

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



TESIS

LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE
LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015

PRESENTADA POR:

REYNA CABANA HUARILLOCLA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO - PERÚ

2017

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

LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015

PRESENTADA POR:

REYNA CABANA HUARILLOCLA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO



APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE :
DR. DAVID M. CALIZAYA ZEVALLOS

PRIMER MIEMBRO :
DR. HECTOR E. CALUMANI BLANCO

SEGUNDO MIEMBRO:
D.Sc. HEBER D. POMA CORNEJO

DIRECTOR DE TESIS :
DR. ALFREDO CRUZ VIDANGOS

ASESOR DE TESIS :
MSC. AMERICO ROJAS APAZA.

AREA: SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL
TEMA: CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

FECHA DE SUSTENTACION 29/01/2016

DEDICATORIA

A Dios Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud, fuerza para lograr mis objetivos y metas trazados, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres: Erasmo y Reynalda Carmen quiénes me inculcaron valores, por entregarme su gran amor y incondicional apoyo a lo largo de toda mi formación académica seres que siempre están y estarán por siempre en mi pensamiento y mi corazón.

A mis hermanos Juvenal y Denis por apoyarme, darme ánimos y exigirme en los momentos necesarios de mi formación académica. y guiarme para ser una persona de bien,

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano en especial a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas cuna de mi formación profesional, donde me inculcaron conocimientos amplios, valores éticos y morales para mi adecuado desempeño en el campo laboral.

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.

A mi director de tesis por el apoyo constante y hacer posible este trabajo de investigación. A todos los que me brindaron información para realizar este trabajo de investigación.

INDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
RESUMEN	ix
INTRODUCCION	xi

CAPITULO I**INTRODUCCIÓN.**

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	1
1.2. ANTECEDENTES.....	3
1.3. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	8
1.4.1. OBJETIVOS DE INVESTIGACION.....	8
1.5. CARACTERISTICAS DEL AREA DE INVESTIGACION.....	9

CAPITULO II**REVISIÓN DE LITERATURA**

2.1. MARCO TEORICO	13
2.2. MARCO CONCEPTUAL	34
2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	40

CAPITULO III**MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION.....	43
3.2. METODO DE LA INVESTIGACION	44
3.3.. POBLACION Y MUESTRA DE LA INVESTIGACION	45
3.4. SELECCIÓN DE MUESTRA.....	46
3.5. TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE DATOS.....	48
3.6. TECNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS	49

CAPITULO IV**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. RESULTADOS.....	52
4.2. DISCUSION	113
CONCLUSIONES	115
RECOMENDACIONES.....	117
BIBLIOGRAFIA	119
WEBGRAFIA Y OTROS	121
ANEXO	122

INDICE DE CUADROS

CUADRO 01 MERCADO CENTRAL - SANTA LUCIA.....	45
CUADRO 02 SELECCIÓN DE COMERCIANTES POR RUBROS	45
CUADRO 03 NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS COMERCIANTES	48
CUADRO 04 QUE ENTIENDE POR IMPUESTOS	53
CUADRO 05 CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNOS IMPUESTOS	55
CUADRO 06 CONOCIMIENTO SOBRE PAGO DE LOS IMPUESTOS	57
CUADRO 07 PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS	69
CUADRO 08 DONDE APRENDIO ACERCA DE LOS IMPUESTOS	61
CUADRO 09 AÑO 2015 SABIA SOBRE TRIBUTACIÓN	63
CUADRO 10. CONOCE UD. LA DECLARACION DE PDTs.....	65
CUADRO 11 CONOCIMIENTO SOBRE COMPROBANTES DE PAGO	67
CUADRO 12 CUÁL DE ESTOS SON COMPROBANTES DE PAGO	68
CUADRO 13. EMITE COMPROBANTES DE PAGO	70
CUADRO 14 QUE COMPROBANTES EMITE EN VENTAS	73
CUADRO 15 EN QUÉ RÉGIMEN SE ENCUENTRA INSCRITO UD.	75
CUADRO 16 CON QUE PERIODICIDAD PAGA SUS IMPUESTOS	77
CUADRO 17 RESPECTO A QUE IMPUESTOS PAGA	79
CUADRO 18 ES CONSCIENTE QUE EVADE IMPUESTOS UD.	81
CUADRO 19 ESTA REGISTRADO CON RUC.....	84
CUADRO 20 DESEA FORMALIZARSE UD.	85
CUADRO 21. CUENTA CON LICENCIA MUNICIPAL.....	88
CUADRO 22 REALIZA UD PAGO CUOTA RUS 2015.....	90
CUADRO 23 REALIZA USTED PAGO DE IGV	91
CUADRO 24 REALIZA USTED PAGO DE IR.....	93
CUADRO 25. TABLA DE CONTINGENCIA OBSERVADA AÑO 2015.....	95
CUADRO 26 TABLA DE CONTINGENCIA ESPERADA AÑO 2015.....	97

CUADRO 27 CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL.....	99
CUADRO 28 SE INTERESA POR LA TRIBUTACION	101
CUADRO 29 MUESTRA CULTURA TRIBUTARIA.....	103
CUADRO 30 MUESTRA INTERÉS POR CONOCER TRIBUTACIÓN	104
CUADRO 31 DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO	106

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 01 TOMA DE DECISIONES	51
GRAFICO 02 NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS COMERCIANTES	53
GRAFICO 03 QUE ENTIENDE POR IMPUESTOS	55
GRAFICO 04 CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNOS IMPUESTOS	57
GRAFICO 05 CONOCIMIENTO SOBRE PAGO DE LOS IMPUESTOS	59
GRAFICO 06 PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS	61
GRAFICO 07 DONDE APRENDIO ACERCA DE LOS IMPUESTOS	64
GRAFICO 08 AÑO 2015:CUÁNTO SABIA TRIBUTACIÓN	66
GRAFICO 09 CONOCE UD. LA DECLARACION DE PDTs.....	67
GRAFICO 10 CONOCIMIENTO SOBRE COMPROBANTES DE PAGO	69
GRAFICO 11 CUÁL DE ESTOS SON COMPROBANTES DE PAGO.....	71
GRAFICO 12 EMITE COMPROBANTES DE PAGO	73
GRAFICO 13 QUE COMPROBANTES EMITE EN VENTAS	75
GRAFICO 14 EN QUÉ RÉGIMEN SE ENCUENTRA INSCRITO UD.	77
GRAFICO 15 CON QUE PERIODICIDAD PAGA SUS IMPUESTOS	80
GRAFICO 16 RESPECTO A QUE IMPUESTOS PAGA	82
GRAFICO 17 ES CONSCIENTE QUE EVADE IMPUESTOS UD.	84
GRAFICO 18 ESTA REGISTRADO CON RUC	85
GRAFICO 19 DESEA FORMALIZARSE UD.....	89
GRAFICO 20 CUENTA CON LICENCIA MUNICIPAL	90
GRAFICO 21 REALIZA UD PAGO CUOTA RUS 2015	92
GRAFICO 22 REALIZA USTED PAGO DE IGV	93
GRAFICO 23 REALIZA USTED PAGO DE IR.....	95
GRAFICO 24 TOMA DE DECISIONES CULTURA TRIBUTARIA	99
GRAFICO 25 CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL	100
GRAFICO 26 SE INTERESA POR LA TRIBUTACION.....	101



GRAFICO 27 MUESTRA CULTURA TRIBUTARIA	103
GRAFICO 28 MUESTRA INTERÉS POR CONOCER TRIBUTACIÓN	105
GRAFICO 29 DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO	106

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado "LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015" es un estudio que se realizó para evaluar la influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos, determinar el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria y proponer estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria. En la investigación realizada se determinó que es relevante y conveniente investigar un tema vigente e importante que cobra interés en estos tiempos en el Perú. Se aplicó técnicas de recojo de datos a los Comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015, como es la técnica de análisis documental, encuesta y entrevista mediante el uso del cuestionario, elaborado con preguntas vinculadas a los indicadores de las cuatro variables (Cultura tributaria, Evasión Tributaria, pago de impuestos y Recaudación tributaria), quienes con sus respuestas nos ayudaron a clarificar nuestros objetivos planteados, a su vez nos facilitó su procesamiento estadístico y presentación gráfica; así como, las interpretaciones y análisis de cada una de las interrogantes, que ayudaron a determinar su alcance. Posteriormente se realizó la contratación de nuestras hipótesis, llegando a su aceptación, es así que al finalizar nuestro trabajo se arribó a las siguientes conclusiones: las principales causas de la evasión tributaria es la falta de cultura tributaria, los resultados de dicho análisis indica que el 53% de comerciantes muestra muy poca cultura tributaria el cual influye negativamente en la informalidad comercial que existe y a su vez desconocen sobre el tema de tributación; en un promedio de 66% de comerciantes en el año 2015 no tienen

conocimiento tributario, El desconocimiento de normas tributarias, obligaciones tributarias y deberes, hacen que el nivel de evasión sea en gran medida. como resultado final obtuvimos que 35% comerciantes afirma que si es consciente que evade impuestos; aduciendo que no saben que es lo que tiene que pagar de acuerdo al giro del negocio, en relación al cumplimiento de las obligaciones tributarias y sobre la responsabilidad de pago de impuestos el 53% de comerciantes no pagan ningún tipo de impuesto; el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes es muy deficiente llegando a una conclusión de un nivel muy alto de evasión tributaria.

Palabras claves: cultura tributaria, evasión tributaria, obligaciones tributarias y recaudación tributaria.

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación titulado " LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015", Haciendo un análisis se observa que no existen trabajos de investigación sobre cultura tributaria, evasión tributaria y recaudación tributaria en el Distrito de Santa Lucia es preocupación nuestra de evaluar la cultura tributaria y determinar su evasión y repercusión tributaria con el objetivo de que los comerciantes incrementen su cultura tributaria, plantear soluciones y así incrementar directa o indirectamente la recaudación tributaria. La Evasión Tributaria es un problema que subsiste en la mayoría de los países, especialmente en aquellos de menor desarrollo debido a que no existe conciencia tributaria, la estructura del sistema tributario no es la adecuada, etc., que afecta a la recaudación tributaria, causando un efecto dañino para la sociedad. La presente tesis se justifica debido a la trascendencia que ejerce el análisis de la cultura tributaria, para mejorar la recaudación tributaria, considerando que la cultura es el conjunto de conocimientos, modos de vida y costumbres de una sociedad determinada, en que se expresa la vida tradicional de un pueblo. Es importante mencionar que, en la actualidad, en forma práctica se observa el éxito alcanzado de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, pero desde un punto de vista de análisis tributario, no se conoce los beneficios del mismo hacia el Estado. En nuestro país existe evasión tributaria en todos los sectores económicos, en este sentido la presente investigación está enfocada al Sector Comercio, en la que existe evasión en todos los niveles del proceso compra-venta. En el presente trabajo de

investigación se estudia cuáles son las causas que se asocian y que motivan a los contribuyentes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, a incurrir en Evasión Tributaria y través de nuestra investigación llegaremos a conocer si la cultura tributaria influye en el pago de los impuestos de los comerciantes, Determinando la evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia. Esta investigación comprende 4 capítulos en donde señalamos lo siguiente: en el CAPITULO I; Planteamiento del Problema, Antecedentes, Objetivos de la Investigación y características del área de investigación; en el CAPITULO II; Marco Teórico, Marco Conceptual e Hipótesis de la Investigación, en el CAPITULO III; materiales y métodos, en el CAPITULO IV; resultados y discusión; por ultimo daremos a conocer las Conclusiones y Recomendaciones respectivas.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ante la constante dinámica en la economía de nuestro país, y globalización económica, el tributo es un tema muy importante y antiguo, ya que el Perú es un país que financia el gasto público en mayor porcentaje con sus ingresos provenientes de la recaudación tributaria por lo que, no ha podido avanzar de acuerdo a lo planificado, porque los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias, por tanto incurren en evasión de tributos, lo cual convierte en un gran problema denominado “informalidad comercial”, esta comprende actividades ilícitas como es el ingreso de mercadería de procedencia del contrabando de tal modo que incluye a toda la actividad económica que en general estarán gravados con impuestos como son el impuesto general a las ventas, impuesto ala impuesto selectivo al consumo las cuales se encuentran sujeto al pago de los impuestos recaudados por la administración tributaria, que ocasiona la disminución de la recaudación de sus ingresos fiscales.

En el mercado central del Distrito de Santa Lucía en los últimos años se vio el incremento de comerciantes en un 13%, sin ningún tipo de comprobantes de pagos, lo cual hace suponer el incremento de incumplimiento de contribuyentes a la obligación tributaria. La cultura tributaria es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios, conjunto de rasgos distintivos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una sociedad respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria. La cultura tributaria forma parte de un proyecto del mismo nombre, cuyo objetivo es hacer que los comerciantes comprendan la importancia de pagar tributos y a utilizar medios adecuados que proporciona a la administración tributaria como son las charlas, orientaciones, boletines, etc. El presente trabajo de investigación se precisa si efectivamente la cultura tributaria está asociada e influye en la evasión tributaria en los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucía.

El presente trabajo de investigación se centra, en que los comerciantes no cumplen con las obligaciones tributarias, inscribirse en el registro único del contribuyente, emitir comprobantes de pago, llevar libros contables y finalmente pagar impuestos.

La recaudación fiscal permite al Estado atender las necesidades de la población en lo social, educativo, salud, seguridad, entre otros, pero cuando los contribuyentes evaden sus obligaciones tributarias disminuye la recaudación de ingresos, afectando al presupuesto que se destina a brindar dichos servicios. Asimismo, entre los problemas centrales que presenta la recaudación fiscal en el Perú, es la falta de una cultura tributaria, bajo nivel

de presión tributaria, gran cantidad de beneficios, excesivas formalidades y procesos engorrosos. La actividad económica actualmente está gravado con impuestos como son el Impuesto General a las Ventas, Impuesto a la Renta e Impuesto Selectivo al Consumo; se encuentran sujetas al pago de los impuestos recaudados por la administración tributaria. Hablar de la evasión tributaria es un fenómeno complejo que tiene que ver con un tema de cultura tributaria en el sentido de relación que tiene el comerciante con el estado.

1.2. ANTECEDENTES

El desarrollo del presente trabajo de investigación nos ha llevado a investigar y encontrar como antecedentes los siguientes trabajos presentados a la Facultad de Ciencias Contables para optar el título de Contador Público:

A. MAMANI B. (2008). - en su tesis “La Cultura Tributaria y su influencia en la informalidad comercial de la Provincia de San Román año 2008”, Concluye lo siguiente:

- Se establece que los comerciantes en su gran mayoría no poseen o no 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 San José de la Ciudad de Juliaca, tienen un conocimiento medio respecto a 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.

B. HANCCO O. (2013).- en su tesis “Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributaria de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca Periodos 2012 – 2013”, concluye lo siguiente:

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 electrodoméstico, 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 incrementen más la actividad informal en el Mercado Internacional San José 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 154 comerciantes no pagan ningún tipo de impuestos; y esta representa el 66% del total de la muestra estudiada, de los cuales 38.82% son del rubro textil, el 10.78% electrodomésticos, 3.88% calzados y 12.51% rubro abarrotes, se concluye que, el nivel del cultura tributaria que representa 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 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 132 comerciantes no practican valores para tributación, lo que representa el 58% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 36.47% son el 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 de calidad de servicios que brinda el estado.

- C. MAMANI J. (2006).**- en su tesis “La Cultura Tributaria y su incidencia en la recaudación del Impuesto Predial de la Municipalidad Provincial de San Román, 2006-2008”, concluye los 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 tiene incidencia negativa, que representan 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 inadecuados programas curriculares en el sistema educativo.

D. ZAMUDIO H. (2012).- en su tesis “Nivel de Conocimiento en Materia Tributaria en los estudiantes de Educación Básica Regular y su influencia en la Cultura Tributaria de la Ciudad de Juliaca, 2012”, 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 suficiente 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 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), cada vez que como medio de información los docentes lo reciben a través de la televisión, radio y otros medios utilizados los estudiantes como primer contacto lo obtiene de sus padres, mostrando estos bajos niveles de confianza, con el estado los cuales transmitieron 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 aumentar tanto la base tributaria como paralelamente lavase recaudadora estaríamos en la certeza que la formación de la cultura tributaria debe ser vista como un esfuerzo sistemático y permanente, sustentado en principios, orientado al cultivo de valores ciudadanos, por lo tanto, enfocado tanto en los contribuyente 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 susceptible de interiorizarse y hacer suyos los valores en el futuro determinar su

comportamiento dentro de la sociedad. Solamente los ciudadanos libres, informados y autorregulados conscientes de sus derechos y de sus obligaciones, serán contribuyentes honestos.

1.3. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo repercute la cultura tributaria en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015?

1.3,1. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- a) ¿Cómo influye la cultura tributaria en el pago de los impuestos de los comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia?
- b) ¿Cuál es el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia?
- c) ¿Cuáles serían las estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL.

Evaluar y determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria, en la recaudación de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a) Evaluar la influencia de la cultura tributaria en el pago de los impuestos de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015.
- b) Determinar el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015.
- c) Proponer estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015.

1.5. CARACTERISTICAS DEL AREA DE INVESTIGACION

1.5.1. AMBITO DE INVESTIGACION

Santa Lucia surgió a la vida política como distrito un 17 de abril del año de 1936 por ley N° 8249, promulgado en ese entonces por el presidente constitucional de la república, general Oscar R. Benavides, con la presencia del ministro de gobierno y policía Antonio Rodríguez, gracias a la preocupación de ilustres ciudadanos como el Señor Fermín Paredes C. Manuel de Cervantes A. y Elisban Gutiérrez A. quienes sin ningún tipo de interés y viendo ese sentimiento hacia a su pueblo consiguieron su noble propósito con el apoyo del diputado de ese entonces, Francisco Pastor y Emilio Romero.

La capital del distrito se denomina Santa Lucia, cuyo origen y nombre empieza desde la colonia y descendientes españoles que se convierten en dueños de grandes extensiones de tierra y yacimientos mineros, donde se llegó a construir una capilla en el cementerio antiguo, ya que existe un trapiche y fundición de materiales que se extraían de las minas de Yanaorcco.

La ley de creación del distrito de santa lucia, se da en ese entonces mediante el siguiente contenido: ley N° 8249, el presidente de la república por cuanto en congreso constituyente a dado la siguiente ley.

ARTICULO 1ro. Crease en la provincia de lampa, el Distrito de Santa Lucia, que tendrá, como capital el pueblo de su nombre y como anexos los caseríos de limón verde, la hacienda la compuerta, Saracocha, Lagunillas y Crucero Alto.

ARTICULO 2do. El distrito de Santa Lucia tendrá los limites siguientes:

- Por el oeste y sur, los que los separan de los departamentos de Arequipa, Puno y Moquegua.
- Por el norte, los linderos interprovinciales Puno y Lampa.
- Por el este, los que separan de los terrenos de la compuerta y Santa Lucia, de los que tenían los antiguos Distritos de Cabana y Cabanilla.

Luego de haberse la inauguración del distrito de Santa Lucia se llevó un 25 de Junio de 1936, ceremonia realizado en el hotel

ferrocarril, siendo elegido como el primer alcalde del consejo, don Manuel B. Cervantes A., gobernador Fermin M. Paredes C., juez de paz señor José W. Díaz V., contando con la presencia del prefecto del departamento de puno, señor Ricsrdo Benavides, subprefecto de Lampa Señor Max A. Díaz y otras personalidades del departamento y distritos vecinos, con el acompañamiento de la bandera del ejército, que le dio mayor realce a tan importante acontecimiento histórico, que marcó un hito del cual el histórico Distrito de Santa Lucia empezaría su surgimiento hacia un desarrollo socio económico.

FUNDACION DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA

El mercado central del Distrito de Santa Lucia, es uno de los principales que hace resaltar el movimiento económico, a su vez se observa el incremento de comerciantes, actualmente el Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, como presidente central es la Sra. Antolina Estefania Puma Quispe y como tesorero el Sr. Fredy Machaca Machaca. La actividad comercial se desarrolla en sus diferentes rubros en los cuales podemos mencionar; abarrotes, calzados, frutas, verduras, lácteos y quesos, textil, carnes, electrodomésticos y entre otros.

El mercado central se encuentra ubicado en el barrio ocho de octubre del distrito de Santa Lucia ubicado entre:

- Por el norte limita por el Jr. Federico Polland

- Por el sur limita con el Jr. Ricardo Palma
- Por el este con el Jr. Ciro Venero
- Por oeste con el Jr. Manuel Prado

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. MARCO TEORICO

CULTURA TRIBUTARIA

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

La cultura tributaria es la conciencia o conocimiento de la norma establecida constitucionalmente, que obliga a todo los individuos integrantes de la nación a contribuir, mediante el pago de tributos, en la satisfacción de las necesidades de la colectividad (AZUAJE, 2001).

La cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los

deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética profesional, respecto a la ley responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes (MENDEZ, 2004).

La cultura tributaria consiste en el nivel de conocimientos que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones, es necesario que todo 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 de 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 (GOMEZ, 2008).

CONCIENCIA TRIBUTARIA

Es “la motivación intrínseca de pagar impuestos” refiriéndose a las actitudes y creencias de las personas, es decir a los aspectos no coercitivos, que motivan la voluntad de contribuir por los agentes, reduciéndose al análisis de la tolerancia hacia el fraude y se cree que está determinada por los valores personales. (BRAVO, 2011)

(ALVA, 2010): Es la interiorización de los deberes tributarios. Este elemento alude necesariamente a que los contribuyentes poco a poco y de manera progresiva, busquen conocer de antemano qué conductas deben realizar y cuáles no, que estén prohibidas respecto del sistema tributario. Aquí es donde normalmente se percibe el factor de riesgo, los contribuyentes observan que es mejor cumplir que faltar a la normatividad tributaria.

IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA

El Estado para poder realizar sus funciones y afrontar sus gastos, debe contar con recursos, y los mismos se obtienen a través de los diferentes procedimientos legalmente estatuidos en principios legales constitucionales. Entre los diversos recursos, están los tributarios, como fuentes de ingreso del Estado, y éstos son aquellos que el Estado obtiene mediante el ejercicio de su poder de imperio, es decir, mediante leyes que crean obligaciones a cargo de los administrados (SUNAT, 2015).

LA IMPORTANCIA DE PROMOVER LA CULTURA TRIBUTARIA.

La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. Pero hay contextos sociales en los que se percibe una ruptura o disfunción entre la ley, la moral y la cultura, estos tres sistemas regulan el comportamiento humano. La cultura ciudadana, es un conjunto de programas y proyectos orientado a mejorar las condiciones de la convivencia ciudadana mediante un cambio conductual consciente, partiendo de la premisa de que la modificación voluntaria de los hábitos y creencias de la colectividad puede llegar a ser un componente crucial de la gestión pública, del gobierno y la sociedad civil. (SUNAT, 2015)

CONCIENCIA TRIBUTARIA

En la literatura, la Conciencia Tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También se la define como el conocimiento de sentido común

que las personas usan para actuar frente al tributo.

(<http://blog.conducetuempresa.com/>, 2012)

CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LA POBLACION

(SUNAT, 2015) La Conciencia Tributaria de la población, motivadas a las motivaciones intrínsecas (no económicas) del individuo para pagar voluntariamente o no los impuestos.

- Viabilidad de efectuar la Contribución.
- Grado de información del contribuyente.
- Grado de información que tienen los contribuyentes sobre las reglas y procedimientos tributarios.
- Acceso a servicios de la Administración Tributaria.
- El acceso de los contribuyentes a los servicios de administración tributaria, es decir, la facilidad que tiene los agentes para efectuar sus contribuciones, simplificaciones administrativas, rapidez en el trámite, etc.

MECANISMOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CONCIENCIA TRIBUTARIA

(SUNAT, 2013) Luego de los cambios que han sufrido tanto la normatividad tributaria como la misma Administración Tributaria (SUNAT) en los últimos tiempos, surge la interrogante respecto a si los contribuyentes han asumido realmente una Conciencia Tributaria. Debido a ello y para elevar hoy en día la recaudación tributaria no se necesita simplemente aumentar las tasas de los impuestos, sino crear en el contribuyente una

conciencia tributaria. Por ello creemos necesario que pueden emplearse tres mecanismos que permitirán crearla en el contribuyente:

- educación cívica
- crear reglas sencillas
- uso de sanciones evasión tributaria

EVASION TRIBUTARIA

La Evasión Tributaria es como la falta de cumplimiento de sus obligaciones por parte de los contribuyentes. Esa falta de cumplimiento puede derivar en pérdida efectiva de ingreso para el Fisco o no. Es evidente que ambas implican una modalidad de evasión, aun cuando con efectos diferentes. La clasificación de la evasión que se emplea comúnmente es la de evasión y elusión o evitación. En el caso de evasión es cuando se violan las normas jurídicas establecidas, en tanto que elusión es cuando se elude el cumplimiento de las obligaciones acudiendo a medios lícitos, generalmente, la elusión está relacionada con la vaguedad o laguna de la norma jurídica y ocurre sin violación de la ley. (COSULICH, 2003)

CAUSAS DE LA EVASIÓN TRIBUTARIA

La evasión tributaria es un concepto que hace referencia al uso abusivo de la legislación tributaria, es decir, que no respeta el espíritu de la ley, con el propósito de reducir el pago de impuestos. Por último, la 'evasión tributaria' corresponde a la sub declaración ilegal y voluntaria de los impuestos. En este caso hay un acto deliberado por parte del contribuyente para reducir sus obligaciones tributarias. Adicionalmente, el concepto de incumplimiento tributario se puede asociar a la suma de la evasión tributaria y la

subdeclaración involuntaria. Ambas son formas de incumplir con las obligaciones, aun cuando una sea premeditada y la otra no. Entre las causas de la evasión tributaria según (COSULICH, 2003), considera a las siguientes:

- la inflación:
- la recesión de la economía:
- actitud social:
- equidad fiscal:
- uso de los recursos fiscales:
- exoneraciones:
- complejidad de normas:
- efectos de la evasión tributaria

LA OBLIGACION TRIBUTARIA

El artículo 1 del Código Tributario define como: obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y le deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente, asimismo el artículo 2 de la citada norma señala que la obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley como generador de dicha obligación.

En septiembre de 2015, los Ingresos Tributarios del Gobierno Central ascendieron a S/. 6 858 millones, monto inferior en S/. 762 millones con relación al mismo mes del año 2014. Este resultado representa una disminución de 13,4% en términos reales. (SUNAT, 2015)

NACIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA.

(SUNAT, 2015) El artículo 1 del Código Tributario define como obligación tributaria al vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente, asimismo el artículo 2 de la citada norma señala que la obligación tributaria **nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley como generador de dicha obligación.**

En ese sentido, con relación al Impuesto General a las Ventas se establecen los siguientes supuestos de nacimiento de la obligación tributaria:

- ✓ En la venta de bienes
- ✓ Tratándose de naves y aeronaves
- ✓ se suscribe el correspondiente contrato
- ✓ En el retiro de bienes
- ✓ En la prestación de servicios En los casos de suministro de energía eléctrica, agua potable, y servicios finales telefónicos, télex y telegráficos
- ✓ En la utilización en el país de servicios prestados por no domiciliados
- ✓ En los contratos de construcción
- ✓ En la primera venta de inmuebles
- ✓ En la importación de bienes

RECAUDACION TRIBUTARIA

(CARRILLO, 2015) La Administración Tributaria tiene como objetivo procurar el máximo de recaudación de tributos al mínimo costo dentro de las normas jurídicas establecidas. La evasión representa el obstáculo

fundamental que la administración tributaria debe enfrentar para cumplir con su objetivo esencial.

ESTRUCTURA DE LA RECAUDACION TRIBUTARIA EN EL PERU

De acuerdo al análisis de las estadísticas de Recaudación de SUNAT podemos concluir que muestra un alto grado de concentración; es decir pocos contribuyentes aportan a la mayor parte del monto recaudado por concepto de impuestos (SUNAT, 2015).

TRIBUTOS

Los tributos son ingresos públicos de derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias impuestas unilateralmente por el Estado, exigidas por una administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la ley vincule en el deber de contribuir. (MARTIN, 2007)

IMPUESTOS

La palabra impuesto proviene del verbo imponer, que significa poner encima. Por lo tanto, el impuesto es un aporte obligado. El impuesto es un tributo cuya obligación no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del Estado. Un impuesto no se origina porque el contribuyente reciba un servicio directo por parte del Estado, sino en un hecho independiente, como es la necesidad de que quienes conforman la sociedad aporten al sostenimiento del Estado para que cumpla con sus fines. (DOMINGO, 2010).

TIPOS DE IMPUESTO

A). IMPUESTO DIRECTO.

Son aquéllos que inciden directamente sobre el ingreso o el patrimonio de las personas y empresas. Por ejemplo, cada persona o empresa declara y paga el Impuesto a la Renta de acuerdo con los ingresos que ha obtenido. Otros ejemplos son los Derechos Arancelarios por las importaciones y el Impuesto al Patrimonio Predial por las propiedades inmuebles. En el caso del impuesto directo, quien declara y lo paga es la persona que soporta la carga tributaria. (SUNAT, 2013)

A.1. IMPUESTO A LA RENTA

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 aquéllas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos. (El Impuesto a la Renta, 2014)

B). IMPUESTO INDIRECTO

Son aquéllos que inciden sobre el consumo, pero que los paga el consumidor del producto o servicio. Un ejemplo de impuesto indirecto es el Impuesto General a las Ventas (IGV). Otro ejemplo es el Impuesto Selectivo al Consumo. El impuesto indirecto lo declara y lo paga el responsable (vendedor) que es una persona diferente al contribuyente (comprador), quien soporta la carga tributaria.

B.1. IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS (IGV)

El Impuesto General a la Ventas o también conocido en otros países como Impuesto al Valor Agregado - IVA, dentro de la clasificación de los impuestos es considerado como uno indirecto ya que quien soporta la carga económica del mismo no es obligado tributario (vendedor de bienes o prestador de servicios), sino un tercero (comprador o consumidor final) que viene a ser el "obligado económico". En este sentido, en el IGV, el sujeto pasivo del impuesto traslada la carga económica del tributo a un tercero, entendiéndose por traslación al fenómeno por el cual el contribuyente (sujeto pasivo) consigue transferir el peso del impuesto sobre otra persona quien soporta la carga del mismo.

CONTRIBUCIÓN

Es el tributo cuya obligación es generada para la realización de obras públicas o actividades estatales en beneficio de un determinado grupo de contribuyentes (los que pagan la contribución). Por ejemplo, las aportaciones a ESSALUD o al Sistema Nacional de Pensiones (SUNAT, 2015).

TASA

(SUNAT, 2015) Es el tributo cuya obligación es generada para la prestación efectiva o potencial de un servicio público individualizado para el contribuyente. Entre otras tasas, tenemos los arbitrios municipales, los derechos y las licencias:

- ❖ Arbitrios
- ❖ Derechos

❖ Licencias.

RÉGIMEN GENERAL DEL IMPUESTO A LA RENTA

El Régimen General del Impuesto a la Renta, es un régimen tributario que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (aquellas provenientes del capital, trabajo o de la aplicación de capital). (SUNAT, 2015)

COMPROBANTES DE PAGO QUE DEBE EXIGIR POR LA ADQUISICIÓN DE INSUMOS Y BIENES O AL RECIBIR PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Cuando se adquiere bienes y/o se reciba la prestación de servicios necesarios para generar sus rentas, se debe exigir que se otorguen facturas, recibos por honorarios, o tickets que den derecho al crédito fiscal y/o que permitan sustentar gasto o costo para efectos tributarios, pudiendo emitir liquidaciones de compra. También están considerados los recibos de luz, agua, teléfono, y recibos de arrendamiento.

COMPROBANTE DE PAGO QUE DEBE EMITIR POR LA VENTA DE SUS MERCADERÍAS

- Si el cliente tiene RUC debe extender una factura que actualmente es electrónica para las Pymes. Si es consumidor final y no tiene RUC, debe emitir una boleta de venta, ticket o cinta emitida por máquina registradora que no otorgue derecho a crédito fiscal o que sustente gasto o costo para efectos tributarios.
- Por ventas a consumidores finales menores a S/. 5.00, no es necesario emitir comprobante de pago, salvo que el comprador lo exija. En estos

casos, al final del día, debe emitir una boleta de venta que comprenda el total de estas ventas menores, conservando el original y copia de dicha Boleta para control de la SUNAT.

- Para sustentar el traslado de mercadería debe utilizar guías de remisión.

LIBROS DE CONTABILIDAD QUE DEBE LLEVAR LOS SUJETOS A ESTE REGIMEN

Si es persona natural y los ingresos brutos anuales llegan hasta 100 UIT debe llevar los siguientes libros:

- Libros de Caja y Bancos
- Libro de Inventarios y Balances
- Registro de Compras
- Registros de Ventas e Ingresos
- Y con más de 100 UIT debe llevar contabilidad completa.

DECLARACIÓN Y PAGOS A CUENTAS MENSUALES, DE ACUERDO CON ALGUNO DE LOS SIGUIENTES SISTEMAS DE CÁLCULO

- Sistema A): Método del Coeficiente sobre los Ingresos Netos mensuales
- Sistema B): Método del 2% de los Ingresos Netos mensuales
- Declaración anual y pago de regularización: 30% sobre la renta neta imponible.

RÉGIMEN ESPECIAL DEL IMPUESTO A LA RENTA (RER)

El 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: (SUNAT, 2015)

- a) Actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo.
- b) Actividades de servicios, entendiéndose por tales a cualquier Si tus ingresos netos anuales o de adquisiciones no serán mayores a S/.525, 000.

BAJO ESTE RÉGIMEN, TENDRÁS LAS SIGUIENTES OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Tipo de comprobante de pago que puedes emitir:

- Factura o boleta de venta.
- Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras que no dan derecho al crédito fiscal ni pueden utilizarse para sustentar gasto o costo con efectos tributarios.
- Guía de remisión – remitente y transportista.
- Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras que sustentan gasto o costo y dan derecho a crédito fiscal.
- Otros comprobantes autorizados por el Reglamento de comprobante de pago. Libros de contabilidad legalizados:
 - Registro de ventas.

- Registro de compras.

TRIBUTOS A LOS QUE ESTÁS AFECTO LOS SUJETOS AL REGIMEN ESPECIAL

- Impuesto a la Renta: pago de cuota mensual equivalente al 1.5% de tus ingresos netos mensuales.
- Impuesto General a las Ventas (IGV): Tasa del 18%
- Retenciones del IGV y Renta (contribuyentes no domiciliados, rentas de 2da. y 5ta. categoría).

NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO - NRUS

Es un régimen que facilita a los pequeños contribuyentes contribuir de una manera sencilla con el Perú. Consta de un solo pago mensual, que se calcula de acuerdo al monto de sus ingresos y compras realizadas. El Régimen Único Simplificado ha sido lanzado al mercado para facilitar y propiciar el aporte de pequeños empresarios al fisco en concordancia con su capacidad contributiva. (SUNAT, 2013)

REQUISITOS:

El ingreso bruto anual no debe superar los S/. 360,000 nuevos soles, así como también, el monto anual de las compras no será mayor a los S/. 360,000 nuevos soles.

A ESTE RÉGIMEN SE PUEDEN ACOGER:

Las personas naturales y sucesiones indivisas, que solo obtengan rentas de Tercera Categoría por realizar actividades empresariales. Ejemplo de ello tenemos a las librerías, bodegas, panaderías. Las personas naturales

no profesionales, domiciliadas en el país, que reciban rentas de cuarta categoría, pero, provenientes de actividades de oficios. Aquí encontramos, entre otros, a los electricistas, gasfiteros. Tengamos en cuenta: Que las personas naturales con negocio son personas físicas e individuales con capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones, y que desarrollan actividades empresariales a título personal.

OBLIGACIONES BÁSICAS EN EL NRUS:

Según (GANTO, 2014) resume lo siguiente:

- Pagar la cuota mensual hasta la fecha de vencimiento, según el último dígito de tu número de RUC, según el Cronograma de Obligaciones Tributarias.
- Emitir y entregar solo boletas de venta y/o tickets o cintas emitidas por máquina registradora (o tickets emitidos mediante sistemas informáticos declarados con el Formulario Virtual N° 845)
- Por las ventas menores o iguales a S/.5 no hay obligación de emitir boleta de venta, salvo que el comprador o usuario lo pida por un monto menor. En este último caso como vendedor o prestador de servicios deberás emitirla y entregarla.
- Al finalizar cada día emitir una sola boleta de venta, en la que sume el total de las ventas iguales o menores a S/.5 por las que no se hubiera emitido comprobante de pago, conservando el original y la copia para el control de la SUNAT.

- Sustentar sus compras con comprobantes de pago: facturas, tickets o cintas emitidas por máquina registradora, recibos por honorarios, recibos de luz, agua y/o teléfono, recibo de arrendamiento, entre otros.
- Archivar cronológicamente los comprobantes de pago que sustenten sus compras y ventas (copia SUNAT).

NO PUEDEN ACOGERSE AL RUS:

Personas No Comprendidas.

- A.** Las personas naturales y sucesiones indivisas que incurran en cualquiera de los siguientes supuestos:
- a)** Desarrollen sus actividades con más de 5 personas. Cuando se requiera más de un turno de trabajo, el número de personas es por cada turno. En el caso que perciban rentas de cuarta categoría, por las actividades de oficios, la prestación de sus servicios deberá realizarse en forma personal, no pudiendo contar con otro personal afectado a la actividad.
 - b)** Realicen sus actividades en más de una unidad de explotación, sea ésta de su propiedad o lo explote bajo cualquier forma de posesión.
 - c)** Desarrollen sus actividades en una unidad de explotación cuya área exceda de 100M².
 - d)** El valor de los activos fijos afectados a la actividad con excepción de los predios supere los 10 UIT.

- e) El precio unitario de venta de los bienes, en la realización de las actividades de comercio y/o industria supere los S/. 500.00 nuevos soles. Este parámetro no es aplicable a la venta de activos fijos.
 - f) En el caso de los que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de actividades de comercio y/o industria, cuando el monto de sus adquisiciones de bienes y/o servicios afectados a la actividad exceda de s/. 80000.00 en un cuatrimestre calendario. Los que obtengan rentas de tercera y/o cuarta categoría por la realización de actividades de oficios, cuando el monto de sus adquisiciones antes mencionadas exceda de S/. 40 000.00 en un cuatrimestre calendario.
 - g) El consumo de energía eléctrica afectada a la actividad en el cuatrimestre calendario exceda de 4 000 kilovatios – hora.
 - h) Su consumo total de servicio telefónico afectado a la actividad en el cuatrimestre calendario supere los S/. 4 000.00.
- B.** Del mismo modo no podrán acceder al presente Régimen las personas naturales y sucesiones indivisas que:
- a) Prestar el servicio de transporte de carga de mercancías (vehículos con capacidad de carga mayor o igual a 2 TM.).
 - b) Presten el servicio de transporte terrestre nacional o internacional de pasajeros.

- c)** Presten el servicio de transporte terrestre público urbano de pasajeros.
- d)** Efectúen y/o tramiten algún régimen, operación o destino aduanero; excepto los contribuyentes cuyo domicilio fiscal se encuentre en zona de frontera, quienes podrán realizar importaciones definitivas que no excedan de S/. 500.00 por cuatrimestre calendario.
- e)** Organicen cualquier tipo de espectáculo público.
- f)** Sean notario, martilleros, comisionistas y/o rematadores, agentes corredores de productos, de bolsa de valores y/o operadores especiales que realizan actividades en la bolsa de Productos; agentes de aduana y los intermediarios de seguros.
- g)** Sean titulares de negocios de casinos, tragamonedas y/u otros de naturaleza similar.
- h)** Sean titulares de agencias de viaje, propaganda y/o publicidad.
- i)** Realicen venta de inmuebles.
- j)** Desarrollen actividades de comercialización de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos.
- k)** Entreguen bienes en consignación.
- l)** Presten servicios de depósito aduaneros y terminales de almacenamiento.

- m) Realicen alguna de las operaciones gravadas con el Impuesto Selectivo al Consumo.

Beneficios:

- No tienen obligación de llevar libros contables.
- No deben declarar ni pagar: Impuesto a la Renta, IGV ni Impuesto de Promoción Municipal.
- Accesibilidad al Sistema SOL.

EMISION DE COMPROBANTES DE PAGO DE EMPRESAS ACOGIDAS A ESTE REGIMEN:

Las empresas bajo este régimen solo pueden emitir: Boletas de venta o tickets (o cintas de máquinas registradoras), estando impedidas de emitir facturas.

CATEGORIAS DEL NUEVO REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO

(SUNAT, 2013) Dentro del RUS encontramos 5 categorías, y dependerá de los ingresos y adquisiciones, pertenecer a una en específico; veamos el pago que se debe hacer en cada una de ellas:

- **Primera Categoría**, a esta categoría le corresponde pagar S/. 20.00 nuevos soles mensuales, si sus ingresos brutos por mes, no son mayores a los S/. 5000,00 nuevos soles y el total de sus adquisiciones, también no supere los 5000,00 nuevos soles.

- **Segunda Categoría**, la cuota mensual es de 50,00 nuevos soles, siendo sus ingresos brutos y sus adquisiciones, no mayores a los 8000 nuevos soles cada uno.
- **Tercera Categoría**, el pago será de 200,00 nuevos soles, solo si sus ingresos brutos y sus adquisiciones, no sean mayores a los 13 000,00 nuevos soles cada uno.
- **Cuarta Categoría**, la cuota mensual es de 400,00 nuevos soles, siendo sus ingresos brutos y sus adquisiciones, no mayores a los 20000,00 nuevos soles cada uno.
- **Quinta Categoría**, en esta última categoría encontramos a las empresas cuyos ingresos y adquisiciones, no superan los 60 000,00 nuevos soles cada uno, teniendo que pagar 600,00 nuevos soles por mes.

COMPROBANTES DE PAGO

(SUNAT, 2015) El Comprobante de Pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. El comprobante de pago es un documento formal que avala una relación comercial o de transferencia en cuanto a bienes y servicios se refiere. Artículo 1° de la Resolución de Superintendencia N° 007-99/SUNAT

IMPORTANCIA DE EMISIÓN Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE PAGO

- Cuando una persona vende un bien o presta un servicio y no da comprobante de pago se queda con el impuesto (IGV) que está incluido en el precio de dicho bien o servicio.

- Cuando una persona vende un bien o presta un servicio y no da Comprobante de Pago oculta sus operaciones, no anotándolas en sus libros contables y no pagando el impuesto que le corresponde.

TIPOS DE COMPROBANTES DE PAGO

(SUNAT, 2015) Existen varios tipos de comprobantes de pago y cada uno tiene un fin diferente, dependiendo de la actividad que usted realiza.

Documentos Exigidos Legalmente por la SUNAT:

- Factura
- Recibo por Honorarios
- Boleta de venta
- Liquidaciones de Compra
- Tickets o Cintas de Máquinas Registradoras

2.2. MARCO CONCEPTUAL

ACTIVIDAD.- Conjunto de tareas ejecutadas por uno o más trabajadores, que conforman el trabajo de una entidad.

ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN.- Transacciones tales como préstamos, cancelación de préstamos, obtención de capital, o distribución a los propietarios.

ACTIVIDADES DE OPERACIÓN. - Transacciones que intervienen en la determinación de la utilidad neta, con excepción de ganancias o pérdidas relacionadas con las actividades de financiación o de inversión. La categoría incluye transacciones como venta de bienes y servicios, y ejecución de costos y gastos. El impacto sobre el efectivo de estas transacciones se refleja en la sección actividades de operación de un estado de flujo de efectivo.

ARBITRIOS.- Son tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público.

BOLETA DE VENTA.- Las boletas de venta no permitirán ejercer derecho al crédito fiscal ni podrán sustentar costo y gasto para efecto tributario, salvo en los casos que la Ley lo permita y se debe identificar al adquirente o usuario con su Número de RUC, así como sus apellidos y nombres o razón social.

COMPROBANTE DE PAGO.- Documento que acredita la transferencia de bienes, su entrega en uso, o la prestación de servicios. Para ser considerado como tal, el comprobante de pago debe ser emitido y/o impreso conforme a las normas del reglamento de comprobantes de pago aprobado por la Sunat.

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

CONTRIBUYENTE.- Contribuyente es aquél que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria.

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.

DECRETO LEGISLATIVO.- Norma jurídica con rango de ley, emanada del poder ejecutivo en virtud de delegación expresa efectuada por el poder legislativo (es decir, mediante ley ordinaria).

DERECHOS.- Tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes públicos.

DETERMINACIÓN DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA.- Por el acto de la determinación de la obligación tributaria, El deudor tributario verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, señala la base imponible y la cuantía del tributo.

DINERO.- Medio de cambio; un documento, señal, o recurso, ya sea de metal o de papel, mediante el cual se efectúa el pago por el traspaso de valores de una persona a otra. El dinero es lo que pasa libremente de mano a mano dentro de una comunidad, y que se recibe en pago total por los productos y los servicios, sin referencia al carácter de la persona que lo entregar.

EFFECTIVO.- Cualquier tipo de moneda proveniente de la venta o prestación de un servicio por parte de cualquiera de las entidades de la organización: billetes, monedas, cheques, cheques de gerencia, y cualquier otro medio de intercambio que un banco aceptará en depósito.

EFICACIA.- Es el grado en que una actividad o programa alcanza sus objetivos, metas y otros efectos que se había propuesto. Este aspecto tiene que ver con los resultados del proceso de trabajo de la entidad, por lo que debe comprobarse que la producción o el servicio se complementen con la cantidad y calidad esperadas; y que sea socialmente útil el producto obtenido o el servicio prestado.

EFICIENCIA.- Se refiere a la relación entre los recursos consumidos (insumos) y la producción de bienes y servicios. La eficiencia se expresa como porcentaje, comparando la relación insumo – producción con un estándar aceptable (norma). La eficiencia aumenta en la medida en que un mayor número de unidades se producen utilizando una cantidad dada de insumos. Trabajar con eficiencia equivale a decir que la entidad debe desarrollar sus actividades siempre bien. Una actividad eficiente maximiza el resultado de un insumo dado o minimiza el insumo de un resultado dado.

EVASIÓN TRIBUTARIA.- Toda acción u omisión dolosa, violatoria de las disposiciones tributarias que tiene como objetivo la reducción total o parcial de la carga tributaria en provecho propio o de terceros. Corresponde a la descripción típica de un delito previsto en el código penal o de la ley penal tributaria vigente a la fecha de los hechos.

GASTO PÚBLICO.- Total de gastos realizados por el sector público, tanto en la adquisición de bienes y servicios como en la prestación de subsidios y transferencias.

HECHO IMPONIBLE.- Concepto utilizado en derecho tributario que marca el nacimiento de la obligación tributaria, siendo así uno de los elementos que constituyen el tributo.

IMPUESTO.- Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado. (Norma II del Título Preliminar del Código Tributario).

LICENCIAS.- Tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización.

MULTA.- Sanción pecuniaria (pago en dinero) que se aplica por la comisión de infracciones.

OBLIGACIÓN TRIBUTARIA.- La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. (Artículo 1º, Código Tributario).

PAGO.- Es la forma común de extinción de la obligación tributaria.

PERSONA NATURAL.- Conocida también como persona física, hace referencia a cualquier ser humano con capacidad de adquirir deberes y derechos jurídicos. Es una forma de representación legal dentro de la sociedad, independiente de la edad, el sexo o la religión.

PERSONERÍA JURÍDICA O PERSONALIDAD JURÍDICA.- Es el reconocimiento a un ser humano, una organización, una empresa u otro tipo de entidad para asumir una actividad o una obligación que produce una plena responsabilidad desde la mirada jurídica, tanto frente a sí mismo como respecto a otros.

