. Guatemala.
- SALAS BRAVO, F. (2011). *Los Valores Personales No Alcanzar Explicar La Conciencia Tributaria*. Peru.
- SOJO RIVERA, R. C. (2010). *La Cultura Tributaria*. Peru.
- SUNAT, (2012). *Programa De Cultura Tributaria*. Lima.
- ZAMUDIO TICONA, H. P. (2013). *"Nivel de conocimientos en Materia Tributaria en los estudiantes de Educacion Basica Regular y su influencia en la Cultura Tributaria de la Ciudad de Juliaca, 2012"*. PUNO: UNA.
- TUO. (2013). *TEXTO UNICO ORDENADO*. LIMA.
- UNESCO. (2010). *Organizacion Para Educacion, Ciencia Y La Cultura*. Lima.
- VALENCIA CHERO, E. (2012). *Cultura Tributaria*. San Martin De Porres.
- VARA MUÑOZ. J. (2010). *Tributacion*. Piura.
- VELARDE CORTAZAR, A. (2010). *La Cultura Tributaria, Un Instrumento Para Combatir La Evasion Tributaria En El Peru*. Peru.



MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	OBJETIVOS
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es el nivel de Cultura Tributaria y de qué manera influye en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 -2013?</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL El bajo nivel de Cultura Tributaria, influye negativamente en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013.</p>	<p>VARIABLE GENERAL V.I.: Cultura Tributaria. V.D.: Obligaciones Tributarias</p>	<p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de Estudios • Conocimientos Tributarios • Actitudes Tributarias • Conciencia Tributaria • Deberes y obligaciones • Frecuencia de pago de impuestos 	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar el nivel de Cultura Tributaria para dar a conocer 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</p>
<p>PROBLEMA ESPECÍFICO ¿Cómo influye la Cultura Tributaria en la informalidad comercial de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013?</p>	<p>HIPOTESIS ESPECÍFICO Un bajo nivel de Cultura Tributaria, influye negativamente en la informalidad comercial de los comerciantes del Mercado Internacional San José, periodos 2012 - 2013.</p>	<p>VARIABLES ESPECÍFICAS V.I. : Cultura Tributaria V.D. : Informalidad Comercial</p>	<p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de estudios • Conocimientos Tributarios • Conciencia Tributaria • Deberes y obligaciones • Cumplimiento de normas • Valores y actitudes 	<p>OBJETIVO ESPECÍFICO Determinar la influencia de la Cultura Tributaria, en la informalidad comercial de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 -2013.</p>
<p>¿Cuál es el nivel de cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013?</p>	<p>El escaso nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes del Mercado Internacional San José, inciden que las actividades informales se incrementen.</p>	<p>VARIABLES ESPECÍFICAS V.I.: Cultura Tributaria V.D.: Actividades Informales</p>	<p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de Estudios • Actitudes Tributarias • Deberes y obligaciones • Obligaciones tributarias • Cumplimiento de normas • Inscripción y registro en la SUNAT 	<p>Evaluar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013.</p>
<p>¿Cuáles serían las estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca?</p>				<p>Proponer estrategias metodológicas orientadas a elevar el nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, periodos 2012 - 2013.</p>

ENCUESTA

Estimado(a) Señor(a) estoy desarrollando un estudio relacionado con la Cultura Tributaria y la Obligación Tributaria del comerciante. Por lo cual le pido encarecidamente me proporcione su opinión, mediante las respuestas me ayudara a desarrollar satisfactoriamente dicho estudio.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una **X** la alternativa que crea que es correcta.

CULTURA TRIBUTARIA Y LA OBLIGACION TRIBUTARIA DEL COMERCIANTE

- 1) ¿Con que nivel de estudios cuenta Ud.?
 - a. Primaria
 - b. Secundaria
 - c. Superior
 - d. Ninguna
- 2) ¿Qué entiende por Impuestos?
 - a. Es el pago que se hace al Estado por parte de los Empresarios.
 - b. Es el pago en dinero, establecido por Ley que se entrega al Estado para cubrir los gastos del País.
 - c. Es lo que se paga a la SUNAT
 - d. Desconozco
- 3) ¿Tiene conocimiento sobre alguno de los siguientes Impuestos?
 - a. Impuesto a la Renta
 - b. Impuesto General a las Ventas (IGV)
 - c. Impuesto Selectivo al Consumo
 - d. Ninguna
- 4) ¿Quiénes deben pagar los Impuestos?
 - a. Los empresarios
 - b. Los empleados
 - c. Las personas que tengan capacidad de pago
 - d. Todas las personas
- 5) ¿Sabe Ud. Para que se destina los Impuestos?
 - a. Para pagar los sueldos de los empleados públicos
 - b. Para la construcción de hospitales, colegios, carreteras, etc.
 - c. Para el pago de servicios públicos.
 - d. Desconozco
- 6) ¿Dónde aprendió acerca de los Impuestos?
 - a. En el centro educativo
 - b. De la Televisión
 - c. Charlas de la SUNAT
 - d. En ningún lugar
- 7) ¿Te gustaría conocer más sobre los Impuestos?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Un Poco
- 8) ¿Por qué debemos pagar Impuestos?
 - a. En beneficio de la SUNAT
 - b. Para el desarrollo del País