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

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES.- Registro de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria que incluye información sobre toda persona natural o jurídica, sucesión indivisa, sociedades de hecho u otro ente colectivo sea peruano o extranjero, domiciliado o no en el país, que conforme a las leyes vigentes sea contribuyente y/o responsable de aquellos tributos que administra la SUNAT.

SANCION.- Pena establecida para el que infringe una ley o una norma legal. "sanción administrativa; sanción económica; sanción tributaria; sanción deportiva"

SUNAT.- La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) creada por Ley N° 24829 y conforme a su Ley General aprobada por Decreto Legislativo N°501 es una Institución Pública Descentralizada del Sector Economía y Finanzas, con personería jurídica de Derecho Público, con patrimonio propio y autonomía funcional, económica, técnica, financiera y administrativa, tiene por finalidad administrar y aplicar los procesos de

recaudación y fiscalización de los tributos internos, con excepción de los municipales y de aquellos otros que la Ley le señale, así como proponer y participar en la reglamentación de las normas tributarias.

TASA.- Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente. No es tasa el pago que se recibe por un servicio de origen contractual. Son especies de este género los arbitrios, los derechos y las licencias. (Norma II. c, Código Tributario).

TRIBUTACIÓN.- Se refiere al conjunto de obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, sus propiedades, mercancías; o servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transportes, comunicaciones, educación, sanidad, vivienda, etc.

TRIBUTO.- Prestación generalmente pecuniaria que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio, en virtud de una ley, para cubrir gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines. El Código Tributario rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos. Para estos efectos, el término genérico tributo comprende impuestos, contribuciones y tasas. (Norma II del Código Tributario).

UNIDAD IMPOSITIVA TRIBUTARIA UIT.- La Unidad Impositiva Tributaria (UIT) es un valor de referencia que puede ser utilizado en las normas tributarias para determinar las bases imponibles, deducciones, límites de afectación y demás aspectos de los tributos que considere conveniente el legislador.

2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.3,1. HIPOTESIS GENERAL.

Los bajos niveles de la cultura tributaria, influye directamente en la baja recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015

❖ VARIABLE INDEPENDIENTE

Cultura tributaria

○ INDICADORES

- Nivel de estudios
- Conocimientos tributarios
- Padrón de comerciantes
- Licencia municipal

➤ VARIABLE DEPENDIENTE

Recaudación tributaria

○ INDICADORES

- Deberes y obligaciones
- Conocimiento de normas
- Valores y actitudes
- Comprobantes de pago
- Regímenes tributarios

- Declaración y pago

HIPOTESIS ESPECÍFICAS.

Hipótesis Específica N° 1:

- a. La baja cultura tributaria incide directamente en el no pago de los impuestos de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015.

❖ VARIABLE INDEPENDIENTE

Cultura tributaria

○ INDICADORES

- Nivel de estudios
- Conocimientos tributarios

➤ VARIABLE DEPENDIENTE

pago de impuestos

○ INDICADORES

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

Hipótesis Específica N° 2:

- b. Los altos nivel de evasión repercuten en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia.

❖ VARIABLE INDEPENDIENTE

Evasión tributaria

○ INDICADORES

- Padrón de Asociación de comerciantes

➤ VARIABLE DEPENDIENTE

Recaudación tributaria

○ INDICADORES

- Licencia municipal
- Pago cuota del RUS
- Pago del IGV
- Pago del Impuesto a la Renta

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION

3.1.1. 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 por que 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.

3.1.2. 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

3.2. METODO DE LA INVESTIGACION:

Dentro de los métodos y técnicas empleadas en los procedimientos seguidos en las diversas operaciones básicas de la presente investigación, preparación y análisis de la información son:

- a) **Método descriptivo.** - Permite buscar los conocimientos para explicar, discutir, evaluar y ordenar los datos e informaciones con el fin de conocer los detalles y las características de todo lo que se investiga.
- b) **Método analítico.**- A través de este método se ha analizado la cultura tributaria, descomponiéndolo del todo en sus partes en elementos para dar a conocer sus características, causas y factores que afectan el desarrollo de la cultura tributaria.
- c) **Método sintético.**- A través de este método se ha utilizado para formular el marco teórico y el marco conceptual.

- d) **Método inductivo.** - Se utilizará este método para lograr objetivos en base a los objetivos planteados y para la formulación de conclusiones de la investigación en base a los resultados.

3.3. POBLACION Y MUESTRA DE LA INVESTIGACION

3.3.1. POBLACION

La población estratificada para los fines de la presente investigación está conformada por los comerciantes de diferentes rubros, por las características del estudio y la mayor concentración, por lo tanto, la población en estudio es finita

CUADRO 01
MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA
CANTIDAD DE COMERCIANTES

RUBRO	NUMERO DE COMERCIANTES
SECCION TEXTIL	89
SECCION ABARROTES	83
SECCION FRUTAS Y VERDURAS	15
SECCION LACTEOS Y QUESOS	17
SECCION CARNES	20
SECCION CALZADOS	59
TOTAL	283

FUENTE: Padrón de Comerciantes mercado central del distrito de Santa Lucia)

3.3.2. MUESTRA

Para el presente trabajo de investigación se utilizará el método de muestreo siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

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

σ : Desviación estándar S= 0.5

N= Tamaño de la población

Reemplazando se obtiene la siguiente muestra para el presente trabajo de investigación y está conformada por 163 comerciantes.

3.4. SELECCIÓN DE LA MUESTRA

A través del método probabilístico lo cual se eligió al número de comerciantes por rubro.

3.4.1. ESTABLECIENDO LA MUESTRA POR AFIJACIÓN PROPORCIONAL AL TAMAÑO DEL ESTRATO

$$n_h = \frac{N_h * n}{N}$$

➤ **SECCION TEXTIL**

$$n_1 = \frac{89 * 163}{283} = 51$$

➤ **SECCION ABARROTES**

$$n_1 = \frac{83 * 163}{283} = 48$$

➤ **SECCION FRUTAS Y VERDURAS**

$$n_1 = \frac{15 * 163}{283} = 9$$

➤ **SECCION LACTEOS Y QUESOS**

$$n_1 = \frac{17 * 163}{283} = 10$$

➤ **SECCION CARNES**

$$n_1 = \frac{20 * 163}{283} = 11$$

➤ **SECCION CALZADOS**

$$n_1 = \frac{59 * 163}{283} = 34$$

**CUADRO 02
SELECCIÓN DE COMERCIANTES POR RUBROS**

RUBRO	NUMERO DE COMERCIANTES
SECCION TEXTIL	51
SECCION ABARROTES	48
SECCION FRUTAS Y VERDURAS	9
SECCION LACTEOS Y QUESOS	10
SECCION CARNES	11
SECCION CALZADOS	34
TOTAL	163

FUENTE: Elaboración propia 2015.

3.5. TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

Mediante este método se procederá a la recopilación de información requerida para el estudio.

3.5.1. ENTREVISTA

Es la técnica que nos guiara a conocer el pensamiento de las personas, como es su cultura tributaria.

3.5.2. ENCUESTA

Se ha preparará preguntas relacionas a la investigación, se aplicará un cuestionario diseñado de acuerdo a la realidad en que se practica la cultura tributaria en los comerciantes del mercado central del Distrito de santa lucia.

3.5.3. CUESTIONARIOS

Se utilizarán preguntas que contiene alternativas y que han sido delimitadas, preguntas dicotómicas el tipo más sencillo es si/no.

3.6. TECNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

El procedimiento de la información recopilada implica la clasificación de la información obtenida en los documentos observados y el registro de información hallada:

- sé analizara la información obtenida a través de entrevistas, cuestionarios, cuadros estadísticos y análisis de documentos.
- Se recopilará información mediante encuestas y se clasificará de acuerdo a los rubros.
- Se tabulará y ordenará mediante cuadros
- Se procederá a analizar y hacer cuadros estadísticos a través de programa Microsoft Excel.

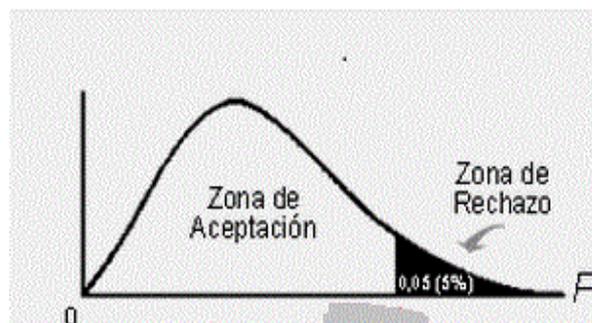
3.6.2. ESTRATEGIAS DE VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

ESTADÍSTICO PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

- 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:
- H₀ 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 esperadas en esas categorías, obtenidas en base de la distribución normal de probabilidades, cualquier diferencia que se advierte debe provenir solamente del azar.
- H₁ 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 cuadrada 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 $\chi^2(gl) = \sum (O_i - E_i)^2 E_i$
- F.7. toma de decisiones.

GRAFICO 01
TOMA DE DECISIONES



CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. EVALUAR LA INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL PAGO DE LOS IMPUESTOS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015

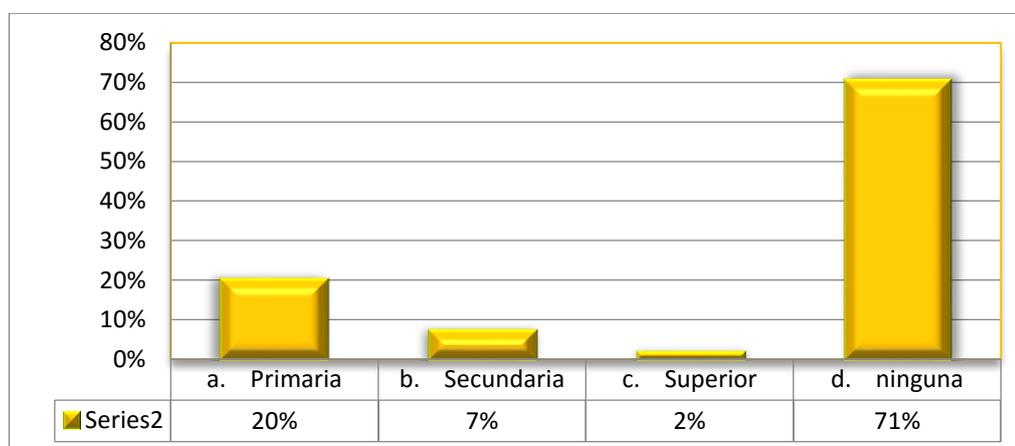
En este presente capitulo se presentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, se muestran los datos en cuadros y gráficos, la correspondiente descripción y análisis de la información obtenida como resultado de aplicación de la técnica de la recolección de datos, como lo es la encuesta, entrevista simple y comprensión sobre impuestos, conoceremos cual es el nivel de influencia de la cultura tributaria en el pago de los impuestos de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia.

CUADRO 03
NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a. Primaria	33	20%
b. Secundaria	12	7%
c. Superior	3	2%
d. ninguna	115	71%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 02
NIVEL DE ESTUDIOS
 (Expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 03

En el cuadro 03 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 33 comerciantes cuentan con en nivel de estudios de educación primaria; y esta representa el 20% del total de muestra estudiada, de los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 3.1% abarrotes, el 3.7% frutas y verduras, el 2.5% lácteos y quesos, 3.7% carnes y 4.9% rubro calzados.

- 12 comerciantes cuentan con en nivel de estudios de educación secundaria; y está representada el 7% del total de muestra estudiada, de los cuales el 0.6% son del rubro textil, el 2.5% abarrotes, el 1.8% frutas y verduras, el 0.6% lacteos y quesos, 0.6% carnes y 1.2% rubro calzados.
- 3 comerciantes cuentan con nivel de estudios de educación superior; y está representa el 2% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.2% son del rubro textil, el 0.0% abarrotes, el 0.0 % frutas y verduras, el 0.0% lácteos y quesos, 0.0% carnes y 0.6% rubro calzados.
- 115 comerciantes no cuentan con ningún nivel de estudios; y está representa el 71% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8% son del rubro textil, el 14.1% abarrotes, el 17.2 % frutas y verduras, el 14.7% lácteos y quesos, 7.4% carnes y 9.2% rubro calzados.

Según el Gráfico 02, podemos concluir que Los Comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia a nivel de la población en estudio y según nuestra muestra planteada: la mayoría de los comerciantes no cuentan con nivel de instrucción en un porcentaje de 71% y una cantidad mínima tiene educación superior, según estos resultados podemos decir que el nivel de educación con que cuentan, es un factor determinante, ya que no contar con nivel instrucción significa no tener conocimiento de cultura tributaria. También en la entrevista que logramos la mayoría de los comerciantes nos mencionaron que, no estudiaron porque se dedicaron al comercio desde que tienen uso de razón, El Nivel de estudios hace que la persona sea más instruida.

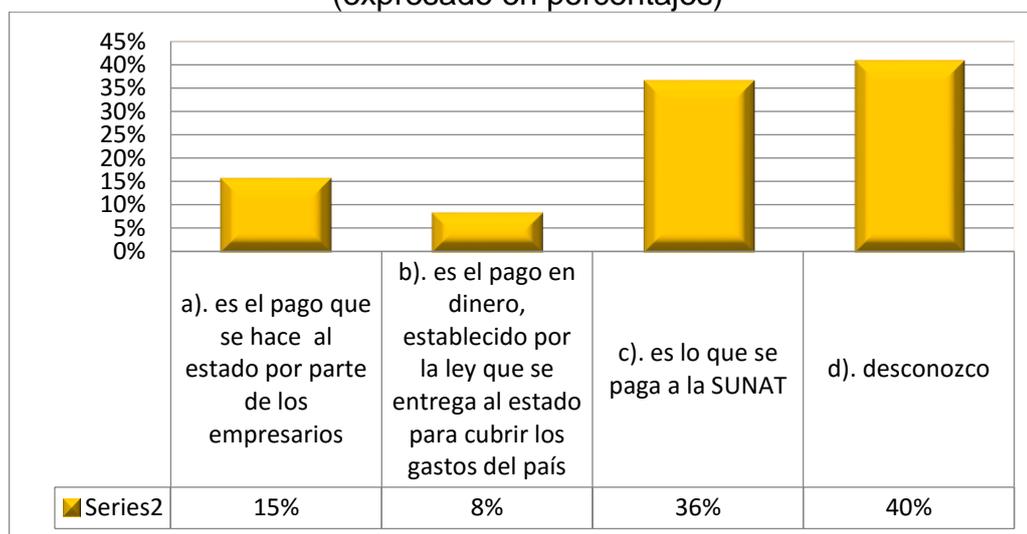
CUADRO 04
CONOCIMIENTO SOBRE IMPUESTOS DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO
2015

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). es el pago que se hace al estado por parte de los empresarios	25	15%
b). es el pago en dinero, establecido por la ley que se entrega al estado para cubrir los gastos del país	13	8%
c). es lo que se paga a la SUNAT	59	36%
d). desconozco	66	40%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 03
CONOCIMIENTO SOBRE IMPUESTOS
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 04

En el cuadro 04 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 25 comerciantes afirman que los impuestos son el pago que se hace al estado por parte de los empresarios; y esta representa el 15% del total de muestra estudiada, de los cuales el 0.6% son del rubro textil, el 3.1% abarrotes, el 3.7% frutas y verduras, el 1.8% lácteos y quesos, 3.7% carnes y 2.5 % rubro calzados.
- 13 comerciantes tienen idea o creen que los impuestos son el pago en dinero, establecido por la ley que se entrega al estado para cubrir los gastos del país; y está representada el 8% del total de muestra estudiada, de los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 1.2% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 0.6% carnes y 1.2% rubro calzados.
- 59 comerciantes afirman que es lo que se paga a la SUNAT; y esta presenta el 36% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.2% son del rubro textil, el 8.6% abarrotes, el 7.4 % frutas y verduras, el 1.8% lácteos y quesos, 6.1% carnes y 11% rubro calzados.
- 66 comerciantes tienen total desconocimiento; y está representa el 40% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8.6% son del rubro textil, el 3.1% abarrotes, el 5.5 % frutas y verduras, el 7.4% lácteos y quesos, 6.7% carnes y 9.2% rubro calzados. En resumen, la mayoría de los comerciantes desconocen sobre el pago de impuestos, porque la mayoría de los comerciantes no cuenta con ningún tipo de nivel de estudios

Según nuestro gráfico 03, en conclusión podemos afirmar según nuestra encuesta y entrevista realizada que los comerciantes en un porcentaje alto de 40% aducen que desconocen, mencionan que ellos no tienen conocimiento sobre el tema, en un promedio de 36% según nuestra encuesta y entrevista realizada aducen que de todas maneras se debe de

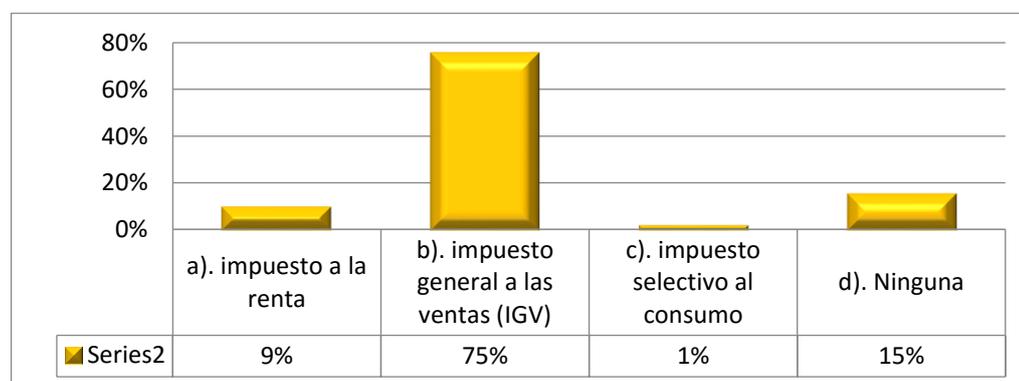
pagar a la SUNAT; en un promedio de 15% de los comerciantes respondieron según nuestra encuesta y entrevista realizada que aducen que los impuestos son el pago que se hace al estado por parte de los empresarios, mencionan que ellos son los que ganan más y por ende contribuyen al estado; en un promedio de 8% de los comerciantes respondieron según nuestra encuesta y entrevista realizada aducen que los impuestos son el pago en dinero, establecido por la ley que se entrega al estado para cubrir los gastos del país.

CUADRO 05
CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNO DE ESTOS IMPUESTOS DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA
LUCIA, PERIODO 2015.
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). impuesto a la renta	15	9%
b). impuesto general a las ventas (IGV)	122	75%
c). impuesto selectivo al consumo	2	1%
d). ninguna	24	15%
TOTAL	163	100.0%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 04
CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNOS DE ESTOS IMPUESTOS
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 05

En el cuadro 05 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 15 comerciantes afirman que conocen el impuesto a la renta; y esta representa el 9% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.8% son del rubro textil, el 2.5% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 1.2% lácteos y quesos, 0.0% carnes y 3.1 % rubro calzados.
- 122 comerciantes indican que conocen el impuesto general a las ventas; y está representada el 75% del total de muestra estudiada, de los cuales el 14.7% son del rubro textil, el 26.4% abarrotes, el 5.5% frutas y verduras, el 1.8% lacteos y quesos, 4.9% carnes y 21.5% rubro calzados.
- 02 comerciantes afirman que conocen el impuesto selectivo al consumo; y está representa el 1% del total de muestra estudiada, de los cuales el 0.0% son del rubro textil, el 1.2% abarrotes, el 0.0% frutas y verduras, el 0.0% lácteos y quesos, 0.0% carnes y 0.0% rubro calzados.
- 24 comerciantes afirman que no conocen ninguno de estos impuestos; y está representa el 15% del total de muestra estudiada, de los cuales el 4.9% son del rubro textil, el 1.2% abarrotes, el 2.5% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 3.7% carnes y 1.8% rubro calzados.

Según el Gráfico 04, podemos concluir que Los Comerciantes del Mercado central del distrito de santa lucia, tienen conocimientos sobresalientes según nuestras estadísticas a cerca de Impuesto General a las Ventas, seguidamente desconocen los impuestos mencionados y un bajo nivel de conocimiento en Impuesto a la Renta e Impuesto selectivo al consumo, según nuestras entrevistas realizadas el Impuesto General a las

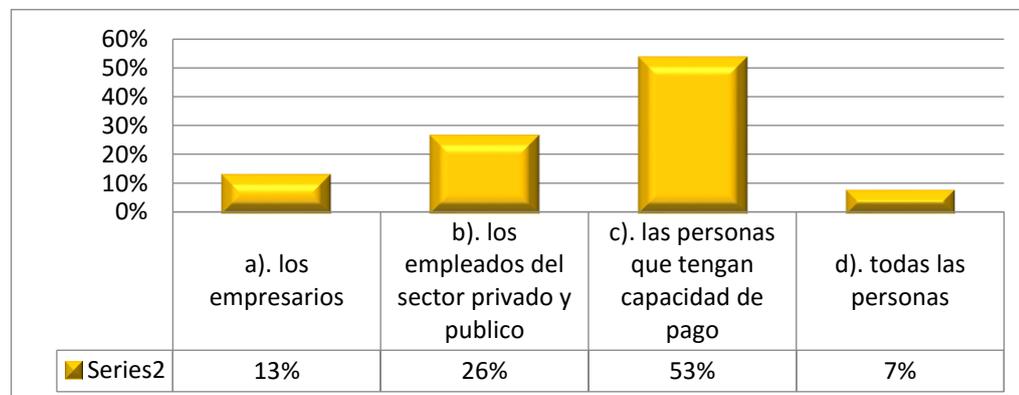
Ventas es conocido por los comerciantes debido a lo pagan que en los servicios públicos como es el Agua, luz y en algunos casos teléfonos. el Impuesto selectivo al consumo tienen conocimiento los comerciantes debido a que algunas se dedican a la venta de bebidas y finalmente el Impuesto a la Renta es conocido debido a que según mencionan lo pagan empresarios de sus ganancias.

CUADRO 06
CONOCIMIENTO SOBRE QUIENES DEBEN PAGAR IMPUESTOS
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA
LUCIA, PERIODO 2015.
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANENTES	%
a). los empresarios	21	13%
b). los empleados del sector privado y publico	43	26%
c). las personas que tengan capacidad de pago	87	53%
d). todas las personas	12	7%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 05
CONOCIMIENTO SOBRE QUIENES DEBEN PAGAR LOS IMPUESTOS
(expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 06

En el cuadro 06 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 21 comerciantes opinan que los impuestos deben pagar los empresarios; y esta representa el 13% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.8% son del rubro textil, el 1.2% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 2.5% lácteos y quesos, 3.7% carnes y 3.1 % rubro calzados.
- 43 comerciantes contestaron que los impuestos deben pagar los empleados del sector privado y público; y está representada el 26% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8% son del rubro textil, el 2.5% abarrotes, el 1.2% frutas y verduras, el 9.2% lácteos y quesos, 3.7% carnes y 1.8% rubro calzados.
- 87 comerciantes manifiestan que deben pagar todas las personas que tengan capacidad de pago; y está representada el 53% del total de muestra estudiada, de los cuales el 17.2% son del rubro textil, el 9.2% abarrotes, el 5.5% frutas y verduras, el 3.7% lácteos y quesos, 4.9% carnes y 12.9% rubro calzados.
- 12 comerciantes opinan que deben pagar todas las personas; y está representada el 7% del total de muestra estudiada, de los cuales el 0.6% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 2.5% carnes y 1.2% rubro calzados.

Según nuestro gráfico 05, en conclusión podemos afirmar según nuestra encuesta y entrevista realizada que los comerciantes en un porcentaje alto de 53% aducen que deben pagar las personas que tienen capacidad de pago, mencionaron que deben pagar impuesto los que tienen

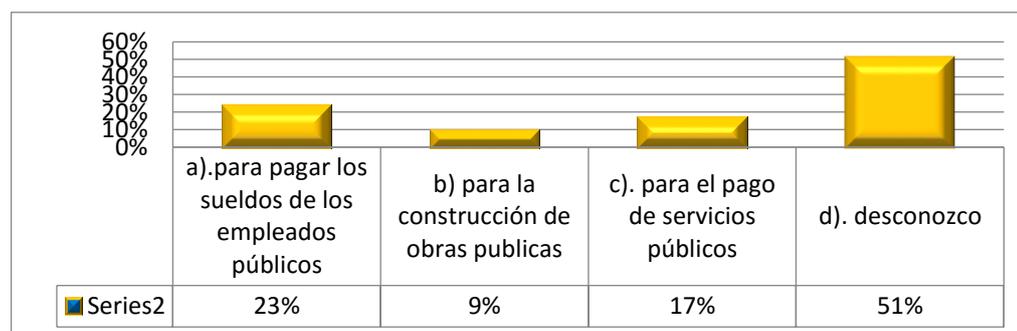
la posibilidad de pagar impuestos; en un promedio del 26% según nuestra encuesta y entrevista realizada aducen que los trabajadores del sector privado y/o publico deberían de pagar impuestos al estado ya que son ellos los que tiene un sueldo fijo, en un porcentaje de 13% aducen que deben de pagar los empresarios , mencionan que ellos son los que ganan más y por ende deben de contribuir al estado y en un promedio de 7% los comerciante respondieron según nuestra encuesta y entrevista realizada que todos deberíamos de pagar impuestos ya que estos nos ayudarían a salir adelante en el país que vivimos.

CUADRO 07
CONOCIMIENTO SOBRE PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS,
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA
LUCIA, PERIODO 2015.
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a).para pagar los sueldos de los empleados públicos	38	23%
b) para la construcción de obras publicas	15	9%
c). para el pago de servicios públicos	27	17%
d). desconozco	83	51%
TOTAL	163	100.%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 06
CONOCIMIENTO SOBRE PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 07

En el cuadro 07 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 38 comerciantes tienen conocimiento que los impuestos sirven para pagar los sueldos de los empleados públicos; y esta representa el 23% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.8% son del rubro textil, el 1.2% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 2.5% lácteos y quesos, 3.7% carnes y 3.1 % rubro calzados.
- 15 comerciantes tienen como conocimiento que los impuestos sirven para la construcción de obras públicas; y está representada el 9% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8% son del rubro textil, el 6.1% abarrotes, el 3.1% frutas y verduras, el 1.2% lácteos y quesos, 1.8% carnes y 3.1% rubro calzados.
- 27 comerciantes tienen como conocimiento que los impuestos sirven para el pago de los servicios públicos; y está representada el 17% del total de muestra estudiada, de los cuales el 4.3% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 2.5% frutas y verduras, el 3.7% lácteos y quesos, 1.2% carnes y 3.1% rubro calzados.
- 83 comerciantes no tienen ningún conocimiento sobre para que sirven los impuestos; y está representada el 51% del total de muestra estudiada, de los cuales el 7.4% son del rubro textil, el 6.7% abarrotes, el 12.9% frutas y verduras, el 6.7% lácteos y quesos, 7.4% carnes y 9.8% rubro calzados.

Según el Gráfico 06, podemos concluir que los Comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia, no tienen conocimientos tributarios a cerca del destino de nuestros impuestos, la mayor parte de

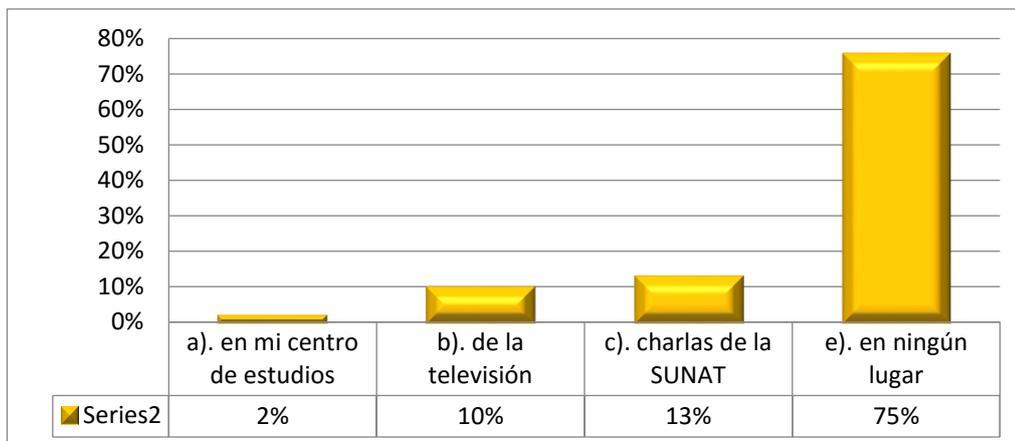
nuestros encuestados en un promedio de 51% desconoce el destino de los impuestos que cobra el Estado a través de su entre rector que es la SUNAT, seguidamente de un promedio de 23% responde que el destino de los impuestos es para el pago del sueldo de empleados públicos, aduciendo según nuestra entrevista que los sueldos son para los que trabajan en los municipalidades, en un promedio de 17% indica que el destino de los impuestos es para pago de servicios públicos por ejemplo está el agua, desagüe y luz puesto que en el Distrito de Santa Lucia este servicio depende económicamente de la municipalidad. responden que es para la construcción de obras públicas indicado según nuestra entrevista que es para construcción de hospitales, colegios jardines entre otras y finalmente 9% Según nuestra encuesta los comerciantes no tienen conocimientos acerca del destino de los impuestos

CUADRO 08
DONDE APRENDIO ACERCA DE LOS IMPUESTOS
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA
LUCIA, PERIODO 2015.
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). en mi centro de estudios	3	2%
b). de la televisión	16	10%
c). charlas de la SUNAT	21	13%
e). en ningún lugar	123	75%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 07
DONDE APRENDIO ACERCA DE LOS IMPUESTOS
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 08

En el cuadro 08 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 3 comerciantes obtuvieron conocimientos en el centro educativo; y esta representa el 2% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.2% son del rubro textil, el 0.0% abarrotes, el 0.0% frutas y verduras, el 0.0% lácteos y quesos, 0.0% carnes y 0.6% rubro calzados.
- 16 comerciantes obtuvieron conocimientos atreves de la televisión; y está representada el 10% del total de muestra estudiada, de los cuales el 3.1% son del rubro textil, el 2.5% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 1.8% lácteos y quesos, 1.2% carnes y 0.6% rubro calzados.
- 21 comerciantes conocieron el tema atreves de las charlas de la SUNAT; y está representa el 13% del total de muestra estudiada, de los cuales el 6.1% son del rubro textil, el 0.6% abarrotes, el 0.0% frutas y verduras, el 1.2% lácteos y quesos, 0.6% carnes y 4.3% rubro calzados.

- 123 comerciantes en ningún lugar; y está representa el 75% del total de muestra estudiada, de los cuales el 20.2% son del rubro textil, el 13.5% abarrotes, el 9.2% frutas y verduras, el 11% lácteos y quesos, 8% carnes y 13.5% rubro calzados.

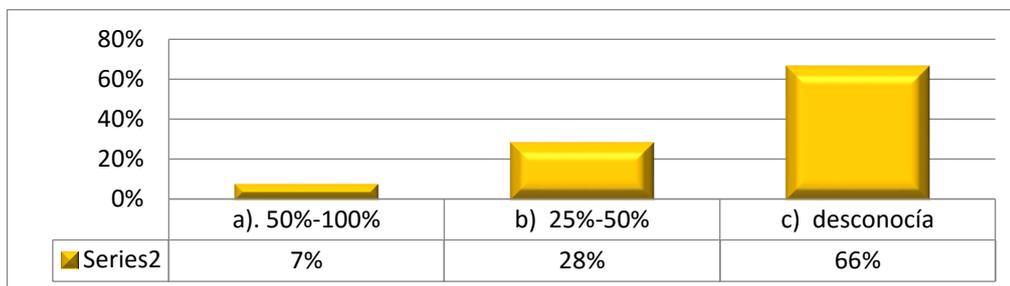
Según nuestro gráfico 07, en conclusión podemos afirmar según nuestra encuesta y entrevista realizada que los comerciantes en un porcentaje alto de 75% aduce que nunca asistió a charlas informativas acerca de impuestos, en un promedio de 13% indican que cuando fueron a pagar sus impuestos fue invitado a las charlas organizadas por la SUNAT, según nuestra encuesta y entrevista realizada aducen en un promedio de 10% los comerciante respondió según nuestra encuesta y entrevista realizada que vio algunas spot publicitarios en televisión, según nuestra encuesta y entrevista realizada aducen en un promedio de 2% aduce que aprendió en su centro de estudios porque el profesor dicto una clase sobre comprobantes de pago.

CUADRO 09
EN EL AÑO 2015: CUÁNTO CREE UD. QUE SABIA SOBRE
TRIBUTACIÓN, COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL
DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). 50%-100%	11	7%
b) 25%-50%	45	28%
c) desconocía	107	66%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 08
EN EL AÑO 2015: CUÁNTO CREE UD. QUE SABIA SOBRE
TRIBUTACIÓN
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 09

En el cuadro 09 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 11 comerciantes indican que en el año 2015 tenían un conocimiento sobre tributación entre 50%-100%; y esta representa el 7% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.2% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 2.5% lácteos y quesos, 0.0% carnes y 0.6% rubro calzados.
- 45 comerciantes indican que en el año 2015 tenían un conocimiento sobre tributación entre 25%-50%; y está representada el 28% del total de muestra estudiada, de los cuales el 12.9 % son del rubro textil, el 6.1% abarrotes, el 2.5% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 1.8% carnes y 3.7% rubro calzados.
- 107 comerciantes indican que en el año 2015 desconocían sobre el tema de tributación; y está representa el 66% del total de muestra estudiada, de los cuales el 14.1% son del rubro textil, el 11.7% abarrotes, el 8.6% frutas y verduras, el 7.4% lácteos y quesos, 6.1% carnes y 17.8% rubro calzados.

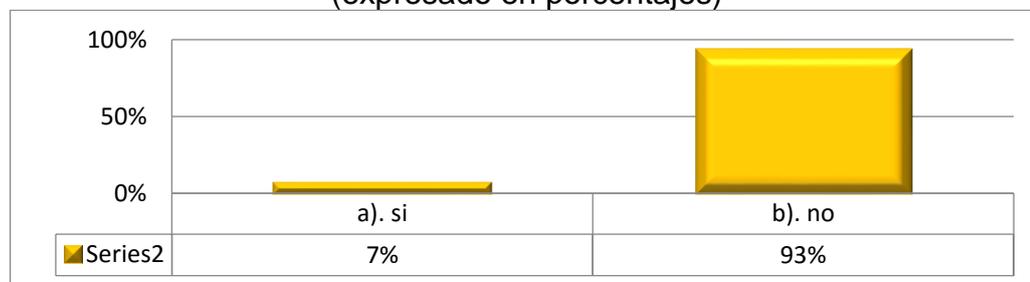
Según nuestro gráfico 08, en conclusión podemos afirmar según nuestra encuesta y entrevista realizada que los comerciantes en un porcentaje alto de 66% indican que desconocen que en el año 2015 no aprendieron sobre tributación porque se dedican a su negocio y no les da tiempo de informarse, en un promedio de 28% indica que aprendió del 25% - 50% porque vio spot publicitarios por televisión o escucho por medio de la radio, según nuestra encuesta y entrevista realizada aducen en un promedio de 7% los comerciante según nuestra encuesta y entrevista realizada aprendió del 50% - 100% porque asistió algunas charlas informativas organizadas por la SUNAT.

CUADRO 10
CONOCIMIENTO SOBRE LA DECLARACIÓN PDTs COMERCIANTES
DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO
2015.
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
a). si	11	7%
b). no	152	93%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 09
CONOCIMIENTO SOBRE LA DECLARACIÓN PDTs
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 10

En el cuadro 10 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 11 comerciantes si tienen conocimiento sobre la declaración PDTs; y está representada el % del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.2% son del rubro textil, el 0.6% abarrotes, el 1.8% frutas y verduras, el 0.0% lácteos y quesos, 0.0% carnes y 3.1% rubro calzados.
- 152 comerciantes no tienen conocimiento sobre la declaración PDTs; y está representada el 93% del total de muestra estudiada, de los cuales el 30.7% son del rubro textil, el 8.6% abarrotes, el 19.6% frutas y verduras, el 6.7% lácteos y quesos, 7.4% carnes y 20.2% rubro calzados.

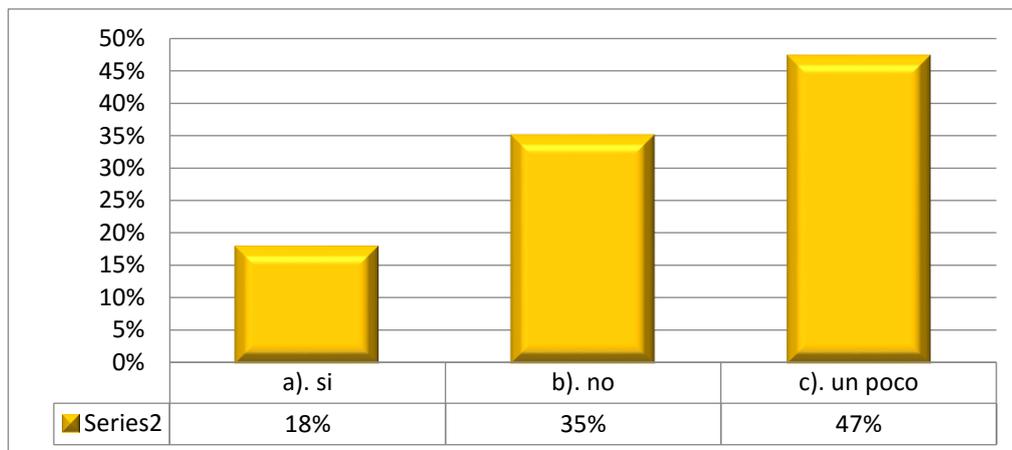
Según nuestro gráfico 09, en conclusión, podemos afirmar según nuestra encuesta y entrevista realizada que los comerciantes en un porcentaje alto de 93% indican que no tienen conocimiento sobre declaración de PDTs porque se acogieron al RUS 7% indican que si tienen conocimiento sobre la declaración de PDTs porque se acogieron al régimen especial del impuesto a la renta.

CUADRO 11
CONOCIMIENTO SOBRE LOS COMPROBANTES DE PAGO
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA
LUCIA, PERIODO 2015.
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	29	18%
b). no	57	35%
c). un poco	77	47%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 10
CONOCIMIENTO SOBRE LOS COMPROBANTES DE PAGO
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 11

En el cuadro 11 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 29 comerciantes tienen conocimiento sobre los comprobantes de pago; y esta representa el 18% del total de muestra estudiada, de los cuales el 4.9% son del rubro textil, el 2.5% abarrotes, el 1.2% frutas y verduras, el 1.8% lácteos y quesos, 2.5% carnes y 4.9% rubro calzados.
- 57 comerciantes no tienen conocimiento sobre los comprobantes de pago; y está representada el 35% del total de muestra estudiada, de los cuales el 3.1% son del rubro textil, el 7.4% abarrotes, el 8% frutas y verduras, el 10.4% lácteos y quesos, 4.9% carnes y 1.2 % rubro calzados.
- 77 comerciantes afirman que tienen un poco de conocimiento sobre los comprobantes de pago; y está representa el 47% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8% son del rubro textil, el 14.1% abarrotes, el 7.4% frutas y verduras, el 6.1% lácteos y quesos, 4.9% carnes y 6.7% rubro calzados.

Según el gráfico 10, podemos concluir que los Comerciantes del Mercado central del distrito de Santa Lucia nuestra encuesta y entrevista realizada que en un promedio de 47% mencionan que tienen un poco de conocimiento sobre los comprobantes de pago, porque les entregaron una boleta o factura cuando adquirieron de mercaderías, en un promedio de 35% no tiene conocimiento sobre comprobantes de pago porque muchas veces no exigen comprobante de pago, en un promedio de 18% si tienen conocimiento de los comprobantes de pago, indicaron que ellos exigen comprobantes de pago para realizar sus declaraciones mensuales

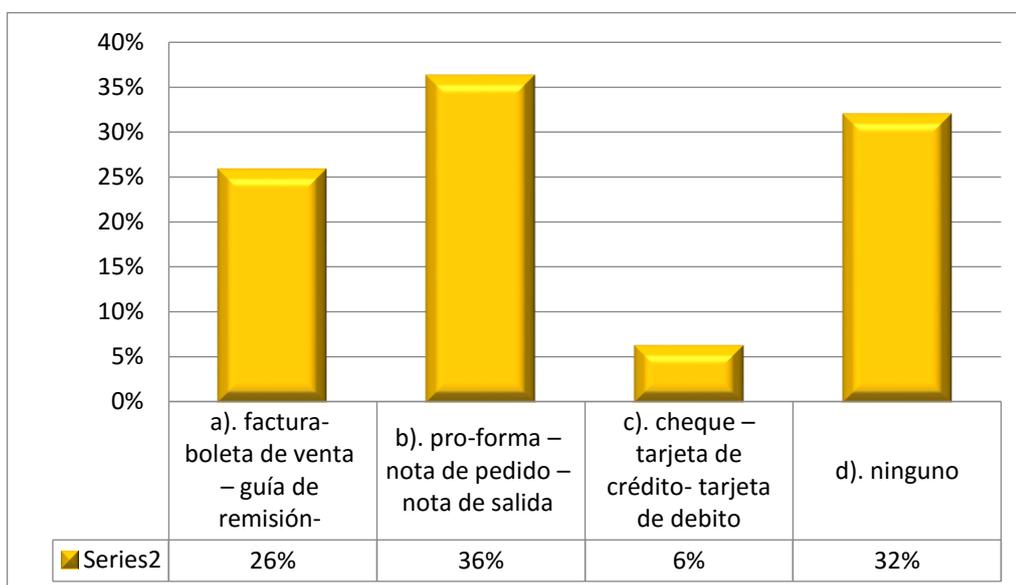
CUADRO 12
CONOCIMIENTO SOBRE CUÁL DE ESTOS SON COMPROBANTES DE PAGO COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). factura- boleta de venta – guía de remisión-	42	26%
b). pro-forma – nota de pedido – nota de salida	59	36%
c). cheque – tarjeta de crédito- tarjeta de debito	10	6%
d). ninguno	52	32%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 11
CONOCIMIENTO SOBRE CUÁL DE ESTOS SON COMPROBANTES DE PAGO
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 12

En el cuadro 12 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 42 comerciantes indican que son comprobantes de pago las factura - boleta de venta – guía de remisión; y esta representa el 26% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8% son del rubro textil, el 11.7% abarrotes, el 1.2% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 1.8% carnes y 2.5% rubro calzados.
- 59 comerciantes indican se son comprobantes de pago las pro forma - nota de pedido – nota de salida; y está representada el 36% del total de muestra estudiada, de los cuales el 6.7% son del rubro textil, el 8.6% abarrotes, el 1.8% frutas y verduras, el 6.7% lácteos y quesos, 4.3% carnes y 8% rubro calzados.

- 10 comerciantes indican que son comprobantes de pago los cheques – tarjetas de crédito – tarjetas de débito; y está representa el 6% del total de muestra estudiada, de los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 0.6% abarrotes, el 1.2% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 0.0% carnes y 1.2% rubro calzados.
- 52 comerciantes no conocen bien los comprobantes de pago, y está representa el 32% del total de muestra estudiada, de los cuales el 3.7% son del rubro textil, el 4.9% abarrotes, el 15.3% frutas y verduras, el 2.5% lácteos y quesos, 4.3% carnes y 1.2% rubro calzados.

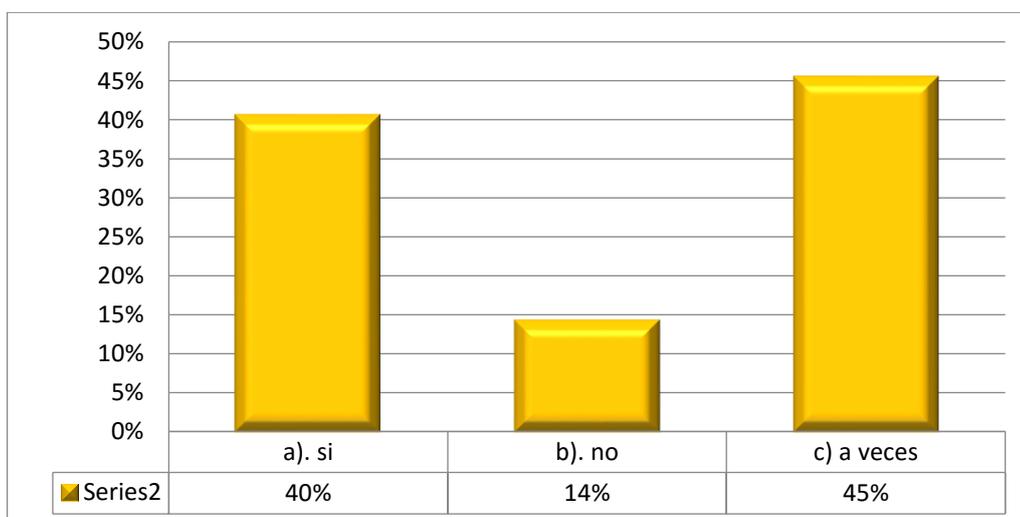
Según el gráfico 11, en conclusión podemos afirmar que Los Comerciantes del Mercado central del distrito de Santa Lucia, según nuestra encuesta y entrevista realizada en un promedio de 36% comerciantes indican se son comprobantes de pago las pro forma - nota de pedido – nota de salida indicaron que consideran comprobantes porque cuando realizan sus compras les entregan una pro- forma, debido a ello los comerciantes consideran que son comprobantes de pago, en un promedio de 32% no tiene conocimiento sobre comprobantes de pago, 26% indican que son comprobantes de pago las factura -boleta de venta – guía de remisión según entrevista mencionan que al adquirir mercaderías les entregan factura o boleta y es por ello que reconocen como comprobantes de pago, un promedio del 6% de comerciantes indican que son comprobantes de pago los cheques – tarjetas de crédito – tarjetas de débito.

CUADRO 13
EN LAS VENTAS QUE REALIZA, EMITE COMPROBANTES DE PAGO
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	66	40%
b). no	23	14%
c) a veces	74	46%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 12
EN LAS VENTAS QUE REALIZA, EMITE COMPROBANTES DE PAGO
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 13

En el cuadro 13 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 66 comerciantes indican que si emiten comprobantes de pago; y esta representa el 40% del total de muestra estudiada, de los cuales el 12.3%

son del rubro textil, el 8% abarrotes, el 2.5% frutas y verduras, el 10.4% lácteos y quesos, 3.1% carnes y 4.3% rubro calzados.

- 23 comerciantes que no emiten comprobantes de pago; y está representada el 14% del total de muestra estudiada, de los cuales el 3.7% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 3.1% frutas y verduras, el 1.2% lácteos y quesos, 3.1% carnes y 1.2 % rubro calzados.
- 74 comerciantes afirman que emiten de ves e cuando; y está representa el 46% del total de muestra estudiada, de los cuales el 9.2% son del rubro textil, el 4.9% abarrotes, el 5.5% frutas y verduras, el 4.3% lácteos y quesos, 8.6% carnes y 12.9% rubro calzados.

Según el gráfico 12, en conclusión podemos afirmar que Los Comerciantes del Mercado central del Santa Lucia, según nuestra encuesta y entrevista realizada en un promedio de 46% emite comprobantes de pago a veces indican que emite factura o boleta cuando el cliente se lo exige, en un promedio de 40% emite comprobantes de pago esto debido a que se encuentran en el régimen especial del impuesto a la renta o acogidos en el régimen general y en un promedio de 14% no emite ningún tipo de comprobante de pago esto debido a que no se encuentran inscritos en ningún régimen tributario y/o no tiene conocimiento acerca de cultura tributaria, nos mencionaron en nuestras entrevistas también que no emiten porque no saben cómo inscribirse la SUNAT.