- c. Para el beneficio de los que gobiernan el País
d. Desconozco
- 9) ¿Para qué sirve un Comprobante de Pago?
a. Para probar que pague Impuestos
b. Para mostrar a mi familia cuanto gaste
c. Para los sorteos que realiza la SUNAT
d. Desconozco
- 10) ¿Conoce Ud.Cuál de estos son Comprobantes de Pago?
a. Cheque – Tarjeta de Crédito – Tarjeta de Débito
b. Factura – Boleta de Venta – Guía de Remisión
c. Pro-forma – Nota de Pedido – Nota de salida
d. Ninguno
- 11) ¿En la ventas que realiza Ud. Emite Comprobantes de Pago?
a. Si
b. No
c. A veces
- 12) ¿Qué comprobantes de pago emite Ud.?
a. Factura
b. Boleta de Venta
c. Factura y Boleta de Venta
d. Ninguna
- 13) ¿Con que periodicidad paga sus Impuestos?
a. Mensual
b. Anual
c. Rara vez
d. Nunca
- 14) ¿Qué impuestos paga Ud.?
a. Impuesto General a las Ventas
b. Impuesto a la Renta
c. IGV – IR
d. Ninguno
- 15) ¿Cómo cree que es la tasa de los Impuestos?
a. Muy alta
b. Alta
c. Regular
d. Baja
- 16) ¿En qué régimen se encuentra Ud.?
a. Nuevo Régimen Único Simplificado
b. Régimen Especial del Impuesto a la Renta
c. Régimen General del Impuesto a la Renta
d. Ninguno
- 17) En el año 2012: ¿Cuánto cree Ud. Que sabía sobre Tributación?
a. 50% - 100%
b. 25% - 50%
c. 10% - 25%
d. Desconocía
- 18) En el año 2013: ¿Cuánto cree Ud. Que sabía sobre Tributación?
a. 50% - 100%
b. 25% - 50%
c. 10% - 25%
d. Desconocía

FICHA DE OBSERVACION

INSTRUCCIONES: Marque con una "X" La valoración del indicador durante la aplicación del cuestionario.

INDICADORES / VALORACION	SI	NO	MUY POCO
1.- Conoce el Sistema Tributario Nacional			
2.- Se interesa por la tributación.			
3. Esta registrado con RUC			
4. Muestra cultura tributaria			
5. Distingue bien los Comprobantes de Pago			
6. Tiene información sobre el IGV.			
7. Practica valores, para la tributación			
8.- Muestra actitudes para formalizarse.			
9. Es consciente de la informalidad comercial.			
10. Muestra interés por conocer sobre la tributación			

Lugar y fecha:

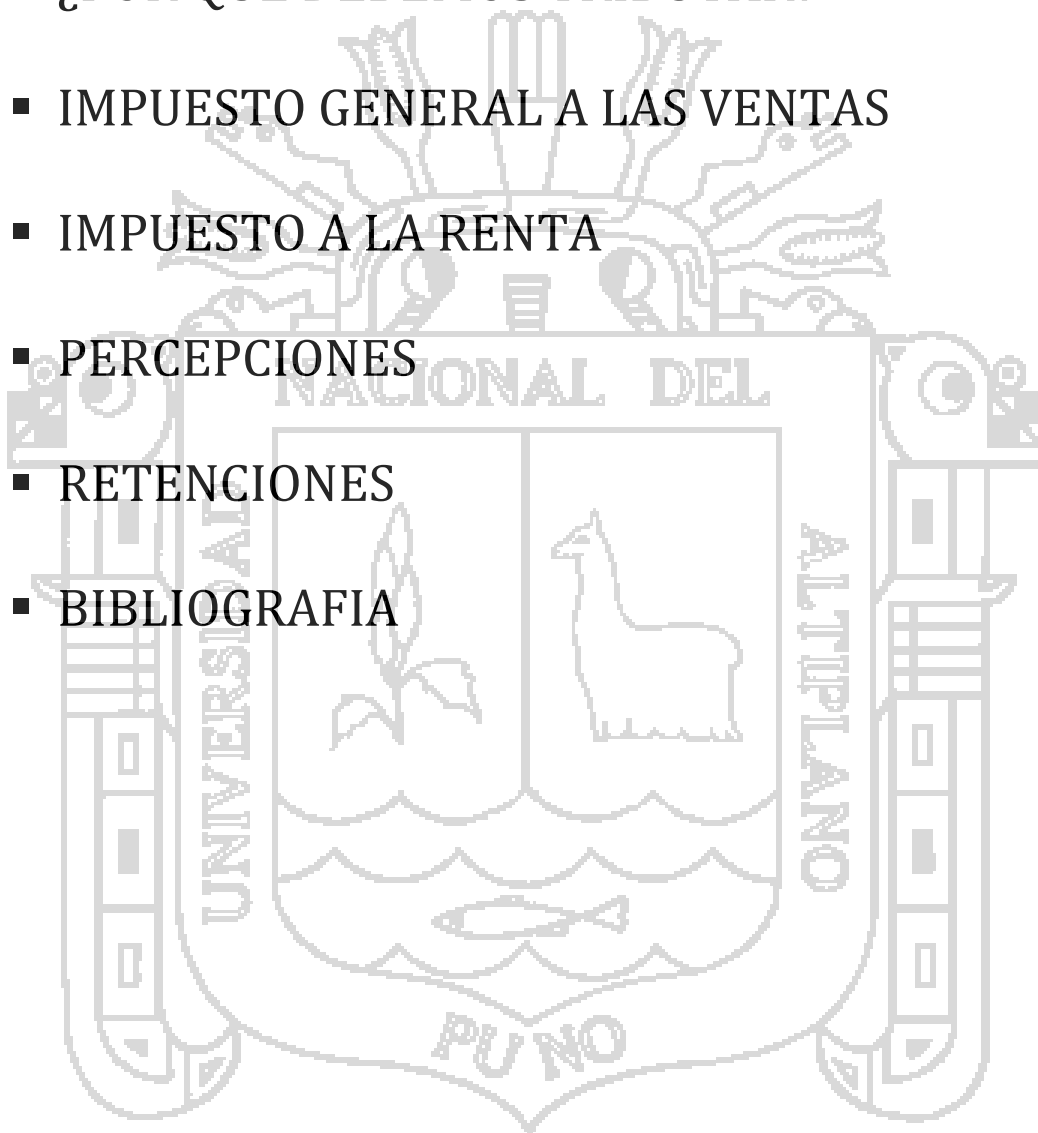
ANEXO A-1

CARTILLA DE ORIENTACION TRIBUTARIA



Yo pido mi factura ¿Y vos?

- INTRODUCCION
- OBJETIVO GENERAL
- ¿POR QUE DEBEMOS TRIBUTAR?
- IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS
- IMPUESTO A LA RENTA
- PERCEPCIONES
- RETENCIONES
- BIBLIOGRAFIA



INTRODUCCION

La Cartilla de Orientación Tributaria nace con el objetivo de sensibilizar e informar a la sociedad sobre el valor de la participación ciudadana y específicamente de la cultura tributaria para que toda vez conocidos los conceptos y metodología puedan transmitirlo.

La cultura se define como el conjunto de valores, creencias y principios fundamentales, que tienen en común un determinado número de personas y que modelan la forma como ellos perciben, piensan y actúan.

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

Así las cosas, se puede hablar de países con un elevado grado de cultura tributaria y de otros con poca o nula existencia de la misma.

El planteamiento ético-social y el cultural tributario se encuentran constantemente presentes en materia de impuestos. Y es que el impuesto es, en sí mismo, un producto cultural.

Los valores éticos que sustentan una sociedad son parte de su cultura. Por ende, para hablar de una sólida cultura tributaria es requisito la existencia de una conciencia tributaria de cierta solidez por parte de los contribuyentes y la consiguiente aceptación de los deberes tributarios como imperativos de carácter ético, para el funcionamiento de la Sociedad.

OBJETIVO GENERAL

Capacitar a los comerciantes para poder comprender la filosofía de la obligación tributaria que el Estado impone a los ciudadanos, analizando la incidencia que tales efectos causan en la parte económica, política y social del país y la necesidad del conocimiento para la toma de decisiones correctas en la empresa.

Disminuir el grado de tolerancia a la evasión y al contrabando en las futuras generaciones y ciudadanía en general

¿POR QUE DEBEMOS TRIBUTAR?

Por que el Estado necesita del aporte de los ciudadanos para cumplir con todas sus funciones. A este aporte o entrega de dinero al Estado se le llama TRIBUTO.