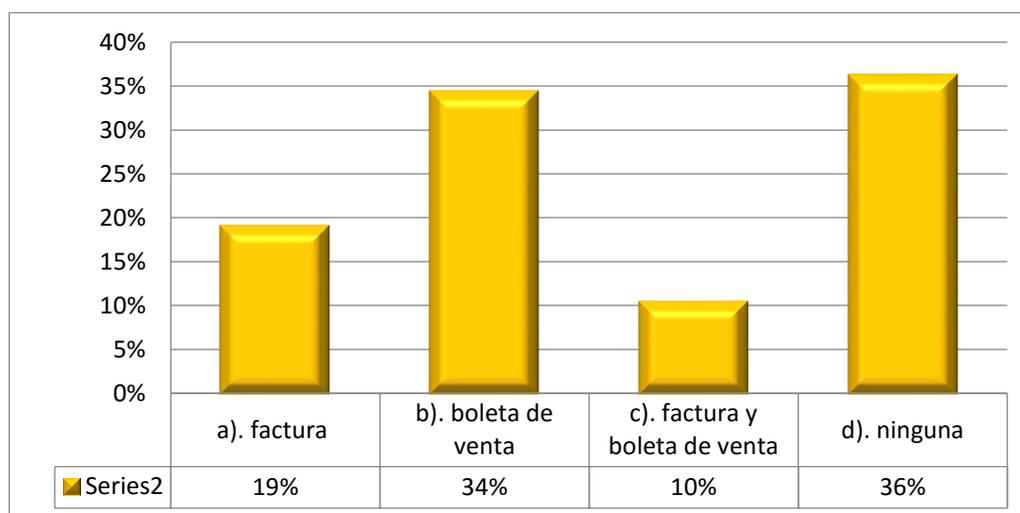
CUADRO 14
QUE COMPROBANTES DE PAGO EMITE EN VENTAS QUE REALIZA
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA
LUCIA, PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). factura	31	19%
b). boleta de venta	56	34%
c). factura y boleta de venta	17	10%
d). ninguna	59	36%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO N° 13
QUE COMPROBANTES DE PAGO EMITE EN VENTAS QUE REALIZA
(expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 14

En el cuadro 14 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 31 comerciantes indican que emiten factura cuando realizan sus ventas; y esta representa el 19% del total de muestra estudiada, de los cuales el

- 3.1% son del rubro textil, el 9.2% abarrotes, el 1.8% frutas y verduras, el 1.2% lácteos y quesos, 0.6% carnes y 3.1% rubro calzados.
- 56 comerciantes indican que emiten boletas de venta cuando realizan sus ventas; y está representada el 34% del total de muestra estudiada, de los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 3.1% abarrotes, el 8% frutas y verduras, el 7.4% lácteos y quesos, 12.9% carnes y 0.6% rubro calzados.
 - 17 comerciantes indican que emiten facturas y boletas de venta al momento de realizar sus ventas; y está representa el 10% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.8% son del rubro textil, el 1.2% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 2.5% lácteos y quesos, 3.1% carnes y 1.2% rubro calzados.
 - 59 comerciantes no emiten ningún tipo de comprobante de pago cuando realizan sus ventas; y está representa el 36% del total de muestra estudiada, de los cuales el 6.1% son del rubro textil, el 4.3% abarrotes, el 1.2% frutas y verduras, el 6.7% lácteos y quesos, 14.1% carnes y 3.7% rubro calzados.

Según el gráfico 13, en conclusión podemos afirmar que Los Comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia, según nuestra encuesta y entrevista realizada en un promedio de 36% no emite ningún tipo de comprobante de pago esto debido a que no se encuentran inscritos en ningún régimen tributario y/o no tiene conocimiento acerca de cultura tributaria, nos mencionaron en nuestras entrevistas también que no emiten porque no saben cómo inscribirse la SUNAT y también un motivo es el factor tiempo, 34% emite Boleta de Venta esto debido a que se encuentran inscritos en el Nuevo Rus, en un promedio de 19% emite Factura esto debido a que

se encuentran registrados en el régimen general debido a sus ventas, un promedio de 10% emite factura y boleta d venta, ya que se acogió al régimen especial del impuesto a la renta o al régimen general.

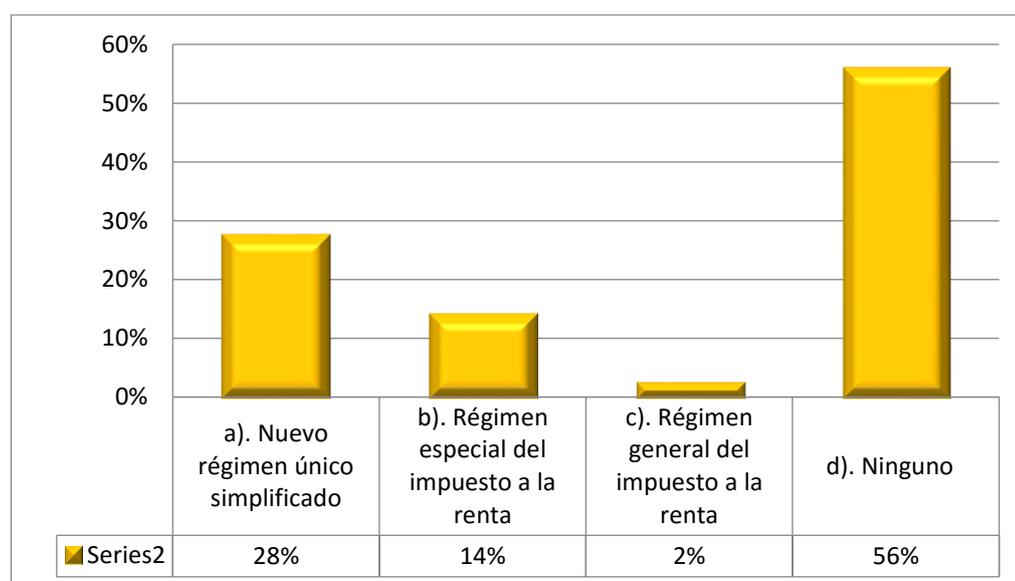
CUADRO 15
EN QUÉ RÉGIMEN SE ENCUENTRA INSCRITO UD. COMERCIANTES
DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO
2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). Nuevo régimen único simplificado	45	28%
b). Régimen especial del impuesto a la renta	23	14%
c). Régimen general del impuesto a la renta	4	2%
d). Ninguno	91	56%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 14
EN QUÉ RÉGIMEN SE ENCUENTRA INSCRITO UD.
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 15

En el cuadro 15 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 45 comerciantes indica que está inscrito en el nuevo RUS; y esta representa el 28% del total de muestra estudiada, de los cuales el 6.7% son del rubro textil, el 7.4% abarrotes, el 3.1% frutas y verduras, el 3.7% lácteos y quesos, 4.1% carnes y 1.8% rubro calzados.
- 23 comerciantes indica que está inscrito en el régimen especial del impuesto a la renta; y está representada el 14% del total de muestra estudiada, de los cuales el 4.9 % son del rubro textil, el 3.1% abarrotes, el 2.5% frutas y verduras, el 1.2% lácteos y quesos, 1.8% carnes y 0.6% rubro calzados.
- 4 comerciantes indica que está inscrito en el régimen general del impuesto a la renta; y está representa el 2% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.2% son del rubro textil, el 0.0% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 0.0% lácteos y quesos, 0.0% carnes y 0.6% rubro calzados.
- 91 comerciantes indica que no se encuentra inscrito a ningún régimen; lo que representa el 56% del total de muestra estudiada, de los cuales el 6.7% son del rubro textil, el 6.1% abarrotes, el 12.9% frutas y verduras, el 8.6% lácteos y quesos, 14.1% carnes y 7.4% rubro calzados.

Según el gráfico 14, en conclusión podemos afirmar que Los Comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia, en un promedio de 56% no conocen ningún régimen tributario esto debido a la falta de cultura tributaria que tiene los Comerciantes de dicho mercado, finalmente concluimos que los Comerciantes evaden los impuestos debido a

que no tienen conocimiento acerca de impuestos y también de que la Sunat está alejado del distrito de Santa Lucia, 28% de los comerciantes se acogió al Régimen Único Simplificado, nos mencionaron que están en este régimen tributario porque sus ventas son pocas y además de que no quieren tener problemas al momento de transportar su mercadería, en un promedio de 14% se acogió al régimen especial del impuesto a la renta esto debido a que no tiene información de dicho régimen y en un promedio de 2% se acogió al Régimen General del impuesto a la renta ya que están inscritos en dicho régimen porque sus ventas son de gran cantidad económica y que estos son de la ciudad de Juliaca empadronados en el mercado del distrito de Santa Lucia con el fin de repartir mercadería.

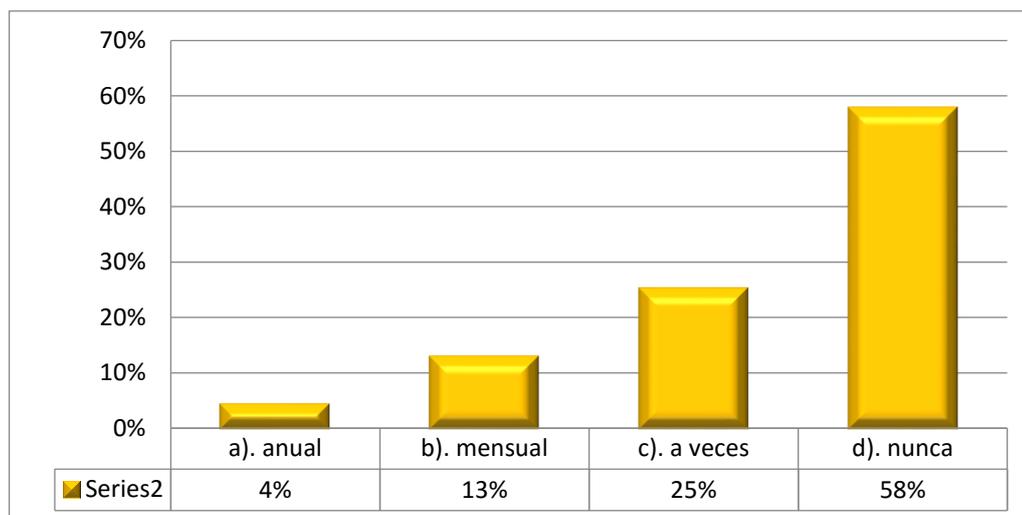
CUADRO 16
CON QUE PERIODICIDAD PAGA SUS IMPUESTOS COMERCIANTES DEL
MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO
2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). anual	7	4%
b). mensual	21	13%
c). a veces	41	25%
d). nunca	94	58%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 15
CON QUE PERIODICIDAD PAGA SUS IMPUESTOS
(expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 16

En el cuadro 16 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 7 comerciantes indican que pagan sus impuestos anualmente; y esta representa el 4% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.2% son del rubro textil, el 0.0% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 2.5% lácteos y quesos, 0.0% carnes y 3.1% rubro calzados.
- 21 comerciantes indican que pagan sus impuestos mensualmente; y está representada el 13% del total de muestra estudiada, de los cuales el 3.7% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 2.5% frutas y verduras, el 1.8% lácteos y quesos, 1.2% carnes y 1.8% rubro calzados.
- 41 comerciantes indican que pagan sus impuestos a veces; y está representada el 25% del total de muestra estudiada, de los cuales el 11.7% son del rubro textil, el 2.5% abarrotes, el 1.8% frutas y verduras, el 3.7% lácteos y quesos, 4.9% carnes y 0.6% rubro calzados.

- 94 comerciantes indican que nunca pagan sus impuestos; y está representa el 58% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8% son del rubro textil, el 6.7% abarrotes, el 9.8% frutas y verduras, el 8.6% lácteos y quesos, 11.7% carnes y 12.9% rubro calzados.

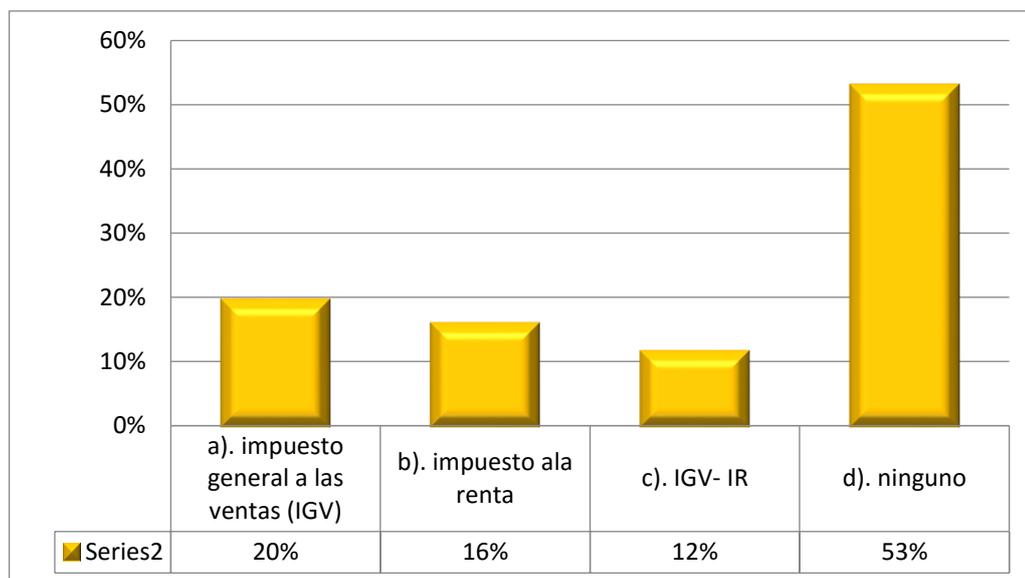
Según el gráfico 15, en conclusión podemos afirmar que Los Comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia, en un promedio de 58% indican que nunca pagan impuestos porque no se encuentran inscritos en SUNAT, 25% aducen que a veces pagan impuesto debido a que en algunos meses las ventas se reducen, en un promedio de 13% afirman que el pago de sus impuestos es de periodicidad mensual nos indicaron que el impuesto que pagan mensual es el impuesto general a las ventas y en un promedio de 4% indican que pagan anualmente sus impuestos debido a que se encuentran acogidos al régimen general del impuesto a la renta.

CUADRO 17
RESPECTO A QUE IMPUESTOS PAGA MERCADO CENTRAL DEL
DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTE	%
a). impuesto general a las ventas (IGV)	32	20%
b). impuesto a la renta	26	16%
c). IGV- IR	19	12%
d). ninguno	86	53%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 16
RESPECTO A QUE IMPUESTOS PAGA 2015
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 17

En el cuadro 17 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 32 comerciantes pagan el impuesto general a las ventas; y esta representa el 20% del total de muestra estudiada, de los cuales el 1.8% son del rubro textil, el 6.7% abarrotes, el 4.3% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 2.5% carnes y 3.7% rubro calzados.
- 25 comerciantes indican que pagan sus impuestos mensualmente; y está representada el 16% del total de muestra estudiada, de los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 9.2% lácteos y quesos, 1.2% carnes y 0.6% rubro calzados.
- 19 comerciantes paga el impuesto general a las ventas IGV y el impuesto a la renta IR; y está representa el 12% del total de muestra estudiada, de

los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 1.2% abarrotes, el 2.5% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 1.8% carnes y 3.1% rubro calzados.

- 86 comerciantes no pagan ningún tipo de impuesto; y está representa el 53% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8.6% son del rubro textil, el 12.9% abarrotes, el 2.5% frutas y verduras, el 9.2% lácteos y quesos, 4.3% carnes y 15.3% rubro calzados.

Según el gráfico 16, en conclusión podemos afirmar que Los Comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia, en un promedio de 53% no pagan ningún tipo de impuesto debido a que no están acogidos a ningún régimen tributario, 20% de los comerciantes paga el impuesto general a las ventas debido a que se encuentran acogido a un régimen tributario, 16% aducen que paga el impuesto a la renta debido a que se encuentra acogido al régimen especial del impuesto a la renta o al régimen general del impuesto a la renta, y en un promedio de 12% indican que paga el impuesto general a las ventas y el impuesto a la renta debido a que acogió al régimen especial del impuesto a la renta o al Régimen General del impuesto a la renta.

4.1.2. DETERMINAR EL NIVEL DE EVASIÓN Y SU REPERCUSIÓN EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado central del Distrito de Santa Lucia, evaluaremos la influencia de la cultura tributaria en el pago de los impuestos del Mercado Central del distrito de Santa Lucia.

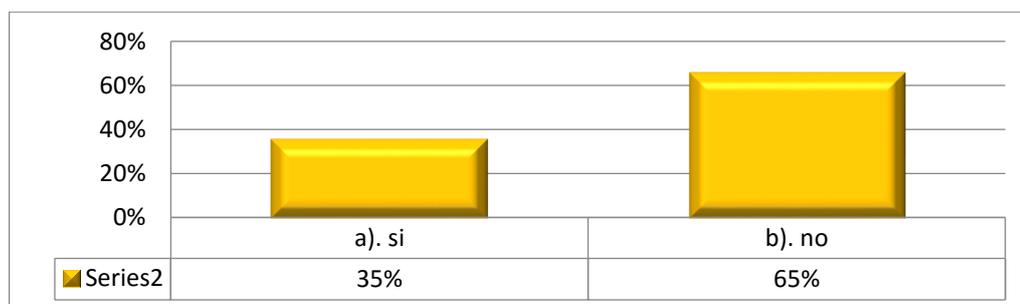
CUADRO 18
ES CONSCIENTE QUE EVADE IMPUESTOS UD. COMERCIANTES DEL
MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO
2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	57	35%
b). no	106	65%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 17
ES CONSCIENTE QUE EVADE IMPUESTOS UD. 2015
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 18

En el cuadro 18 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 57 comerciantes afirman que si es consciente que evade impuestos; y esta representa el 35% del total de muestra estudiada, de los cuales el 11% son del rubro textil, el 3.7% abarrotes, el 8% frutas y verduras, el 4.3% lácteos y quesos, 4.9% carnes y 3.1% rubro calzados.
- 106 comerciantes afirman que no es consciente que evade impuestos; y está representada el 65% del total de muestra estudiada, de los cuales el 7.4 % son del rubro textil, el 9.2% abarrotes, el 12.3% frutas y verduras,

el 12.9% lácteos y quesos, 14.1% carnes y 9.2% rubro calzados. En resumen, la mayoría de los comerciantes afirma que no es consiente que evade impuestos.

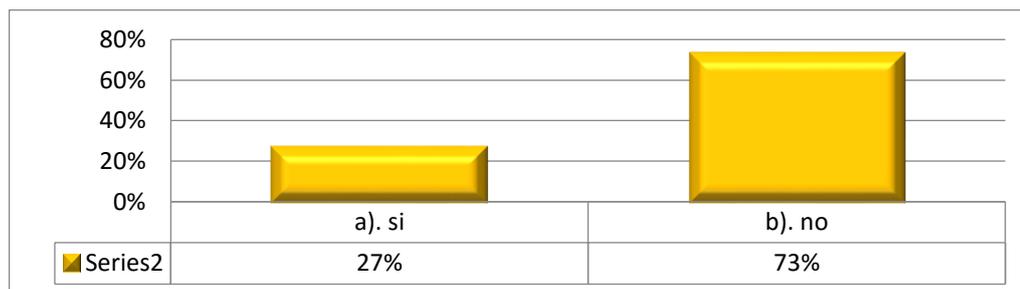
Según el gráfico 17, podemos concluir según nuestra encuesta y entrevista realizada a los comerciantes que en un promedio de 65% no es consciente de que evade impuestos al estado, aduciendo que no saben que es lo que tiene que pagar de acuerdo a lo que venden. Y en un promedio de 35%, la persona si es consciente de que evade impuestos al Estado aduciendo que ellos tienen interés en recibir información, pero mencionan que las cuotas que se pagan son muchas ya que es difícil llevar un sol a la casa para alimentar a su familia.

CUADRO19
ESTA REGISTRADO CON RUC COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
a). si	44	27%
b). no	119	73%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 18
ESTA REGISTRADO CON RUC 2015
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 19

En el cuadro 19 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 44 comerciantes si están registrados con RUC; y esta representa el 27% del total de muestra estudiada, de los cuales el 7.4% son del rubro textil, el 6.1% abarrotes, el 4.9% frutas y verduras, el 4.3% lácteos y quesos, 1.2% carnes y 3.1% rubro calzados.
- 119 comerciantes no están registrados con RUC; y está representa el 73% del total de muestra estudiada, de los cuales el 14.7% son del rubro textil, el 12.9% abarrotes, el 11.7% frutas y verduras, el 16.6% lácteos y quesos 10.4% carnes y 6.7% rubro calzados. En resumen, la mayoría de los comerciantes no están registrados con RUC.

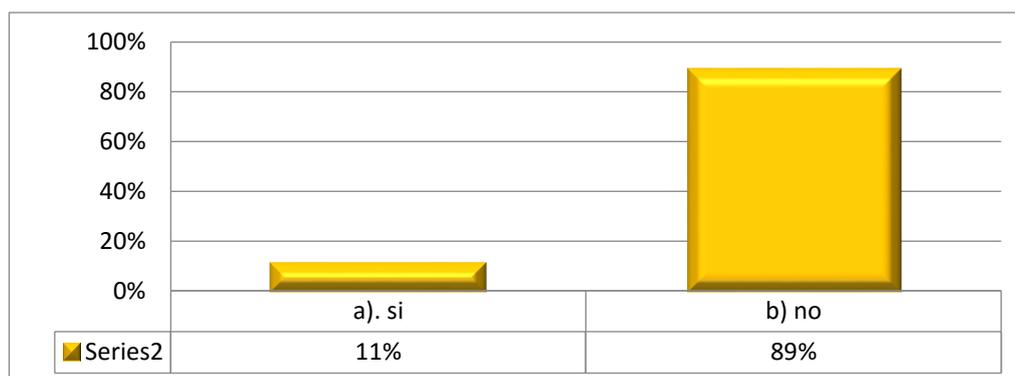
Según el gráfico 18, podemos concluir que Los Comerciantes del Mercado central del distrito de Santa Lucia, según a la encuesta y entrevista que realizamos nos respondieron que: en un promedio de 73% no está registrado con RUC debido a que no saben ni tienen conocimiento acerca del Régimen Único del Contribuyente esto debido a que no tiene información tributaria. y en un promedio de 27% afirman que está registrado con RUC debido a que si conocen y saben para qué es el Registro Único del Contribuyente nos mencionaron según nuestra entrevista que sirve para hacer la declaración y el pago de sus respectivas cuotas mensuales (RUS) que aportan al estado peruano.

CUADRO 20
DESEA FORMALIZARSE UD. COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	18	11%
b) no	145	89%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 19
DESEA FORMALIZARSE UD. 2015
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 20

En el cuadro 20 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 18 comerciantes indica que si desea formalizarse; y esta representa el 11% del total de muestra estudiada, de los cuales el 3.1% son del rubro textil, el 2.5% abarrotes, el 0.0% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 3.7% carnes y 1.2% rubro calzados.
- 145 comerciantes indica que no desea formalizarse; y está representada el 89% del total de muestra estudiada, de los cuales el 12.9 % son del

rubro textil, el 13.5% abarrotes, el 16.6% frutas y verduras, el 16.6% lácteos y quesos, 19% carnes y 10.4% rubro calzados. En resumen, la mayoría de los comerciantes indican que no desean formalizarse.

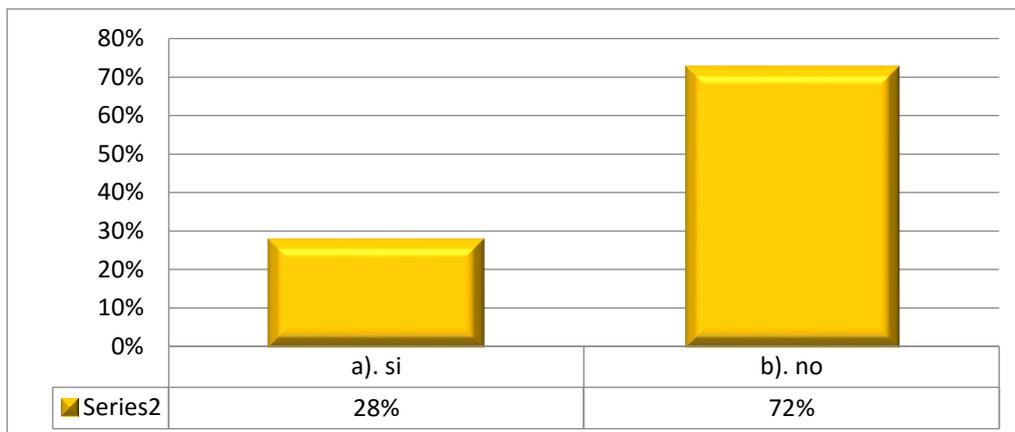
Según el gráfico 19, podemos concluir que Los Comerciantes del Mercado central del distrito de Santa Lucia, según a la encuesta y entrevista que realizamos nos respondieron que: en un promedio de 89% menciona que no desea formalizarse esto debido a que ellos apenas gana para sobrevivir y no les alcanza para estar pagando al estado de sus ganancias también mencionaron que no tiene tiempo para viajar hasta la SUNAT y en un promedio de 11% desea formalizarse, esto debido a que en los últimos meses tuvieron problemas en vender su mercadería o enviar a otros lugares del Perú. En conclusión, según nuestra encuesta deducimos que los Comerciantes se encuentran en un grado de formalizarse y también como de no formalizarse.

CUADRO 21
CUENTA CON LICENCIA MUNICIPALCOMERCIANTES DEL MERCADO
CENTRAL - SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTE	%
a). si	45	28%
b). no	118	72%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 20
CUENTA CON LICENCIA MUNICIPAL
(expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 21

En el cuadro 21 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 45 comerciantes si tiene licencia municipal; y esta representa el 28% del total de muestra estudiada, de los cuales el 11.7% son del rubro textil, el 6.1% abarrotes, el 3.7% frutas y verduras, el 3.1% lácteos y quesos, 1.8% carnes y 1.2% rubro calzados.
- 118 comerciantes no tiene licencia municipal; y está representa el 72% del total de muestra estudiada, de los cuales el 20.2% son del rubro textil, el 5.5% abarrotes, el 9.2% frutas y verduras, el 17.2% lácteos y quesos 12.3% carnes y 8% rubro calzados

Según el gráfico 20, podemos concluir que los comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia según nuestras encuestas y entrevistas realizadas que en 72% no hicieron el trámite de licencia municipal, sabiendo que la licencia debería de ser otorgada antes del uso de vía pública y quioscos, en un porcentaje muy menor de 28% cuenta con

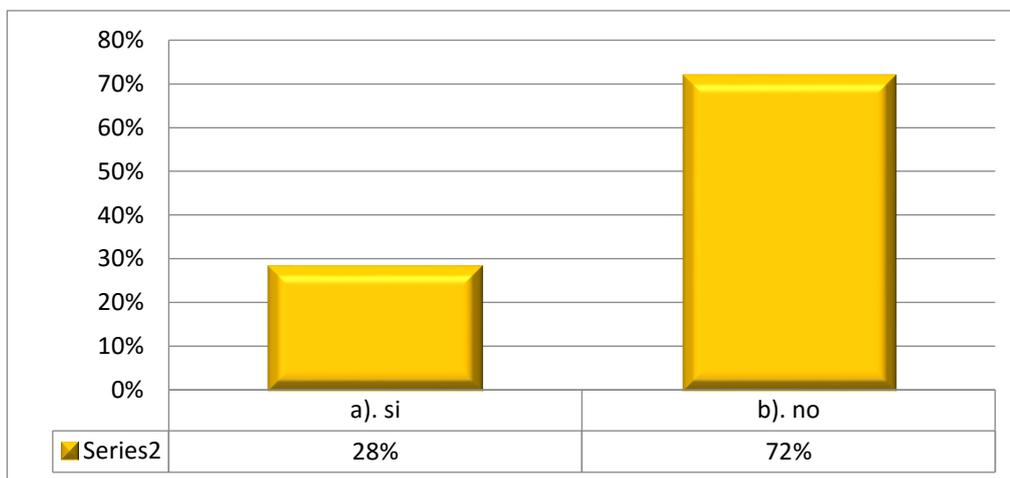
licencia municipal ya que alguna de estas personas en algún momento tuvieron problemas con dicha municipalidad, finalmente complementamos que se debería de pagar la licencia antes del uso de dicho de mercado a si contribuir con el desarrollo del distrito de Santa Lucia.

CUADRO 22
REALIZA USTED PAGO CUOTA DEL RUS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL - SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	46	28%
b). no	117	72%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 21
REALIZA USTED PAGO CUOTA DEL RUS 2015
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 22

En el cuadro 22 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 46 comerciantes si realiza el pago cuota del RUS; y esta representa el 28% del total de muestra estudiada, de los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 9.2% abarrotes, el 4.3% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 3.7% carnes y 8% rubro calzados.
- 117 comerciantes no realizan el pago cuota del RUS; y está representa el 72% del total de muestra estudiada, de los cuales el 9.2% son del rubro textil, el 10.4% abarrotes, el 14.1% frutas y verduras, el 11% lácteos y quesos 16.6% carnes y 10.4% rubro calzados

Según el gráfico 21, podemos concluir que los comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia según nuestras encuestas y entrevistas realizadas que en 72% no paga la cuota RUS esto indica que los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia no están formalizados, en un porcentaje muy menor de 28% confirman que paga la cuota RUS Aduciendo que es obligatorio pagar mensualmente ello indica que en menor porcentaje están formalizados.

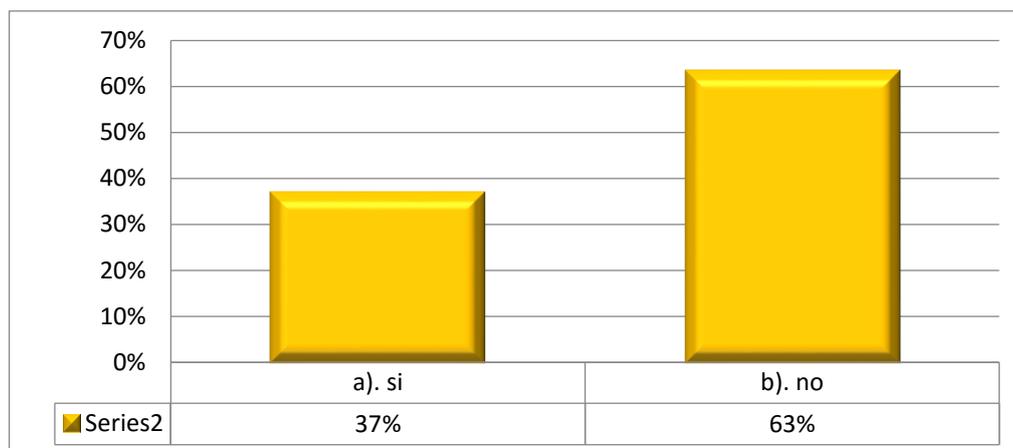
CUADRO 23
REALIZA USTED PAGO DEL IGV DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO
2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	60	37%
b). no	103	63%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 22
REALIZA USTED PAGO DEL IGV 2015
(expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 23

En el cuadro 23 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 60 comerciantes si realiza el pago del impuesto general a las ventas (IGV); y esta representa el 37% del total de muestra estudiada, de los cuales el 4.3% son del rubro textil, el 8% abarrotes, el 10.4% frutas y verduras, el 4.9% lácteos y quesos, 5.5% carnes y 3.7% rubro calzados.
 - 103 comerciantes no realizan el pago del impuesto general a las ventas (IGV); y está representa el 63% del total de muestra estudiada, de los cuales el 17.8% son del rubro textil, el 9.8% abarrotes, el 12.9% frutas y verduras, el 9.2% lácteos y quesos 6.1% carnes y 7.4% rubro calzados.
- En resumen, la mayoría de los comerciantes no realiza el pago del impuesto general a las ventas (IGV);

Según el gráfico 21, podemos concluir que los comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia según nuestras encuestas y entrevistas realizadas que en 63% no realiza el pago del IGV debido a que

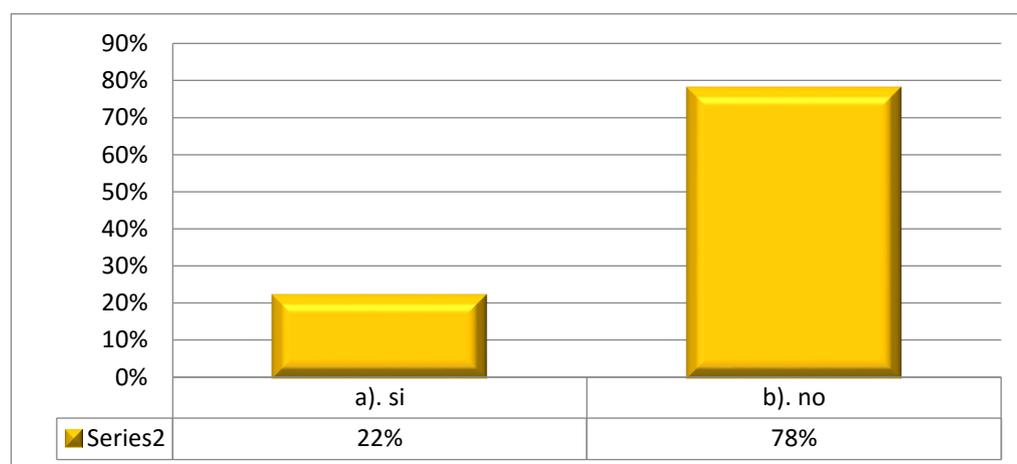
no se están formalizados y en un promedio de 37% realiza el pago del IGV aduciendo que mensualmente se realiza el pago de dicho impuesto.

CUADRO 24
REALIZA USTED PAGO DEL IR COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	36	22%
b). no	127	78%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 23
REALIZA USTED PAGO DEL IR 2015
(expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 24

En el cuadro 24 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 36 comerciantes si realiza el pago del impuesto a la renta (IR); y esta representa el 22% del total de muestra estudiada, de los cuales el 6.1%

son del rubro textil, el 3.1% abarrotes, el 0.0% frutas y verduras, el 1.8% lácteos y quesos, 0.6% carnes y 10.4% rubro calzados.

- 127 comerciante no realiza el pago del impuesto a la renta (IR); y está representa el 78% del total de muestra estudiada, de los cuales el 13.5% son del rubro textil, el 9.2% abarrotes, el 15.3% frutas y verduras, el 8.6% lácteos y quesos 7.4% carnes y 17.8% rubro calzados. En resumen, la mayoría de los comerciantes no realiza el pago del impuesto a la renta (IR).

Según el gráfico 22, podemos concluir que los comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia según nuestras encuestas y entrevistas realizadas que en 78% no realiza el pago del IR debido a que no se están formalizados y en un promedio de 22% realiza el pago del IR aduciendo que se acogieron a los pagos a cuenta del impuesto la renta.

TABLA DE CONTINGENCIA AÑO 2015

H₀: la cultura tributaria no influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia.

H_a: la cultura tributaria influye en el pago de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia.

CUADRO 25
TABLA DE CONTINGENCIA OBSERVADA PARA EL AÑO 2015

AÑO 2015		QUE ENTIENDE POR IMPUESTOS				
		Es el pago que se hace al estado por parte de los empresarios	Es el pago en dinero, establecido por la ley que se entrega al estado para cubrir los gastos del país	Es lo que se paga a la SUNAT	Desconozco	TOTAL
EN EL AÑO 2015 CUANTO CREE QUE SABIA UD. SOBRE TRIBUTACION	50%-100%	11	12	19	4	46
	25%-50%	11	15	17	8	51
	Desconocía	10	18	29	9	66
	TOTAL	32	45	65	21	163

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Desarrollando:

$$e1 = \frac{(32 * 46)}{163} = 9.03$$

$$e2 = \frac{(32 * 51)}{163} = 10.01$$

$$e3 = \frac{(32 * 66)}{163} = 12.96$$

$$e5 = \frac{(45 * 46)}{163} = 12.70$$

$$e6 = \frac{(45 * 51)}{163} = 14.08$$

$$e7 = \frac{(45 * 66)}{163} = 18.22$$

$$e9 = \frac{(65 * 46)}{163} = 18.34$$

$$e10 = \frac{(65 * 51)}{163} = 20.34$$

$$e11 = \frac{(65 * 66)}{163} = 26.32$$

$$e13 = \frac{(21 * 46)}{163} = 5.93$$

$$e14 = \frac{(21 * 51)}{163} = 6.57$$

$$e15 = \frac{(21 * 66)}{163} = 8.50$$

CUADRO 26
TABLA DE CONTINGENCIA ESPERADA PARA EL AÑO 2015
QUE ENTIENDE POR IMPUESTOS

AÑO 2015		QUE ENTIENDE POR IMPUESTOS				
		Es el pago que se hace al estado por parte de los empresarios	Es el pago en dinero, establecido por la ley que se entrega al estado para cubrir los gastos del país	Es lo que se paga a la SUNAT	Desconozco	TOTAL
EN EL AÑO 2015 CUANTO CREE QUE SABIA UD. SOBRE TRIBUTACION	50%-100%	9.03	12.70	18.34	5.93	20
	25%-50%	10.01	14.08	20.34	6.57	51
	Desconocía	12.96	18.22	26.32	8.50	40
	TOTAL	32	45	65	21	163

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

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

$$x^2_{prueba} = \frac{(11-9.03)^2}{9.03} + \frac{(11-10.01)^2}{10.01} + \frac{(10-12.96)^2}{12.96} + \frac{(12-12.70)^2}{12.70} + \frac{(15-14.08)^2}{14.08} + \frac{(18-18.22)^2}{18.22} + \frac{(19-18.34)^2}{18.34} + \frac{(17-20.34)^2}{20.34} + \frac{(29-26.32)^2}{26.32} + \frac{(4-5.93)^2}{5.93} + \frac{(8-6.57)^2}{6.57} + \frac{(9-8.50)^2}{8.50} = 3.12$$

$$x^2_{prueba} = 3.12 \text{ es mayor}$$

Grados de libertad:(3-1)*(4-1)= 6

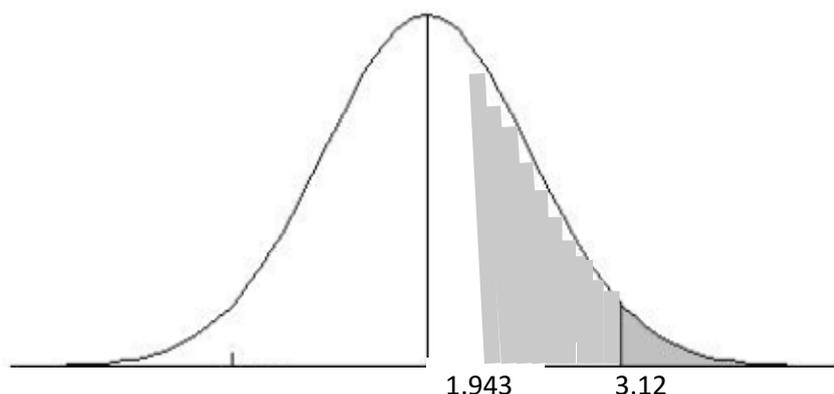
Nivel de significancia: 0.05

Tabla2 Distribución T De Student

α r	0,25	0,2	0,15	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
1	1,000	1,376	1,963	3,078	6,314	12,706	31,821	63,656	636,578
2	0,816	1,061	1,386	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	31,600
3	0,765	0,978	1,250	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	12,924
4	0,741	0,941	1,190	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	8,610
5	0,727	0,920	1,156	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	6,869
6	0,718	0,906	1,134	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,959
7	0,711	0,896	1,119	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	5,408
8	0,706	0,889	1,108	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	5,041
9	0,703	0,883	1,100	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,781
10	0,700	0,879	1,093	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,587
11	0,697	0,876	1,088	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,437
12	0,695	0,873	1,083	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	4,318
13	0,694	0,870	1,079	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	4,221
14	0,692	0,868	1,076	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	4,140
15	0,691	0,866	1,074	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	4,073
16	0,690	0,865	1,071	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	4,015
17	0,689	0,863	1,069	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,965
18	0,688	0,862	1,067	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,922
19	0,688	0,861	1,066	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,883
20	0,687	0,860	1,064	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,850
21	0,686	0,859	1,063	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,819
22	0,686	0,858	1,061	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,792
23	0,685	0,858	1,060	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,768
24	0,685	0,857	1,059	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,745
25	0,684	0,856	1,058	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,725
26	0,684	0,856	1,058	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,707
27	0,684	0,855	1,057	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,689
28	0,683	0,855	1,056	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,674
29	0,683	0,854	1,055	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,660
30	0,683	0,854	1,055	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,646
40	0,681	0,851	1,050	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,551
60	0,679	0,848	1,045	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,460
120	0,677	0,845	1,041	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	3,373
∞	0,674	0,842	1,036	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576	3,290

$x^2_{prueba}=3.12$ es mayor que $x^2_{tabla}=1.94$

GRAFICO 24
TOMA DE DECISIONES SOBRE INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL PAGO DE IMPUESTOS



La hipótesis nula **H₀** se rechaza y se acepta la **H_a**: hipótesis alterna

H_a: la cultura tributaria influye en el pago de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia

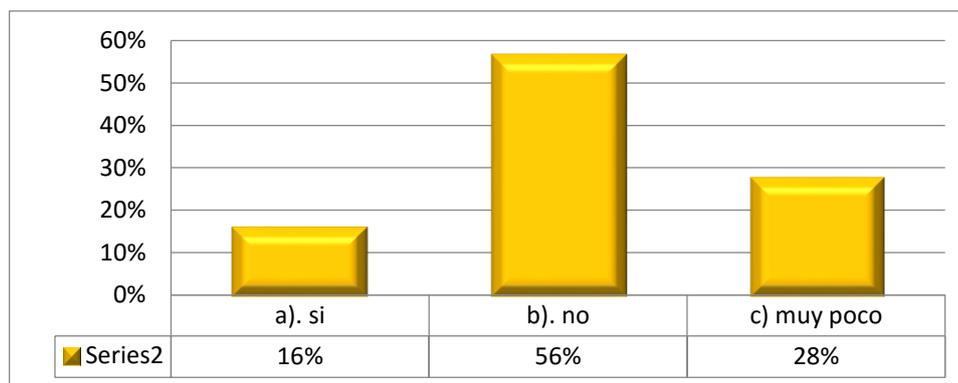
4.1.3. APLICACIÓN DE LA OBSERVACION DIRECTA

CUADRO 27
CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL 2015
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
a). si	26	16%
b). no	92	56%
c) muy poco	45	28%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 25
CONOCE EL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL 2015
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 27

En el cuadro 27 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 26 comerciantes si conocen del sistema tributario nacional; y esta representa el 16% del total de muestra estudiada, de los cuales el 4.9% son del rubro textil, el 3.1% abarrotes, el 1.8% frutas y verduras, el 2.5% lácteos y quesos, 0.6% carnes y 3.1% rubro calzados.
- 92 comerciantes no conocen del sistema tributario nacional; y está representada el 56% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8 % son del rubro textil, el 13.5% abarrotes, el 16.6% frutas y verduras, el 8% lácteos y quesos, 6.7% carnes y 3.7% rubro calzados.
- 45 comerciantes indican que en el año 2015 desconocían sobre el tema de tributación; y está representa el 28% del total de muestra estudiada, de los cuales el 3.1% son del rubro textil, el 3.7% abarrotes, el 4.3% frutas y verduras, el 5.5% lácteos y quesos, 4.9% carnes y 6.1% rubro calzados.

Según nuestro gráfico 25, en conclusión según nuestra encuesta y entrevista realizada a los comerciantes podemos afirmar que en un promedio

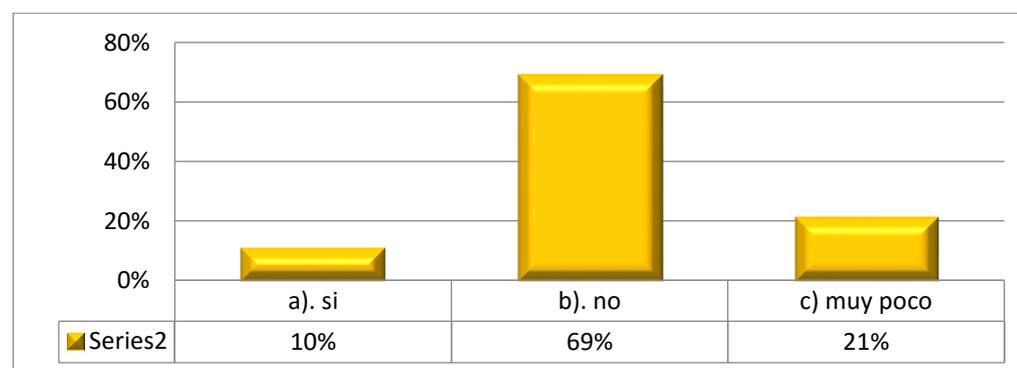
de 56% no tiene conocimiento sobre sistema tributario debido que no tiene interés en recibir información tributaria, el comerciante no muestra actitud de informarse de cultura tributaria a cerca de impuestos que se contribuyen al estado, según nuestra entrevista también mencionaron que no tiene tiempo en acudir para informarse ya que están dedicados a su comercio en la mayor parte de sus tiempos, un promedio de 28% muestra un poco de interés por conocer el sistema tributario y un promedio de 16% los comerciantes si tienen conocimiento sobre el sistema tributario aduciendo que es importante informarse para así llevar el desarrollo de nuestro país.

CUADRO 28
SE INTERESA POR LA TRIBUTACION 2015
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	17	10%
b). no	112	69%
c) muy poco	34	21%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 26
SE INTERESA POR LA TRIBUTACION 2015
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 28

En el cuadro 28 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 17 comerciantes si se interesa por la tributación; y esta representa el 10% del total de muestra estudiada, de los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 0.6% frutas y verduras, el 1.2% lácteos y quesos, 0.6% carnes y 3.7% rubro calzados.
- 112 comerciantes no se interesan por la tributación; y está representada el 69% del total de muestra estudiada, de los cuales el 9.8 % son del rubro textil, el 12.3% abarrotes, el 14.1% frutas y verduras, el 19% lácteos y quesos, 8.6% carnes y 4,9% rubro calzados.
- 34 comerciantes muy poco si se interesa por la tributación; y está representa el 21% del total de muestra estudiada, de los cuales el 4.9% son del rubro textil, el 4.3% abarrotes, el 1.8% frutas y verduras, el 2.5% lácteos y quesos 3.1% carnes y 4.3% rubro calzados.