La cantidad de dinero que es Estado Peruano necesita y los ingresos que lo financian se detallan en el presupuesto nacional. Este presupuesto es aprobado anualmente por todos los peruanos a traves de sus representates en el congreso. Nuestros tributos son la principal fuente de financiamiento del presupuesto nacional.

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.

Este impuesto grava la venta de bienes al por mayor y menor en función del producto vendido, es decir un porcentaje, el cual actualmente es de 18%. Es una obligación del comprador, siendo el vendedor un mero intermediario entre este y el ente recaudador.

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.

Este impuesto grava los beneficios obtenidos por las empresas o sociedades en el ejercicio de sus actividades.

El impuesto a la Renta grava las rentas que provengan del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores, entendiéndose como tales a aquellas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos.

Las rentas de fuente peruana afectas al impuesto están divididas en cinco categorías, además existe un tratamiento especial para las rentas percibidas de fuente extranjera.

- **Primera Categoría:** Son rentas reales (en efectivo o en especie) del arrendamiento o sub - arrendamiento, el valor de las mejoras, provenientes de los predios rústicos y urbanos o de bienes muebles.
- **Segunda categoría:** Intereses por colocación de capitales, regalías, patentes, rentas vitalicias, derechos de llave y otros.
- **Tercera categoría:** En general, las derivadas de actividades comerciales, industriales, servicios o negocios.
- **Cuarta categoría:** Son las rentas obtenidas por el ejercicio individual de cualquier profesión, ciencia, arte u oficio.
- **Quinta categoría:** Son rentas obtenidas por el trabajo personal prestado en relación de dependencia.

PERCEPCIONES

Es un pago adelantado del Impuesto General a las Ventas, mediante el cual el Agente de percepción (vendedor Administración Tributaria), percibe del importe de una venta o importación, un porcentaje adicional que tendrá que ser cancelado por el cliente o importador quien no podrá oponerse a dicho cobro.

RETENCIONES

Es el Régimen por el cual el cliente (agente de retención) retiene el importe de la operación a cancelar al proveedor, un porcentaje fijado. La retención tiene como finalidad asegurar la cobranza de una parte del IGV de una operación que ya se realizó.

BIBLIOGRAFIA

www.sunat.gob.pe

www.guiatributaria.sunat.gob.pe

www.mef.gob.pe

ANEXO B-1



¿POR QUÉ DEBEMOS TRIBUTAR?

(SUNAT,2013) Por que el Estado necesita del aporte de los ciudadanos para cumplir con todas sus funciones. A este aporte o entrega de dinero al Estado se le llama TRIBUTO.

¿POR QUÉ DEBEMOS TRIBUTAR?

La cantidad de dinero que es Estado Peruano necesita y los ingresos que lo financian se detallan en el presupuesto nacional. Este presupuesto es aprobado anualmente por todos los peruanos a traves de sus representates en el congreso. Nuestros tributos son la principal fuente de financiamiento del presupuesto nacional.

¿CÓMO PUEDES CONTRIBUIR CON EL DESARROLLO DE NUESTRO PAIS?

(SUNAT,2013) Las personas que viven en el Peru deben cumplir y vigilar que otros cumplan con sus obligaciones tributarias, es decir, con el pago de los impuestos.

Tu tambien puedes hacer algo grande por el pais: exigir tu comprobante de pago cada vez que realices una compra.

¿QUÉ TRIBUTOS EXISTEN EN NUESTRO PAIS?

Tenemos tres tipos d tributos: Impuestos, Tasas y Contribuciones.

Los principales impuestos son:

- ❖ Impuesto a la Renta
- ❖ Impuesto General a las Ventas
- ❖ Impuesto Selectivo al Consumo



¿QUIÉNES DEBEN DE PAGAR EL IMPUESTO A LA RENTA?

(SUNAT,2013) Todas aquellas personas que realizan alguna actividad economica, que genera ingresos. De acuerdo con lo que la Ley lo establece.

¿QUIÉN SE ENCARGA DE RECAUDAR LOS IMPUESTOS?

La entidad del Estado encargada de la recaudacion es la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria SUNAT .



ANEXO B-2

DILE NO AL CONTRABANDO



SEA LEGAL

CONTRIBUYE A TU
DEPARTAMENTO Y
JUNTOS TRABAJEMOS
POR UN MEJOR PERU

AUTOR: ODILA BERTHA HANCCO LARICO

ANEXO C-1

CRONOGRAMA PARA CAPACITACIONES SOBRE CULTURA TRIBUTARIA

HORA	LUGAR	LUNES	JUEVES
9:00 am – 10:00 am.	Ovalo mercado San José	Introducción a la cultura tributaria	Conocimientos Tributarios
10:00 am – 11:00 am.	Ovalo mercado San José	Orientación tributaria	Capacitación para ser Superintendente por un día