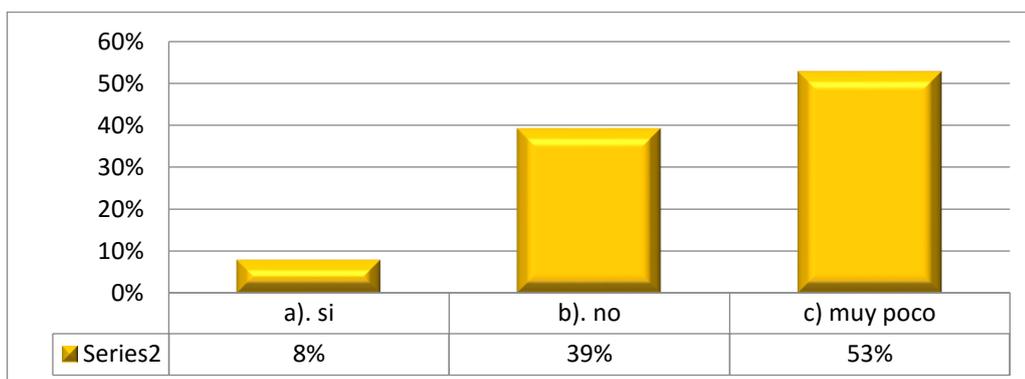
Según nuestro gráfico 26, en conclusión según nuestra encuesta y entrevista realizada a los comerciantes podemos afirmar que en un promedio de 69% no tiene interés por la tributación ni de recibir información tributaria, el comerciante no muestra actitud de informarse acerca de impuestos que se contribuyen al estado, según nuestra entrevista también mencionaron que no tiene tiempo en acudir para informarse ya que están dedicados a su comercio en la mayor parte de sus tiempos, un promedio de 21% muestra un poco de interés por la tributación y un promedio de 10% si muestran interés por la tributación por ende los comerciantes si tienen interés aduciendo que es importante informarse para así llevar el desarrollo de nuestro país y también para que aumente sus conocimientos tributarios.

CUADRO 29
MUESTRA CULTURA TRIBUTARIA 2015
 (expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	13	8%
b). no	64	39%
c) muy poco	86	53%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 27
MUESTRA CULTURA TRIBUTARIA 2015
 (expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 29

En el cuadro 29 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 13 comerciantes si muestran cultura tributaria; y esta representa el 8% del total de muestra estudiada, de los cuales el 0.6% son del rubro textil, el 2.5% abarrotes, el 1.2% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 0.6% carnes y 2.5% rubro calzados.
- 64 comerciantes no muestran cultura tributaria; y está representa el 39% del total de muestra estudiada, de los cuales el 8% son del rubro textil, el

4.3% abarrotes, el 12.9% frutas y verduras, el 12.3% lácteos y quesos
1.2% carnes y 0.6% rubro calzados

- 86 comerciantes muestran muy poco cultura tributaria; y está representa el 53% del total de muestra estudiada, de los cuales el 3.7% son del rubro textil, el 8% abarrotes, el 3.1% frutas y verduras, el 5.5% lácteos y quesos
28.2% carnes y 4.3% rubro calzados

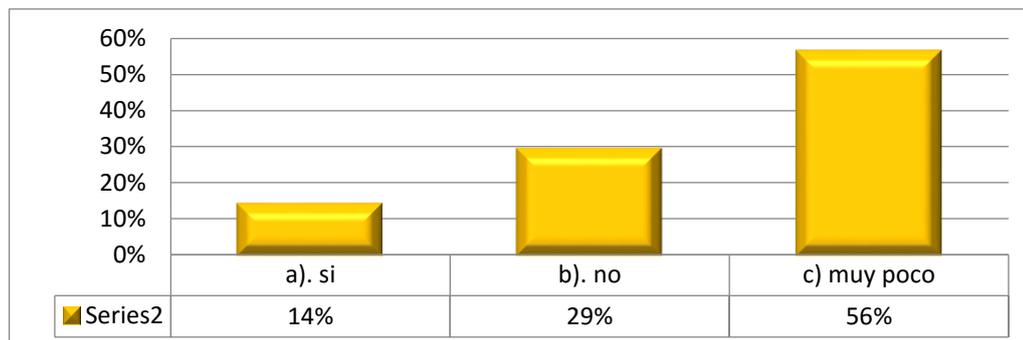
Según nuestro gráfico 27, en conclusión según nuestra encuesta y entrevista realizada a los comerciantes podemos afirmar que en un promedio de 53% muestra un poco de cultura tributaria y un promedio de 39% no muestra cultura tributaria, el comerciante no muestra actitud de informarse acerca de impuestos que se contribuyen al estado, según nuestra entrevista también mencionaron que no tiene tiempo en acudir para informarse ya que están dedicados a su comercio en la mayor parte de sus tiempos, un promedio de 8% si muestran cultura tributaria por ende los comerciantes si tienen interés aduciendo que es importante informarse para así llevar el desarrollo de nuestro país y también para que aumente sus conocimientos tributarios.

CUADRO 30
MUESTRA INTERÉS POR CONOCER LA TRIBUTACIÓN 2015
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	23	14%
b). no	48	29%
c) muy poco	92	56%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 28
MUESTRA INTERÉS POR CONOCER LA TRIBUTACIÓN 2015
(expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 30

En el cuadro 30 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 23 comerciantes si muestra interés por conocer sobre la tributación; y esta representa el 14% del total de muestra estudiada, de los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 1.2% frutas y verduras, el 4% lácteos y quesos, 1.2% carnes y 3.1% rubro calzados.
- 48 comerciantes no muestra interés por conocer sobre la tributación; y está representa el 29% del total de muestra estudiada, de los cuales el 4.3% son del rubro textil, el 8.6% abarrotes, el 6.7% frutas y verduras, el 5.5% lácteos y quesos 1.2% carnes y 3.1% rubro calzados
- 92 comerciantes muestran muy poco interés por conocer sobre la tributación; y está representa el 56% del total de muestra estudiada, de los cuales el 6.1% son del rubro textil, el 4.9% abarrotes, el 13.5% frutas y verduras, el 10.4% lácteos y quesos 7.4% carnes y 14.1% rubro calzados

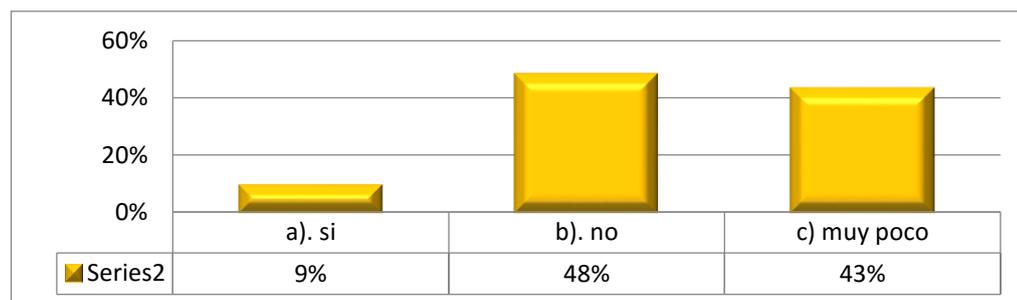
Según nuestro gráfico 25, en conclusión según nuestra encuesta y entrevista realizada a los comerciantes podemos afirmar que en un promedio de 56% muestra un poco de interés por conocer la tributación un promedio de 29% no muestra interés por conocer la tributación debido a que el comerciante no muestra actitud de informarse de cultura tributaria a cerca de impuestos que se contribuyen al estado, según nuestra entrevista también mencionaron que no tiene tiempo en acudir para informarse ya que están dedicados a su comercio en la mayor parte de sus tiempos, y un promedio de 14% si muestra interés por conocer la tributación, significa que los comerciantes si tienen conocimiento sobre el sistema tributario aduciendo que es importante informarse.

CUADRO 31
DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO 2015
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	Nº DE COMERCIANTES	%
a). si	15	9%
b). no	78	48%
c) muy poco	70	43%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

GRAFICO 29
DISTINGUE BIEN LOS COMPROBANTES DE PAGO 2015
(expresado en porcentajes)



FUENTE: Cuadro 31

En el cuadro 31 se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 15 comerciantes si distingue bien los comprobantes de pago; y esta representa el 9% del total de muestra estudiada, de los cuales el 2.5% son del rubro textil, el 1.8% abarrotes, el 1.2% frutas y verduras, el 0.6% lácteos y quesos, 3.1% carnes y 0.0% rubro calzados.
- 78 comerciantes no distinguen bien los comprobantes de pago; y está representa el 48% del total de muestra estudiada, de los cuales el 7.4% son del rubro textil, el 3.7% abarrotes, el 12% frutas y verduras, el 14.7% lácteos y quesos 4.9% carnes y 4.3% rubro calzados
- 70 comerciantes distinguen muy poco los comprobantes de pago; y está representa el 43% del total de muestra estudiada, de los cuales el 10.4% son del rubro textil, el 9.2% abarrotes, el 6.1% frutas y verduras, el 3.7% lácteos y quesos 5.5% carnes y 8% rubro calzados

Según nuestro gráfico 29, en conclusión según nuestra encuesta y entrevista realizada a los comerciantes podemos afirmar que en un promedio de 48% no distingue bien los comprobantes de pago debido a que cuando realizan sus compras les emiten nota de pedido con el fin de evitar pagar impuesto 43% no distingue muy bien los comprobantes de pago, 9% si distingue bien los comprobantes de pago debido a que emiten comprobantes de pago en sus ventas y exigen comprobantes de pago al momento de adquirir sus mercaderías.

4.1.4. PROPUESTAS DE ESTRATEGIAS PARA ELEVAR EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015

PLAN ESTRATEGICO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA

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 relación a construcción de obras públicas como: hospitales, escuelas, carreteras, que también contribuyen con la educación de los ciudadanos 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 Central del Distrito de Santa Lucia, 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, darles a conocer que, proporcionándole la información y asistencia oportuna.

I.METODOLOGIA

Plan estratégico se elaboró tomando en cuenta lo siguiente:

- Elaboración de diagnostico
- 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.

II. MISION

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.

III. VISION

Constituir un esfuerzo nacional, institucionalizado y permanente orientado a fortalecer y consolidar la cultura tributaria en el mercado central del distrito de Santa Lucia.

IV. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Para el cumplimiento de la misión se han establecido tres objetivos estratégicos, que permitan alcanzar cambios de manera que los comerciantes del mercado central de Santa Lucia tengan un buen nivel de cultura tributaria.

OBJETIVO ESTRATEGICO N° 01

Desarrollar conciencia ciudadana y tributaria en los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia, 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 facilidades de no ir a la SUNAT a recoger los formularios de pago fácil ya sea para el nuevo RUS o para otros regímenes
- Capacitación de cómo declarar los impuestos ante la SUNAT Y donde deben de pagar los impuestos
- Orientar a como llenar los comprobantes de pago.

OBJETIVO ESTRATEGICO N° 02

Sensibilizar a los comerciantes para que rechace la evasión tributaria.

Indicadores

- Incumplimiento del pago del IGV
- Presión tributaria
- Nivel de contrabando
- Aplicación de la base tributaria.

Programa estratégico 2.1

Programa de lucha contra la evasión tributaria y el contrabando:

- Folletos (trípticos) sobre la evasión tributaria y sus consecuencias

- Convenio con la superintendencia de administración tributaria SUNAT elaboración de la revista “ la evasión vs el estado” (dando a conocer las desventajas que tiene la evasión para el estado peruano y los benéficos con los que perdemos por culpa de la evasión, los beneficios que tendríamos si no ayudáramos a la evasión)

OBJETIVO ESTRATEGICO 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 sábado y martes de 8:00 am – 10:00 am en el mercado central, a comerciantes y compradores sobre cultura tributaria (que es, cual es el beneficio de tenerla, como 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.

Programa estratégico 3.2

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 central del distrito de santa lucia

Programa estratégico 3.3

Revistas y folleto de formación tributaria

- Con convenio del municipio la elaboración de revistas y folletos con el de la cultura tributaria de los comerciantes y compradores del mercado central del distrito de santa lucia.

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

4.2. DISCUSION

4.2.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

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:

De acuerdo a la tabla de contingencia y grafico 24 La hipótesis nula H_0 se rechaza y se acepta la H_a : hipótesis alterna: ¿la cultura tributaria influye en el pago de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia?, se acepta debido que $x^2_{prueba}=3.12$ es mayor que $x^2_{tabla}=1.943$, por lo tanto La baja cultura tributaria incide directamente en el no pago de los impuestos de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia, periodo 2015 por lo tanto la hipótesis se acepta.

B. PARA LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECIFICA:

Los altos niveles de evasión repercuten en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia, periodo 2015.

Según el cuadro 18, hemos demostrado que en un promedio de 65% no es consciente de que evade impuestos al estado, aduciendo que no saben que es lo que tiene que pagar de acuerdo a lo que venden. Y en un promedio de 35%, la persona si es consciente de que evade impuestos al Estado aduciendo que ellos tienen interés en recibir información.

La hipótesis se acepta ya que los comerciantes del mercado central del distrito de santa lucia cuentan con altos niveles de evasión que repercuten en la recaudación tributaria lo cual Es la responsable a que la informalidad comercial (textil, abarrotes, frutas y verduras, lácteos y quesos, carnes y calzados), se incremente sin realizar trámite alguno para que su negocio este formalmente constituida.

CONCLUSIONES

PRIMERA: las principales causas de la evasión tributaria en los comerciantes del mercado central del Distrito de Santa Lucia es la falta de cultura tributaria, dicho análisis indica que el 53% de comerciantes muestran muy poca cultura tributaria, el cual influye negativamente en la informalidad comercial que existe y de esa manera hacen que se incremente más la actividad informal en el mercado central del distrito de Santa Lucia. En un promedio de 66% de comerciantes en el año 2015 desconocían sobre el tema de tributación; debido que no aprendieron sobre tributación porque se dedican a su negocio y no les da tiempo de informarse, haciendo que aun sea más difícil en la recaudación de tributos por parte de la Superintendencia de Administración tributaria.

SEGUNDA: el nivel de evasión tributaria en los comerciantes del mercado central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015, son frecuentemente originados por las causas políticas de carácter inequitativo originando la desconfianza del contribuyente con el Estado, los resultados de dicho análisis indican que el 35% de comerciantes afirma que si es consciente que evade impuestos; aduciendo que ellos tienen interés en recibir información, y en un promedio de 65% de comerciantes afirma que no es consciente que evade impuestos; aduciendo que no saben que es lo que tiene que pagar de acuerdo a lo que venden, en relación al cumplimiento de las obligaciones tributarias y sobre la responsabilidad del pago de impuestos de los comerciantes los resultados de dicho análisis indican que el 53% de comerciantes no pagan ningún tipo de impuesto; el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes es muy deficiente a favorecer la evasión de impuestos en los diferentes rubros de negocios comerciales, debido a la falta de cultura tributaria.

TERCERA. en lo concerniente a muestra interés por conocer la tributación los comerciantes del mercado central del distrito de santa lucia; en un promedio de 56% de comerciantes muestran muy poco interés por conocer sobre la tributación; debido que no tiene interés en recibir información tributaria, el comerciante no muestra actitud de informarse de cultura tributaria a cerca de impuestos que se contribuyen al estado, según nuestra entrevista también mencionaron que no tiene tiempo en acudir para informarse ya que están dedicados a su negocio en la mayor parte de sus tiempos.

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 exigir y gozar de mejoras en la calidad de servicios que brinda el estado. De igual manera se debe buscar confianza con el contribuyente y los funcionarios de SUNAT, y así buscar e inculcar que el contribuyente pague sus impuestos de manera voluntaria.

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 retribuidas por el estado con servicios públicos de calidad, mejora de infraestructuras, etc. 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 brindándoles una amplia lista de servicios gratuitos en la que se busque acercar herramientas e información, aprovechando al máximo los recursos disponibles, esto sea un beneficio mutuo para el contribuyente y la administración tributaria, con la sencillez y la simplificación de los procesos de cumplimiento. También debe descentralizar los puntos de atención al contribuyente en cuanto a orientaciones y consultas, los mismos que deberán realizarse en distintos lugares del departamento y no solo centralizarlo en Puno y Juliaca. La Administración Tributaria debe efectuar un mayor y mejor control de las obligaciones tributarias tanto formales (entrega de comprobantes de pago por sus ventas) como sustanciales, que permita generar riesgo en los contribuyentes a efectos de disminuir la evasión tributaria en el sector.

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 (realizar trabajo de campo, talleres, charlas informativas y eventos académicos).

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, 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

AZUAJE, L. y. (2001). Estrategias de la Oficina de Divulgacion Tributaria y Relaciones Institucionales del SENIAT para Difundir cultura Tributaria. *Trabajo de investigacion presentada en la Universidad de Santa Maria*. Caracas, Venezuela.

BARRIOS ORBEGOSO, R. (1988). *Teoria General del Impuesto*. Cusco: Editores Cultural Cuzco S.A.:

BELTRAN, E. (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.

BRAVO. (2011). Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria. *Administracion Tributaria N° 31*, 01.

COSULICH. (2003). La evasion tributaria. *Proyecto Regional de politica Fiscal*, 70.

GOMEZ, G. L. (enero- junio 2008 de 2008). La Difusion de la CulturaTributaria y Su Influencia en el Sistema Educativo Peruano. en: *Publicacion en Revista Sistema Tributario y Educacion*, 12 N° 21, 143-153.

HANCCO LARICO, O. B. (2015). *Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes Internacional San Jose de la ciudad de Juliaca periodos 2012-2013*. PUNO: UNA.

HERNANDEZ SAMPIERI, R., FERNANDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (2006). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Taller de Infagon Web S.A.

MAMANI COLQUEHUANCA, J. (2010). *La Cultura Tributaria y su Incidencia en la recaudacion del Impuesto Predial de la Municipalidad Provincial de San Roman, 2006-2008*. PUNO: UNA.

MAMANI MAMANI, B. (2009). *La Cultura Tributaria y su influencia en la informalidad comercial de la Provincia de San Roman año 2008*. PUNO: UNA..

MARTIN QUERALT, J. (2007). *Derecho Financiero y Tributario*.

MENDEZ, M. (2004). Cultura Tributaria. *Deberes y Derechos vs Constitucion de 1999*.

Organizacion para la Eduaciion, I. C. (19 de de Setiembre del 2009 de 2006).

TAFUR PORTILLA, R. (1994). *Introduccion a la Investigacion Cientifica*. Lima: Editorial Mantaro.

TAPIA MEDINA, G. (2005). *La Evasion Tributaria en el Peru*. Lima: Santa Rosa.

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.

WEBGRAFIA Y OTROS

ALVA. (05 de Marzo de 2010). *Articulos vinculados con el derecho tributario*.

Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva>

ANDIA ROJAS, A. S. (Julio de 2011). *Cultura tributaria*. Obtenido de <http://asarhge3ro.blogspot.pe>

CARRILLO. (30 de Junio de 2015). *La Recaudacion Tributaria en el Peru*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos105>

DOMINGO, H. (2010). *BLOG*. Obtenido de : <http://www.monografias.com/trabajos96>

El Impuesto a la Renta. (2014). Obtenido de <http://www.deperu.com/contabilidad>

GANTO, R. (2014). <http://www.deperu.com/contabilidad>. Recuperado el 2015

Politica Tributaria. (10 de Noviembre de 2012). Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos>

PORFIRIO, A. (13 de Junio de 2012). *Blogspot*. Obtenido de <http://culturatrim.blogspot.pe>

PRIETO DESULOVICH, G. (20 de Noviembre de 2004). <http://www.monografias.com/trabajos42>. Recuperado el 2015

SUNAT. (Marzo de 2015). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe>

SUNAT. (Marzo de 2015). *Cultura tributaria*. Obtenido de <http://cultura.sunat.gob.pe>

Tributaria, S. N. (2013). *Codigo Tributario del Peru*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro1/libro.htm>.

ANEXO

PROBLEMA	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	OBJETIVO
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo repercute la cultura tributaria en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia, periodo 2015?</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL Los bajos niveles de la cultura tributaria, influye directamente en la baja recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia, periodo 2015</p>	<p>VI: - Cultura tributaria</p> <p>VD: Recaudación tributaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de estudios - Conocimientos tributarios - Padrón de comerciantes - Licencia municipal - Deberes y obligaciones - Conocimiento de normas - Valores y actitudes - Comprobantes de pago - Regímenes tributarios - Declaración y pago 	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluar y determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria, en la recaudación de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia, , periodo 2015?
<p>PROBLEMA ESPECIFICO 01 ¿Cómo influye la cultura tributaria en el pago de los impuestos de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia?</p>	<p>HIPOTESIS ESPECIFICO 01 La baja cultura tributaria incide directamente en el no pago de los impuestos de los comerciantes mercado Central del distrito de Santa Lucia.</p>	<p>VI: Cultura tributaria</p> <p>VD: pago de impuestos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de estudios - Conocimientos tributarios - Declaración de PDTs - Comprobantes de pago - Regímenes tributarios - Declaración y pago 	<p>OBJETIVO ESPECIFICO 01</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluar la influencia de la cultura tributaria en el pago de los impuestos de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia.
<p>PROBLEMA ESPECIFICO 02 ¿Cual es el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia ?</p>	<p>HIPOTESIS ESPECIFICO 02 Los altos nivel de evasión y repercuten en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia.</p>	<p>VI: Evasión tributaria</p> <p>VD: Recaudación tributaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Padrón de comerciantes - Licencia municipal - Pago cuota del RUS - Pago del IGV - Pago del Impuesto a la Renta 	<p>OBJETIVO ESPECIFICO 02</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Determinar el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia,
<p>PROBLEMA ESPECIFICO 03 ¿Cuáles serían las estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado Central del Distrito de Santa Lucia.</p>				<p>OBJETIVO ESPECIFICO 03</p> <p>Proponer estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia.</p>

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

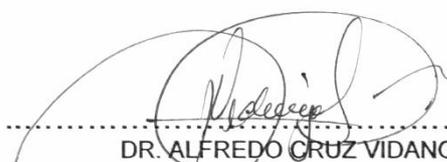
LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE
LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015

TAX CULTURE AND ITS INFLUENCE IN COMPLIANCE WITH TAX
OBLIGATIONS OF TRADERS OF THE CENTRAL MARKET OF THE
SANTA LUCIA DISTRICT, PERIOD 2015

ARTICULO CIENTIFICO

REYNA CABANA HUARILLOCLA

DIRECTOR DE TESIS:



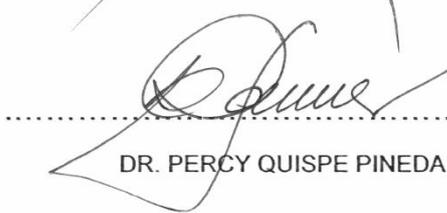
DR. ALFREDO CRUZ VIDANGOS

ASESOR DE TESIS :



M.Sc. AMERICO ROJAS APAZA

CORDINADOR DE
INVESTIGACION :



DR. PERCY QUISPE PINEDA

PUNO – PERU

2017

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO
DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO
2015**

**TAX CULTURE AND ITS INFLUENCE IN COMPLIANCE WITH TAX
OBLIGATIONS OF TRADERS OF THE CENTRAL MARKET OF THE
SANTA LUCIA DISTRICT, PERIOD 2015**

REYNA CABANA HUARILLOCLA

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

ARTICULO CIENTIFICO

LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015

TAX CULTURE AND ITS INFLUENCE IN COMPLIANCE WITH TAX OBLIGATIONS OF TRADERS OF THE CENTRAL MARKET OF THE SANTA LUCIA DISTRICT, PERIOD 2015

AUTOR: Reyna Cabana Huarilloclla

CORREO ELECTRONICO: nayre_90@hotmail.com

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un estudio realizado para evaluar la influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos, determinar el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria y proponer estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria. En la investigación realizada se determinó que es relevante investigar un tema vigente que cobra interés en estos tiempos en el Perú. Se aplicó técnicas de recojo de datos a los Comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia, periodo 2015, como es la técnica de análisis documental, encuesta y entrevista mediante el uso del cuestionario, elaborado con preguntas vinculadas a los indicadores de las cuatro variables (Cultura tributaria, Evasión Tributaria, pago de impuestos y Recaudación tributaria), quienes con sus respuestas ayudaron a clarificar nuestros objetivos planteados, a su vez nos facilitó su procesamiento estadístico y presentación gráfica; así como, las interpretaciones y análisis de cada una de las interrogantes, que ayudaron a determinar su alcance. Posteriormente se realizó la contrastación de nuestras hipótesis, llegando a su aceptación, es así que al finalizar nuestro trabajo se arribó a las siguientes conclusiones: las principales causas de la evasión tributaria es la falta de cultura tributaria, en un promedio de 53% de comerciantes muestra muy poca cultura tributaria el cual influye negativamente en la informalidad comercial y a su vez desconocen el tema de tributación; en un 66% de comerciantes en el año 2015 no tienen conocimiento

tributario, El desconocimiento de normas tributarias, obligaciones tributarias y deberes hacen que el nivel de evasión sea en gran medida. como resultado final obtuvimos que 35% comerciantes afirma que, si es consciente que evade impuestos, en relación al cumplimiento de las obligaciones tributarias y sobre la responsabilidad del pago de impuestos el 53% de comerciantes no pagan ningún tipo de impuesto; el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes es deficiente llegando a una conclusión de un nivel alto de evasión tributaria Esta. investigación consta de 4 capítulos: en el CAPITULO I; Planteamiento del Problema, Antecedentes, Objetivos de la Investigación y características del área de investigación; en el CAPITULO II; Marco Teórico, Marco Conceptual e Hipótesis de la Investigación, en el CAPITULO III; materiales y métodos, en el CAPITULO IV; resultados y discusión; por último, daremos a conocer las Conclusiones y Recomendaciones respectivas.

Palabras claves: cultura tributaria, evasión tributaria, obligaciones tributarias y recaudación tributaria.

ABSTRACT

The present study is a study to evaluate the influence of the tax culture on tax evasion, determine the level of evasion and its impact on tax collection and propose strategies to raise the level of tax culture. In the investigation carried out, it was determined that it is relevant to investigate a current topic that is of interest in these times in Peru. Data collection techniques were applied to the Merchants of the Central Market of the District of Santa Lucia, period 2015, as is the technique of documentary analysis, survey and interview using the questionnaire, elaborated with questions linked to the indicators of the four variables (Tax culture, Tax evasion, tax payment and Tax collection), who with their answers helped to clarify our objectives, in turn facilitated their statistical processing and graphic presentation; As well as the interpretations and analyzes of each of the questions, which helped determine its scope. Subsequently we made the contrasting of our hypotheses, arriving at their acceptance, so that at the end of our work came the following conclusions: the main causes of tax evasion is the lack of tax culture, on average 53% of traders Shows very little tax culture which negatively influences the commercial informality and at the same time ignore the subject of taxation; In 66% of traders in the year 2015 do not have tax knowledge, Ignorance of tax rules, tax obligations and duties make the level of evasion to a large extent. As a final result we obtained that 35% of merchants affirm that, if it is aware that evades taxes, in relation to the fulfillment of the tax obligations and on the responsibility of the payment of taxes 53% of merchants do not pay any type of tax; The level of tax culture presented by merchants is deficient, reaching a conclusion of a high level of tax evasion. Research has four chapters: in CHAPTER I; Problem, Background, Research Objectives and characteristics of the research area; In CHAPTER II; Theoretical Framework, Conceptual Framework and Research Hypothesis, in CHAPTER III; Materials and methods, in CHAPTER IV; results and Discussion; Finally, we will announce the respective Conclusions and Recommendations.

Keywords: tax culture, tax evasion, tax liabilities and tax collection.

INTRODUCCION

La necesidad de realizar el presente trabajo de investigación, es que haciendo un análisis se observa que no existen trabajos de investigación sobre cultura tributaria, evasión tributaria y recaudación tributaria en el Distrito de Santa Lucia. La presente tesis se justifica debido a la trascendencia que ejerce el análisis de la cultura tributaria, para mejorar la recaudación tributaria, considerando que la cultura es el conjunto de conocimientos, modos de vida y costumbres de una sociedad determinada, en que se expresa la vida tradicional de un pueblo. Es importante decir que en la actualidad, en forma práctica se observa el éxito alcanzado de los comerciantes del mercado central, pero desde un punto de vista de análisis tributario, no se conoce los beneficios del mismo hacia el Estado. En nuestro país existe evasión tributaria en todos los sectores económicos, en este sentido la presente investigación está enfocada al Sector Comercio, en la que existe evasión en todos los niveles del proceso compra-venta. En la presente tesis se estudia cuáles son las causas que se asocian y que motivan a los contribuyentes del Mercado central del distrito de Santa Lucia, a incurrir en Evasión Tributaria. Debido a ello, es preocupación nuestra desarrollar el siguiente problema: ¿Cómo repercute la cultura tributaria en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia, periodo 2015?, por lo tanto, desarrollamos el siguiente objetivo general: Evaluar y determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria, en la recaudación de los comerciantes del Mercado Central del distrito de Santa Lucia, periodo 2015. Así mismo se planteó la siguiente hipótesis general: Los bajos niveles de la cultura tributaria, influye directamente en la baja recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Central del distrito de Santa Lucia, periodo 2015.

METODOS:

Método descriptivo.- Permite buscar los conocimientos para explicar, discutir, evaluar y ordenar los datos e informaciones con el fin de conocer los detalles y las características de todo lo que se investiga. En nuestra presente investigación nos permitió llegar a conocer la realidad de la situación tributaria de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia.

Método analítico.- A través de este método se ha analizado la cultura tributaria, la evasión tributaria y la recaudación tributaria, descomponiéndolo del todo en sus partes en elementos para dar a conocer sus características, causas y factores. En nuestro presente trabajo de investigación nos conlleva a conocer el nivel de evasión tributaria de del Mercado Central del Distrito de Santa Lucía.

Método inductivo.- Se ha utilizado este método para lograr objetivos en base a los objetivos planteados y para la formulación de conclusiones de la investigación en base a los resultados. La inducción nos permitió partir de la observación de las situaciones particulares de los contribuyentes en estudio que enmarca el problema de investigación con el objeto de llegar a las conclusiones y premisas generales.

Población y Muestra

**CUADRO 01
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE
SANTA LUCIA**

RUBRO	POBLACION	PORCENTAJE	MUESTRA
Sección Textil	89	31.6%	51
Sección Abarrotes	83	29.3%	48
Sección Frutas y Verduras	15	5.3%	9
Sección Lácteos y Quesos	17	6.0%	10
Sección Carnes	20	7.0%	11
Sección Calzados	59	20.8%	34
TOTAL	283	100%	163

FUENTE: Comerciantes del Mercado central

Técnicas para la recolección de datos:

Mediante este método se procederá a la recopilación de información requerida para el estudio el cual realizaremos lo siguiente:

Entrevista.- Es la técnica que nos guiara a conocer el pensamiento de las personas, como es su cultura tributaria.

Encuesta.- Se ha preparará preguntas relacionas a la investigación, se aplicará un cuestionario diseñado de acuerdo a la realidad en que se practica la cultura tributaria en los comerciantes del mercado central del Distrito de santa lucia.

Cuestionarios.- Se utilizarán preguntas que contiene alternativas y que han sido delimitadas, preguntas dicotómicas el tipo más sencillo es si/no.

Técnicas para el procesamiento de datos:

El procedimiento de la información recopilada implica la clasificación de la información obtenida en los documentos observados y el registro de información hallada: Sé analizó la información obtenida a través de entrevistas, cuestionarios, cuadros estadísticos y análisis de documentos, se tabuló y ordenó mediante cuadros estadísticos y se procedió a analizar y hacer cuadros estadísticos a través de programa Microsoft Excel.

MATERIALES:

- Padrón de comerciantes del Mercado central.
- licencias municipales
- Cuadro de observación.
- Declaración de PDTs

RESULTADOS

En este presente capítulo se presentan los resultados de la aplicación de la encuesta a los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, se muestran los datos en cuadros y la correspondiente nota como resultado de aplicación de la técnica de la recolección de datos, como lo es la encuesta, entrevista simple y comprensión sobre impuestos. Como punto de partida es necesario mencionar que al momento de la aplicación de nuestra encuesta tuvimos problemas como es, algunos de nuestros encuestados no estuvieron dispuestos a colaborar con nuestra investigación, incluso algunos se llegaron a molestar cabe mencionar que en el mercado del distrito de Santa Lucia, desde su funcionamiento no se realizó ningún tipo de encuesta destacando nuestra encuesta por ser la primera también que solo fueron unas cuantos estos comerciantes que no estuvieron dispuestos a colaborar pero la gran mayoría de nuestros encuestados nos brindó información para así llevar adelante esta

presenta investigación. A continuación, daremos detalle de cada uno de nuestros resultados obtenidos:

CUADRO 02
NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.
(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a. Primaria	33	20%
b. Secundaria	12	7%
c. Superior	3	2%
d. ninguna	115	71%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según el cuadro 02, podemos concluir que Los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia a nivel de la población en estudio y según nuestra muestra planteada: la mayoría de los comerciantes no cuenta con ningún nivel de instrucción en un porcentaje de 71% y una cantidad mínima tiene educación superior y secundaria, según estos resultados podemos decir que el nivel de educación con que cuentan, es un factor determinante, ya que al no tener ningún nivel de instrucción no tienen conocimiento sobre cultura tributaria.

CUADRO 03
CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNO DE ESTOS IMPUESTOS DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA
LUCIA, PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). impuesto a la renta	15	9%
b). impuesto general a las ventas (IGV)	122	75%
c). impuesto selectivo al consumo	2	1%
d). ninguna	24	15%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según el cuadro 03, podemos concluir que Los Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, según nuestras entrevistas realizadas el Impuesto General a las Ventas es conocido por los comerciantes en un porcentaje de 71% debido a lo que pagan en los servicios básicos como es el Agua, luz y en algunos casos teléfonos, en un promedio de 15% no conoce ninguno de los impuestos mencionados en la encuesta, en un promedio de 9% de los comerciantes conocen el Impuesto a la Renta debido a que según mencionan lo pagan empresarios de sus ganancias, y finalmente en un promedio de 2% conocen el impuesto selectivo al consumo debido a que algunos de los comerciantes se dedican a la venta de bebidas alcohólicas.

CUADRO 04
CONOCIMIENTO SOBRE QUIENES DEBEN PAGAR IMPUESTOS
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE
SANTA LUCIA, PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). los empresarios	21	13%
b). los empleados del sector privado y publico	43	26%
c). las personas que tengan capacidad de pago	87	53%
d). todas las personas	12	7%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según nuestro cuadro 04, en conclusión podemos afirmar según nuestra encuesta y entrevista realizada que los comerciantes en un porcentaje alto de 53% aducen que deben las personas que tienen capacidad de pago, mencionan que deben de pagar los tienen más ventas y los comerciantes mayoristas, en un porcentaje de 26% según nuestra encuesta y entrevista realizada aducen que los trabajadores del sector privado y/o publico deberían de pagar impuestos al estado ya que son ellos los que tiene un sueldo fijo, en promedio de 13% deben de pagar los empresarios, mencionan que ellos son los que ganan más y por

ende deben de contribuir al estado, y en un promedio de 7% los comerciantes respondieron según nuestra encuesta y entrevista realizada que todos deberíamos de pagar impuestos ya que estos nos ayudarían a salir adelante en el país que vivimos.

CUADRO 05
CONOCIMIENTO SOBRE PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS,
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE
SANTA LUCIA, PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). para pagar los sueldos de los empleados públicos	38	23%
b) para la construcción de obras publicas	15	9%
c). para el pago de servicios públicos	27	17%
d). desconozco	83	51%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según el cuadro 05, podemos concluir que los Comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, no tienen conocimientos tributarios a cerca del destino de nuestros impuestos, la mayor parte de nuestros encuestados en un promedio de 51% desconoce el destino de los impuestos que cobra el Estado a través de su ente rector que es la SUNAT, seguidamente de un promedio de 23% responde que el destino de los impuestos es para el sueldo de empleados públicos, aduciendo según nuestra entrevista que son sueldos para los que trabajan en los municipios, en un promedio de 17% aduce que el destino de los impuestos en para pago de servicios públicos por ejemplo está el agua y luz. en un promedio de y finalmente en un porcentaje de 9% responden que es para la construcción de obras públicas aduciendo según nuestra entrevista que es para construcción de hospitales, colegios jardines, mejoramiento de infraestructuras, asfaltado de las vías de la ciudad, entre otras.

CUADRO 06
ES CONSCIENTE QUE EVADE IMPUESTOS UD. COMERCIANTES
DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA,
PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	57	35%
b). no	106	65%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según nuestro cuadro 06 podemos concluir según nuestra encuesta y entrevista realizada a los comerciantes que en un promedio de 65% no es consciente de que evade impuestos al estado, aduciendo que no saben que es lo que tiene que pagar de acuerdo a lo que venden. Y en un promedio de 35% la persona si es consciente de que evade impuestos al Estado.

CUADRO 07
RESPECTO A QUE IMPUESTOS PAGA MERCADO CENTRAL DEL
DISTRITO DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). impuesto general a las ventas (IGV)	32	20%
b). impuesto a la renta	26	16%
c). IGV- IR	19	12%
d). ninguno	86	53%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según el cuadro 07, en conclusión podemos afirmar que Los Comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia, en un promedio de 53% no pagan ningún tipo de impuesto debido a que no están acogidos a ningún régimen tributario, 20% de los comerciantes paga el impuesto general a las ventas debido a que se encuentran acogido a un régimen tributario, 16% aducen que paga el

impuesto a la renta debido a que se encuentra acogido al régimen especial del impuesto a la renta o al régimen general del impuesto a la renta, y en un promedio de 12% indican que paga el impuesto general a las ventas y el impuesto a la renta debido a que acogió al régimen especial del impuesto a la renta o al Régimen General del impuesto a la renta.

CUADRO 08

REALIZA USTED PAGO CUOTA DEL RUS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL - SANTA LUCIA, PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	46	28%
b). no	117	72%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según el cuadro 08 , podemos concluir que los comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia según nuestras encuestas y entrevistas realizadas que en 72% no paga la cuota RUS esto indica que los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia no están formalizados, en un porcentaje muy menor de 28% confirman que paga la cuota RUS Aduciendo que es obligatorio pagar mensualmente ello indica que en menor porcentaje están formalizados.

CUADRO 09

CUENTA CON LICENCIA MUNICIPAL COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL - SANTA LUCIA, PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	45	28%
b). no	118	72%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según el cuadro 09, podemos concluir que los comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia según nuestras encuestas y entrevistas realizadas

que en 72% no tienen licencia Municipal aduciendo que no hicieron el trámite de licencia municipal, debido a que no tienen conocimiento sobre los requisitos para el trámite de licencia de funcionamiento sabiendo que la licencia debería de ser otorgada antes del uso de vía pública y quioscos, en un porcentaje muy menor de 28% hicieron el trámite de la licencia en la municipalidad distrital de Santa Lucia, aduciendo que es mejor realizar el trámite antes y evitar se problemas, ya que alguna de estas personas en algún momento tuvieron problemas con dicha municipalidad.

CUADRO 10
QUE COMPROBANTES DE PAGO EMITE EN VENTAS QUE
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE
SANTA LUCIA, PERIODO 2015.

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). factura	31	19%
b). boleta de venta	56	34%
c). factura y boleta de venta	17	10%
d). ninguna	59	36%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según el cuadro 10, en conclusión podemos afirmar que Los Comerciantes del Mercado central del Distrito de Santa Lucia, según nuestra encuesta y entrevista realizada en un promedio de 36% no emite ningún tipo de comprobante de pago esto debido a que no se encuentran inscritos en ningún régimen tributario nos mencionaron en nuestras entrevistas también que no emiten porque no saben cómo inscribirse la SUNAT y también un motivo es el factor tiempo, 34% emite Boleta de Venta esto debido a que se encuentran inscritos en el Nuevo Rus, en un promedio de 19% emite Factura esto debido a que se encuentran registrados en el régimen general debido a sus ventas, un promedio de 10% emite factura y boleta d venta, ya que se acogió al régimen especial del impuesto a la renta o al régimen general.

CUADRO 11

**EN QUÉ RÉGIMEN SE ENCUENTRA INSCRITO UD. COMERCIANTES
DEL MERCADO CENTRAL DEL DISTRITO DE SANTA LUCIA,
PERIODO 2015.**

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). Nuevo régimen único simplificado	45	28%
b). Régimen especial del impuesto a la renta	23	14%
c). Régimen general del impuesto a la renta	4	2%
d). Ninguno	91	56%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según el cuadro 11, en conclusión podemos afirmar que Los Comerciantes del mercado central del distrito de Santa Lucia, en un promedio de 56% no conocen ningún régimen tributario esto debido a la falta de cultura tributaria que tiene los Comerciantes de dicho mercado, 28% de los comerciantes se acogió al Régimen Único Simplificado, nos mencionaron que están en este régimen tributario porque sus ventas son pocas y además de que no quieren tener problemas al momento de transportar su mercadería, en un promedio de 14% se acogió al régimen especial del impuesto a la renta esto debido a que no tiene información de dicho régimen y en un promedio de 2% se acogió al Régimen General del impuesto a la renta ya que están inscritos en dicho régimen.

CUADRO 12

**ESTA REGISTRADO CON RUC COMERCIANTES DEL MERCADO
CENTRAL DE SANTA LUCIA, PERIODO 2015.**

(expresado en cantidades y porcentajes)

ALTERNATIVA	N° DE COMERCIANTES	%
a). si	44	27%
b). no	119	73%
TOTAL	163	100%

FUENTE: encuesta aplicada a los comerciantes.

Según el cuadro 12, podemos concluir que Los Comerciantes del Mercado central del distrito de Santa Lucía, según a la encuesta y entrevista que realizamos nos respondieron que: en un promedio de 73% no está registrado con RUC debido a que no saben ni tienen conocimiento acerca del Régimen Único del Contribuyente esto debido a que no tiene información tributaria. y en un promedio de 27% afirman que está registrado con RUC debido a que si conocen y saben para qué es el Registro Único del Contribuyente nos mencionaron según nuestra entrevista que sirve para hacer la declaración y el pago de sus respectivas cuotas mensuales (RUS) que aportan al estado peruano.

DISCUSION

HANCCO LARICO O.B.: en su trabajo de investigación “Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributaria de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca Periodos 2012 – 2013”, concluye lo siguiente: En los valores y actitudes, los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, según la muestra 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 132 comerciantes no practican valores para tributación, lo que representa el 58% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 36.47% son el rubro textil, el 7.47% del rubro electrodomésticos, 3.08% del rubro calzados y 10.98% rubro abarrotes. Haciendo un análisis con nuestra investigación es que los valores son tema fundamental y relevante para qué haya conciencia en la contribución de tributos.

MAMANI MAMANI B.: en su trabajo de investigación “La Cultura Tributaria y su influencia en la informalidad comercial de la Provincia de San Román año 2008”, Concluye lo siguiente: 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.

Haciendo un análisis con nuestro trabajo de investigación la cultura tributaria es un tema muy importante en los comerciantes para tener una buena recaudación de impuestos e impulsar el desarrollo de nuestro país.

ZAMUDIO TICONA H. P.: en su trabajo de investigación “Nivel de Conocimiento en Materia Tributaria en los estudiantes de Educación Básica Regular y su influencia en la Cultura Tributaria de la Ciudad de Juliaca, 2012”, concluye lo siguiente: En cuanto a los contenidos de la curricular de enseñanza, la información obtenida permitió que a pesar de que existen contenidos pro maticos sobre materia tributaria en los programas de educación básica regular, no son suficiente 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 proyecto curricular regional – Puno.

Haciendo un análisis con nuestro trabajo de investigación no existe conocimientos con temas tributarios ni regímenes tributarios es necesario que desde la niñez se implanten temas tributarios en la educación.

Mediante las tablas presentadas, hemos demostrado que el comerciante del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia no tiene suficientes conocimientos tributarios en un 75% conoce el Impuesto general a las Ventas esto debido a que pagan en sus recibos de servicios básicos (agua y luz). Según nuestra hipótesis planteada la baja cultura tributaria si influye directamente en la evasión tributaria ya que los comerciantes en 65% no tienen conciencia tributaria, otro factor también es que no saben el destino de los impuestos en un 51%, esto nos hace concluir que una baja cultura tributaria hace que exista mayor evasión de impuestos y eso influye a la recaudación tributaria, haciendo que los ingresos tributarios para el Estado sean muy bajos. Anteriormente en los cuadros presentados, hemos demostrado que en el periodo 2015, los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia no cumplen con sus obligaciones tributarias, aduciendo en un de 53% de comerciantes que solo los que tengan capacidad de pago deberían de contribuir al Estado. Aplicada nuestra muestra arrojaron como resultado de que el 73% de los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia no están registrados con RUC y solo un 27% de comerciantes si está registrado con RUC, respecto a si los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia paga la cuota RUS el 72 % no paga y el 53% de los comerciantes respecto a que impuesto paga, indican que no

pagan ningún impuesto debido a que no están formalizados, cabe mencionar que en cuanto a las licencias municipales solo el 28% cumple con realizar el trámite de la licencia y en un 72% no realizaron el trámite de licencia municipal. Por lo tanto, el resultado muestra un alto nivel de evasión tributaria y esto afecta a la recaudación tributaria (SUNAT). Por lo tanto, nuestra hipótesis general queda **aceptada** ya que la evasión tributaria influye en la recaudación tributaria.

CONCLUSIONES

Luego de haber expuesto nuestros resultados concluimos lo siguiente: las causas de la evasión tributaria en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia es falta de cultura tributaria, tienen un conocimiento tributario a cerca del Impuesto General a las Ventas por pagos del servicio públicos y a su vez no saben y desconocen a qué se destinan los tributos en un 51% de comerciantes. El desconocimiento de normas tributarias, obligaciones tributarias y deberes y obligaciones tributarias hacen que el nivel de evasión sea en gran medida esto debido a que en un 53% de comerciantes aduce que solo los que tienen capacidad de pago deberían de pagar impuestos y en un 65% no tiene conciencia de evasión de impuestos, haciendo que aun sea más difícil en la recaudación de tributos por parte de la Superintendencia de Administración tributaria. El nivel de evasión tributaria en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Santa Lucia, son frecuentemente originados por las causas políticas como la actual política tributaria de carácter inequitativo, la desconfianza del contribuyente con el Estado, como resultado final obtuvimos que un 27% está registrado con RUC y un 72% no está registrado con RUC, en un 72 % no paga la cuota RUS y el 53% de los comerciantes respecto a que impuesto paga, indican que no pagan ningún impuesto debido a que no están formalizados llegando a una conclusión de un nivel muy alto de evasión tributaria y esto a su vez repercute en la entidad de recaudación ya que no cumplen con pagar impuestos, no emiten comprobantes de pago, no declaran sus ventas y a su vez dichos comerciantes no están dispuestos a formalizarse, solo un sector reducido que representa 11% está dispuesto a contribuir al Estado y en 89% no desea formalizarse debido a que no se encuentran informados sobre el destino de los tributos.

BIBLIOGRAFÍA

ALVA MATTEUCCI, M. (05 de Marzo de 2010). *Artículos vinculados con el derecho tributario*. Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva>

ANDIA ROJAS, A. S. (Julio de 2011). *Cultura tributaria*. Obtenido de <http://asarhge3ro.blogspot.pe>

COSULICH AYALA, J. (2003). La evasión tributaria. *Proyecto Regional de política Fiscal*, 70.

HANCCO LARICO, O. B. (2015). *Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes Internacional San Jose de la ciudad de Juliaca periodos 2012-2013*. PUNO: UNA.

HERNANDEZ SAMPIERI, R., FERNANDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Taller de Infagon Web S.A.

MAMANI COLQUEHUANCA, J. (2010). *La Cultura Tributaria y su Incidencia en la recaudación del Impuesto Predial de la Municipalidad Provincial de San Roman, 2006-2008*. PUNO: UNA.

MAMANI MAMANI, B. (2009). *La Cultura Tributaria y su influencia en la informalidad comercial de la Provincia de San Roman año 2008*. PUNO: UNA.

ZAMUDIO TICONA, H. P. (2013). *Nivel de conocimientos en materia Tributaria en los estudiantes de Educación Básica Regular y su influencia en la cultura tributaria de la ciudad de Juliaca, 2012*. PUNO: UNA.

WEBGRAFIA

SUNAT. (2015). *Estadísticas y estudios*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios>

SUNAT. (Marzo de 2015). *Obligación tributaria*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe>