

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



**ESTRATEGIAS QUE INCREMENTAN EL NIVEL DE
CULTURA TRIBUTARIA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES
DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE,
PERIODOS 2015 – 2016.**

TESIS

PRESENTADA POR:

MARIA ANGELICA MAMANI CENTON

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO – PERÚ

2017

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

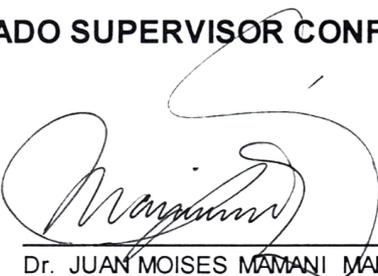
“ESTRATEGIAS QUE INCREMENTAN EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA
PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE,
PERIODOS 2015 – 2016”.

TESIS PRESENTADA POR:
MARIA ANGELICA MAMANI CENTON
PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO



APROBADO POR EL JURADO SUPERVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE


: _____
Dr. JUAN MOISES MAMANI MAMANI

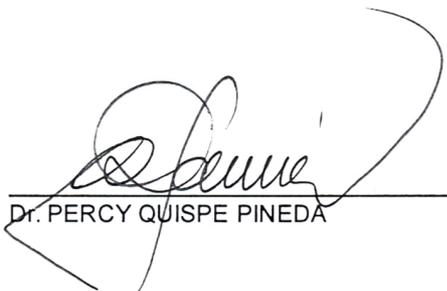
PRIMER MIEMBRO


: _____
Dr. ALBERTO ENRIQUE COLQUE MAMANI

SEGUNDO MIEMBRO


: _____
Dr. MARIA AMPARO CATAORA PEÑARANDA

DIRECTOR


: _____
Dr. PERCY QUISPE PINEDA

FECHA DE SUSTENTACION: Puno, 13 de Diciembre del 2017

Área : SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL
Tema : CULTURA TRIBUTARIA

DEDICATORIA

A Dios por protegerme en todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida y por permitirme alcanzar uno de mis objetivos.

A mis queridos padres y hermanos que se esfuerzan en darme buenos consejos y a Wilbert por ser mi fortaleza e inspiración en mi vida.

A los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables, que durante estos años supieron inculcar sus conocimientos en mi formación profesional, incentivándome a seguir adelante.

A ustedes, Mi eterna gratitud...!!! *María Angélica*

AGRADECIMIENTO

A Dios, Santo, Justo y Verdadero, por ser el Principio de la Sabiduría, Creador del universo y su eterno amor, quien supo guiarme por el buen camino, por darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se me presentó, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi Alma mater la Universidad Nacional del Altiplano en especial a la Escuela Profesional de Ciencias Contables por brindarme sus aulas para formarme como un digno profesional en Ciencias Contables.

Mi eterna gratitud a todos los Docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables, en especial al Director de Tesis Dr. Percy Quispe Pineda y al Dr. Juan Moisés Mamani Mamani quienes supieron inculcar y compartieron sus conocimientos.

Al Sr. Presidente y Comerciantes de Frente Único de Comerciantes del mercado Central de la Ciudad de Ilave, por haberme brindado información suficiente para llevar a cabo el presente trabajo de investigación.

A ustedes, Mi eterna gratitud...!!! María Angélica

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
CAPITULO I	13
INTRODUCCION	13
1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION	14
1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	15
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	24
1.4. IMPORTANCIA Y UTILIDAD DEL ESTUDIO	24
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	25
1.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	25
CAPITULO II	26
REVISIÓN DE LITERATURA	26
2.1. MARCO TEORICO	26
2.1.1. CULTURA	26
2.1.2. TRIBUTO.....	26
2.2.3. LA CONSTITUCIÓN Y LOS TRIBUTOS	28
2.1.4. CULTURA TRIBUTARIA	38
2.1.5. OBLIGACION TRIBUTARIA	41

2.1.6. RECAUDACIÓN TRIBUTARIA.....	42
2.1.7. SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL.....	43
2.1.8. EL CÓDIGO TRIBUTARIO	44
2.1.9. LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA (SUNAT).	45
2.1.10. COMPROBANTES DE PAGO	49
2.1.11. SECTOR INFORMAL	53
2.2. MARCO CONCEPTUAL	55
2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	59
2.3.1. HIPOTESIS GENERAL	59
2.3.2. HIPOTESIS ESPECÍFICA.....	60
CAPITULO III	62
MATERIALES Y MÉTODOS	62
3.1. TIPO DE INVESTIGACION	62
3.1.1. NIVEL DE INVESTIGACION	62
3.1.2. DISEÑO DE INVESTIGACION.....	62
3.2. POBLACION Y MUESTRA DE ESTUDIO.....	63
3.2.1. POBLACION.....	63
3.2.2. MUESTRA	64
3.3. TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS	66
3.3.1. ANALISIS DOCUMENTAL	66
3.3.2. ENCUESTA	66
3.3.3. OBSERVACION DIRECTA	67
3.4. METODOS DE INVESTIGACION	67

3.5. TECNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE INFORMACION	68
3.6. TECNICAS PARA CONTRASTACION DE HIPOTESIS	69
3.7. AMBITO DE ESTUDIO	70
CAPITULO IV	72
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	72
4.1. EXPOSICION DE RESULTADOS	72
4.2. DISCUSION	134
4.3. CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS	136
CONCLUSIONES	141
RECOMENDACIONES	143
BIBLIOGRAFIA	146
WEBGRAFIA	149
ANEXOS	150

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1: CUOTAS MENSUALES NRUS – D. L N° 937.....	33
TABLA 2: CUOTAS MENSUALES NRUS.....	34
TABLA 3: COMPARATIVO DE LOS CUATRO REGÍMENES.....	36
TABLA 4: NUMERO DE COMERCIANTES SEGÚN RUBRO	64
TABLA 5: CANTIDAD DE COMERCIANTES SEGÚN SECTOR – TAMAÑO DE MUESTRA	66

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1: CONOCIMIENTO DE CULTURA TRIBUTARIA, PERIODO 2015.....	73
CUADRO 2: CONOCIMIENTO DE CULTURA TRIBUTARIA, PERIODO 2016.....	74
CUADRO 3: NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADEMICA DEL COMERCIANTE, PERIODO 2015...75	75
CUADRO 4: NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADEMICA DEL COMERCIANTE, PERIODO 2016...76	76
CUADRO 5: CONOCIMIENTO SOBRE CONCEPTO DE TRIBUTO, PERIODO 2015.....	77
CUADRO 6: CONOCIMIENTO SOBRE CONCEPTO DE TRIBUTO, PERIODO 2016.....	78
CUADRO 7: CONOCIMIENTO SOBRE EL CONCEPTO DE IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	79
CUADRO 8: CONOCIMIENTO SOBRE EL CONCEPTO DE IMPUESTOS PERIODO 2016.....	80
CUADRO 9: CONOCIMIENTO SOBRE IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	81
CUADRO 10: CONOCIMIENTO SOBRE IMPUESTOS, PERIODO 2016	82
CUADRO 11: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS, PERIODO 2015.....	83
CUADRO 12: CONOCIMIENTO TRIBUTARIAS, PERIODO 2016.....	84
CUADRO 13: CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES, PERIODO 2015	85
CUADRO 14: CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES, PERIODO 2016	86
CUADRO 15: PORQUE NO PAGARIAS LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	87
CUADRO 16: PORQUE NO PAGARIAS LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016.....	88
CUADRO 17: CONOCIMIENTO DE CONCIENCIA TRIBUTARIA, PERIODO 2015.....	90
CUADRO 18: CONOCIMIENTO DE CONCIENCIA TRIBUTARIA, PERIODO 2016.....	91
CUADRO 19: QUIEN CREE QUE DEBE PAGAR LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	92
CUADRO 20: QUIEN CREE QUE DEBE PAGAR LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016.....	93
CUADRO 21: SABE PARA QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	94
CUADRO 22: SABE PARA QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016.....	95
CUADRO 23: DONDE APRENDIO SOBRE LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	96
CUADRO 24: DONDE APRENDIO SOBRE LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016.....	97
CUADRO 25: LE GUSTARIA TENER INFORMACION SOBRE IMPUESTOS, 2015.....	98

CUADRO 26: LE GUSTARIA TENER MAS INFORMACION SOBRE IMPUESTOS,2016.....	99
CUADRO 27: CUENTA CON RUC, PERIODO 2015	101
CUADRO 28: CUENTA CON RUC, PERIODO 2016	102
CUADRO 29: REGIMEN TRIBUTARIO A QUE PERTENECE, PERIODO 2015.....	103
CUADRO 30: REGIMEN TRIBUTARIO A QUE PERTENECE, PERIODO 2016.....	104
CUADRO 31: CONOCIMIENTO SOBRE COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2015.....	105
CUADRO 32: CONOCIMIENTO SOBRE COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2016.....	106
CUADRO 33: EMITE COMPROBANTES DE PAGO AL REALIZAR SUS VENTAS,2015	107
CUADRO 34: EMITE COMPROBANTES DE PAGO AL REALIZAR SUS VENTAS, 2016.....	108
CUADRO 35: POR QUE NO EMITE LOS COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2015.....	109
CUADRO 36: POR QUE NO EMITE LOS COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2016.....	110
CUADRO 37: CUANTOS DIAS A LA SEMANA TRABAJA, PERIODO 2015.....	111
CUADRO 38: CUANTOS DIAS A LA SEMANA TRABAJA, PERIODO 2016.....	112
CUADRO 39: PROMEDIO DE LAS VENTAS DIARIAS, PERIODO 2015	113
CUADRO 40: PROMEDIO DE LAS VENTAS DIARIAS, PERIODO 2016	114
CUADRO 41: QUIEN ES EL ENCARGADO DE COBRAR LOS IMPUESTOS,2015	115
CUADRO 42: QUIEN ES EL ENCARGADO DE COBRAR LOS IMPUESTOS, 2016.....	116
CUADRO 43: CUAL DE LOS IMPUESTOS PAGA, PERIODO 2015.....	117
CUADRO 44: CUAL DE LOS IMPUESTOS PAGA, PERIODO 2016.....	118
CUADRO 45: CADA CUANTO TIEMPO PAGA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015	119
CUADRO 46: CADA CUANTO TIEMPO PAGA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016	120
CUADRO 47: EL IMPUESTO, PERIODO 2015	121
CUADRO 48: EL IMPUESTO, PERIODO 2016	122
CUADRO 49: PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES Y AL REGIMEN TRIBUTARIO QUE DEBEN PERTENECER LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE, PERIODO 2015.....	123
CUADRO 50: PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES Y AL REGIMEN TRIBUTARIO QUE DEBEN PERTENECER LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE, PERIODO 2016.....	126
CUADRO 51: PROMEDIO ESTIMADO DE LA RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL DE ACUERDO AL REGIMEN TRIBUTARIO QUE PERTENECEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE – PERIODO 2015.....	129

CUADRO 52: PROMEDIO ESTIMADO DE LA RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL DE ACUERDO AL REGIMEN TRIBUTARIO QUE PERTENECEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE – PERIODO 2016.....	130
---	-----

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1: CONOCIMIENTO DE CULTURA TRIBUTARIA, PERIODO 2015	73
GRAFICO 2: CONOCIMIENTO DE CULTURA TRIBUTARIA, PERIODO 2016	74
GRAFICO 3: NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADEMICA DEL COMERCIANTE, PERIODO 2015..	75
GRAFICO 4: NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADEMICA DEL COMERCIANTE, PERIODO 2016..	76
GRAFICO 5: CONOCIMIENTO SOBRE CONCEPTO DE TRIBUTO, PERIODO 2015	77
GRAFICO 6: CONOCIMIENTO SOBRE CONCEPTO DE TRIBUTO, PERIODO 2016	78
GRAFICO 7: CONOCIMIENTO SOBRE EL CONCEPTO DE IMPUESTOS, PERIODO 2015....	79
GRAFICO 8: CONOCIMIENTO SOBRE EL CONCEPTO DE IMPUESTOS PERIODO 2016.....	80
GRAFICO 9: CONOCIMIENTO SOBRE IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	81
GRAFICO 10: CONOCIMIENTO SOBRE IMPUESTOS, PERIODO 2016.....	82
GRAFICO 11: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS, PERIODO 2015	83
GRAFICO 12: CONOCIMIENTO TRIBUTARIAS, PERIODO 2016	84
GRAFICO 13: CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES, PERIODO 2015.....	86
GRAFICO 14: CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES, PERIODO 2016.....	87
GRAFICO 15: PORQUE NO PAGARIAS LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	88
GRAFICO 16: PORQUE NO PAGARIAS LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016	89
GRAFICO 17: CONOCIMIENTO DE CONCIENCIA TRIBUTARIA, PERIODO 2015	90
GRAFICO 18: CONOCIMIENTO DE CONCIENCIA TRIBUTARIA, PERIODO 2016	91
GRAFICO 19: QUIEN CREE QUE DEBE PAGAR LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015	92
GRAFICO 20: QUIEN CREE QUE DEBE PAGAR LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016	93
GRAFICO 21: SABE PARA QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	94
GRAFICO 22: SABE PARA QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016.....	95
GRAFICO 23: DONDE APRENDIO SOBRE LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015	97
GRAFICO 24: DONDE APRENDIO SOBRE LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016	98
GRAFICO 25: LE GUSTARIA TENER INFORMACION SOBRE IMPUESTOS, 2015.....	99
GRAFICO 26: LE GUSTARIA TENER INFORMACION SOBRE IMPUESTOS, 2016.....	100
GRAFICO 27: CUENTA CON RUC, PERIODO 2015.....	101
GRAFICO 28: CUENTA CON RUC, PERIODO 2016.....	102

GRAFICO 29: REGIMEN TRIBUTARIO A QUE PERTENECE, PERIODO 2015.....	103
GRAFICO 30: REGIMEN TRIBUTARIO A QUE PERTENECE, PERIODO 2016.....	104
GRAFICO 31: CONOCIMIENTO SOBRE COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2015.....	105
GRAFICO 32: CONOCIMIENTO SOBRE COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2016.....	106
GRAFICO 33: EMITE COMPROBANTES DE PAGO AL REALIZAR SUS VENTAS,2015	107
GRAFICO 34: EMITE COMPROBANTES DE PAGO AL REALIZAR SUS VENTAS,2016.....	108
GRAFICO 35: POR QUE NO EMITE LOS COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2015....	109
GRAFICO 36: POR QUE NO EMITE LOS COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2016....	110
GRAFICO 37: CUANTOS DIAS A LA SEMANA TRABAJA, PERIODO 2015.....	111
GRAFICO 38: CUANTOS DIAS A LA SEMANA TRABAJA, PERIODO 2016.....	112
GRAFICO 39: PROMEDIO DE LAS VENTAS DIARIAS, PERIODO 2015.....	113
GRAFICO 40: PROMEDIO DE LAS VENTAS DIARIAS, PERIODO 2016.....	114
GRAFICO 41: QUIEN ES EL ENCARGADO DE COBRAR LOS IMPUESTOS,2015.....	115
GRAFICO 42: QUIEN ES EL ENCARGADO DE COBRAR LOS IMPUESTOS,2016.....	116
GRAFICO 43: CUAL DE LOS IMPUESTOS PAGA, PERIODO 2015.....	117
GRAFICO 44: CUAL DE LOS IMPUESTOS PAGA, PERIODO 2016.....	118
GRAFICO 45: CADA CUANTO TIEMPO PAGA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015.....	119
GRAFICO 46: CADA CUANTO TIEMPO PAGA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016.....	120
GRAFICO 47: EL IMPUESTO, PERIODO 2015.....	121
GRAFICO 48: EL IMPUESTO, PEERIDO 2016.....	122

IMAGEN

IMAGEN 1: MAPA POLITICA DE PROVINCIA DE EL COLLAO.....	71
---	----

ACRONIMOS

FUC: Frente Único de comerciantes

SUNAT: Superintendencia Nacional de Aduanas y de administración Tributaria

NRUS: Nuevo Régimen único simplificado

RER: Régimen Especial a la Renta

RG: Régimen General

RUC: Régimen Único del Contribuyente

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada “ESTRATEGIAS QUE INCREMENTAN EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE, PERIODOS 2015 – 2016”, es un estudio que se realizó para conocer el nivel de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, la población en estudio está conformado por los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave. Es un estudio cuantitativo y cualitativo. Para alcanzar los objetivos del presente trabajo de investigación se utilizó los métodos analítico, sintético, deductivo y descriptivo. El objetivo fundamental del trabajo de investigación es determinar el nivel de cultura y conciencia tributaria y la incidencia en la recaudación tributaria. El nivel de cultura tributaria de los comerciantes es bajo debido a la falta de capacitación y orientación tributaria de parte de la SUNAT, el cual influye negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, en donde se observa en los resultados el 68% y 65% de los comerciantes desconocen los tributos. El incumplimiento de obligaciones tributarias es por falta de conciencia tributaria de los comerciantes el cual incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributaria, ya que el 67% y 65% de los comerciantes afirmo que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorios, esto evidencia el bajo nivel de conciencia tributaria de los comerciantes. El 92% y 90% de los comerciantes no pagan ningún tipo de impuestos.

Palabras claves: Cultura, Tributación, Obligaciones, Recaudación, Conciencia

ABSTRACT

The present research work entitled "STRATEGIES THAT INCREASE THE LEVEL OF TAX CULTURE FOR THE COMPLIANCE OF THE TAX OBLIGATIONS OF THE MERCHANTS OF THE CENTRAL MARKET OF THE CITY OF ILAVE, PERIODS 2015 - 2016", is a study that was carried out to know the level of the tax culture and the fulfillment of the tributary obligations of the merchants of the central market of the city of Ilave, the population in study is conformed by the merchants of the central market of the city of Ilave.

It is a quantitative and qualitative study. To achieve the objectives of this research work, the analytical, synthetic, deductive and descriptive methods were used. The fundamental objective of the research work is to determine the level of culture and tax awareness and the incidence on tax collection. The level of tax culture of the merchants is low due to the lack of training and tax orientation on the part of the SUNAT, which negatively influences the fulfillment of their tax obligations, where 68% and 65% are observed in the results. of the merchants ignore the tributes. The breach of tax obligations is due to lack of tax awareness of the merchants which negatively affects the fulfillment of the tax obligations, since 67% and 65% of the merchants affirmed that they would not pay the taxes if these were not obligatory, this evidence the low level of tax awareness of the merchants. 92% and 90% of merchants do not pay any kind of taxes.

Keywords: Culture, Taxation, Obligations, Collection, Consciousness

CAPITULO I

INTRODUCCION

En la agenda política de los países latinoamericanos está presente la lucha contra la evasión tributaria, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica en los países latinoamericanos. El desconocimiento de las normas tributarias y la falta de la cultura tributaria que atraviesa nuestra sociedad peruana, es el reflejo de la delicada situación económica, social, coyuntural y cultural en la que hoy se debate el estado peruano, es por ello la Superintendencia Nacional de Aduanas y de administración Tributaria (SUNAT) tiene como misión luchar contra la evasión tributaria y la informalidad, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica en nuestro país. La falta de la cultura tributaria y conciencia tributaria no es un fenómeno reciente en la historia del hombre y la sociedad peruana, siempre ha estado presente. Es por ello, que no puede pretenderse solo el enfoque hacia lo económico financiero y legal, sino que es necesario ir mucho más allá y profundizar la relación que debe existir entre el Estado y el ciudadano, para ello es necesario desarrollar una Cultura y conciencia Tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos. A través del presente trabajo de investigación damos a conocer el nivel de cultura, conciencia tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilaye, periodos 2015 y 2016.

1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

El desconocimiento de las normas tributarias y la falta de la cultura tributaria que atraviesa nuestra sociedad peruana, es el reflejo de la delicada situación económica, social, coyuntural y cultural en la que hoy se debate el estado peruano.

Es por eso en la agenda de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de administración Tributaria (SUNAT) está presente la lucha contra la evasión tributaria y la informalidad, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica en nuestro país. La falta de la cultura tributaria y conciencia tributaria no es un fenómeno reciente en la historia del hombre y la sociedad peruana, siempre ha estado presente.

En la Región de Puno y principalmente en el distrito de llave, la falta de la cultura tributaria, conciencia tributaria, evasión tributaria y la informalidad de parte de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, son los principales problemas que aquejan a nuestra ciudad, región y al país, esto debido a la ausencia y a la falta de capacitación y orientación tributaria de parte de la SUNAT a los comerciantes. Estos problemas también son a consecuencias que en la ciudad de llave en los últimos años se ha visto la migración de la población del sector rural al sector urbano por falta de trabajo y desempleo, es por esta razón la población se ha visto obligado a generar sus ingresos propios comercializando productos de manera informal en el mercado sin pagar impuestos y sin emitir ningún comprobante de pago y a su vez desarrollan sus actividades con altos índices de informalidad.

La falta de cultura tributaria influye al bajo nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias, todo esto es un fenómeno que afecta a los ingresos del estado y deteriora la estructura económica y social del país. Lo cual se convierte en un gran problema que ocasiona la disminución de la recaudación del ingreso fiscal, que sirven para financiar las actividades que realiza el estado.

La recaudación de impuestos permite al estado atender las necesidades de la población en lo social, educación, 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.

Por eso es necesario que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) se enfoque en fiscalizar y controlar a todo los mercados realizando campañas para la concientización, información y orientación, para dar a conocer a los comerciantes sobre sus obligaciones como contribuyentes, ya que existen diversos factores que resumen la actitud de los individuos frente a sus obligaciones como contribuyentes, hablamos de la falta de cultura tributaria, el bajo nivel de conciencia tributaria.

1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

1.2.1. ANTECEDENTES LOCALES

(HANCCO LARICO, 2015); En su tesis denominado: "NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODOS 2012 - 2013". Concluye:

- Que el 51% de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca no poseen cultura tributaria, no tienen conocimiento

de los impuestos, el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes es muy deficiente.

- En el cumplimiento de las obligaciones tributarias y sobre la responsabilidad del pago de impuestos de los comerciantes según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 153 comerciantes no pagan ningún tipo de impuestos; y esta representa el 66% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 38.82% son del rubro textil, el 10.78% electrodomésticos, 3.88% calzados y 12.51% rubro abarrotes, se concluye que, el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes rubros de negocios comerciales.
- En los valores y actitudes, los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, según la muestra de 228 comerciantes, los resultados de dicho análisis indican que 132 comerciantes no practican valores para la tributación, lo que representa el 58% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 36.47% son del rubro textil, el 7.47% del rubro electrodomésticos, 3.08% del rubro calzados y 10.98% rubro abarrotes.
- Si se incrementa en los Programas Curriculares del Sistema Educativo contenidos sobre Educación Tributaria, basada en la práctica de valores, los resultados a futuro serian favorables para el Estado ya que el crecimiento de la recaudación seria paralela a la base tributaria, lo cual ayudara en el desarrollo del país y así poder gozar de mejoras en la calidad de servicios que brinda el Estado.

(CALSINA AGUILAR, 2015): En su tesis denominado: “CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACION TRIBUTARIA - PERIODO 2013” Concluye:

- El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista es baja, debido al desconocimiento de las normas tributarias, lo cual trae consigo el incumplimiento de obligaciones formales y sustanciales, tales como la no inscripción en el RUC, no emitir de comprobantes de pago.
- Los conocimientos en tributación de los comerciantes del mercado internacional Bellavista es bajo debido al desconocimiento de las normas tributarias, En donde se observa que el 65% de los comerciantes no sabe el destino de los tributos que recauda la SUNAT y el 95% de los comerciantes indica no haber recibido capacitación en materia tributaria por parte de la SUNAT; por lo que el desconocimiento de las normas tributarias, aunado a la falta de capacitación en temas tributarios por parte de SUNAT a los comerciantes, induce al incumplimiento de sus obligaciones tributarias, lo cual incide de manera negativa en la recaudación tributaria por parte de la SUNAT.
- El incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno es por falta de cultura tributaria, ya que el 76% de los comerciantes desconocen el carácter imperativo del pago de impuestos, el 85% de los comerciantes no emite comprobantes por las ventas que realiza y el 93% de los comerciantes no paga sus impuestos por la obtención de rentas de

tercera categoría; por tanto El incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del 104 mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno incide negativamente en la recaudación tributaria.

- Con las alternativas propuestas en el presente trabajo de investigación ayudaran a aumentar la recaudación tributaria de los tributos administrados por la SUNAT, como son el Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta por la generación de rentas de tercera categoría; a través de su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes - RUC, previa capacitación por parte de la SUNAT a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la Ciudad de Puno, sobre temas referidos a cumplimiento de obligaciones tributarias.

(MESTAS, 2017): En su tesis denominado: “NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL 24 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE JULIACA PERIODO 2015”. Concluye:

- Que los comerciantes del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca, Carecen de conocimiento adecuado de las normas tributarias y es por dicha razón que no realizan el pago respectivo de los impuestos que les corresponde pagar y prefieren mantenerse fuera del marco legal tributario y evadir sus obligaciones tributarias.
- Los resultados de la investigación nos indica que el 45% de la población comercial del mercado 24 de octubre tiene algún tipo de conocimiento de las normas tributarias y el 54% de la población comercial desconoce las normas tributarias (Según Cuadro N° 01,02, 03 y 04) por lo tanto llegamos a la conclusión que la gran mayoría de la población de los comerciantes

del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca, Carecen de conocimiento adecuado de las normas tributarias y es por dicha razón que no realizan el pago respectivo de los impuestos que les corresponde y prefieren mantenerse fuera del marco legal tributario y evadir sus obligaciones.

- Con respecto a la Falta de Capacitación en materia tributaria en el Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca, los resultados se muestran así el 11% de la población comercial si reciben orientación por parte de terceros y algunas de universidades de la localidad, pero NO han recibido capacitación u orientación eficiente por parte de la SUNAT, es decir solo el 3% de la población comercial ha recibido capacitación de parte de esta entidad, mientras que el 84% de la población se encuentra desinformada de la normativa tributaria vigente y un 3% afirmo haber recibido algún tipo de información.
- Que el contribuyente Chiclayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía, y que el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 es bajo.
- La gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la Administración Tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados
- Contamos con ciudadanos con valores altruistas pero que no están dispuestos a cumplir con sus obligaciones tributarias porque perciben que el Estado no cumplen con sus funciones adecuadamente.

2.3.2. ANTECEDENTES NACIONALES

(QUISPE CAÑI, 2011): En su tesis denominado: “LA POLÍTICA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADILLO BOLOGNESI DE LA CIUDAD DE TACNA”. Concluye:

- La política Tributaria tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, debido a una inadecuada Política Tributaria, carencia de medidas para enfrentar la Evasión Tributaria y deficiente Programa de Educación Tributaria.
- La comprensión de los lineamientos de Política Tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna debido a que no están de acuerdo a la realidad económica del país, se basan en el incremento de los impuestos y al ataque agresivo al sector formal.
- La evaluación del control de la Evasión Tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, debido a la inequidad y complejidad del Sistema Tributario, la corrupción de nuestras autoridades de turno y por la deficiente calidad de servicios en la prestación de servicios públicos.
- La implementación de Programas en Educación Tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, debido a que la SUNAT no divulga, educa ni promociona la Cultura Tributaria como debe ser.

(TARAZONA LOPEZ & VELIZ DE VILLA VARGAS , 2016): En su tesis denominado: “CULTURA TRIBUTARIA EN LA FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES, PROVINCIA DE POMABAMBA – ANCASH AÑO 2013”. Concluye:

- Que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen.
- El gobierno de la provincia de Pomabamba no cuenta con una política o plan de acciones correspondientes en la difusión de los temas tributarios ni en la supervisión de ellos, por el cual en su jurisdicción existe un alto índice de informalidad y es así que la empresa T&L S.A.C. aún no cuenta con licencia de funcionamiento. La formalización de una micro empresa en la provincia de Pomabamba es muy costosa y demanda mucho más tiempo, a comparación con la ciudad de Lima; además los contribuyentes desconocen de la ley MYPE, tal es el caso de la empresa T&L S.A.C. quien no se acogió a dicha norma.
- La formalización de una micro empresa en la provincia de Pomabamba es muy costosa y demanda mucho más tiempo, a comparación con la ciudad de Lima; además los contribuyentes desconocen de la ley MYPE, tal es el caso de la empresa T&L S.A.C. quien no se acogió a dicha norma.

(GONZALES AGURTO, 2016): En su tesis denominado “NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN EL MERCADO MARIA SOCORRO DE HUANCHACO, 2016”.

Concluye:

- Determina, que el nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco es bajo debido a que un 70% de investigados obtuvieron los puntajes más bajos. Se encontró que el conocimiento tributario en el mercado es bajo debido a que un 83% no ha recibido nunca capacitación por parte de SUNAT u otras entidades, ya que ellos creen tener una idea de lo que es tributación pero al consultarles sobre conceptos específicos no sabían dar una respuesta correcta.
- Las causas que motivan la falta de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco son un bajo conocimiento tributario, desmotivación para pagar sus impuestos, debido a que el 37% opinan que sus gobernantes son corruptos y consideran que los impuestos son excesivos y que no les va a generar ningún beneficio.
- Se ha propuesto un programa de implementación de estrategias para mejorar la cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, y así poder enriquecer su conocimiento tributario y disminuir la desmotivación que sienten los comerciantes para cumplir con sus obligaciones tributarias.

(MOGOLLON DIAZ, 2014): En su tesis denominado: "NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE CHICLAYO EN EL PERIODO 2012 PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN PASIVA DE LA REGIÓN CHICLAYO, PERU". Concluye:

- Que el contribuyente Chiclayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía, y que el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 es bajo.

- La gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la Administración Tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados

2.3.3. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

(CHICAS ZEA, 2011): En su tesis denominado: “PROPUESTA PARA CREAR UNA UNIDAD MÓVIL DE CAPACITACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN GUATEMALA”.

Concluye:

- Como consecuencia de la inexistencia o equivocada Cultura Tributaria, se evidencia el desconocimiento y desinterés de la población Guatemalteca hacia el correcto y oportuno pago de impuestos.
- La mínima capacidad instalada para impartir educación y los problemas de acceso a los centros de capacitación regionales, entre otras causas, hacen que la cultura tributaria sea casi nula en la mayoría de la población, principalmente en las áreas rurales.

(VALECILLOS BLANCO, 2010): En su tesis denominado: “LINEAMIENTOS DE LOS CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS SOBRE CULTURA TRIBUTARIA PARA LOS CONTRIBUYENTES DEL FUTURO”. Concluye:

- Se evidenció que los docentes están desactualizados en conocimientos tributarios y la información obtenida, permitió constatar que a pesar de la existencia de contenidos programáticos en 5° grado y 6° grado de la segunda etapa de la educación básica sobre conocimientos tributarios, estos no son suficientes para formar una base sólida para desarrollar cultura tributaria en los contribuyentes futuros.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, periodo 2015 - 2016?

1.3.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

PE1: ¿Cuál es el nivel de la conciencia tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave?

PE2: ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias y como incide en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave?

PE3: ¿De qué manera se puede elevar el nivel de cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave?

1.4. IMPORTANCIA Y UTILIDAD DEL ESTUDIO

El presente trabajo de investigación es importante, porque consideramos que la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave y de todo los contribuyentes es muy importante para el Estado, en el trabajo de investigación se ha demostrado que la cultura y conciencia tributaria es deficiente, para ello se evaluó los factores que influyen en el bajo nivel de cultura y conciencia tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de los comerciantes y determinamos que la cultura tributaria influye en la recaudación de impuestos. Esto nos permitió proponer estrategias tributarias que incrementen la conciencia

y cultura tributaria de los comerciantes y dicha información sea útil para la SUNAT y a los comerciantes para incrementar la recaudación de impuestos y al mismo tiempo disminuir la evasión tributaria, ya que la educación tributaria en el Perú tiene que ser fomentado por la SUNAT fortaleciendo la cultura tributaria aplicando estrategias y capacitaciones para los comerciantes y contribuyentes para el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarios, y así la superintendencia nacional de administración tributaria y de aduanas (SUNAT) pueda tener mayor recaudación de impuestos, para que el estado pueda solventar sus gastos y satisfacer las necesidades de su población.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de la cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, periodo 2015 – 2016.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

O.E1: Evaluar el nivel de conciencia tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave.

O.E2: Evaluar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave.

O.E3: Proponer estrategias que incrementen el nivel de la cultura tributaria y el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave.

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. MARCO TEORICO

2.1.1. CULTURA

Según la real academia de la lengua española define a cultura Como “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grados de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social”. Por lo que toda la sociedad tiene cultura y toda cultura es puesta en práctica, por las personas que se interrelacionan; siendo de esta manera a la sociedad igual a la cultura. (DICCIONARIO, 2001).

De acuerdo a la organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas (UNESCO), define: “La cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social, engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”

La cultura es una manera de vivir juntos, moldea nuestro pensamiento, nuestra imagen y nuestro comportamiento. De igual modo es hacer, pensar, construir, edificar, derrumbar, obrar con la inteligencia, con la mano y sus extensiones, las herramientas, la técnica que en su increíble crecimiento constituye ya una supra naturaleza. (LINARES SALAS, 2012).

2.1.2. TRIBUTO

Etimológicamente, tributo viene del latín “tributum”. O sea: de entregar al vasallo a su señor una cantidad en señal de su reconocimiento de señorío.

De esta aceptación etimológicamente cobra la obligación de tributar. A quienes se hallan en la situación considerados por la ley como hechos imponible, ajenos a toda actividad estatal relativa al obligado. (VILLEGAS, 2002).

El tributo es una prestación pecuniaria, objeto de una relación cuya fuente es la ley, entre dos sujetos: de un lado el que tiene derecho de exigir la prestación, al acreedor del tributo, es decir el estado u otra entidad pública que efectivamente por virtud de una ley positiva, posee ese derecho y de otro lado el deudor a los deudores, quienes están obligados a cumplir la prestación pecuniaria. (JARACH, 1999).

En el glosario tributario de la SUNAT encontramos definidos al tributo como como la 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 al cumplimiento de sus fines. (FLORES SORIA, 2004).

El tributo como “vinculo jurídico cuya fuente inmediata es la ley, que nace con motivo de ocurrir o de no ocurrir hechos situaciones que en la misma ley designan y que originan en determinadas personas, la obligación de realizar favor al estado una prestación pecuniaria para la satisfacción de las necesidades colectivas y que puede ser exigida por el estado en forma coactiva. (ORBEGOSO, R. 1988).

La constitución política del Perú señala “los tributos se crean, se modifican o derogan, o una exoneración, exclusivamente por ley o decreto legislativo en caso de delegación de facultades, salvo los aranceles y tasa, Los cuales se regulan mediante un decreto supremo. El estado al ejercer al ejercer la

potestad tributaria debe respetar los principios de reserva de ley. Y los de igualdad y respeto de los derechos fundamentales de la persona. (CONSTITUCION POLITICA DEL PERU ART° 74, 1993)

La SUNAT, toma la definición de Héctor Villegas y señala que el tributo “es una prestación en dinero que el estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines”.

2.1.2.1. ELEMENTOS BASICOS DEL TRIBUTO

Para determinación del cálculo del tributo se deben tener en cuenta la tasa y la base imponible.

- **TASA O ALICUOTA:** Es el porcentaje que se aplica a la base imponible para determinar el monto del tributo.
- **BASE IMPONIBLE:** Valor numérico sobre el cual se aplica la tasa o alícuota para determinar en monto del tributo.

2.2.3. LA CONSTITUCIÓN Y LOS TRIBUTOS

Los tributos se crean, modifican, derogan, o se establece una exoneración, exclusivamente por Ley o Decreto Legislativo en caso de delegación de facultades, salvo los aranceles y las tasas, las cuales se regulan mediante Decreto Supremo. Los gobiernos locales pueden crear, modificar, y suprimir contribuciones y tasa; o exonerar de estas, dentro de su jurisdicción y con los límites que señala la Ley. El estado al ejercer la potestad tributaria, debe respetar los principios de Reserva de la Ley y los de igualdad y Respeto de los Derechos Fundamentales de la persona. Ningún tributo puede tener efecto confiscatorio. Los Decretos de Urgencia no pueden contener materia

tributaria, las leyes relativas a tributos de periodicidad anual rigen a partir del primero de enero del año siguiente de su promulgación. Las leyes de Presupuesto no pueden contener normas sobre materia tributaria. No surte efecto las normas tributarias dictadas en violación de los que se establece en el presente artículo.” ARTICULO 79: “El congreso no puede crear tributos con fines predeterminados, salvo por solicitud del Poder Ejecutivo. En cualquier otro caso, las leyes de índole tributaria referidas a beneficios o exoneraciones requieren previo informe del Ministerio de Economía y Finanzas. Solo por ley expresa, aprobada por dos tercios de los congresistas pueden establecerse selectiva y temporalmente un tratamiento tributario especial para una determinada zona del país”. (CONSTITUCION POLITICA DEL PERU , 1993)

1.2.3.1. CLASIFICACIÓN DEL TRIBUTO EN EL PERÚ

Rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos, el término genérico tributo comprende:

1. **IMPUESTOS.-** Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del estado.
Ejemplo: Impuesto a la renta, impuesto general a las ventas.

CLASES DE IMPUESTOS

- a. **DIRECTOS.-** Pagan directamente los contribuyentes mediante una cantidad fija y a una fecha determinada, ejemplo: impuesto a la renta.
- b. **INDIRECTOS.-** Son los que no gravan directamente a los contribuyentes, si no a sus gastos o compras, prestación de servicios, ejemplo: El impuesto General a las Ventas.

2. **CONTRIBUCIONES.-** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales. Ejemplo; ESSALUD.
3. **TASA.-** Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del estado. Ejemplo los derechos arancelarios de los registros públicos.
 - a. **ARBITRIOS:** son tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público, ejemplo: Los peajes, arbitrios municipales, etc.
 - b. **DERECHOS:** Son tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes del público; ejemplo: Partidas de nacimiento, defunciones, matrimonios; etc.
 - c. **LICENCIAS:** son las tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular particular sujetas a control o fiscalización, ejemplo: licencias de apertura y funcionamiento de las municipalidades, etc.

2.1.3.2. LOS TRIBUTOS DEL GOBIERNO CENTRAL

Impuesto a la Renta: Grava las rentas de trabajo que provengan del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos, con fuente durable y que genere ingresos periódicos. Las rentas de fuente peruana afectas al impuesto están divididas en cinco categorías, además existe un tratamiento especial para las rentas percibidas de fuente extranjera.

1. **Primera Categoría:** Son las rentas reales del arrendamiento o sub arrendamiento, el valor de las mejoras, provenientes del arrendamiento de los predios rústicos y urbanos o de bienes muebles.
2. **Segunda Categoría:** Grava los ingresos provenientes de capitales intangibles tales como: intereses por colocación de capitales, regalías, patentes, rentas vitalicias, derechos de llave y venta de inmuebles.
3. **Tercera categoría:** Son rentas generadas de actividad empresarial en general, las derivadas de actividades comerciales, industriales, servicios o negocios.
4. **Cuarta Categoría:** Grava los ingresos provenientes del ejercicio individual de cualquier profesión, ciencia, arte u oficio bajo contrato de locación.
5. **Quinta Categoría:** las obtenidas por el trabajo personal prestado en relación de dependencia.

Impuesto General a las Ventas: El impuesto general a las ventas grava las siguientes operaciones:

- Venta en el país de bienes muebles.
- La prestación o utilización de servicios en el país.
- Los contratos de construcción.
- La primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos.
- La importación de bienes.

Impuesto Selectivo al Consumo: Es el impuesto que se aplica solo a la producción o importación de determinados productos como cigarrillos, licores, cervezas, gaseosas, combustibles, etc.

El impuesto selectivo al consumo grava:

- La venta en el país a nivel de productor y la importación de los bienes, especificados en los Apéndices III y IV.
- La venta en el país por el importador de los bienes, especificados en el literal A del Apéndice IV.
- Los juegos de azar y apuestas, tales como loterías, bingos, rifas, sorteos y eventos hípicas.

Derechos Arancelarios o Ad Valorem: son los derechos aplicados al valor de las mercancías que ingresan al país, contenidas en el arancel de aduanas.

Tasas por la Prestación de Servicios Públicos: Se consideran los siguientes.

- Tasas por servicios públicos o arbitrios. Por la prestación o mantenimiento de un servicio público individualizado con el contribuyente.
- Tasas por servicios administrativos o derechos.- Se paga por concepto de tramitación de procedimientos administrativos.
- Tasa por licencia de funcionamiento.- Derecho que se paga para el otorgamiento de apertura de un establecimiento comercial.

REGIMENES TRIBUTARIAS EN EL PERU

Nuevo Régimen Único Simplificado: Según el Decreto Legislativo N° 937, es un régimen promocional que comprende estar sujetos a las personas naturales y sucesiones indivisas domiciliadas en el país, que exclusivamente obtengan rentas por la realización de actividades empresariales y a las personas naturales no profesionales, domiciliadas en el país, que perciban rentas de cuarta

categoría únicamente por actividades de oficios, que consiste en el pago de una cuota única en forma mensual, la cual se determinara sobre la base de las cinco categorías en la cual se ubique.

El artículo modificado 7.2, señala que “sin embargo, los siguientes sujetos podrán ubicarse en una categoría denominada “Categoría Especial”, siempre que el total de sus ingresos brutos y de sus adquisiciones anuales no exceda, cada uno, de S/ 60,000”.

PERSONAS COMPRENDIDAS EN EL NUEVO RUS

Están incluidas en este régimen las personas naturales y las sucesiones indivisas domiciliadas en el país que:

- Exclusivamente las personas que obtengan rentas por las actividades empresariales
- Las personas naturales no profesionales, que perciban rentas de cuarta categoría únicamente por actividades de oficio
- Sus ingresos brutos por la realización de sus actividades no excedan de s/. 360,000 nuevos soles en un ejercicio gravable.

TABLA 1

TABLA DE CUOTAS MENSUALES NRUS – D. L N° 937

CATEGORIAS	PARAMETROS		CUOTA MENSUAL (S/.)
	Total de ingresos Brutos mensuales (Hasta S/.)	Total de Adquisiciones Mensuales S/.	
1	5,000.00	5,000.00	20.00
2	8,000.00	8,000.00	50.00
3	13,000.00	13,000.00	200.00
4	20,000.00	20,000.00	400.00
5	30,000.00	30,000.00	600.00

FUENTE: SUNAT, Decreto Legislativo N° 937

El 20 de diciembre se promulgo el Decreto Legislativo N° 1270, que modifica drásticamente los requisitos para pertenecer a dicho régimen, reduciendo las opciones de acogerse al régimen del Nuevo RUS, A partir del 01 de enero de 2017.

TABLA 2
CUOTAS MENSUALES NRUS

CATEGORIAS	PARAMETROS			CUOTA MENSUAL
	Total de ingresos Brutos mensuales (Hasta S/.)	Total de Adquisiciones Mensuales (Hasta S/.)	Total de ingreso Anual S/.	S/.
1	5.000.	5.000	60,000.00	20
2	8.000	8.000	96,000.00	50

FUENTE: SUNAT, Decreto Legislativo N° 1270

Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER.

El Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) 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, es decir rentas de naturaleza empresarial o de negocio.

Las actividades comprendidas son las siguientes:

EXTRACTIVAS: Minería, pesquería

INDUSTRIALES: los que se dedican a la transformación de productos primarios

COMERCIO: Compra y venta de bienes que adquieren, produzcan o manufacturen

SERVICIOS: cualquier actividad no señala en los rubros anteriores

ACTIVIDADES AGROPECUARIAS: crianza de animales y cultivo de animales

Límite de ingreso Hasta S/.525, 000 anuales pagando la Renta de Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio) más IGV de 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).

REGIMEN GENERAL - RG

La renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas y generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo.

- Las personas naturales con negocio unipersonal.
- Las personas jurídicas, por ejemplo: la sociedad anónima, la sociedad comercial de responsabilidad limitada (S.R.L.), empresas individuales de
- Las sucesiones indivisas.
- Las sociedades conyugales que opten por tributar como tales.

A partir del ejercicio 2017, los regímenes tributarios han sufrido modificaciones. Antes contábamos con sólo tres regímenes: NRUS, Régimen Especial y Régimen General, desde enero de este año, los contribuyentes pueden acogerse además al Régimen MYPE Tributario.

TABLA 3

TABLA COMPARATIVO DE LOS CUATRO REGÍMENES

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525, 000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/.525, 000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual – Renta	No	No	Sí	Sí
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en éste régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Sí tiene	Sí tiene	No tiene	No tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Sí tiene	Sí tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Sí tiene	Sí tiene

FUENTE: SUNAT

2.1.3.3. LOS TRIBUTOS PARA LOS GOBIERNOS LOCALES

- a) **Impuesto de Alcabala:** El Impuesto de Alcabala, es el Impuesto que grava la transferencia de bienes inmuebles a título oneroso (contraprestación) o gratuito (liberalidad), cualquiera sea su forma o modalidad (tipo de contrato), inclusive las ventas con reserva de dominio
- b) **Impuesto Predial:** Grava el valor de la propiedad de los predios urbanos y rústicos.
- c) **Impuesto al Patrimonio Vehicular:** Grava la propiedad de los vehículos fabricados en el país o importados, con una antigüedad no mayor de 03 años y la tasa para dicho impuesto es el 1% sobre al valor original de adquisición del vehículo.
- d) **Impuesto a las Apuestas:** Es un impuesto de periodicidad mensual, grava los ingresos de las entidades organizadoras de eventos hípicas y similares, en las que se realicen apuestas.
- e) **Impuesto a los Juegos:** Grava la realización de actividades relacionadas con los juegos, como: loterías, bingos y rifas.
- f) **Impuesto a los Espectáculos Públicos No Deportivos:** Grava el monto que se abona por concepto de ingreso a los espectáculos públicos no deportivos, con excepción de los espectáculos culturales debidamente autorizados por el INC. El Estado ha creado otros tributos a favor de las Municipalidades que son:
- Impuesto de Promoción Municipal.
 - Impuesto al Rodaje.
 - Impuesto a las Embarcaciones de recreo.

2.1.4. CULTURA TRIBUTARIA

La cultura tributaria es el conocimiento reflexivo del ser humano en cuanto a la bondad del pago de los tributos, lo que le lleva a cumplir natural y voluntariamente con sus obligaciones tributarias. (CORREDOR & DIAZ, 2013).

la cultura tributaria es un “conjunto de acciones con pretensión de sistematicidad que se financian mediante presupuesto de inversión y se diseñan con objetivos directos e impactos indirectos con el fin de mejorar la disposición de un sistema político a aceptar voluntariamente la carga y los procedimientos de tributos, tasas y contribuciones que se destinan a la provisión de bienes y servicios comunes o de bienes y servicios meritorios para el mismo sistema político que decide imponérselas. (BROMBERG, 2009).

Cultura tributaria es “conjunto de información y el grado de conocimiento que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de recepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”. En la mayoría de países latinoamericanos ha prevalecido una conducta social adversa al pago de impuestos manifestaciones en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento. (ARMAS, 2009).

La cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus respectivas funciones. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que pueden comprender que los tributos son

recursos que recauda el estado en carácter administrador, pero en realidad esos recursos lo pertenecen a la población por lo tanto el estado se los debe devolver en bienes y servicios públicos. (GALLARDO GOMEZ, 2010).

2.1.4.1. CLASIFICACION DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Según la organización para educación, ciencia y la cultura (UNESCO, 2009), la cultura tributaria se clasifica de acuerdo a sus definiciones de la siguiente manera:

- a) TOPICO: consiste en una lista de categorías, tales como organización social, religión o economía.
- b) HISTORICA: Está relacionado con la herencia social, es la manera en que lo seres humanos solucionan problemas de adaptación al ambiente o a la vida en común.
- c) MENTAL: Es un complejo de ideas o hábitos aprendidos que inhiben impulsos y distinguen a la gente de los demás. (LOUDON & DELLA, 1995).

2.1.4.2. ELEMENTOS DE CULTURA TRIBUTARIA

Se encuentran conformados por los atributos que caracterizan la cultura tributaria, estos son:

- Valores
- Normas legales sanciones
- Símbolos
- Tecnología

2.1.4.3. 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 personales. (BRAVO CUCCI, 2011).

La conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas, es decir a los aspectos no coercitivos que motivan la voluntad de contribuir. (FERREIRA, 2011).

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 tomar posición frente al tributo.

CARENCIA DE LA CONCIENCIA TRIBUTARIA

La carencia de la conciencia tributaria está relacionada con la falta de educación sobre el tema, la poca solidaridad con el estado, así como razones de historia económica, y la idiosincrasia del pueblo en cuanto a la evasión del impuesto, así como poca claridad en el destino de los ingresos percibidos por los tributos. (VALERO, RAMIREZ DE ENGAÑEZ, & MORENO, 2010).

La falta de conciencia tributaria tiene su origen en:

- Falta de educación
- Falta de solidaridad
- Razones de historia económica
- Idiosincrasia del pueblo

2.1.5. OBLIGACION TRIBUTARIA

La obligación tributaria es el derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por la ley que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. (DECRETO SUPREMO N° 135-99-EF).

La obligación tributaria que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley. Que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. Debemos tener presente que la obligación es un vínculo de naturaleza jurídica, y la prestación es el contenido de la obligación, esto es, la conducta del deudor tributario es el pagar deuda tributaria, la finalidad o el objeto de la obligación es que el deudor tributario pague la deuda tributaria, y si no lo hace, la administración se encuentra facultada para exigirle coactivamente o forzosamente el cumplimiento de la misma. (ROBLES, 2008).

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

2.1.5.1. CLASIFICACION DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

La obligación tributaria puede clasificarse en:

- **Obligaciones tributarias sustanciales:** También llamadas principales y que consiste en el cumplimiento de las prestaciones patrimoniales tributarias, es decir, en el pago de tributos.

- **Obligaciones tributarias formales:** También llamadas secundarias o accesorias y que consiste en el cumplimiento de las prestaciones tributarias no patrimoniales, entre las que se incluye la presentación de declaraciones, la exhibición de documentos.

2.1.5.2. NACIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. (TEXTO UNICO ORDENADO DEL CODIGO TRIBUTARIO, 2013).

La obligación tributaria surge entre el Estado y los sujetos pasivos en cuanto ocurre el presupuesto de hecho previsto en la Ley, constituye un vínculo de carácter personal aunque su cumplimiento se asegure mediante garantía real o con privilegios especiales. (CENTRO INTERAMERICANO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA).

2.1.6. RECAUDACIÓN TRIBUTARIA

La primera acepción de recaudar que consigna el diccionario de la lengua española señala “cobrar o percibir dinero”; en la voz recaudación el mencionado diccionario indica: “acción de recaudar. Il cantidad recaudada. Il función de cobro de los distintos tributos. Il órgano que tiene encomendada legalmente dicha función. Il personas adscritas a ese órgano. Recaudar es percibir por la hacienda pública las cantidades debidas por los contribuyentes por el pago de impuestos o tasas. Por su parte Cabanellas indica que recaudar es cobrar contribuciones, impuestos y otras rentas públicas. Para Calvo Ortega, la recaudación es una actividad que tiene por finalidad hacer efectiva la obligación tributaria. Mediante ella el acreedor tributario ve

satisfecho su crédito en la forma establecida por ley. (TAMANAES & GALLEGO, 2003).

2.1.7. SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL

El sistema tributario nacional es el conjunto de principios, reglas, normas que el Estado Peruano ha establecido en materia tributaria para establecer los tributos (impuestos, contribuciones y tasas que existen en el Perú). Se desenvuelve dentro del marco conceptual que le brinda el Derecho Tributario, el Código Tributario y la Ley Penal Tributaria. Los impuestos creados y vigentes dentro de un país deben responder a un ordenamiento de manera que ellos formen un verdadero organismo. Las características fundamentales de un sistema tributario eficiente son: la suficiencia y la elasticidad; el Estado debe combinar los impuestos dentro de un sistema; de manera que en conjunto reporte recursos para el Tesoro Público, los que provee en el Presupuesto General.

Sistema tributario entendemos aquella formas de imposición utilizados por el estado para obtener sus ingresos, los denominados sistemas tributarias aunque la realidad con mayor precisión deberíamos considerarlos sistemas impositivas ya que nos vamos a ocupar de aplicación de los impuestos y que no de los demás tributos. (BARRIOS ORBEGOSO, 1998).

El sistema tributario es el conjunto de tributos vigentes en un país determinado y en una determinada época o en un determinado periodo de tiempo. El estudio del conjunto de tributos debe hacerse como un todo. Y no aisladamente .porque el sistema tributario debe ser visto en su conjunto. Y que los afectos que producen los tributos pueden equilibrarse y corregirse

ente si, hablar de sistema tributaria es pensar en un conjunto de principios, normas o reglas lógicamente enlazadas entre sí. (NARRO ROJAS, 2014).

El sistema tributario peruano es el conjunto de impuestos contribuciones y tasa que existen en el Perú, con los objetivos siguientes:

- Incrementar la recaudación.
- Brindar al sistema tributario una mayor eficiencia, permanencia y simplicidad.
- Distribuir equitativamente los ingresos que corresponden a las municipalidades. (DECRETO LEGISLATIVO N° 771, 2013).

2.1.8. EL CÓDIGO TRIBUTARIO

El Código Tributario constituye el eje fundamental del Sistema Tributario Nacional, y establece los principios generales, institucionales, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico-tributario. Este código rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos. Sus disposiciones, sin regular a ningún tributo en particular, son aplicables a todos los tributos (impuestos, contribuciones y tasas) pertenecientes al sistema tributario nacional, y a las relaciones que la aplicación de estos y las normas jurídico-tributarias, consideramos que nuestro Código Tributario se adscribe a esta en la medida que considera que la retención y percepción de tributos constituyen obligaciones tributarias; en la medida que estas figuras se encuentran reguladas dentro del Libro I de dicho cuerpo legal, el mismo que está dedicado a regular la obligación tributaria.

2.1.9. LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA (SUNAT).

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, de acuerdo a Ley N° 24829; Ley de creación y la Ley general aprobada por decreto legislativo N° 501, es una institución pública descentralizada dependiente del Sector Economía y Finanzas, dotada de personería jurídica de derecho público, que tiene autonomía económica, administrativa, funcional, técnica y financiera, cuya función principal es la de estar encargada de la administración y recaudación de los tributos internos; y que en virtud a lo dispuesto por el decreto supremo N°061-2002-PCM del 12 de julio del 2002, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de ADUANAS, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley le correspondían a esta entidad.

De acuerdo a la Ley General de la SUNAT, ésta tiene domicilio legal y sede principal en la ciudad de Lima y puede establecer dependencias en cualquier lugar del territorio nacional. (Artículo 3° del Reglamento de Organización y Funciones de la SUNAT, aprobado mediante D.S. 115-2002-PCM publicado el 28-10-02).

2.1.9.1. FINES DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, con las facultades y prerrogativas propias, tiene por finalidad:

- a. Administrar, aplicar, fiscalizar y recaudar los tributos internos del Gobierno Nacional, con excepción de los municipales, desarrollar las mismas funciones respecto de las aportaciones al Seguro Social de

Salud (ESSALUD) y a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), facultativamente, respecto de obligaciones no tributarias de ESSALUD y de la ONP, que de acuerdo a lo que por convenios interinstitucionales se establezca.

- b.** Dictar normas en materia tributaria, aduanera y de organización interna.
- c.** Implementar, inspeccionar y controlar la política aduanera en el territorio nacional, aplicando, fiscalizando, sancionando y recaudando los tributos y aranceles del gobierno central que fije la legislación aduanera y los tratados y convenios internacionales.
- d.** Facilitar las actividades aduaneras de comercio exterior.
- e.** Inspeccionar el tráfico internacional de personas y medios de transporte.
- f.** Desarrollar las acciones necesarias para prevenir y reprimir la comisión de delitos aduaneros y tráfico ilícito de bienes.
- g.** Proponer al Ministerio de Economía y Finanzas la celebración de acuerdos y convenios internacionales referidos a materia tributaria y aduanera y participar en la elaboración de los proyectos de dichos acuerdos y convenios.
- h.** Liderar las iniciativas y proyectos relacionados con la cadena logística del comercio exterior, cuando tengan uno o más componentes propios de las actividades aduaneras.
- i.** Proveer servicios a los contribuyentes, responsables y usuarios del comercio exterior a fin de promover y facilitar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

2.1.9.2. FACULTADES DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

A. Facultad de Recaudación

Una de sus funciones es recaudar los tributos. Para ello, podrá contratar directamente los servicios de las entidades del sistema bancario y financiero para recibir el pago de deudas correspondientes a tributos administrados. Los acuerdos podrán incluir la autorización para recibir y procesar declaraciones y otras comunicaciones dirigidas a la Administración. En nuestro País la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, ha adoptado un sistema mixto de recaudación desde el mes de julio de 1993.

Mediante este sistema, los bancos reciben a nivel nacional a través de sus sucursales y agencias, las declaraciones de pago de los contribuyentes facilitando así el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones tributarias de los contribuyentes.

B. Facultad de Determinación de la obligación tributaria

Por el acto de la determinación de la obligación tributaria:

1. El deudor tributario verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, señala la base imponible y la cuantía del tributo.
2. La Administración Tributaria verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, identifica al deudor tributario, señala la base imponible y la cuantía del tributo.

C. Facultad de Fiscalización

La facultad de fiscalización de la Administración Tributaria se ejerce en forma discrecional. El ejercicio de la función fiscalizadora incluye: La

inspección, la investigación y el control del cumplimiento de obligaciones tributarias (incluso de aquellos sujetos que gocen de inafectación, exoneración o beneficios tributarios). Para tal efecto, dispone entre otras de las siguientes facultades discrecionales:

1. Exigir a los deudores tributarios la exhibición y/o presentación de:
Libros, registros y/o documentos que sustenten la contabilidad y/o que se encuentren relacionados con hechos susceptibles de generar obligaciones tributarias.
2. Requerir a terceros informaciones y exhibición y/o presentación de sus libros, registros, documentos, emisión y uso de tarjetas de crédito o afines y correspondencia comercial relacionada con hechos que determinen tributación.
3. Solicitar la comparecencia de los deudores o terceros.
4. Efectuar tomas de inventario de bienes. Cuando se presuma la existencia de evasión tributaria podrá inmovilizar libros, archivos, documentos, registros en general y bienes, de cualquier naturaleza, por un período no mayor de 5 días hábiles, prorrogables por otro igual; o efectuar incautaciones de libros, archivos, documentos, registros en general y bienes, de cualquier naturaleza, incluidos programas informáticos y archivos en soporte magnético o similares, que guarden relación con la realización de hechos susceptibles de generar obligaciones tributarias, por un plazo no mayor de 45 días hábiles, prorrogables por 15 días.

D. Facultad Sancionadora

Cuando el contribuyente o responsable incumple alguna disposición en materia tributaria se entenderá que ha cometido un ilícito o una infracción tributaria. Algunas infracciones derivadas del incumplimiento de obligaciones tributarias son:

- No inscribirse en el RUC
- No otorgar y/o exigir comprobantes de pago.
- No llevar libros y registros contables.
- No presentar declaraciones y comunicaciones.
- No permitir el control de la administración tributaria.

2.1.10. COMPROBANTES DE PAGO

El comprobante de pago, es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso, o la prestación de servicios y que sirve como documento fuente para registrar en los libros contables de una empresa. (RUELAS HUMPIRI & ESPILLICO CHIQUÉ, 2011) .

El comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso, o la prestación de servicio y que sirven como documento fuente para registrar en los libros contables de una empresa.

- El vendedor está obligado a entregar comprobante de pago por ventas mayores a s/. 5.00 sin necesidad de preguntar si el cliente desea su comprobante de pago.
- Si la venta es menor a dicho monto, también deben entregarlo si el comprador lo solicita. Caso contrario, al finalizar el en las cuales no hizo

la entrega respectiva y considerar como “ventas del día”. día, el vendedor deberá emitir un comprobante de pago por todas las operaciones

El comprobante de pago es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios.

Para ser considerado como tal debe ser emitido y/o impreso conforme a las normas del Reglamento de Comprobantes de Pago

Según el DECRETO LEY Nº 25632 – LEY MARCO DE COMPROBANTES DE PAGO, Se considera comprobante de pago, todo documento que acredite la transferencia de bienes, entrega en uso o prestación de servicios, calificado como tal por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria –SUNAT.

- Acreditar la realización de una operación o transacción, los montos pagados y los impuestos que correspondan.
- Demostrar la propiedad de un bien
- Efectuar algún reclamo o cambio en el caso de algún desperfecto o deterioro.

2.1.10.1. TIPOS DE COMPROBANTES DE PAGO

Existen varios tipos que tienen características y usos diferentes, pero de acuerdo al Art. 2 de Reglamento de comprobantes de pago indica que “solo se consideran comprobantes de pago siempre que cumpla con todas las características y requisitos mínimos establecidos en el presente reglamento”. (RUELAS HUMPIRI & ESPILLICO CHIQUÉ, 2011).

FACTURA: Es un comprobante de pago, que se emite en operaciones con personas naturales o jurídicas, la cual sirve para sustentar crédito fiscal, gasto

o costo para efecto tributario y crédito deducible para las personas comprendidas en el nuevo RUS. “Marco legal: artículo 4° del reglamento de comprobante de pago.

EMISION DE FACTURAS

Se emitirán en los siguientes casos:

- En todas aquellas operaciones que se realicen con sujetos del impuesto general a las ventas, que tengan derecho a utilizar el crédito fiscal o en aquellos casos en que sea necesario para sustentar gasto o costo para efecto tributario.
- Cuando el contribuyente está comprendido en el Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo RUS) lo solicita, por la compra de bienes y la prestación de servicios.
- En operaciones de exportación

ENTREGA DE FACTURAS

Las facturas solo se emitirán y entregaran al adquirente o usuario que posee RUC, salvo en el caso de las operaciones de exportación, en que no es exigible tal requisito.

FACTURA NEGOCIABLE: La Ley N° 29623 estableció un nuevo título valor, al que se denomina Factura Negociable, que puede:

- Transferirse a terceros
- Cobrarse
- Protestarse
- Ejecutarse, en caso de incumplimiento

Este título valor se imprime como una tercera copia de las facturas y recibos por honorarios. Tiene anverso y reverso, y debe tener las características y requisitos previstos en la ley y sus normas reglamentarias

BOLETA DE VENTA: Es un comprobante de pago, que se emite en operaciones comerciales con consumidores o usuarios finales, o en operaciones realizadas por los sujetos del nuevo RUS. “Artículo 4° numeral 3) del reglamento de comprobante de pago.

Las boletas de venta no permitan ejercer el derecho a crédito fiscal, ni sustentar gasto o costo para efecto tributario, salvo en los casos en que expresamente la ley lo permita.

Según (SUNAT, Resolución de Superintendencia N° 233, 2008), cuando el importe de la venta, cesión en uso o servicio prestado supere la suma de s/. 700.00 será necesario consignar los apellidos y nombres y el número del documento de identidad del comprador.

TICKETS: Es un comprobante de pago que acredita la transferencia de bienes que se entrega en uso o prestación de servicios calificados como tal por la SUNAT. Marco legal: Artículo 4° numeral 5) de reglamento de comprobantes de pago.

EMISION DE LOS TICKETS:

Emitirán los contribuyentes que realicen actividad económica gravada con el impuesto a la renta de tercera categoría, y se encuentren en cualesquiera de los regímenes tributarios (RUS, RER) y que además, cuenten con una máquina

registradora que reúna las características técnicas que señala el reglamento de comprobantes de pago

LIQUIDACION DE COMPRA: Las personas naturales jurídicas, sociedades conyugales, sucesiones indivisas sociedades de hecho u otros entes colectivos se encuentren obligados a emitir liquidación de compra por las adquisiciones que efectúen a las personas naturales productoras y/o acopiadoras de productos primarios derivados de la actividad agropecuaria, pesca, artesanal, extracción de madera, etc. Marco legal: artículo 4° numeral 4) del reglamento de comprobantes de pago.

2.1.11. SECTOR INFORMAL

2.1.11.1. SECTOR INFORMAL EN EL PERU

El sector informal está construido por el conjunto de empresas trabajadoras y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributaria y normas legales. Pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer. Esta definición, introducida por (SOTO, 1989) en su clásico estudio sobre la informalidad, antes que meramente en los síntomas de esta.

La ilegalidad del sector informal es una respuesta a la incapacidad de estado por brindar a los pobres sus aspiraciones básicas y en respuesta actúan por su propia cuenta sin cumplir ciertos requisitos impuestos por la legalidad. No se derivan de un problema social diferente entre clases sino de incapacidad estatal por no proporcionar facilidades a los más pobres para poder surgir dentro de la ley. (FERMINI ARBAIZA, 2011).

2.1.11.2. MODALIDADES DEL COMERCIO INFORMAL

SEGÚN: (FERMINI ARBAIZA, 2011).

a) COMERCIO AMBULATORIO

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

b) LOS MERCADOS INFORMALES

La segunda de comercio informal es la que se desarrolla desde mercados contruidos informalmente por a para ambulantes que sean abandonar las calles.

En lo fundamental los ambulantes tratan de dejar la vía pública porque este les impone una serie de limitaciones. En la calle, los derechos especiales de dominio a pesar de todo no ofrecen seguridad suficiente para estimular una inversión a largo plazo que mejore la función minorista de los ambulantes porque en esos lugares no es posible suscitar expectativas racionales de propiedad así mismo, los ambulantes tienen una productividad muy baja, debido que la diversificación de bienes y servicios ofrecidos por cada uno es extremadamente reducida, por ello este sector predomina cuando el marco legal y normativo es opresivo, cuando la presencia y control del estado son débiles.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

ADMINISTRACION TRIBUTARIA: Es la entidad facultada por el estado para la administración de los tributos. Son órganos de la administración: la SUNAT, ADUANAS y los gobiernos regionales y locales

BASE IMPONIBLE: valor numérico sobre el cual se aplica la tasa del tributo para determinar.

BASE CIERTA: Determinar la obligación tributaria Tomando en cuenta los elementos existentes que permitan conocer en forma directa el hecho generador de la obligación tributaria y la cuantía de la misma, se conoce el hecho generador de la obligación tributaria, el periodo que corresponde y la base imponible

BASE PRESUNTA: En mérito a los hechos y circunstancias que, por relación normal con el hecho generador de la obligación tributaria, permiten a la administración tributaria establecer la existencia y cuantía de la obligación, directamente los procedimientos de determinación sobre la base presunta, no se cuenta con esos datos y se obtienen por estimaciones efectuadas sobre ciertos hechos vinculados al nacimiento de la obligación tributaria.

BASE TRIBUTARIA: Número de personas naturales y personas jurídicas que están obligadas al cumplimiento de las obligaciones tributarias,

BOLETA DE VENTA: Es un comprobante de pago, que se emite en operaciones comerciales con consumidores o usuarios finales.

CÓDIGO TRIBUTARIO: es un conjunto orgánico y sistemático de las disposiciones y normas que regulan la materia tributaria en general.

CAPACIDAD CONTRIBUTIVA: Aptitud que tiene una natural o jurídica para pagar impuestos y que está de acuerdo a la disponibilidad de recursos con que cuenta.

CAPACITACION: Hacer apto habilitar a alguien para alguna cosa cabe destacar que una capacitación también es orientar, dar a conocer, informar a los comerciantes informales referentes a aspectos tributarios pertinentes a fin de que puedan conocer los aspectos legales referentes a la tributación.

CAPACIDAD TRIBUTARIA: Tienen la capacidad tributaria las persona naturales o jurídicas, comunidades de bienes patrimonios, sucesiones indivisas fideicomisos, sociedades de hecho, sociedades conyugales de hecho, sociedades conyugales.

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

CONTRIBUYENTE: Contribuyente es aquel que realiza o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria (artículo 8° código tributario).

COMERCIO: Actividad propia de intercambio – presenta la negociación que hace las personas físicas o jurídicas y los estados comprando, vendiendo o permutando toda clase de bienes.

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

COMPROBANTE DE PAGO: documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. Solo se consideran comprobantes de pago, siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos por la normatividad vigente a los siguientes facturas, recibos por honorarios, boletas de venta, liquidaciones de compra, tickets o cintas emitidos por máquinas registradoras y otros documentos que por su adecuado control tributario y se encuentren expresamente autorizados de manera previa por la SUNAT.

CULTURA: es una programación mental que distingue a los integrantes de un grupo humano, expuesto a una misma educación y a experiencias similares, es decir, es el conjunto de elementos materiales e inmateriales que caracterizan a un determinado grupo humano en relación de otros.

DOMICILIO FISCAL: el domicilio es el lugar fijado dentro del territorio nacional para todo efecto tributario (artículo 11° del código tributario).

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

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

GASTOS PUBLICOS: Es la definición de las inversiones de recursos estatales. Son los desembolsos de dinero que realiza el estado, conforme a ley para cumplir los fines que no son otros que la satisfacción de las necesidades públicas.

IMPUESTO: .- Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del estado. Ejemplo: Impuesto a la renta, impuesto general a las ventas.

IMPUESTOS DIRECTOS: Son imposiciones que grava ingreso y el patrimonio de las unidades institucionales, dichos pagos obligatorios recibidos por la administración pública comprenden el impuesto a la renta, el patrimonio por enajenación de bienes e inmuebles.

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

MERCADO: Son instalaciones cerradas y normalmente cubiertas, situadas en las ciudades donde diversos comerciantes suministran a los compradores todo tipo de alimentos, artefactos, prendas de vestir, etc.

MAYORISTA: Persona física o jurídica que distribuyen bienes en lotes homogéneos, de forma que los adquirientes complete el proceso de transición, vendiéndolas por unidades.

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

OBLIGACION TRIBUTARIA: la obligación tributaria, que es de derecho público. Es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, estableciendo por ley, que tiene por objeto de cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente

PARAÍSO FISCAL: Es un territorio o Estado que se caracteriza por aplicar un régimen tributario especialmente favorable a los ciudadanos y empresas no residentes que se domicilien a efectos legales en el mismo

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

SUNAT: La superintendencia nacional de aduanas y de administración tributaria es una institución pública descentralizada sector económico y finanzas, dotada de personería jurídica de derecho público, patrimonio propio y autonomía económica, administrativa, funcional técnica y financiera.

TRIBUTO: el tributo se define como las prestaciones exigidas en dinero por el estado en ejercicio de su poder de imperio en virtud de una ley para cubrir los gastos que demanda el cumplimiento de sus fines

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. HIPOTESIS GENERAL

VARIABLE INDEPENDIENTE:

- ❖ Nivel de la Cultura tributaria

INDICADORES:

- Conocimiento tributario

- Nivel de capacitación
- Nivel de estudio
- comerciantes

VARIABLE DEPENDIENTE:

- ❖ Obligaciones tributarias

INDICADORES:

- Inscripción y registro en la SUNAT
- Pago de impuesto a la SUNAT
- Pago de impuesto al municipio
- Cumplimiento de sus obligaciones

2.3.2. HIPOTESIS ESPECÍFICA

H.E1: El bajo nivel de la conciencia tributaria incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave.

VARIABLE INDEPENDIENTE:

- ❖ Conciencia tributaria

INDICADORES:

- Comerciantes
- Nivel de capacitación
- Educación tributaria
- Cumplimiento de las normas tributarias

VARIABLE DEPENDIENTE:

- ❖ obligaciones tributarias

INDICADORES:

- Inscripción y registro en la SUNAT
- Pago de impuesto a la SUNAT
- Pago de impuesto al municipio,
- Cumplimiento de sus obligaciones

H.E2: El bajo nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias incide negativamente en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave.

VARIABLE INDEPENDIENTE:

- ❖ Obligación tributaria

INDICADORES:

- Inscripción y registro en la SUNAT
- Pago de impuesto a la SUNAT
- Pago de impuesto al municipio
- Cumplimiento de sus obligaciones

VARIABLE DEPENDIENTE:

- ❖ Recaudación tributaria

INDICADORES:

- Registro de la SUNAT
- Inscripción en el ruc
- Régimen al que está inscrito
- Ventas
- Ingreso económico diario
- Pago de impuesto (SUNAT)

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. TIPO DE INVESTIGACION

El presente trabajo de investigación es de carácter básico, las investigaciones básicas se caracterizan porque, los resultados de la investigación son conocimientos que incrementan, recrean o instituyen la teoría existente sobre el tema de investigación. (HERNANDEZ SAMPIERI, 2014).

Busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objetivo de estudio lo constituye las teorías científicas, la misma que las analiza para perfeccionar sus contenidos (CARRASCO DIAZ, 2009).

3.1.1. NIVEL DE INVESTIGACION

La investigación es de carácter descriptivo causal. En este nivel el investigador conoce y da a conocer las causas o factores que han dado origen o han condicionado la existencia y naturaleza del hecho o fenómeno en estudio. Así mismo indaga sobre la relación recíproca y concatenada de todos los hechos de la realidad, buscando dar una explicación objetiva, real y científica a aquello que se desconoce.

3.1.2. DISEÑO DE INVESTIGACION

El presente trabajo, es una investigación no experimental, también conocida como investigación Ex Post Facto, término que proviene del latín y significa después de ocurridos los hechos. Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables, se basa fundamentalmente en la observación de

fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

3.2. POBLACION Y MUESTRA DE ESTUDIO

3.2.1. POBLACION

Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación. (CARRASCO DIAZ, 2009).

Para el presente trabajo de investigación, la población está comprendida por los comerciantes de diferentes rubros, del mercado central de la ciudad de llave. Para las características del estudio y la mayor concentración de comerciantes informales y focalización se ha establecido como la población a los comerciantes del mercado central de ciudad llave conformado de 682 comerciantes debidamente organizadas en 50 asociaciones, distribuidos en diferentes comités y rubros.

TABLA 4
NUMERO DE COMERCIANTES SEGÚN RUBRO

RUBRO	NUMERO DE COMERCIANTES
ABARROTOS (6 DE ENERO Y 2 DE FEBRERO)	73
CARNE ROJAS (12 DE DICIEMBRE)	127
PESCADO (SAN MIGUEL ARCANGEL)	37
CEBOLLAS Y HORTALIZAS (SAN PDRO DE ICHU)	52
FRUTAS Y VERDURAS (29 DE SETIEMBRE)	58
PAPAS Y CEREALES (16 DE AGOSTO)	53
PAN (VIRGEN DE CHAPI)	21
QUESOS Y HUEVOS (24 DE NOVIEMBRE)	15
FLORES (AMANECER COLLAVINO)	30
FERRETERIAS (23 DE SETIEMBRE)	20
ARTEFACTOS (11 DE DICIEMBRE)	34
JUGOS, EXTRACTOS (VIRGEN DE COPACABANA)	17
VIANDAS (12 DE FEBRERO)	63
ALCOHOL Y SERVICIOS (ALBERTO CUENTAS)	22
PLASTICOS (NICOLAS DE PIEROLA)	60
TOTAL	682

Fuente: Padrón de FRENTE UNICO DE COMERCIANTES del mercado central de la ciudad de Ilave

3.2.2. MUESTRA

Es una parte o fragmento representativa de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan, generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población. (CARRASCO DIAZ, 2009).

Es la parte representativa de la población que se selecciona, y de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo de estudio y sobre la cual se efectuó las mediciones y las observaciones de las variables del objeto de estudio. Para determinar el tamaño de la muestra del estudio se ha

considerado la parte de la población más representativa que nos permitió llegar a resultados y conclusiones más eficaces y objetivos.

Se utilizó el muestreo aleatorio simple, con una varianza de 0.25 ($PQ=0.25$), un error de muestreo del 8% ($D=0.08$) y una confiabilidad del 95% de la población de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave **Z=1.96**.

$$n = \frac{NZ^2 P(q)}{(N - 1)E^2 + Z^2 P}$$

Donde:

N = Población	:	682
n = Muestra	:	¿?
Z = valor asociado nivel de confianza	:	(1.96)
P = Probabilidad de ocurrencia del evento		0.5
q = Probabilidad de ocurrencia del evento		0.5
E = Nivel de error máxima	:	0.08
Nivel de confianza	:	95%

Desarrollando:

$$n = \frac{NZ^2 P(q)}{(N - 1)E^2 + Z^2 P}$$

$$\frac{682 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(682 - 1) * 0.08^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 123$$

Entonces teniendo un Nivel de Confianza del 95%, una varianza de 0.25 ($P (q) = 0.25$) y un error de muestreo del 8% ($e=0.08$) y una población de 682 Comerciantes, de donde se obtiene una muestra de 123 comerciantes. Por tanto, la muestra es constituida por 123 comerciantes del mercado Central de la ciudad de llave.

TABLA 5
CANTIDAD DE COMERCIANTES SEGÚN SECTOR – TAMAÑO DE MUESTRA

RUBRO	POBLACION	%	MUESTRA
ABARROTOS (6 DE ENERO Y 2 DE FEBRERO)	73	11	13
CARNE ROJAS (12 DE DICIEMBRE)	127	19	23
PESCADO (SAN MIGUEL ARCANGEL)	37	5	7
CEBOLLAS Y HORTALIZAS (SAN PEDRO DE ICHU)	52	8	9
FRUTAS Y VERDURAS (29 DE SETIEMBRE)	58	9	10
PAPAS Y CEREALES (16 DE AGOSTO)	53	8	10
PAN (VIRGEN DE CHAPI)	21	3	4
QUESOS Y HUEVOS (24 DE NOVIEMBRE)	15	2	3
FLORES (AMANECER COLLAVINO)	30	4	5
FERRETERIAS (23 DE SETIEMBRE)	20	3	4
ARTEFACTOS (11 DE DICIEMBRE)	34	5	6
JUGOS, EXTRACTOS (VIRGEN DE COPACABANA)	17	2	3
VIANDAS (12 DE FEBRERO)	63	9	11
ALCOHOL Y SERVICIOS (ALBERTO CUENTAS)	22	3	4
PLASTICOS (NICOLAS DE PIEROLA)	60	9	11
TOTAL	682	100.00	123

Fuente: Padrón de FRENTE UNICO DE COMERCIANTES del mercado central de la ciudad de Ilave

3.3. TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

3.3.1. ANALISIS DOCUMENTAL

Esta técnica nos permitió analizar la información de carácter administrativo de los cuales se garantizaran los diferentes actos y actividades relacionados con la cultura tributaria. Para ello se obtuvo información de textos, tesis, revistas especializadas que ha sido utilizado para realizar el marco teórico.

3.3.2. ENCUESTA

Es técnica más utilizada para obtener datos e información, para ello se realizó la formulación de cuestionarios con preguntas cerradas que el investigado

responde. Mediante la encuesta se recopiló datos, sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación. Los datos se obtuvieron realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a la muestra representativa en estudio, el cual nos permitió conocer el nivel de cultura tributaria de los comerciantes y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

3.3.3. OBSERVACION DIRECTA

Se interactuó con la realidad a través de la observación directa. Este método de observación directa me ha permitido observar el comportamiento de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributaria.

3.4. METODOS DE INVESTIGACION

MÉTODO ANALÍTICO.- El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este método sirvió para realizar un análisis detallado de acuerdo a la muestra presentada del problema del bajo nivel de cultura y conciencia tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, todo ello nos permitió describir, examinar e interpretar minuciosamente las causas que originan este problema, teniendo como base las variables presentadas y determinando cuánto deja de percibir la Administración Tributaria (SUNAT) de estos comerciantes. También sirvió para formular los antecedentes de la investigación, el marco teórico y el marco conceptual.

MÉTODO SINTÉTICO.- Significa composición de un todo mediante la unión de sus partes, el método sintético, es aquel que procede de lo simple a lo complejo, donde las partes simples que se separaron en el análisis, una vez revisadas, ahora son integradas por la síntesis. Este método sirvió para formular conclusiones.

MÉTODO DEDUCTIVO.- Es un método científico que considera que las conclusiones se hallan en las premisas, ya que parte de lo general para llegar a conclusiones de orden particular. Este método se usó para poder plantear las hipótesis y también para hallar resultados y conclusiones del trabajo de investigación, además nos permitió explicar cómo la falta de cultura y conciencia tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central en la ciudad de Ilave.

MÉTODO DESCRIPTIVO.- El propósito de esta investigación es describir situaciones y eventos, es decir, como es y cómo se manifiesta determinados fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

3.5. TECNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE INFORMACION

Para la técnica de procesamiento de datos se seleccionó la información obtenida de la muestra y validada, luego las respuestas correctas han sido presentadas en cuadros y gráficos estadísticos con sus respectivas interpretaciones.

- **Recopilación de información:** La recopilación de información se realizara mediante una encuesta a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave.

- **Ordenamiento y clasificación de datos:** Se procedió a clasificar manualmente las encuestas que se realizó a los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave.
- **Tabulación de la información:** Se realizó la tabulación de los cuadros estadísticos con los resultados que se han obtenido de la encuesta realizada a los comerciantes.
- **Elaboración de cuadros y gráficos:** Se realizará mediante el programa Excel tomando en cuenta la tabulación de la información obtenida mediante el cuestionario.
- **Análisis de información:** Se procedió a analizar los resultados que se han obtenido.
- **Interpretación de la información:** Se procedió a interpretar los resultados que se obtuvo.

3.6. TECNICAS PARA CONTRASTACION DE HIPOTESIS

El trabajo de investigación es sometida a la contrastación de hipótesis empírica, donde la declaración afirmativa expresada en la hipótesis sea cierta lo dicho en la hipótesis.

Para la contrastación de hipótesis se realizó los siguientes pasos:

1. Determinación plena de la afirmación principal de la hipótesis. Donde se tuvo una idea cierta de la respuesta probable que contiene la hipótesis.
2. Se diseñó los instrumentos de investigación, de acuerdo a los datos necesarios para el trabajo de investigación. Esto se elaboró teniendo en cuenta la matriz de consistencia en el cuadro de operacionalización de variables.

3. Se aplicó el instrumento de cuestionario para recolectar la información para elaborar las conclusiones de la investigación.
4. Elaboración de conclusiones y contrastación de hipótesis.
5. Procesados y analizados los datos se elaboraron las conclusiones y estas fueron contrastadas con la afirmación conjetural contenida en la hipótesis de la investigación.

El procedimiento comparativo nos permitió para comprobar si la hipótesis formulada para la investigación es o no **aceptada**.

3.7. AMBITO DE ESTUDIO

CIUDAD DE ILAVE

El distrito de llave, es un distrito de la provincia de El Collao, la tierra de los lequechos situado, en el Departamento de Puno, Perú. Está ubicado al sur del País, a una distancia de 54 km de la ciudad de Puno, por encima 3850 msnm, en el altiplano de los andes centrales y la meseta de collao.

Su topografía es característica del altiplano, con extensiones regularmente planas rodeadas por colinas. Situándose al centro de la ciudad en una parte alta de una colina, es prácticamente limitada al sur y este por el río llave, teniendo una pequeña urbanización (San Cristóbal) en el margen derecho del río llave. El norte y oeste con extensiones planas, son las zonas de expansión urbana de la ciudad, hoy dedicadas a áreas agrícolas y de pastoreo.

LIMITES: Los límites del distrito de llave son:

Por el Norte: con el Lago Titicaca.

Por el Sur: con la Provincia de Candarave (Tacna).

Por el Este: con la Provincia de Chucuito y Bolivia.

Por el Oeste: con la Provincia de Mariscal Nieto (Moquegua) y la Provincia de Puno.

CLIMA

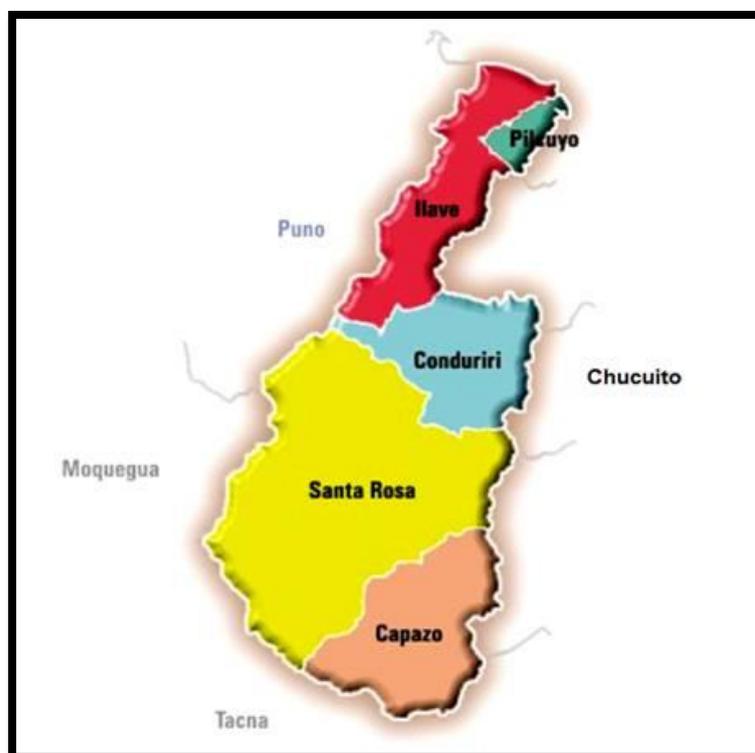
Por su situación geográfica, el clima durante todo el año es propio del altiplano, frígido, seco y templado, por la presencia del Lago Titicaca, teniendo ligeras variaciones de acuerdo a cada estación. Su temperatura promedio fluctúa entre los 8 °C y 15 °C, la precipitación anual promedio, según la estación meteorológica es del orden de 725 mm.

ECONOMIA

La agropecuaria es la principal actividad económica ocupando en promedio 40% de la Población Económicamente Activa (PEA), la segunda actividad es el comercio, principalmente por las ferias dominicales donde son comercializados los productos agropecuarios y de consumo (alimentos, vestimentas, etc.

IMAGEN 1

MAPA POLITICA DE PROVINCIA DE EL COLLAO



FUENTE: www.google.com.pe/search?q=mapa+politica+de+provincia+de+ilave

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. EXPOSICION DE RESULTADOS

4.1.1. EXPOSICION DE RESULTADOS DEL OBJETIVO 1:

DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE, PERIODO 2015 – 2016.

Para alcanzar el objetivo General se ha aplicado como técnica de recolección de datos la encuesta, siendo el instrumento utilizado para recopilar información mediante un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recogió la información. Los datos se obtuvieron realizando un conjunto de preguntas cerradas y respuestas cerradas normalizadas dirigidas a la muestra representativa, que se muestra en los anexos del presente trabajo de investigación. La encuesta se ha empleado con la finalidad de evaluar los conocimientos de tributación, conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave.

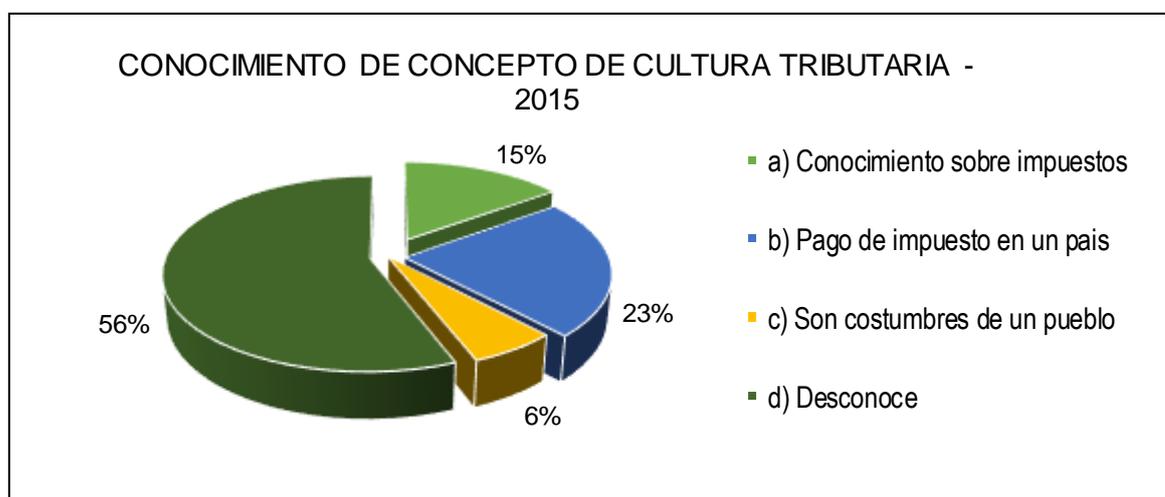
CUADRO 1

CONOCIMIENTO DEL CONCEPTO DE CULTURA TRIBUTARIA, PERIODO 2015

¿Qué es cultura tributaria para Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Es nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca de los impuestos	18	0.15	15
b) Es pagar los impuestos en un determinado país	28	0.23	23
c) Son costumbres de un pueblo	7	0.06	6
d) Desconoce	69	0.56	56
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 1



Fuente: Cuadro 1

INTERPRETACION:

Cuadro 1: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la ciudad Ilave, el 56% desconoce el concepto de la cultura tributaria, 23% de los comerciantes respondió que la cultura tributaria es el pago de impuesto en un país, 15% respondió que la cultura tributaria es tener conocimiento sobre impuestos y el 6% respondió que la cultura tributaria son costumbres de un pueblo. En conclusión más de la mitad de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Ilave desconocen el concepto de la cultura tributaria.

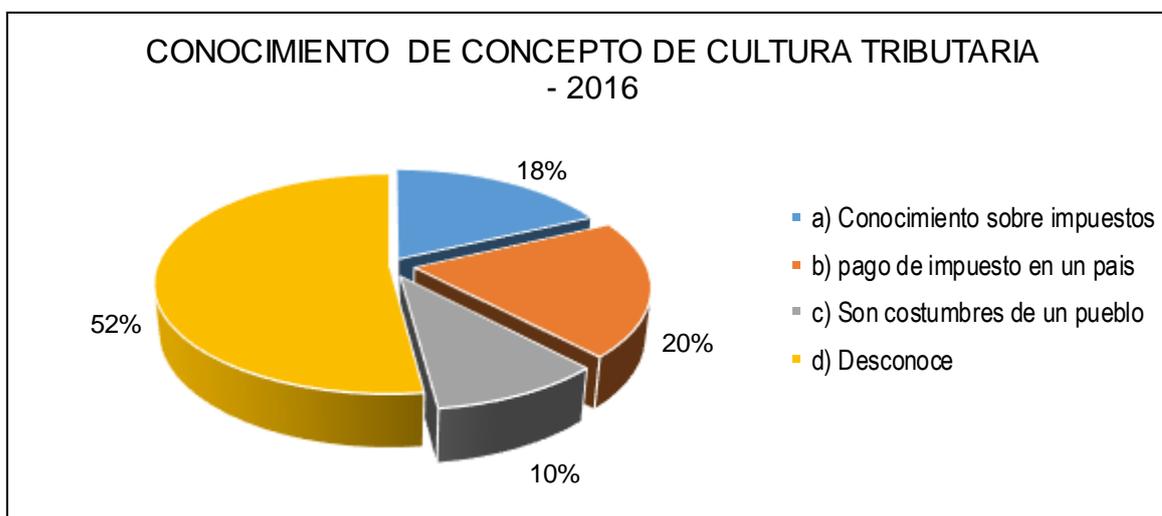
CUADRO 2

CONOCIMIENTO DE CONCEPTO DE CULTURA TRIBUTARIA, PERIODO 2016

¿Qué es cultura tributaria para Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Es nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca de los impuestos	22	0.18	18
b) Es pagar los impuestos en un determinado país	25	0.20	20
c) Son costumbres de un pueblo	12	0.10	10
d) Desconoce	64	0.52	52
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 2



Fuente: Cuadro 2

INTERPRETACION:

Cuadro y Grafico 2: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de ciudad Ilave, el 52% desconoce el concepto de la cultura tributaria, 20% de los comerciantes respondió que la cultura tributaria es el pago de impuesto en un país, 18% respondió que la cultura tributaria es tener conocimiento sobre impuestos y el 10% respondió que la cultura tributaria son costumbres de un pueblo.

Los resultados nos demuestran que la mayoría de los comerciantes no tiene un concepto claro de la cultura tributaria, en el periodo 2015 afirmaron que desconocen el concepto de cultura tributaria el 56% de los comerciantes y en el periodo 2016 también sostienen que desconocen el 52% de los comerciantes, siendo estos un porcentaje alto sobre desconocimiento del concepto de cultura tributaria.

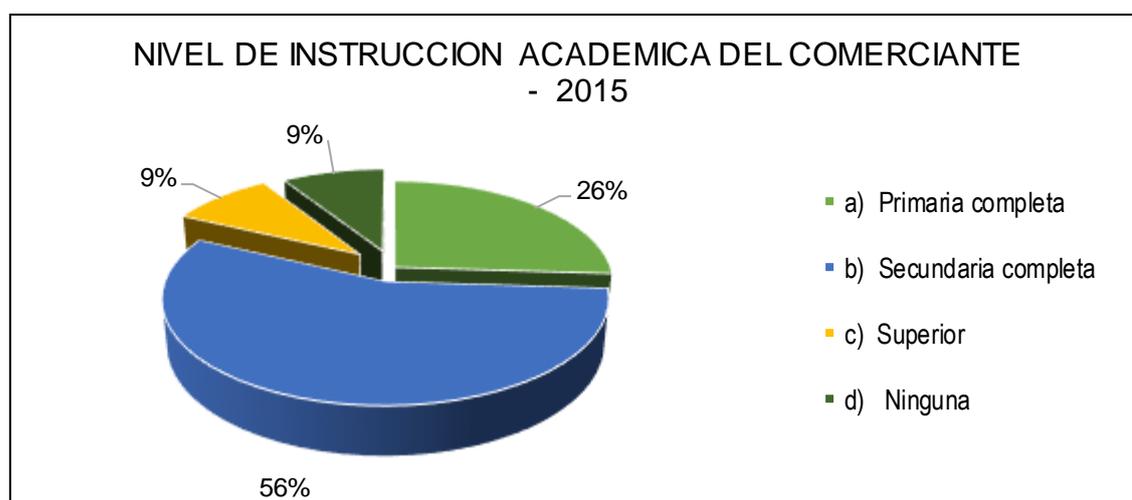
CUADRO 3

NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADÉMICA DEL COMERCIANTE, PERIODO 2015

¿Con que nivel de instrucción académica cuenta Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Primaria completa	32	0.26	26
b) Secundaria completa	69	0.56	56
c) Superior	11	0.09	9
d) Ninguna	11	0.09	9
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 3



Fuente: Cuadro 3

INTERPRETACION:

Según el cuadro y el grafico 3, se observa que el 56% de los comerciantes del mercado central de la Ciudad de llave cuenta con un nivel de instrucción académica de secundaria completa, el 26% cuenta con nivel de estudio de primaria completa, 9% de los comerciantes cuenta con estudios superiores y el 9% de los comerciante no cuenta con ningún tipo de estudio.

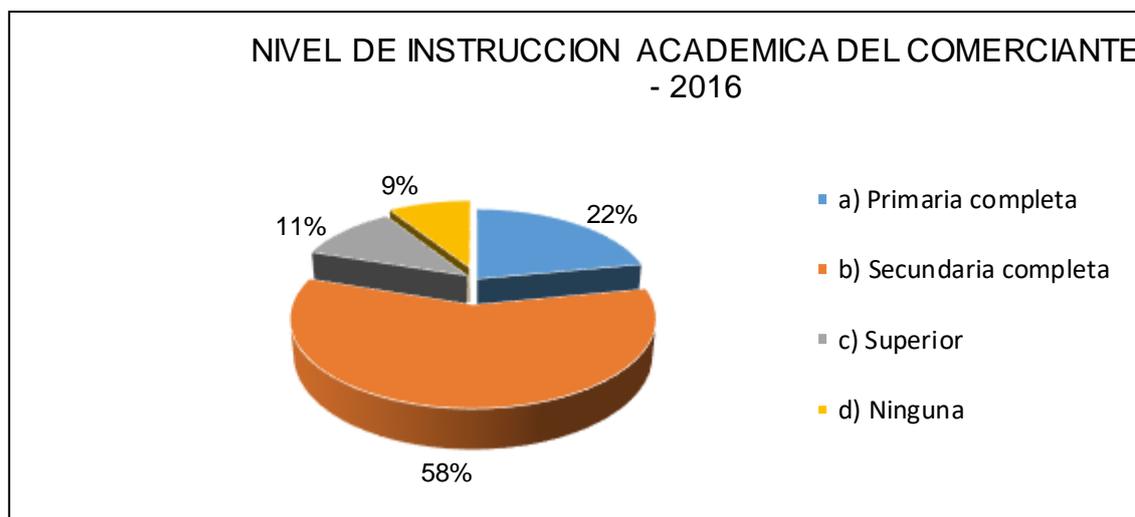
CUADRO 4

NIVEL DE INSTRUCCIÓN ACADEMICA DEL COMERCIANTE, PERIODO 2016

¿Con que nivel de instrucción académica cuenta Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Primaria completa	27	0.22	22
b) Secundaria completa	71	0.58	58
c) Superior	14	0.11	11
d) Ninguna	11	0.09	9
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de llave

GRAFICO 4



Fuente: Cuadro 4

INTERPRETACION:

Según el cuadro y el grafico 4 se observa que el 58% de los comerciantes del mercado central de la Ciudad de llave cuenta con un nivel de instrucción

académica de secundaria completa, el 22% cuenta con nivel de estudio de primaria completa, 11% de los comerciantes cuenta con estudios superiores y el 9% de los comerciante no cuenta con ningún tipo de estudio, este resultado nos demuestra que la mayoría de los comerciantes saben leer, escribir e interpretar.

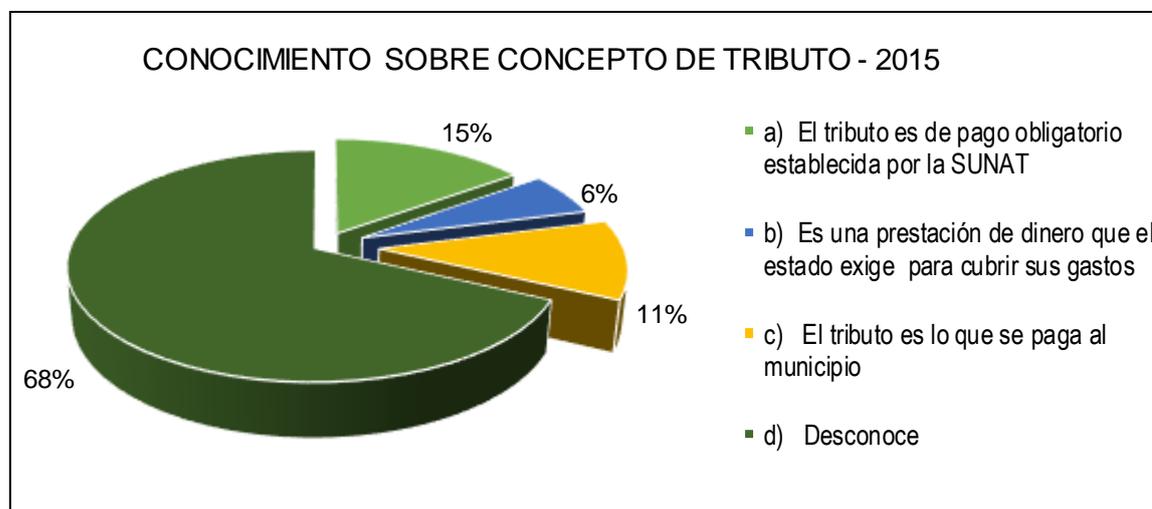
CUADRO 5

CONOCIMIENTO SOBRE CONCEPTO DE TRIBUTO, PERIODO 2015

¿Qué es tributo para Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) El tributo es de pago obligatorio establecida por la SUNAT	18	0.15	15
b) Es una prestación de dinero que el estado exige para cubrir sus gastos	7	0.06	6
c) El tributo es lo que se paga al municipio	14	0.11	11
d) Desconoce	84	0.68	68
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 5



Fuente: Cuadro 5

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 5 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave respondieron que el 68% de los comerciantes desconocen el concepto de los tributos, 15% de los comerciantes

respondieron que el concepto del tributo que es el pago obligatorio establecida por la SUNAT, 11% de los comerciantes afirman que el tributo es lo que se paga al municipio y el 6% afirmo que el tributo es la prestación de dinero que el estado exige para cubrir sus gastos. Podemos concluir de este grafico que más de la mitad de los comerciantes desconocen el concepto de tributo, obteniendo un resultado del 68% de comerciantes que afirman que desconocen el concepto de tributo.

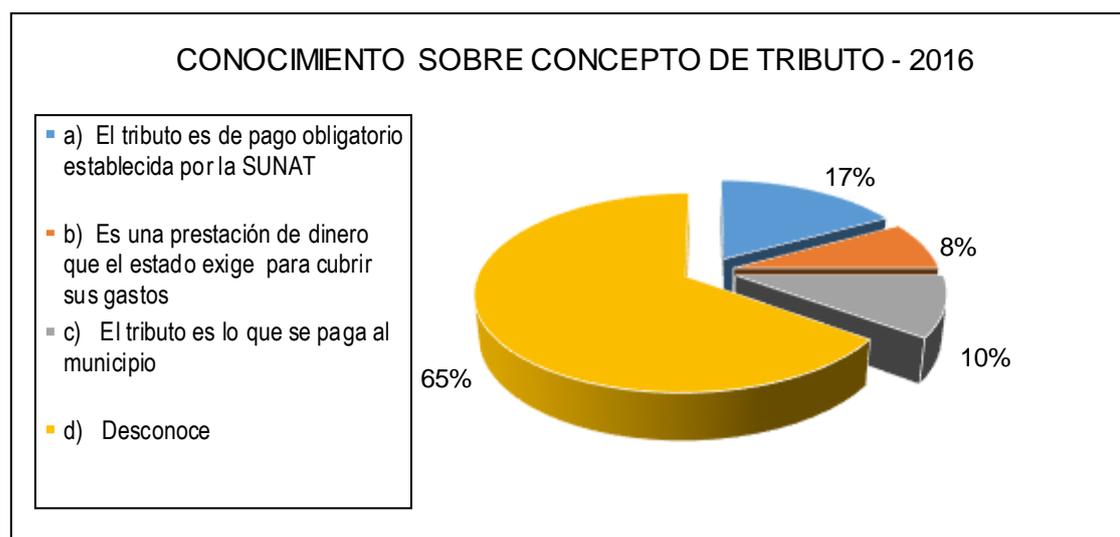
CUADRO 6

CONOCIMIENTO SOBRE CONCEPTO DE TRIBUTO, PERIODO 2016

¿Qué es tributo para Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) El tributo es de pago obligatorio establecida por la SUNAT	21	0.17	17
b) Es una prestación de dinero que el estado exige para cubrir sus gastos	10	0.08	8
c) El tributo es lo que se paga al municipio	12	0.10	10
d) Desconoce	80	0.65	65
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 6



Fuente: Cuadro 6

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 6 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave respondieron que el 65% de los comerciantes desconocen el concepto de los tributos, 17% de los comerciantes respondieron que el concepto del tributo es el pago obligatorio establecida por la SUNAT, 10% de los comerciantes afirman que el tributo es lo que se paga al municipio y el 8% afirmo que el tributo es la prestación de dinero que el estado exige para cubrir sus gastos. Podemos concluir de este grafico que la mayoría de los comerciantes desconoce el concepto de tributo.

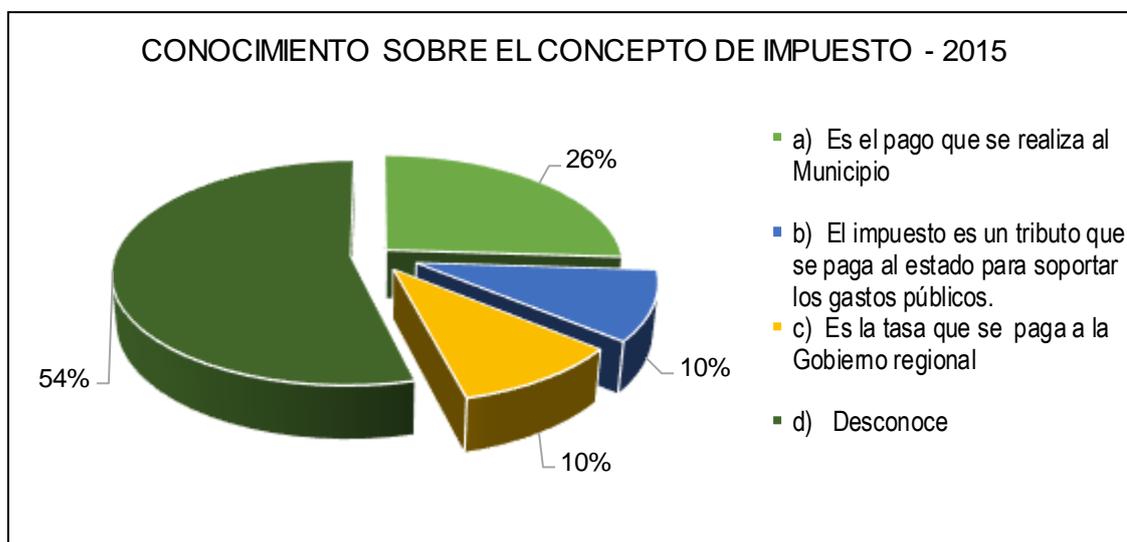
CUADRO 7

CONOCIMIENTO SOBRE EL CONCEPTO DE IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Qué entiende por impuesto?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Es el pago que se realiza al Municipio	32	0.26	26
b) El impuesto es un tributo que se paga al estado para soportar los gastos públicos.	12	0.10	10
c) Es la tasa que se paga a la Gobierno regional	12	0.10	10
d) Desconoce	66	0.54	54
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave

GRAFICO 7



Fuente: Cuadro 7

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 7 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, el 54% de los comerciantes sostiene que desconocen el concepto de impuesto, 26% de los comerciantes afirma que los impuestos son pagos que se realiza al Municipio, el 10% de los comerciantes indico que el impuesto es la tasa que se paga al gobierno regional y el 10% respondió que el impuesto es un tributo que se paga al estado. En conclusión podemos afirmar que los comerciantes desconocen el concepto del impuesto.

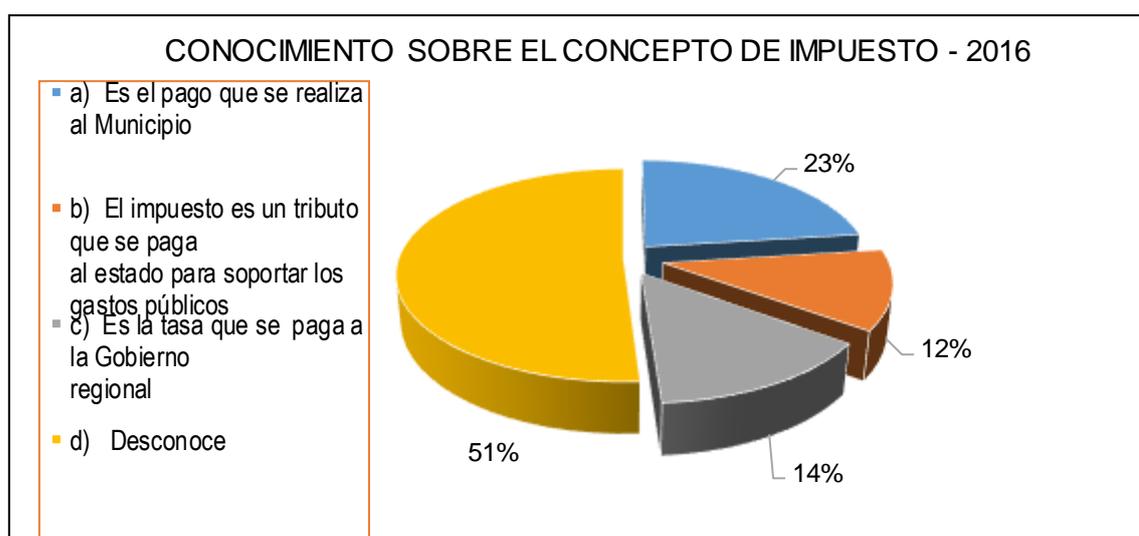
CUADRO 8

CONOCIMIENTO SOBRE EL CONCEPTO DE IMPUESTOS PERIODO 2016

¿Qué entiende por impuesto?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Es el pago que se realiza al Municipio	28	0.23	23
b) El impuesto es un tributo que se paga al estado para soportar los gastos públicos.	15	0.12	12
c) Es la tasa que se paga a la Gobierno regional	17	0.14	14
d) Desconoce	63	0.51	51
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de llave

GRAFICO 8



Fuente: Cuadro 8

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 8 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, el 51% de los comerciantes sostiene que desconocen el concepto de impuesto, 23% de los comerciantes afirma que los impuestos son pagos que se realiza al Municipio, el 14% de los comerciantes indico que el impuesto es la tasa que se paga al gobierno regional y el 12% respondió que el impuesto es un tributo que se paga al estado. Según los resultados el 51% de los comerciantes desconocen el concepto del impuesto, siendo esto una alto índice de desconocimiento de los impuestos.

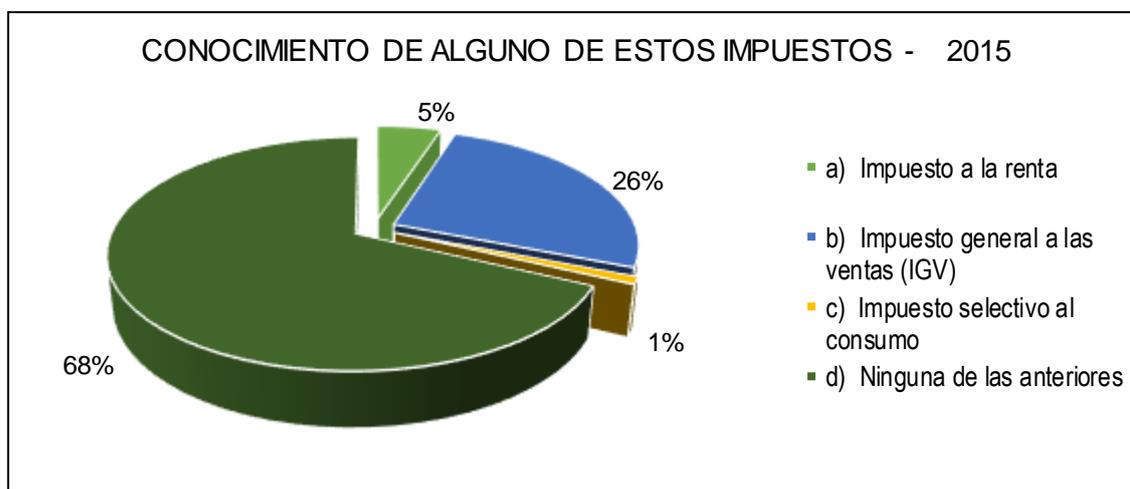
CUADRO 9

CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNO DE ESTOS IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Tiene conocimiento Ud. Sobre alguno de los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Impuesto a la renta	6	0.05	5
b) Impuesto general a las ventas (IGV)	32	0.26	26
c) Impuesto selectivo al consumo	1	0.01	1
d) Ninguna de las anteriores	84	0.68	68
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave

GRAFICO 9



Fuente: Cuadro 9

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 9: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave, el 68% de los comerciantes sostiene que no conoce ningún impuestos, 26% sostiene que conoce el Impuesto General a las Ventas, 5% afirma que conoce el impuesto a la renta y el 1% de los comerciantes respondió que tiene conocimiento del impuesto selectivo al consumo. En conclusión los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave no tienen conocimiento de los impuestos.

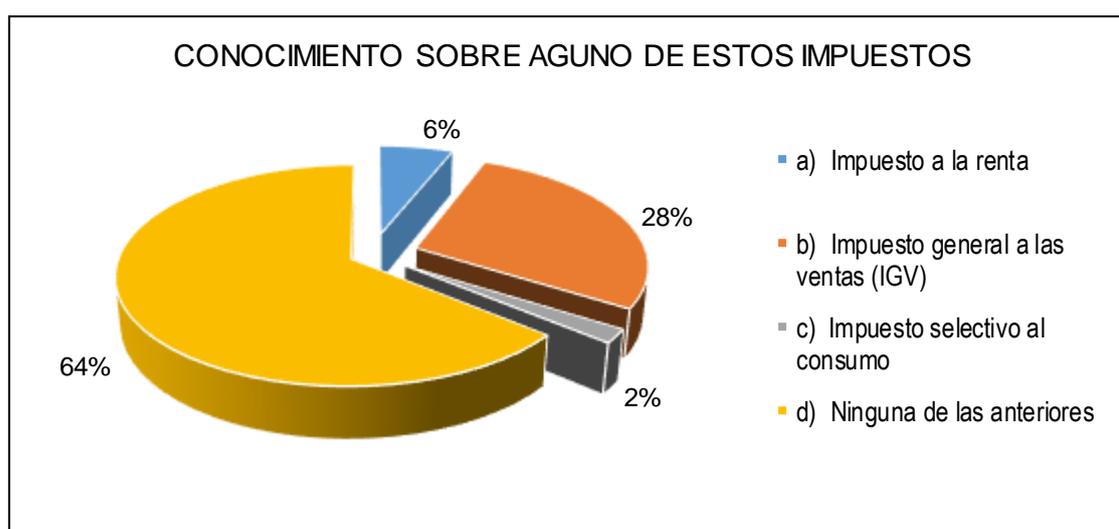
CUADRO 10

CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNO DE ESTOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Tiene conocimiento Ud. Sobre alguno de los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Impuesto a la renta	7	0.06	6
b) Impuesto general a las ventas (IGV)	34	0.28	28
c) Impuesto selectivo al consumo	2	0.02	2
d) Ninguna de las anteriores	79	0.64	64
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave

GRAFICO 10



Fuente: Cuadro 10

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 10 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave, el 64% de los comerciantes sostiene que no conoce ningún impuestos, 28% sostiene que conoce el Impuesto General a las Ventas, 6% afirma que conoce el impuesto a la renta y el 12% de los comerciantes respondió que tiene conocimiento del impuesto selectivo al consumo. En conclusión el 64% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave desconocen los impuestos que están obligados a pagar.

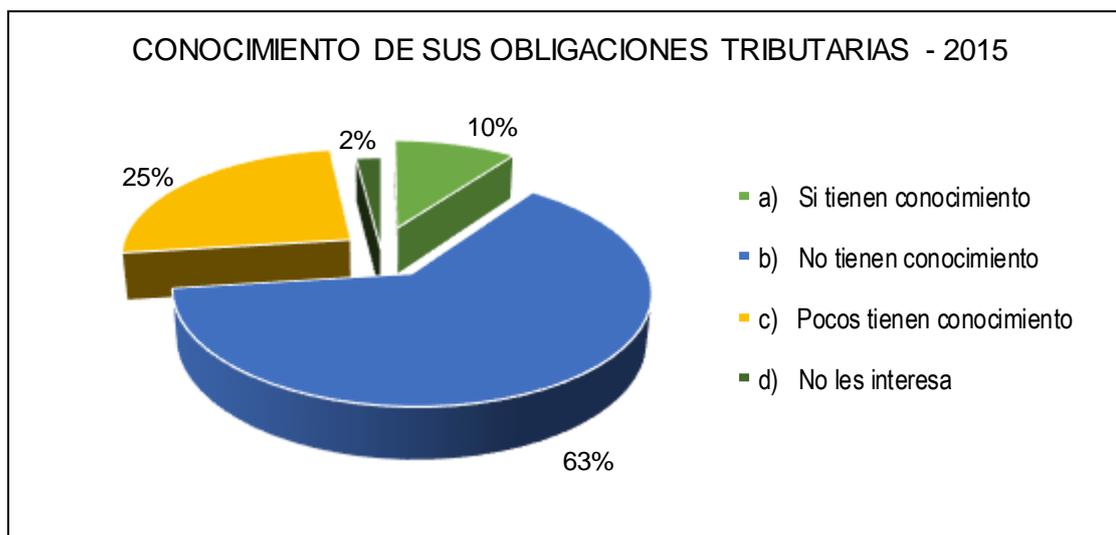
CUADRO 11

CONOCIMIENTO SOBRE SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS, PERIODO 2015

¿Crees que los comerciantes de este Mercado son conocedores de sus obligaciones tributarias?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si tienen conocimiento	12	0.10	10
b) No tienen conocimiento	77	0.63	63
c) Pocos tienen conocimiento	31	0.25	25
d) No les interesa	2	0.02	2
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave

GRAFICO 11



Fuente: Cuadro 11

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 11 de la encuesta, el 63% de los comerciantes afirmaron que no tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias, 25% de los comerciantes sostiene que pocos tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias, 10% de los comerciantes afirman que si tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias y 2% de los comerciantes no les interesan sus obligaciones tributarias.

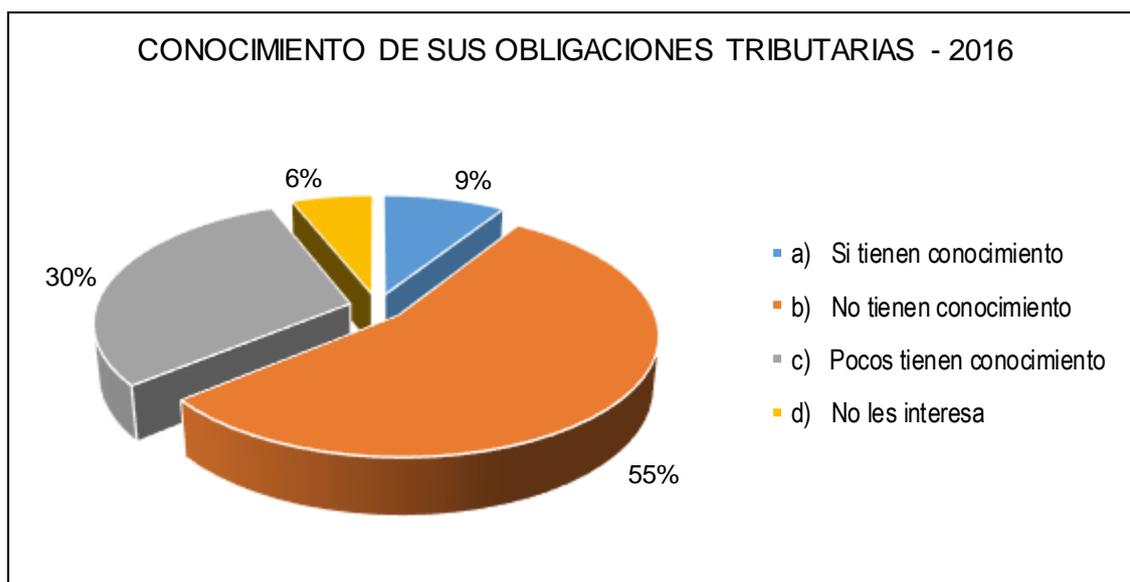
CUADRO 12

CONOCIMIENTO SOBRE SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS, PERIODO 2016

¿Crees que los comerciantes de este Mercado son conocedores de sus obligaciones tributarias?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si tienen conocimiento	11	0.09	9
b) No tienen conocimiento	68	0.55	55
c) Pocos tienen conocimiento	37	0.30	30
d) No les interesa	7	0.06	6
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 12



Fuente: Cuadro 12

INTERPRETACION:

Según el cuadro y gráfico 12 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de Ilave, el 55% de los comerciantes afirmaron que no tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias, 30% de los comerciantes sostiene que pocos tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias, 9% de los comerciantes afirman que si tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias y el 6% de los comerciantes no les interesa sus obligaciones tributarias. En conclusión el 55% de los comerciantes afirman que no tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias, siendo esto un resultado o índice muy alto sobre el desconocimiento sobre sus obligaciones tributaria.

4.1.2. EXPOSICION DE RESULTADOS DEL OBJETIVO 2:

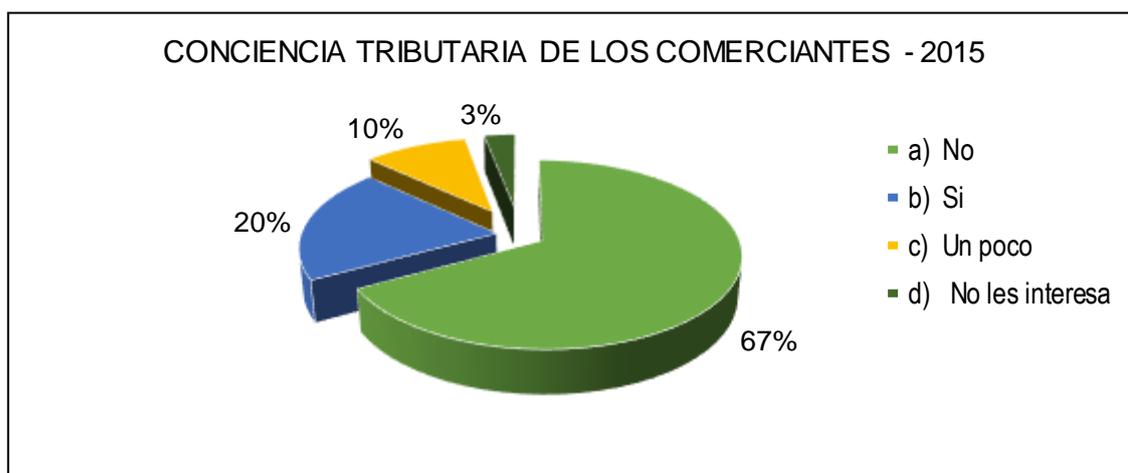
EVALUACIÓN DEL NIVEL DE CONCIENCIA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE.

CUADRO 13**CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES, PERIODO 2015**

¿Ud. pagaría los impuestos, si estos no fueran obligatorias a pagar al estado?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) No	82	0.67	67
b) Si	25	0.20	20
c) Un poco	12	0.10	10
d) No les interesa	4	0.03	3
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 13



Fuente: Cuadro 13

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 13 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de llave, el 67% de los comerciantes afirmaron que no pagarían los impuestos si están no fueran obligatoria a pagar, 20% de los comerciantes sostienen que si pagarían sus impuestos voluntariamente, 10% de los comerciantes afirma que pagaría un poco de sus obligaciones, 3% de los comerciantes indico que no le interesa pagar los impuestos voluntariamente. Conclusión los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave carecen de conciencia tributaria.

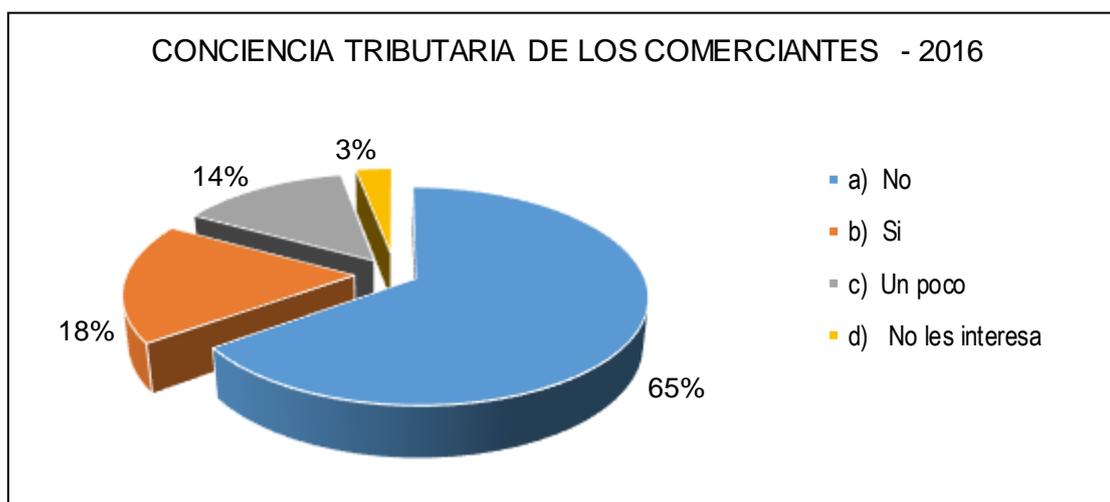
CUADRO 14

CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES, PERIODO 2016

¿Ud. pagaría los impuestos, si estos no fueran obligatorias a pagar al estado?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) No	80	0.65	65
b) Si	22	0.18	18
c) Un poco	17	0.14	14
d) No les interesa	4	0.03	3
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave

GRAFICO 14



Fuente: Cuadro 14

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 14 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de llave, el 65% de los comerciantes afirmaron que no pagarían los impuestos si estas no fueran obligatorios a pagar, 18% de los comerciantes sostienen que si pagarían sus impuestos voluntariamente, 14% de los comerciantes afirma que pagaría un poco de sus obligaciones, 3% de los comerciantes indico que no le interesa pagar los impuestos voluntariamente.

En Conclusión los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave afirmaron que no pagarían sus impuestos de manera voluntaria, por lo tanto carecen de conciencia tributaria.

CUADRO 15

PORQUE NO PAGARIAS LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Por qué no pagarías los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Porque disminuye mi ganancia	71	0.58	58
b) No veo ninguna mejora en mi ciudad	10	0.08	8
c) Son muy dificiles de entender y declarar	18	0.15	15
d) Porque hay mucha corrupción	23	0.19	19
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de llave

GRAFICO 15



Fuente: Cuadro 15

INTERPRETACION:

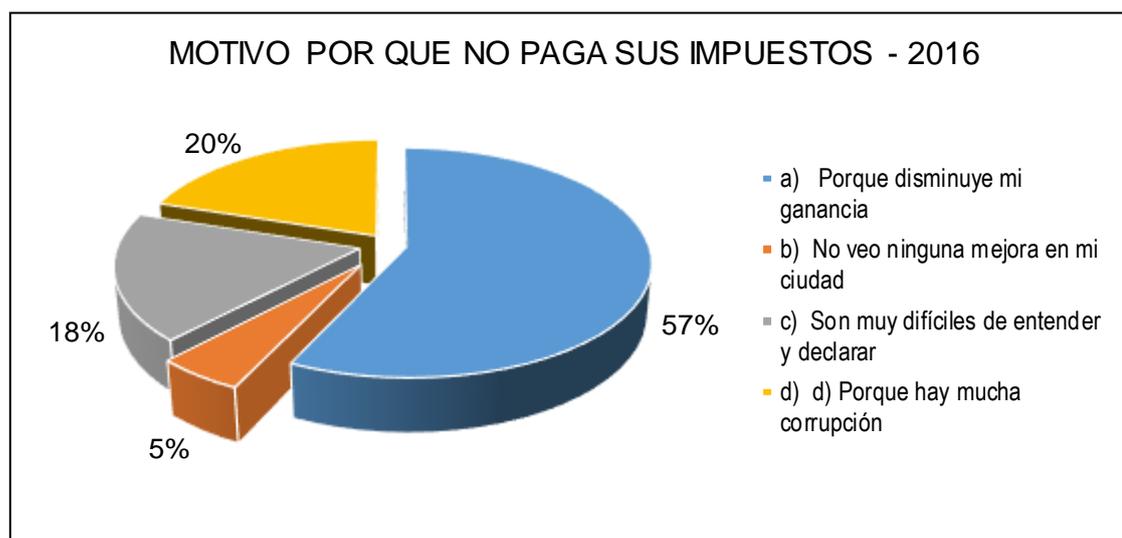
Según el cuadro y grafico 15 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de ciudad de llave, 58% de los comerciantes afirmaron que no pagan sus impuestos porque disminuye sus ganancias, 19% de los comerciantes sostiene que no paga sus impuestos porque hay mucha corrupción, 15% de los comerciantes indicaron que no pagan porque son muy difíciles de entender y declarar los impuestos y el 8% de los comerciantes afirma que no paga sus impuestos porque no ve ninguna mejora en su ciudad.

CUADRO 16

PORQUE NO PAGARIAS LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Por qué no pagarías los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Porque disminuye mi ganancia	70	0.57	57
b) No veo ninguna mejora en mi ciudad	6	0.05	5
c) Son muy difíciles de entender y declarar	22	0.18	18
d) d) Porque hay mucha corrupción	25	0.20	20
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave

GRAFICO 16

Fuente: Cuadro 16

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 16 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de ciudad de llave, 57% de los comerciantes afirmaron que no pagan sus impuestos porque disminuye sus ganancias, 20% de los comerciantes sostiene que no paga sus impuestos porque hay mucha corrupción, 18% de los comerciantes indicaron que no pagan porque son muy difíciles de entender y declarar los impuestos y el 5% de los comerciantes afirma que no paga sus impuestos porque no ve ninguna mejora en su ciudad. En Conclusión los comerciantes no pagan sus impuestos porque piensa que disminuye su ganancia o utilidades.

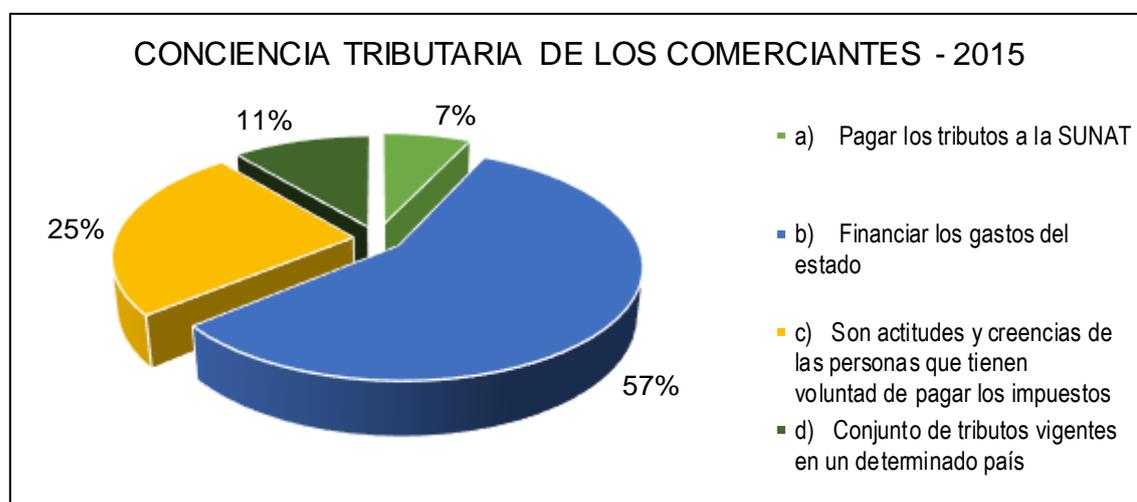
CUADRO 17

CONOCIMIENTO DE CONCEPTO CONCIENCIA TRIBUTARIA, PERIODO 2015

¿Qué es Conciencia tributaria para Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Pagar los tributos a la SUNAT	9	0.07	7
b) Financiar los gastos del estado	70	0.57	57
c) Son actitudes y creencias de las personas que tienen voluntad de pagar los impuestos	31	0.25	25
d) Conjunto de tributos vigentes en un determinado país	14	0.11	11
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 17



Fuente: Cuadro 17

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 17 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de ciudad de llave, el 57% de los comerciantes sostiene que la conciencia tributaria es financiar los gastos del estado, 25% de los comerciantes indicaron que la conciencia son actitudes y creencias de las personas que tienen la voluntad de pagar los impuestos, 11% de los comerciante sostiene que la conciencia tributaria es un conjunto de tributos vigentes en un determinado país y el 7% de los comerciantes indicaron que conciencia tributaria es pagar los tributos a la SUNAT.

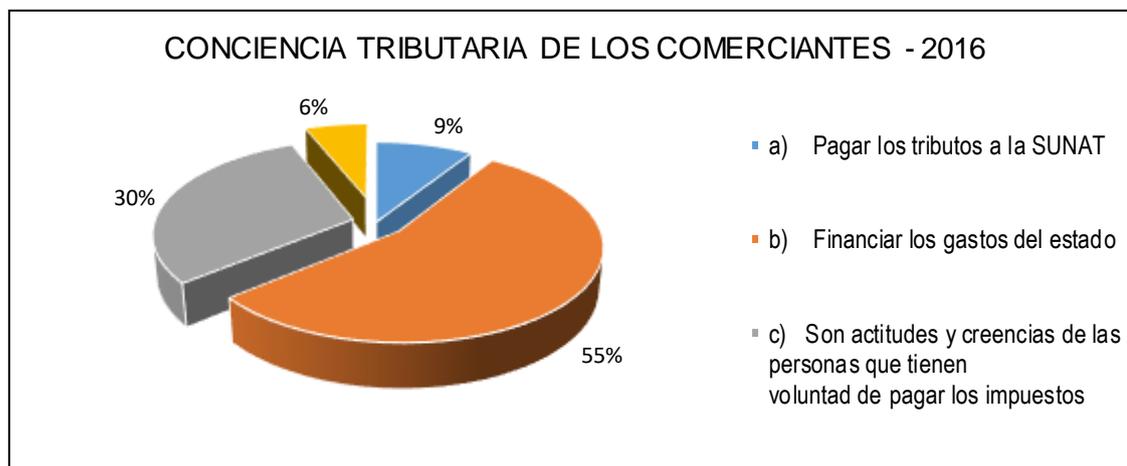
CUADRO 18

CONOCIMIENTO DE CONCEPTO CONCIENCIA TRIBUTARIA, PERIODO 2016

¿Qué es Conciencia tributaria para Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Pagar los tributos a la SUNAT	11	0.09	9
b) Financiar los gastos del estado	68	0.55	55
c) Son actitudes y creencias de las personas que tienen voluntad de pagar los impuestos	37	0.30	30
d) Conjunto de tributos vigentes en un determinado país	7	0.06	6
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 18



Fuente: Cuadro 18

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 18 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de ciudad de llave, el 55% de los comerciantes sostiene que la conciencia tributaria es financiar los gastos del estado, mientras el 30% de los comerciantes indicaron que la conciencia tributaria son actitudes y creencias de las personas que tienen la voluntad de pagar los impuestos, el 9% de los comerciantes indicaron que la conciencia tributaria es pagar los tributos a la SUNAT y el 6% de los comerciante sostiene que la conciencia tributaria es un conjunto de tributos vigentes en un determinado país.

En conclusión, los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave desconocen el concepto de la conciencia tributaria, en el estudio se muestra que el 70% de los comerciantes no tienen conciencia tributaria, los resultados del estudio muestra que los comerciantes del mercado tienen un concepto equivocado de la conciencia tributaria, esto conlleva a la disminución de recaudación de impuestos de los comerciantes, evasión tributaria de parte de los comerciantes y la disminución de presupuesto público que el estado obtiene a través de impuestos que recauda la SUNAT.

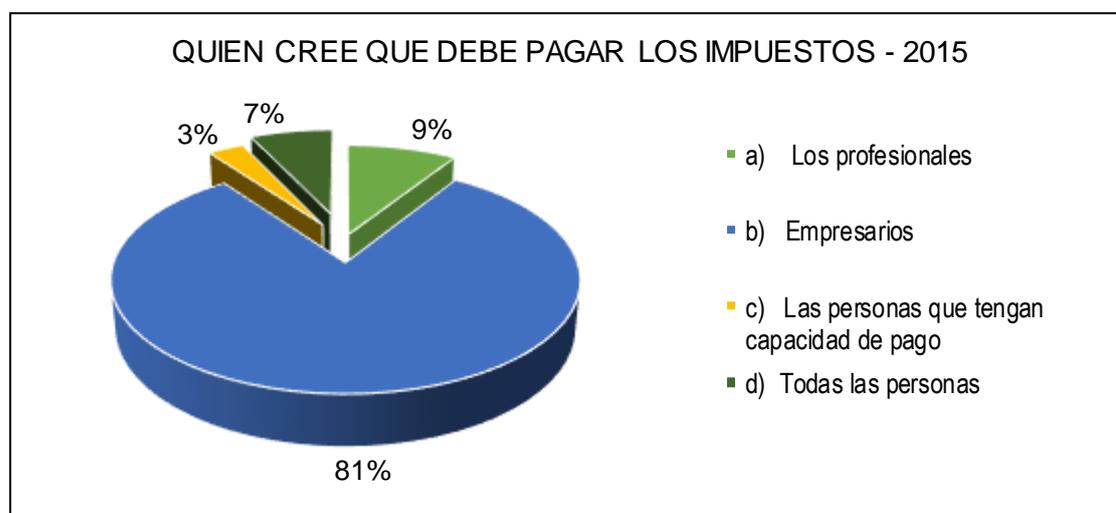
CUADRO 19

QUIEN CREE QUE DEBE PAGAR LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Quiénes crees que deben pagar los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Los profesionales	11	0.09	9
b) Empresarios	100	0.81	81
c) Las personas que tengan capacidad de pago	4	0.03	3
d) Todas las personas	9	0.07	7
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave.

GRAFICO 19



Fuente: Cuadro 19

INTERPRETACION:

Según el Grafico 19 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave, el 81% afirma que los impuestos deben ser pagadas por los empresarios, 9% de los comerciantes sostiene que los profesionales deben pagar los impuestos, 7% respondió que deben pagar toda las personas y el 3% sostiene que los impuestos deben ser pagadas por las personas que tengan capacidad de pago.

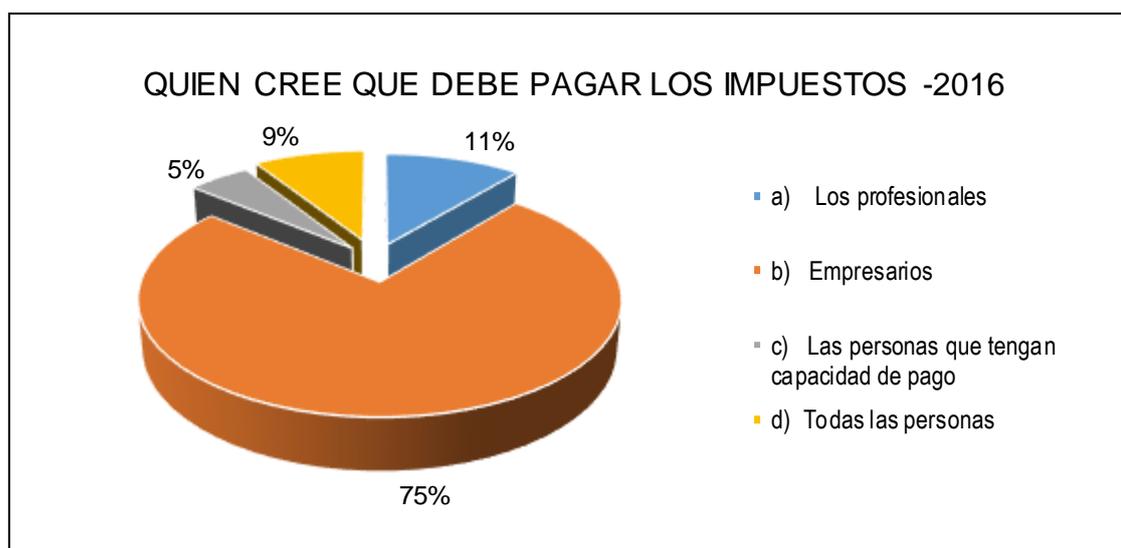
CUADRO 20

QUIEN CREE QUE DEBE PAGAR LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Quiénes crees que deben pagar los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Los profesionales	14	0.11	11
b) Empresarios	92	0.75	75
c) Las personas que tengan capacidad de pago	6	0.05	5
d) Todas las personas	11	0.09	9
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave

GRAFICO 20



Fuente: Cuadro 20

INTERPRETACION:

Según el Grafico 20 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave, el 75% afirma que los impuestos deben ser pagadas por los empresarios, 11% de los comerciantes sostiene que los profesionales deben pagar los impuestos, 9% respondió que deben pagar todas las personas y el 5% sostiene que los impuestos deben ser pagadas por las personas que tengan capacidad de pago.

En conclusión la mayoría de los comerciantes afirman que los impuestos deben ser pagados por los empresarios.

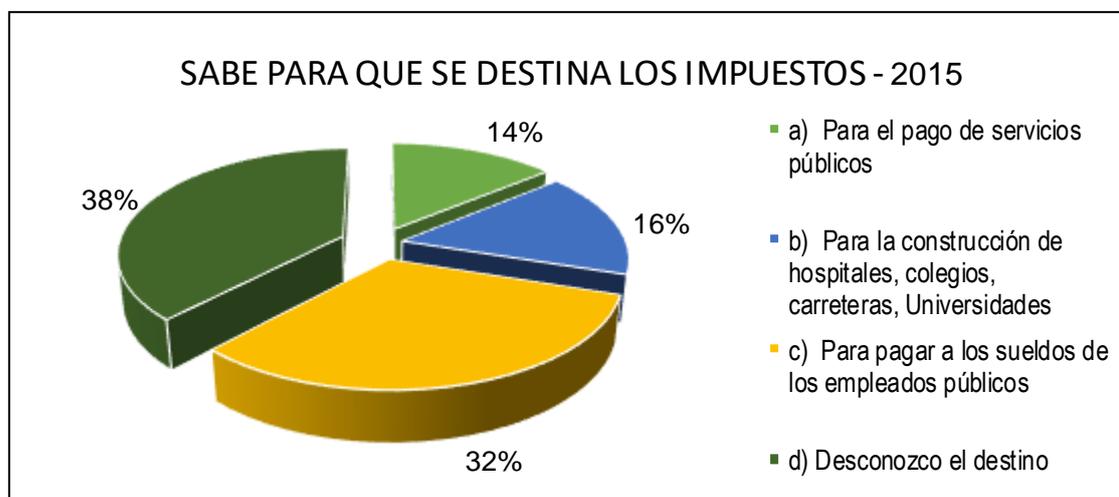
CUADRO 21

SABE PARA QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Sabe Ud. Para que se destina los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Para el pago de servicios públicos	17	0.14	14
b) Para la construcción de hospitales, colegios, carreteras, universidades	20	0.16	16
c) Para pagar a los sueldos de los empleados públicos	39	0.32	32
d) Desconozco el destino	47	0.38	38
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave.

GRAFICO 21



Fuente: Cuadro 21

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 21 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave, 38% de los comerciantes desconocen el destino de los impuestos, 32% de los comerciantes afirma que se destina los impuestos para pagar el sueldo de los empleados públicos, 16% sostiene que los impuestos se destina para construir hospitales, colegios, carreteras y universidades y el 14% de los comerciantes afirman que los impuesto se destinan para el pago de servicios públicos.

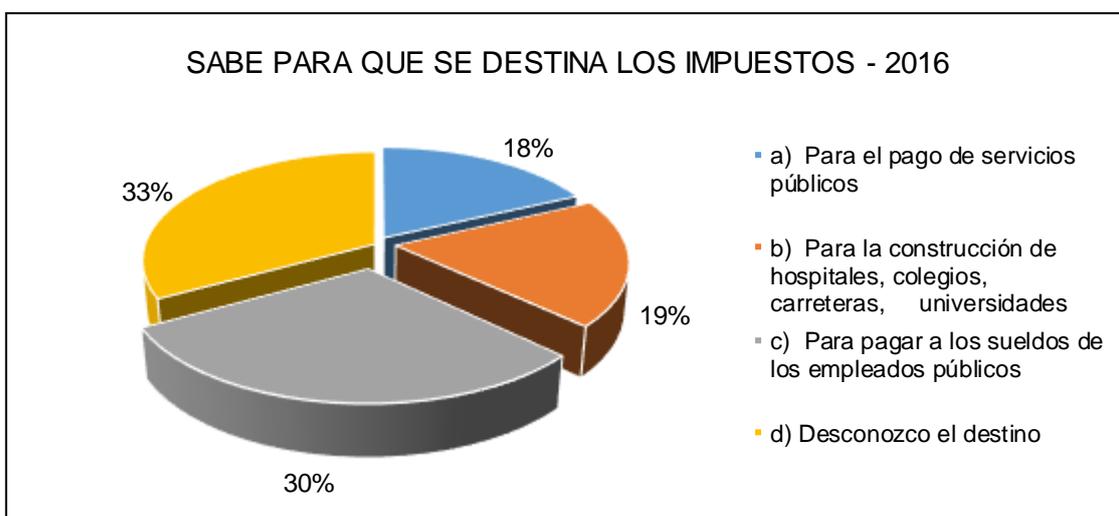
CUADRO 22

SABE PARA QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Sabe Ud. Para que se destina los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Para el pago de servicios públicos	22	0.18	18
b) Para la construcción de hospitales, colegios, carreteras, universidades.	23	0.19	19
c) Para pagar a los sueldos de los empleados públicos	37	0.30	30
d) Desconozco el destino	41	0.33	33
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 22



Fuente: Cuadro 22

INTERPRETACION:

Según el cuadro 22 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave, el 33% de los comerciantes desconocen el destino de los impuestos mientras el 30% de los comerciantes afirma que se destina los impuestos para pagar el sueldo de los empleados públicos, el 19% sostiene que los impuestos se destina para construir hospitales, colegios, carreteras y universidades y el 18% de los comerciantes afirman que los impuesto se destinan para el pago de servicios públicos.

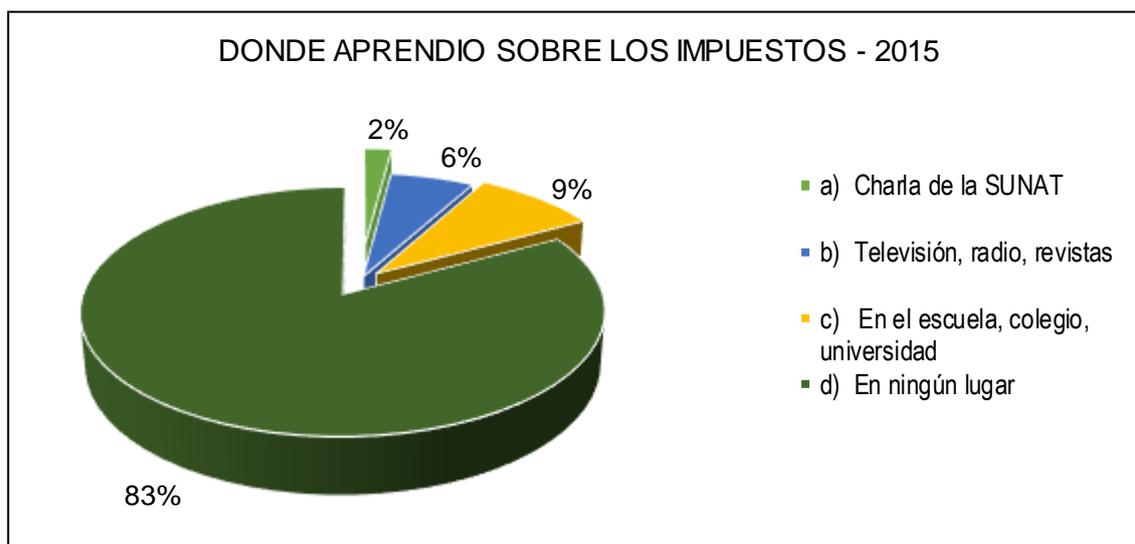
Conclusión: el 80% de los comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave desconocen el destino de los impuestos recaudados por la SUNAT, solo el 20% de los comerciantes tiene la noción de que los impuestos recaudados son destinados para la construcción de hospitales, colegios, carreteras y universidades etc. Esto confirma que falta informar a todos los comerciantes que expenden sus mercaderías en mercados, centro de abastos, ferias, que los impuestos recaudados son destinados para mejorar la vida de los ciudadanos.

CUADRO 23**DONDE APRENDIO SOBRE LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015**

¿Dónde aprendió sobre los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Charla de la SUNAT	2	0.02	2
b) Televisión, radio, revistas	7	0.06	6
c) En el escuela, colegio, universidad	11	0.09	9
d) En ningún lugar	102	0.83	83
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 23



Fuente: Cuadro 23

INTERPRETACION:

Según el Cuadro y grafico 23 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave, el 83% de los comerciantes sostiene que no aprendió en ningún lugar sobre los impuestos, 9% de los comerciantes afirma que aprendió sobre impuestos en la escuela, colegio y universidad, el 6% de los comerciantes respondió que aprendió sobre los impuestos por la televisión, radio y revistas y el 2% de los comerciantes sostiene que aprendió en las charla brindadas por la SUNAT.

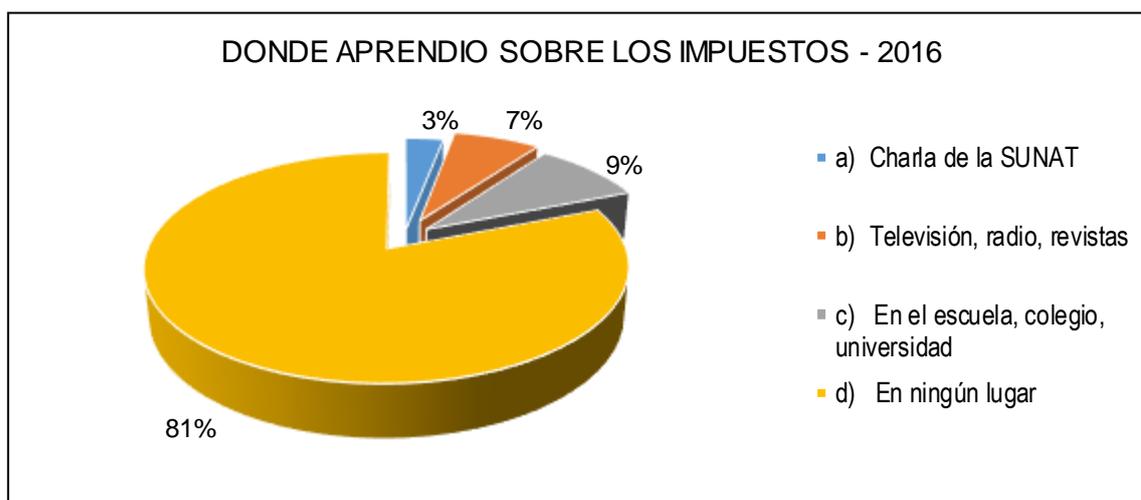
CUADRO 24

DONDE APRENDIO SOBRE LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

Dónde aprendió sobre los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Charla de la SUNAT	4	0.03	3
b) Televisión, radio, revistas	9	0.07	7
c) En el escuela, colegio, universidad	11	0.09	9
d) En ningún lugar	100	0.81	81
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 24



Fuente: Cuadro 24

INTERPRETACION:

Según el Cuadro y grafico 24 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave, el 81% de los comerciantes sostiene que no aprendió en ningún lugar sobre los impuestos, 9% de los comerciantes afirma que aprendió sobre impuestos en la escuela, colegio y universidad, el 7% de los comerciantes respondió que aprendió sobre los impuestos por la televisión, radio y revistas y el 3% de los comerciantes sostiene que aprendió en las charlas brindadas por la SUNAT. En conclusión los comerciantes no tienen conocimientos sobre impuestos por que no recibieron capacitación u orientación.

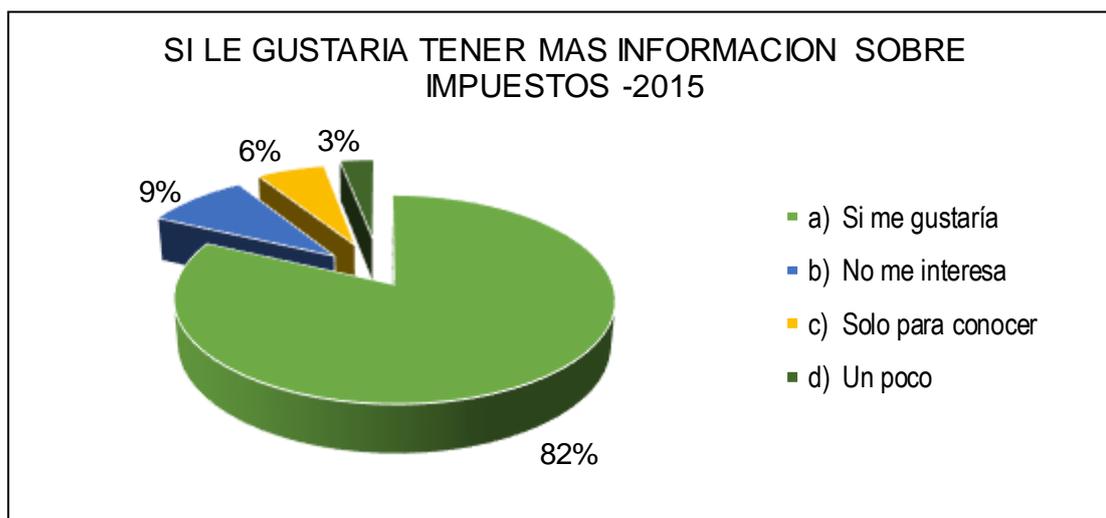
CUADRO 25

LE GUSTARIA TENER MAS INFORMACION SOBRE IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Le gustaría tener más información sobre los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si me gustaría	101	0.82	82
b) No me interesa	11	0.09	9
c) Solo para conocer	7	0.06	6
d) Un poco	4	0.03	3
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 25



Fuente: Cuadro 25

INTERPRETACION:

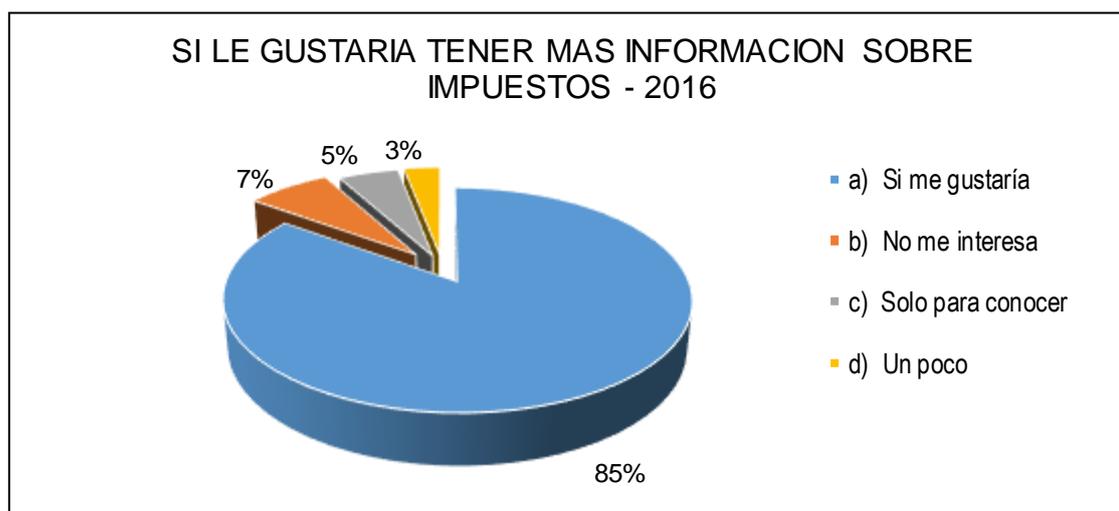
Según el cuadro y grafico 25 de la encuesta realizada a los comerciantes de los comerciantes del mercado central de ciudad de llave, el 82% de los comerciantes afirma que le gustaría tener más información sobre impuestos, 9% de los comerciantes afirmo que no le interesa tener más información sobre impuestos, 6% de los comerciantes afirmo que le gustaría tener información sobre impuesto solo para conocer los y el 3% de los comerciantes sostiene que le gustaría aprender sobre los impuestos un poco.

CUADRO 26

LE GUSTARIA TENER MAS INFORMACION SOBRE IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Le gustaría tener más información sobre los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si me gustaría	105	0.85	85
b) No me interesa	9	0.07	7
c) Solo para conocer	6	0.05	5
d) Un poco	4	0.03	3
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave

GRAFICO 26

Fuente: Cuadro 26

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 26 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de ciudad de llave, el 85% de los comerciantes afirma que si les gustaría tener más información sobre impuestos, 7% de los comerciantes afirmo que no le interesa tener más información sobre impuestos, 5% de los comerciantes afirmo que le gustaría tener información sobre impuesto solo para conocer los impuestos y el 3% de los comerciantes sostiene que le gustaría aprender sobre los impuestos. En conclusión, los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave si tienen interés en tener más información y conocimiento sobre los impuestos. La SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria) tiene como uno de sus objetivos es informar brindando charlas a los contribuyentes sobre los impuestos, el cual debe ser organizado de manera descentralizado en los mercados, ya que estos son espacios donde se concentra una gran población económicamente activa.

4.1.3 EXPOSICION DE RESULTADOS DEL OBJETIVO 3:

EVALUACIÓN DEL NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE .

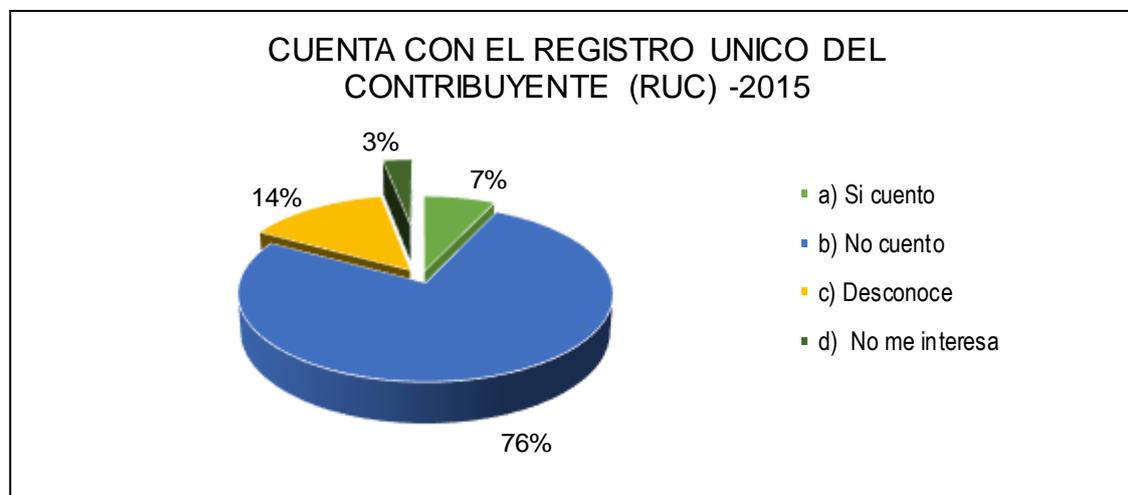
CUADRO 27

CUENTA CON EL REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE, PERIODO 2015

¿Cuenta Ud. con el Registro único de contribuyente (RUC)?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si cuento	9	0.07	7
b) No cuento	93	0.76	76
c) Desconoce	17	0.14	14
d) No me interesa	4	0.03	3
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 27



Fuente: Cuadro 27

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 27, el 76% de los comerciantes sostiene que no están registrados en el registro único del contribuyente, no cuentan con RUC, 14% de los comerciantes desconoce sobre el registro único del contribuyente, 7% de los

comerciantes afirmaron que están inscritos en el registro único del contribuyente y el 3% sostiene no le interesa registrarse en el registro único de los contribuyente.

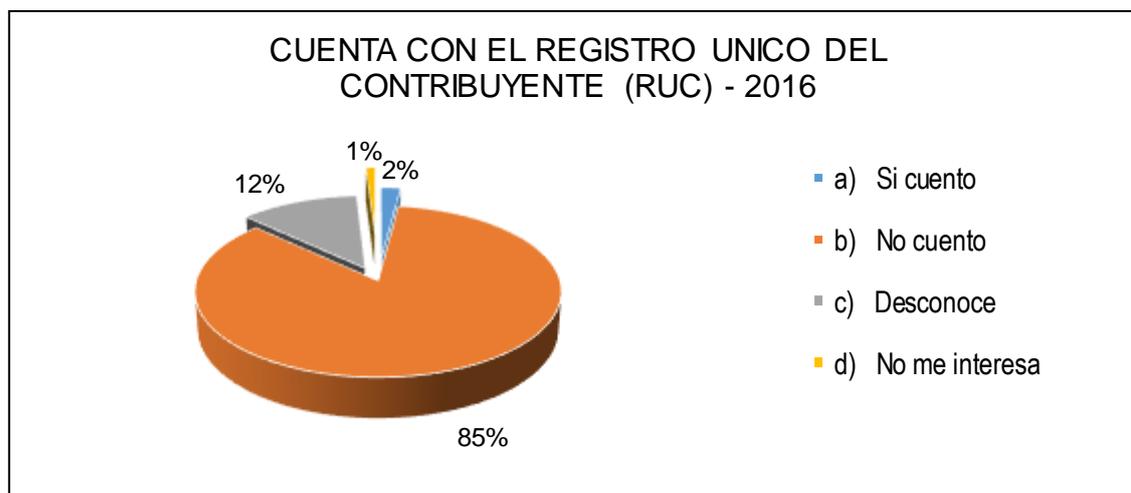
CUADRO 28

CUENTA CON EL REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE, PERIODO 2016

¿Cuenta Ud. con el Registro único de contribuyente (RUC)?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si cuento	2	0.02	2
b) No cuento	105	0.85	85
c) Desconoce	15	0.12	12
d) No me interesa	1	0.01	1
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 28



Fuente: Cuadro 28

INTERPRETACION:

Según el cuadro 28, el 85% de los comerciantes sostiene que no están registrados en el registro único del contribuyente, no cuentan con RUC, y el 12% de los comerciantes desconoce sobre el registro único del contribuyente, el 2% de los comerciantes afirmaron que están inscritos en el registro único del contribuyente y el 1% sostiene no le interesa registrarse en el registro único de

los contribuyentes. Conclusión, el 85% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave no cuenta con RUC, eso nos indica que no emiten comprobantes tampoco pagan sus impuestos.

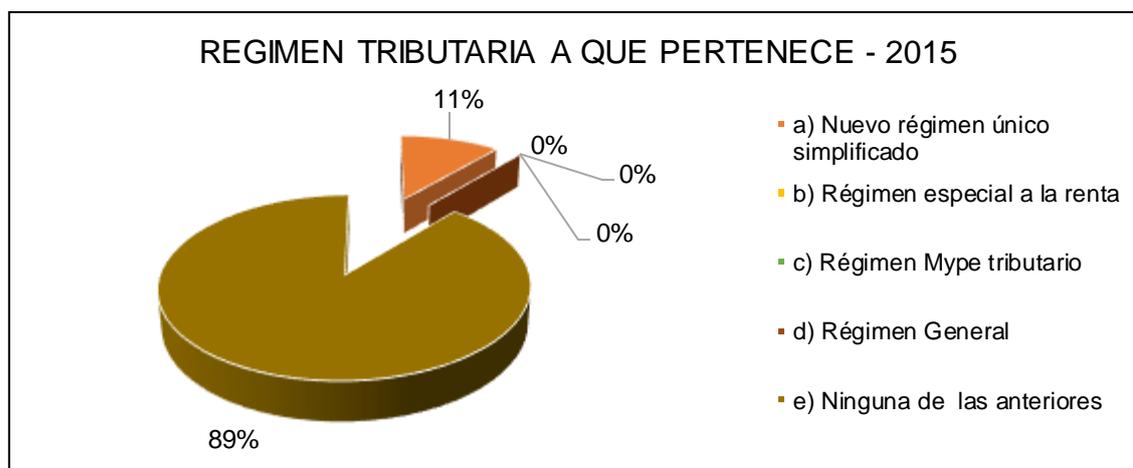
CUADRO 29

REGIMEN TRIBUTARIO A QUE PERTENECE, PERIODO 2015

¿A qué régimen tributario pertenece Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Nuevo régimen único simplificado	14	0.11	11
b) Régimen especial a la renta	0	0.00	0
c) Régimen Mype tributario	0	0.00	0
d) Régimen General	0	0.00	0
e) Ninguna de las anteriores	109	0.89	89
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de llave

GRAFICO 29



Fuente: Cuadro 29

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 29, el 89% de los comerciantes afirma que no pertenece a ningún régimen tributario, el 11% de los comerciantes afirma que pertenecen al Nuevo régimen único simplificado. Según a la encuesta los comerciantes afirmaron que no pertenecen al régimen especial a la renta, régimen Mype tributario, régimen general.

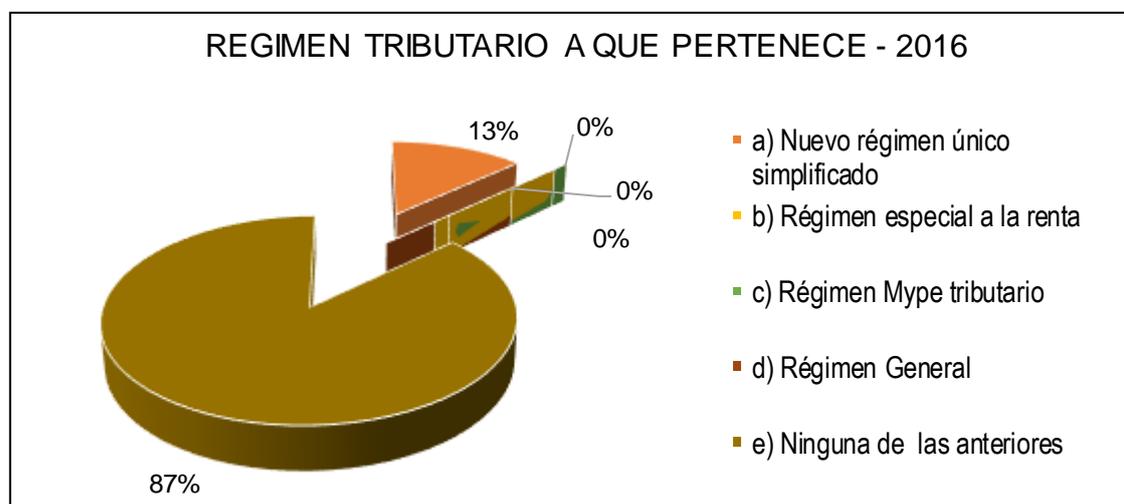
CUADRO 30

REGIMEN TRIBUTARIO A QUE PERTENECE, PERIODO 2016

¿A qué régimen tributario pertenece Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Nuevo régimen único simplificado	16	0.13	13
b) Régimen especial a la renta	0	0.00	0
c) Régimen Mype tributario	0	0.00	0
d) Régimen General	0	0.00	0
e) Ninguna de las anteriores	107	0.87	87
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 30



Fuente: Cuadro 30

INTERPRETACION:

Según el cuadro 30, el 87% de los comerciantes afirma que no pertenece a ningún régimen tributario, el 13% de los comerciantes afirma que pertenecen al Nuevo régimen único simplificado. Según la encuesta los comerciantes afirmaron que no pertenecen al régimen especial a la renta, régimen Mype tributario, régimen general. Podemos concluir que los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Ilave que el 87% de los comerciantes no pertenecen a ningún tipo de régimen, el cual es un índice muy alto de informalidad.

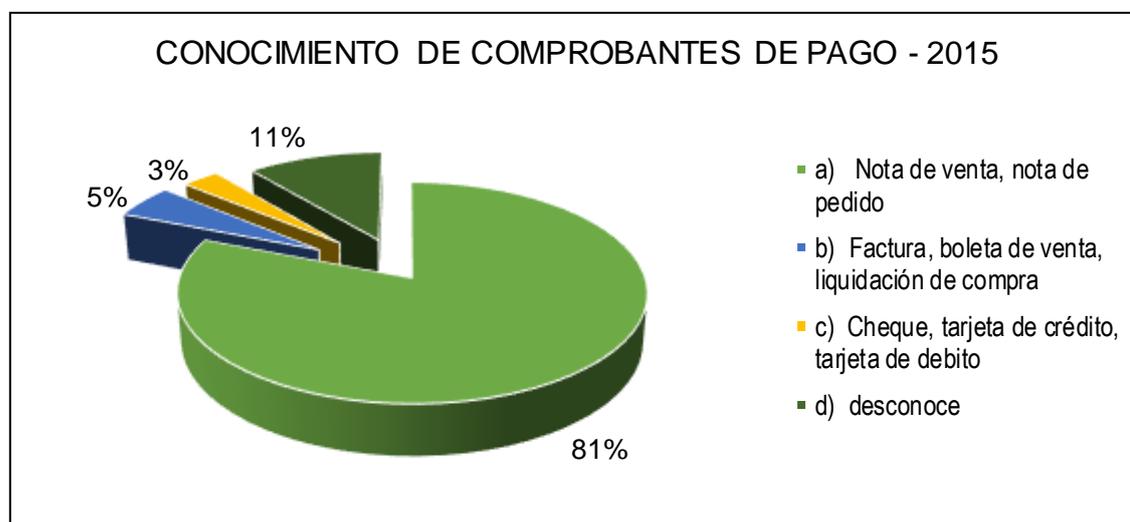
CUADRO 31

CONOCIMIENTO SOBRE COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2015

¿Conoce Ud. los comprobantes de pago?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Nota de venta, nota de pedido	100	0.81	81
b) Factura, boleta de venta, liquidación de compra	6	0.05	5
c) Cheque, tarjeta de crédito, tarjeta de debito	4	0.03	3
d) desconoce	14	0.11	11
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 31



Fuente: Cuadro 31

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 31, el 81% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave afirma que los comprobantes de pago es la Nota de venta y nota de pedido, 11% de los comerciantes sostiene que desconoce los comprobantes de pago, 5% de los comerciantes respondieron que los comprobantes son la factura, boleta de venta, liquidación de compra, 3% de los comerciantes afirma que los comprobantes de pago es el cheque, tarjeta de crédito y tarjeta de débito.

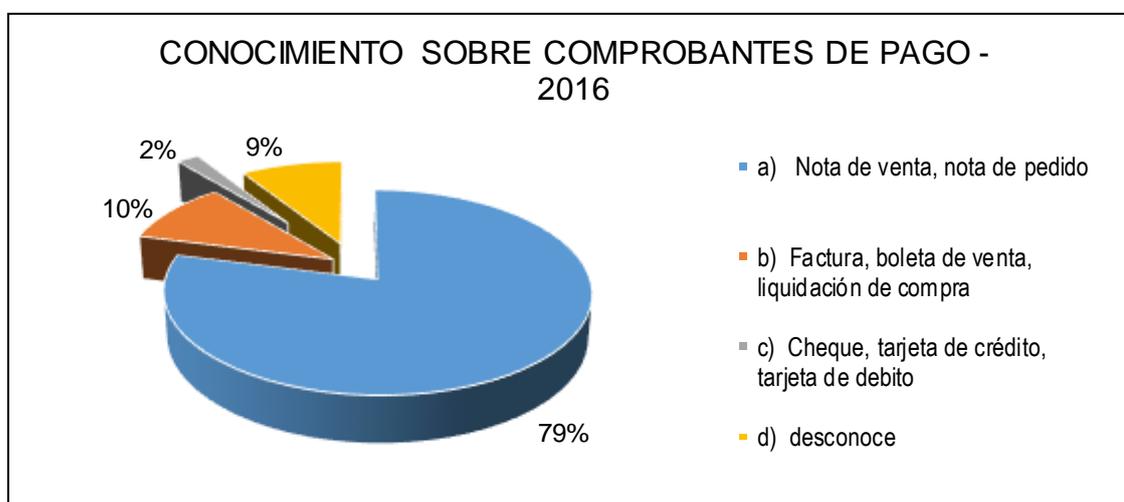
CUADRO 32

CONOCIMIENTO SOBRE COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2016

¿Conoce Ud. los comprobantes de pago?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Nota de venta, nota de pedido	97	0.79	79
b) Factura, boleta de venta, liquidación de compra	12	0.10	10
c) Cheque, tarjeta de crédito, tarjeta de debito	2	0.02	2
d) desconoce	11	0.09	9
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 32



Fuente: Cuadro 32

INTERPRETACION:

Según el cuadro 32, el 79% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave afirma que los comprobantes de pago es la Nota de venta y nota de pedido, 10% de los comerciantes afirma que los comprobantes son la factura, boleta de venta, liquidación de compra, 9% de los comerciantes sostiene que desconoce los comprobantes de pago y el 2% de los comerciantes afirma que los comprobantes de pago es el cheque, tarjeta de crédito y tarjeta de débito. En conclusión, el 79% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave indican que los comprobantes son las notas de pedido y nota de venta.

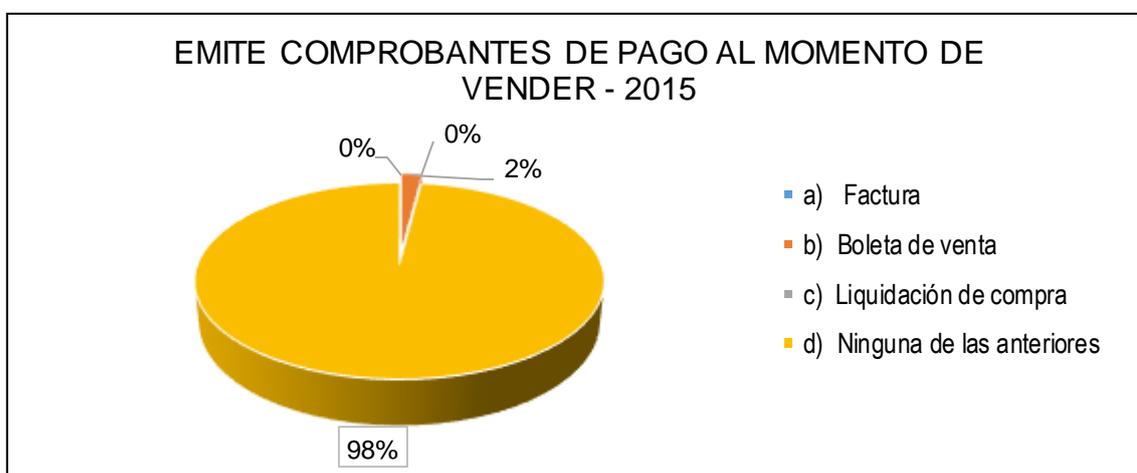
CUADRO 33

EMITE COMPROBANTES DE PAGO AL MOMENTO DE REALIZAR SUS VENTAS, PERIODO 2015

¿Emite Ud. Comprobante de pago en las ventas que realiza, y cuál de ellas?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Factura	0	0.00	0
b) Boleta de venta	2	0.02	2
c) Liquidación de compra	0	0.00	0
d) Ninguna de las anteriores	121	0.98	98
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 33



Fuente: Cuadro 33

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 33 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Ilave, el 98% de los comerciantes afirmaron que no emiten ningún tipo de comprobantes, 2% de los comerciantes afirma que emite boleto de venta en el momento de realizar sus venta, 0% de los comerciantes no emite factura y liquidación de compra. Podemos concluir que los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave no pagan sus impuestos, puesto que no emiten comprobantes de pago y no declaran a la SUNAT sus ingresos por el concepto de venta de los productos que expenden.

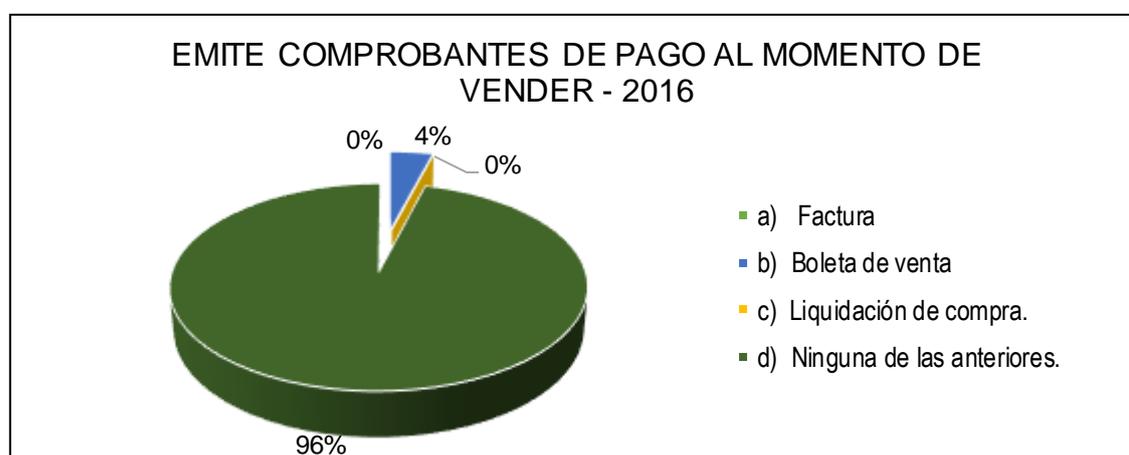
CUADRO 34

EMITE COMPROBANTES DE PAGO AL MOMENTO DE REALIZAR SUS VENTAS, PERIODO 2016

¿Emite Ud. Comprobante de pago en las ventas que realiza, y cuál de ellas?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Factura	0	0.00	0
b) Boleta de venta	5	0.04	4
c) Liquidación de compra	0	0.00	0
d) Ninguna de las anteriores	118	0.96	96
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 34



Fuente: Cuadro 34

INTERPRETACION:

Según el cuadro 34 de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Ilave, 96% de los comerciantes afirmaron que no emiten ningún tipo de comprobante, 4% de los comerciantes afirma que emite boleto de venta en el momento de realizar sus venta, 0% de los comerciantes no emite factura y liquidación de compra.

En resumen, la mayoría de los comerciantes indican que no emiten ningún tipo de comprobantes de pago, porque no están registrados en el Registro Único del Contribuyente.

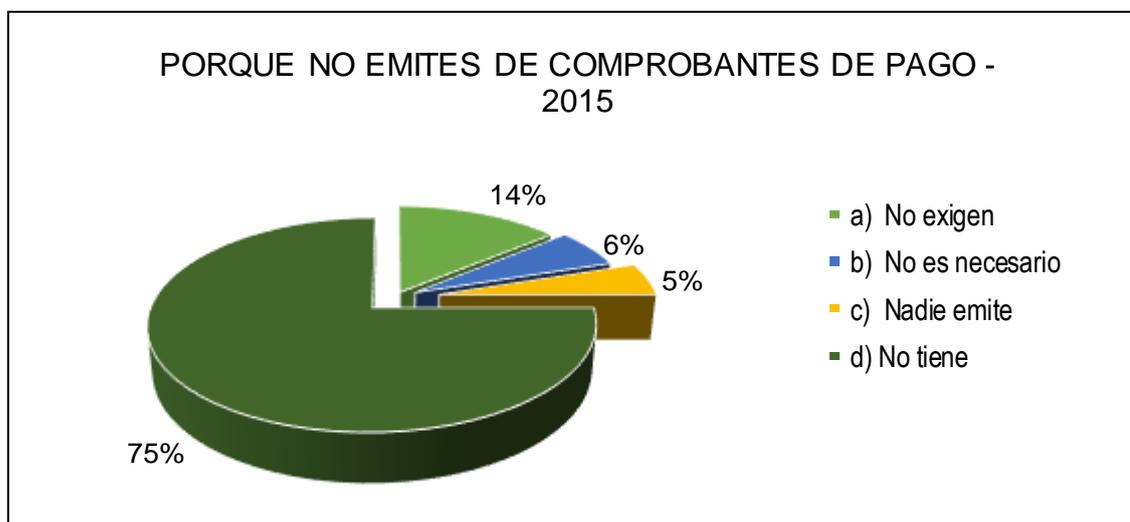
CUADRO 35

POR QUE NO EMITE LOS COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2015

¿Por qué no emite Ud. Los comprobantes de pago?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) No exigen	17	0.14	14
b) No es necesario	7	0.06	6
c) Nadie emite	6	0.05	5
d) No tiene	92	0.75	75
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 35



Fuente: Cuadro 35

INTERPRETACION:

Según el cuadro 35, el 75% de los comerciantes indican que no emiten los comprobantes de pago porque no tienen, 14% de los comerciantes sostiene que no emiten los comprobantes de pago porque no le exigen, 6% de los comerciantes afirma que no emite los comprobantes de pago porque no es necesario emitir los comprobantes y el 5% afirma que nadie emite los comprobantes de pago es por esa razón que no emiten. En conclusión los comerciantes afirman que no emiten porque no están registrados en el registro único de contribuyentes, por lo tanto no informan a la SUNAT sobre sus ventas y compras.

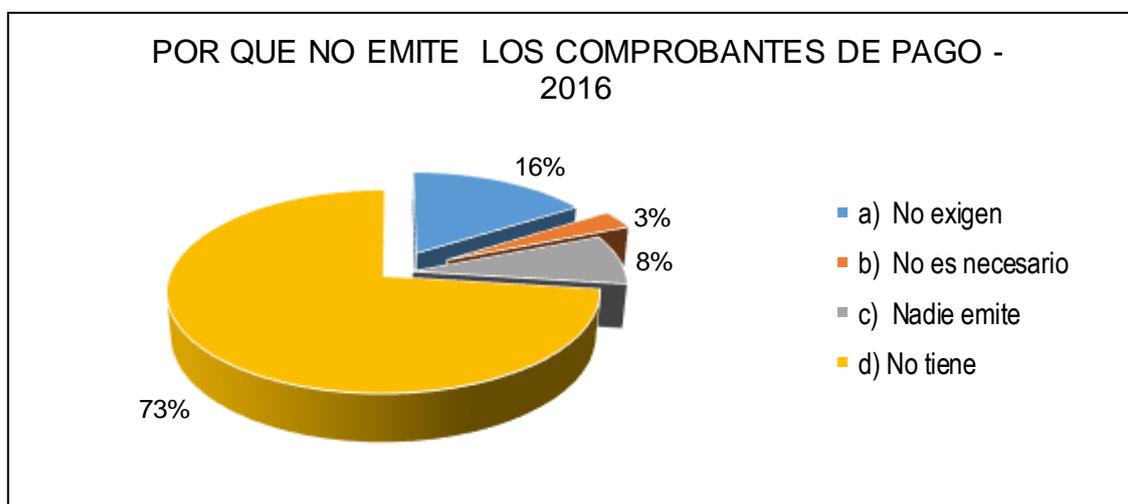
CUADRO 36

POR QUE NO EMITE LOS COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2016

¿Por qué no emite Ud. Los comprobantes de pago?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) No exigen	20	0.16	16
b) No es necesario	4	0.03	3
c) Nadie emite	10	0.08	8
d) No tiene	90	0.73	73
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 36



Fuente: Cuadro 36

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 36, el 73% de los comerciantes indican que no emiten los comprobantes de pago porque no tienen, 16% de los comerciantes sostiene que no emiten los comprobantes de pago porque no le exigen, 8% de los comerciantes afirma que no emite los comprobantes de pago porque nadie lo emite y el 3% afirma que no es necesario emitir los comprobantes de pago.

Podemos llegar a la conclusión que el 73% de los comerciantes que es la mayoría no cuentan con ningún tipo de comprobante de pago, porque no se encuentran registrados en (RUC) registro único de contribuyente.

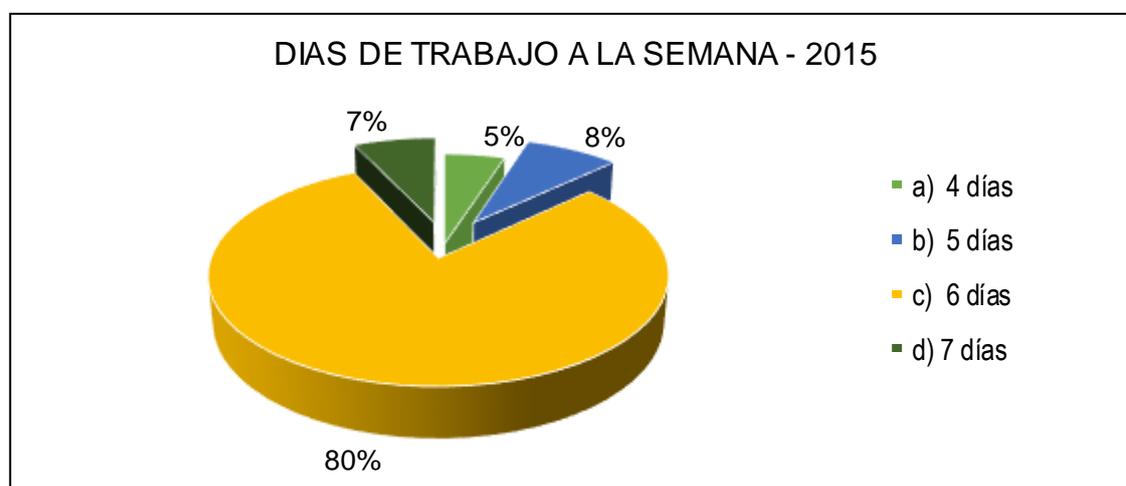
CUADRO 37

CUANTOS DIAS A LA SEMANA TRABAJA, PERIODO 2015

¿Cuántos días a la semana trabaja?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) 4 días	6	0.05	5
b) 5 días	10	0.08	8
c) 6 días	98	0.80	80
d) 7 días	9	0.07	7
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 37



Fuente: Cuadro 37

INTERPPRETACION:

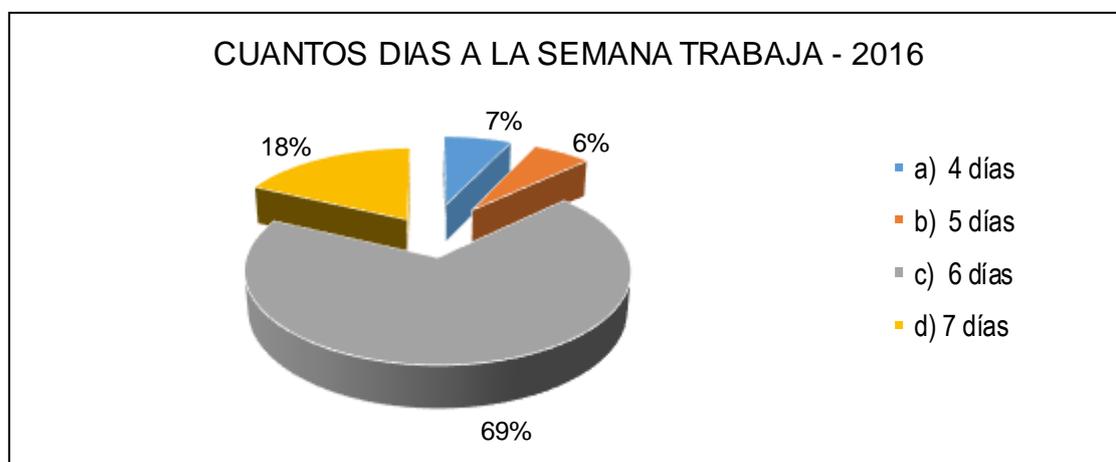
Según el cuadro y grafico 37 de la encuestas realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, el 80% de los comerciantes sostiene que trabaja 6 días a la semana, 8% de los comerciantes trabaja los 5 días de la semana, 7% de los comerciantes afirma que trabaja 7 días a la semana y el 5% de los comerciantes afirma que trabaja 4 días a la semana. De este gráfico y cuadro podemos concluir que la mayoría de los comerciantes trabajan más de 5 días de la semana que representa el 88% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave.

CUADRO 38
CUANTOS DIAS A LA SEMANA TRABAJA, PERIODO 2016

¿Cuántos días a la semana trabaja?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) 4 días	9	0.07	7
b) 5 días	7	0.06	6
c) 6 días	85	0.69	69
d) 7 días	22	0.18	18
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 38



Fuente: Cuadro 38

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 38 de la encuestas realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, el 69% de los comerciantes sostiene que trabaja 6 días a la semana, 18% de los comerciantes trabaja los 7 días de la semana, 7% de los comerciantes afirma que trabaja 4 días a la semana y el 6% de los comerciantes afirma que trabaja 5 días a la semana.

En resumen la mayoría de los comerciantes indican que trabajan 6 días a la semana que representa el 87% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave.

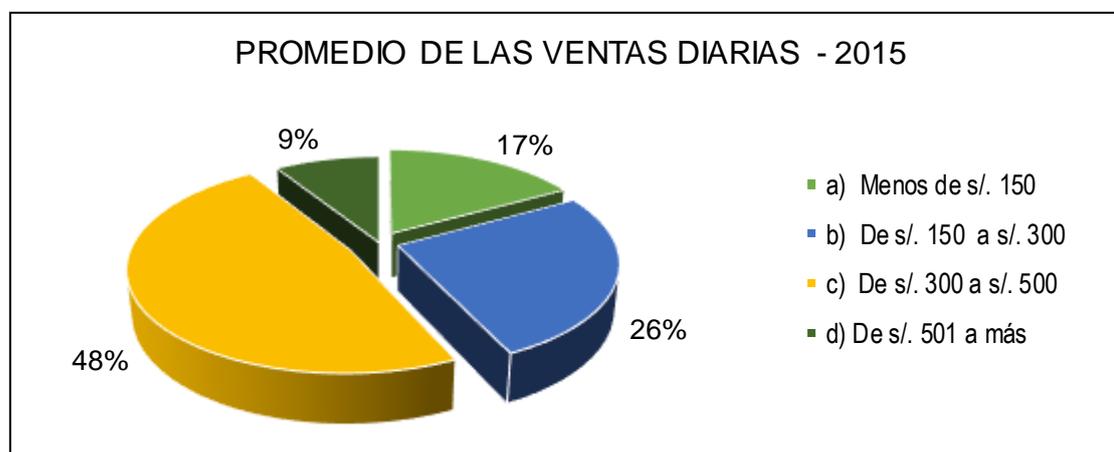
CUADRO 39

PROMEDIO DE LAS VENTAS DIARIAS, PERIODO 2015

¿Cuál es un ingreso económico promedio de las ventas diarias que tiene Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Menos de s/. 150	21	0.17	17
b) De s/. 150 a s/. 300	32	0.26	26
c) De s/. 300 a s/. 500	59	0.48	48
d) De s/. 501 a más	11	0.09	9
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 39



Fuente: Cuadro 39

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 39, el 48% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave afirma que tiene un ingreso promedio de ventas diarias realizadas de s/. 300 a s/. 500, 26% de los comerciantes respondieron que el promedio de sus ingresos de las ventas realizadas es de s/. 150 a 300 nuevos soles, mientras el 17% afirma que el ingreso promedio de sus ventas es menos de 150 soles y el 9% sostiene que el ingreso promedio de su venta diaria es de 501 a más. El 48% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave tiene un ingreso diario de un promedio de S/. 400.00 por el concepto de sus ventas de productos que expende dentro del mercado.

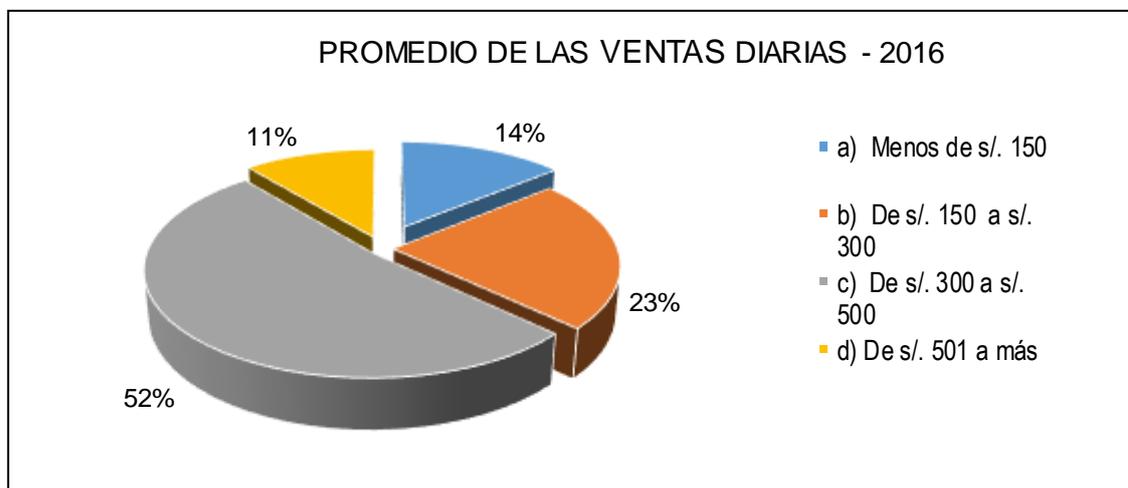
CUADRO 40

PROMEDIO DE LAS VENTAS DIARIAS, PERIODO 2016

¿Cuál es un ingreso económico promedio de las ventas diarias que tiene Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Menos de s/. 150	17	0.14	14
b) De s/. 150 a s/. 300	28	0.23	23
c) De s/. 300 a s/. 500	64	0.52	52
d) De s/. 501 a más	14	0.11	11
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 40



Fuente: Cuadro 40

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 40, el 52% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave afirma que tiene un ingreso promedio de ventas diarias realizadas de s/. 300 a s/. 500, 23% de los comerciantes respondieron que el promedio de sus ingresos de las ventas realizadas es de s/. 150 a 300 nuevos soles, 14% afirma que el ingreso promedio de sus ventas es menos de 150 soles y el 11% sostiene que ingreso promedio de su venta diarias es de 501 a más.

Conclusión: el 52% de los comerciantes afirman que sus ingresos de las ventas realizadas diarias es de 300 a 500 nuevos soles.

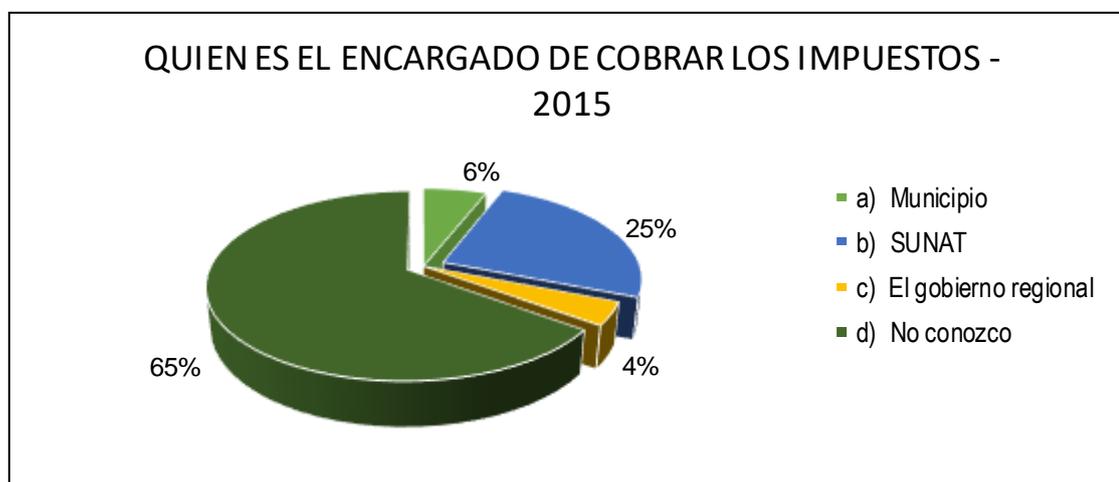
CUADRO 41

CONOCE QUIEN ES EL ENCARGADO DE COBRAR LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Conoce Ud. quien es el encargado de cobrar los impuestos	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Municipio	7	0.06	6
b) SUNAT	31	0.25	25
c) El gobierno regional	5	0.04	4
d) No conozco	80	0.65	65
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 41



Fuente: Cuadro 41

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 41 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, el 65% de los comerciantes afirman que no conocen quien es el encargado de cobrar los impuestos, 25% de los comerciantes sostiene que el encargado de cobrar los impuesto es la SUNAT, el 6% de los comerciantes afirma que el encargado de cobrar los impuestos es el Municipio, 4% de los comerciantes respondió que el encargado de cobrar los impuestos es el gobierno regional.

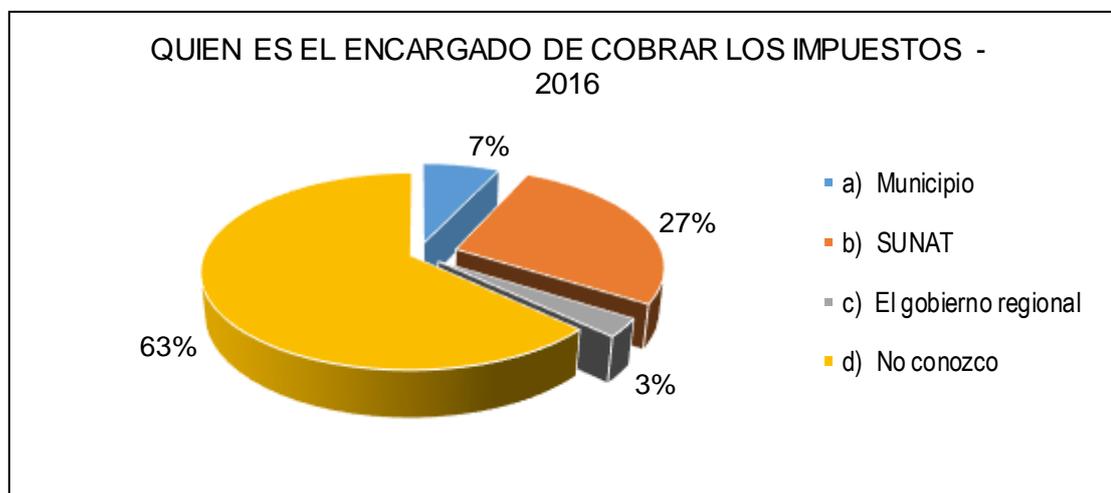
CUADRO 42

CONOCE QUIEN ES EL ENCARGADO DE COBRAR LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Conoce Ud. quien es el encargado de cobrar los impuestos	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Municipio	9	0.07	7
b) SUNAT	33	0.27	27
c) El gobierno regional	4	0.03	3
d) No conozco	77	0.63	63
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 42



Fuente: Cuadro 42

INTERPRETACION:

Según el cuadro 42 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, el 63% de los comerciantes afirman que no conocen quien es el encargado de cobrar los impuestos, 27% de los comerciantes sostiene que el encargado de cobrar los impuesto es la SUNAT, el 7% de los comerciantes afirma que el encargado de cobrar los impuestos es el Municipio, 3% de los comerciantes respondió que el encargado de cobrar los impuestos es el gobierno regional. Podemos concluir que los comerciantes desconocen quien es el encargado de cobrar los impuestos.

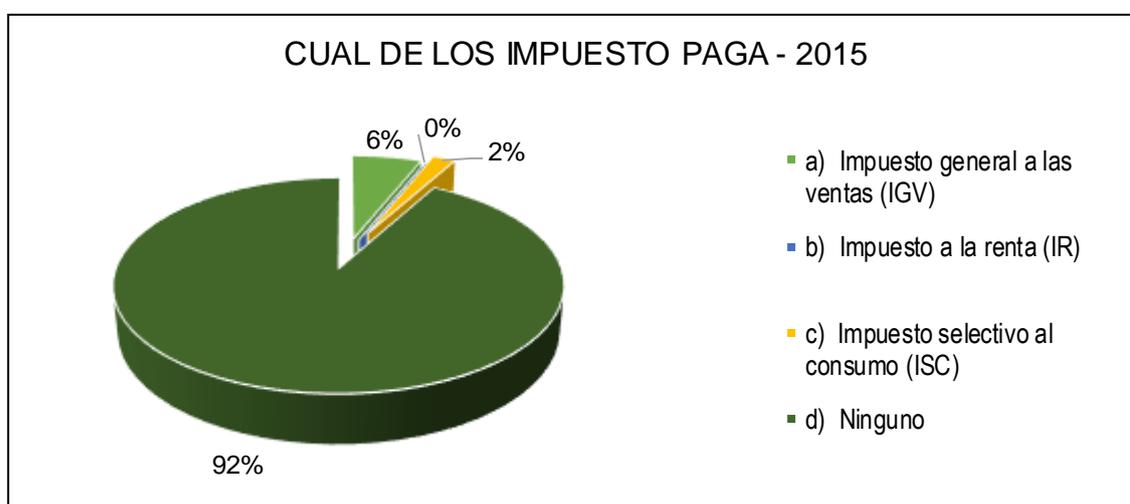
CUADRO 43

CUAL DE LOS IMPUESTOS PAGA, PERIODO 2015

¿Cuál de estos impuestos Paga Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Impuesto general a las ventas (IGV)	7	0.06	6
b) Impuesto a la renta (IR)	0	0.00	0
c) Impuesto selectivo al consumo (ISC)	2	0.02	2
d) Ninguno	113	0.92	92
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 43



Fuente: Cuadro 43

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 43 de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, según el estudio realizado muestra que el 92% de los comerciantes sostiene que no paga ningún tipo de impuesto, el 6% de los comerciantes afirmo que paga el impuesto General a la Ventas, el 2% de los comerciantes sostiene que pagan el impuesto selectivo al consumo. Según la encuesta, los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave no pagan el impuesto a la renta.

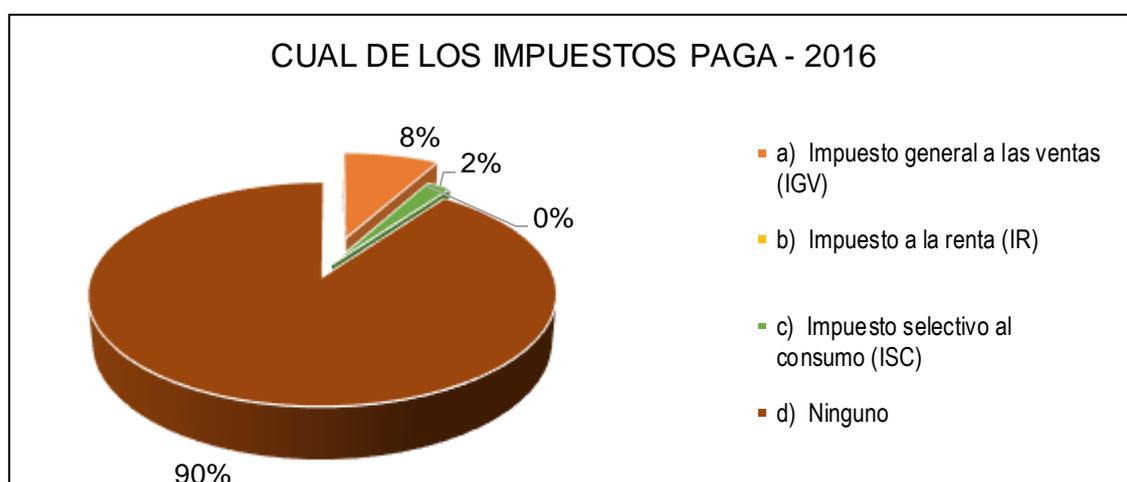
CUADRO 44

CUAL DE LOS IMPUESTOS PAGA, PERIODO 2016

¿Cuál de estos impuestos Paga Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Impuesto general a las ventas (IGV)	10	0.08	8
b) Impuesto a la renta (IR)	0	0.00	0
c) Impuesto selectivo al consumo (ISC)	2	0.02	2
d) Ninguno	111	0.90	90
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 44



Fuente: Cuadro 44

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 44 de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, el 90% de comerciantes sostiene que no paga ningún tipo de impuesto, el 8% de los comerciantes afirmo que paga el impuesto General a la Ventas, el 2% de los comerciantes sostiene que pagan el impuesto selectivo al consumo. Según la encuesta nadie paga el impuesto a la renta.

Conclusión: el 90% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave no paga ningún tipo de impuesto, solo el 8% de los comerciantes paga el IGV (Impuesto General a las Ventas).

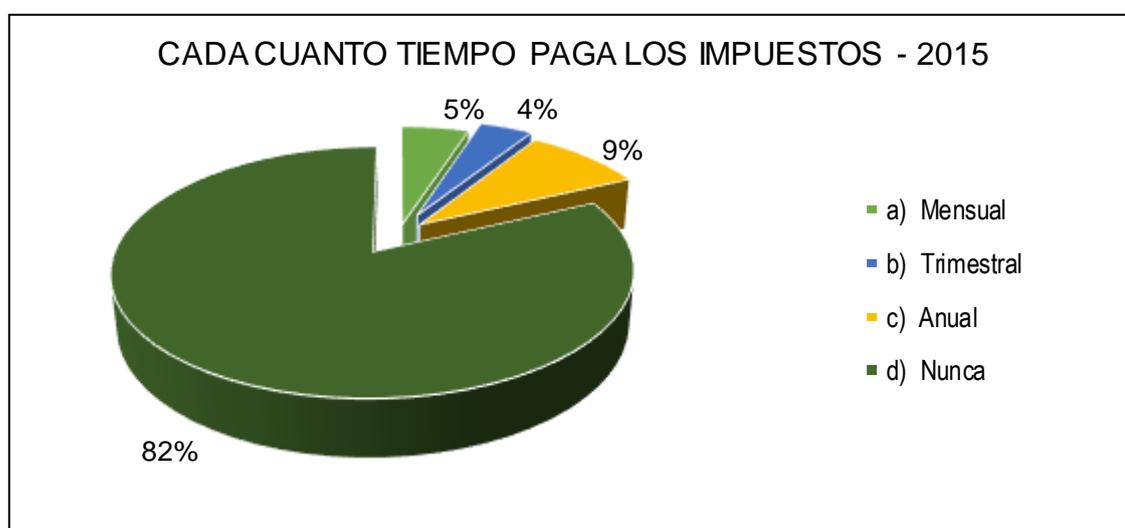
CUADRO 45

CADA CUANTO TIEMPO PAGA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Cada cuánto tiempo paga sus impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Mensual	6	0.05	5
b) Trimestral	5	0.04	4
c) Anual	11	0.09	9
d) Nunca	101	0.82	82
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 45



Fuente: Cuadro 45

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 45, el 82% de los comerciantes sostiene que nunca ha pagado ningún tipo de impuestos, el 9% de los comerciantes afirma que paga los impuestos anualmente, 5% de los comerciantes sostiene que paga el impuesto mensualmente y el 4% afirma que paga su impuesto trimestralmente. En conclusión los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave no emiten comprobantes de pago, por lo tanto no declaran sus ventas y compras a la SUNAT.

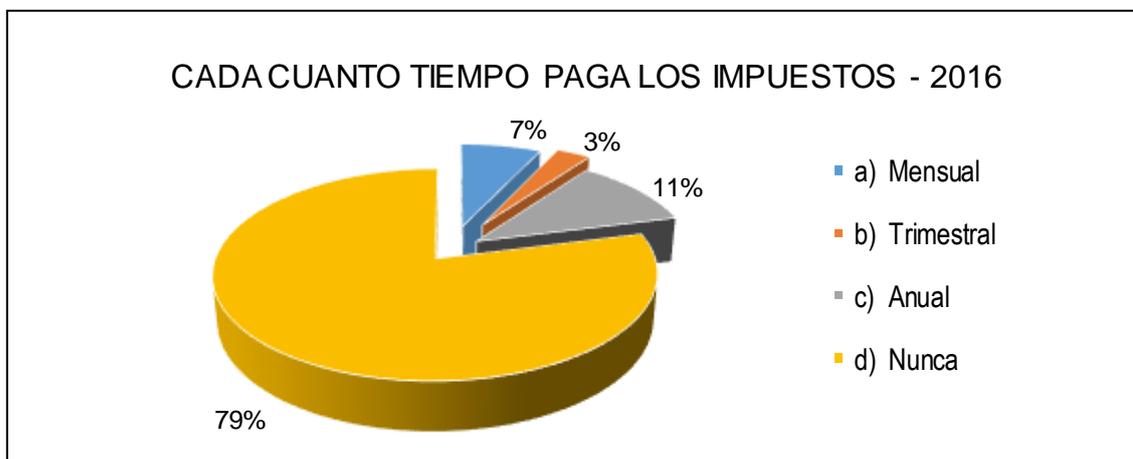
CUADRO 46

CADA CUANTO TIEMPO PAGA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Cada cuánto tiempo paga sus impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Mensual	9	0.07	7
b) Trimestral	4	0.03	3
c) Anual	14	0.11	11
d) Nunca	97	0.79	79
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 46



Fuente: Cuadro 46

INTERPRETACION:

Según el cuadro 46, el 79% de los comerciantes sostiene que nunca ha pagado ningún tipo de impuestos, el 11% de los comerciantes afirma que paga los impuestos anualmente, 7% de los comerciantes sostiene que paga el impuesto mensualmente y el 3% afirma que paga su impuesto trimestralmente.

Conclusión: los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave el 79% afirmaron que nunca han pagado ningún tipo de impuesto porque no están registrados en el Registro Único del Contribuyente (RUC).

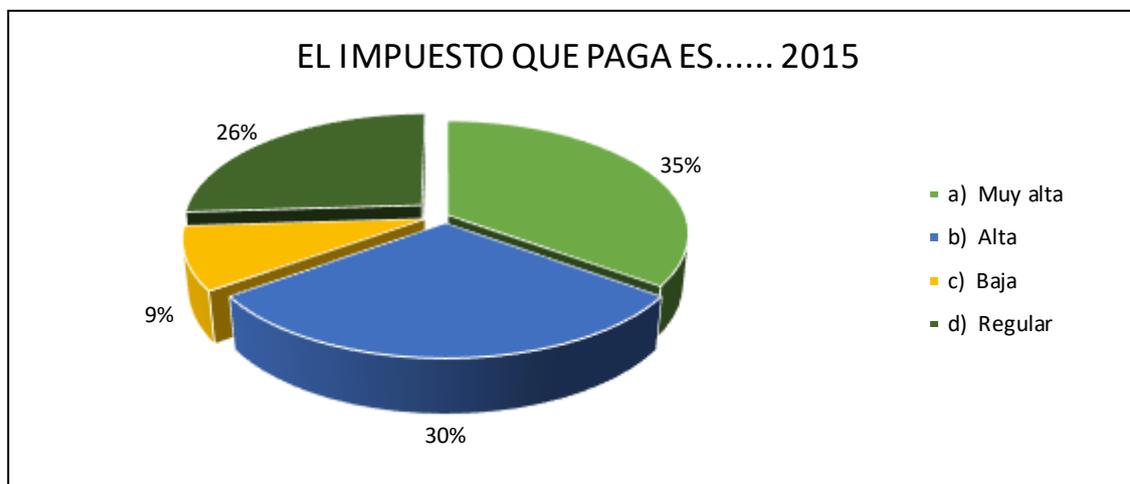
CUADRO 47

EI IMPUESTO, PERIODO 2015

¿El impuesto que paga es.....?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Muy alta	43	0.35	35
b) Alta	37	0.30	30
c) Baja	11	0.09	9
d) Regular	32	0.26	26
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 47



Fuente: Cuadro 47

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 47 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, el 35% de los comerciantes considera que el impuesto que paga es muy alta, 30% de los comerciantes considera el impuesto que paga es alta, mientras el 26% considera que el impuesto que paga la tasa es regular y el 9% de los comerciantes considera que el impuesto que paga es bajo.

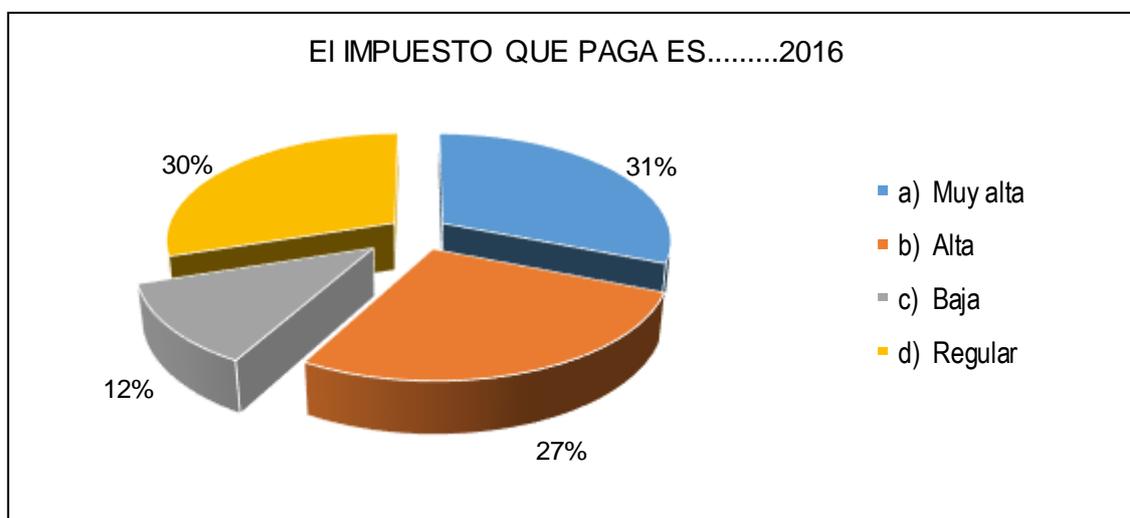
CUADRO 48

EI IMPUESTO, PEERIDO 2016

¿El impuesto que paga es.....?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Muy alta	38	0.31	31
b) Alta	33	0.27	27
c) Baja	15	0.12	12
d) Regular	37	0.30	30
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 48



Fuente: Cuadro 48

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 48 de la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, el 31% de los comerciantes considera que el impuesto que paga es muy alta, 30% de los comerciantes considera el impuesto que paga es regular, 27% considera que el impuesto que paga la tasa es alta y el 12% de los comerciantes considera que el impuesto que paga es bajo. Conclusión: la mayoría de los comerciante considera que el impuesto que paga es muy alta.

CUADRO 49

PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES Y AL REGIMEN TRIBUTARIO QUE DEBEN PERTENECER LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE, PERIODO 2015.

INGRESO ECONOMICO DIARIO	FRECUENCIA ABSOLUTA (fa)	(Fa) (%)	INGRESO ECONOMICO PROMEDIO DIARIO (S/.)	CANTIDAD DE DIAS QUE TRABAJA LA SEMANA (días)	INGRESO ECONOMICO MENSUAL (S/.)	INGRESO ECONOMICO ANUAL	REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE DEBE PERTENECER	CATEGORIA	INGRESO MENSUAL HASTA S/.	CUOTA MENSUAL
a) Menos de s/. 150	21	17%	150.00	4	2,400.00	28,800.00	NRUS	1	5,000.00	20.00
b) De s/. 150 a s/. 300	32	26%	225.00	5	4,500.00	54,000.00	NRUS	1	8,000.00	50.00
c) De s/. 300 a s/. 500	59	48%	400.00	7	11,200.00	134,400.00	NRUS	3	13,000.00	200.00
d) De s/. 501 a más	11	9%	501.00	6	12,024.00	144,288.00	NRUS	3	13,000.00	200.00
TOTAL	123	100%								

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

Según el cuadro 49, de la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Ilaye el 48% de los comerciantes manifestaron que sus ventas diarias promedio están entre S/. 300.00 a S/. 500.00 y realizando un promedio estimado de ventas mensuales que ascienden a S/.11,200.00, de este resultado podemos concluir que el 48% de comerciantes pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 3 y deben pagar una cuota mensual de S/. 200.00.

El 26% de los comerciantes afirmaron que sus ventas diarias promedio están entre S/. 150.00 a S/. 300.00 realizando un promedio estimado de ventas mensuales que ascienden a S/. 4,800.00, de este resultado podemos concluir que el 26% de comerciantes pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 1 y deben pagar una cuota mensual de S/. 20.00.

El 17% de los comerciantes manifestaron que sus ventas diarias promedio es menos de S/. 150.00, realizando un promedio estimado de ventas mensuales sus ventas ascienden a S/. 2,400, de este resultado podemos concluir que el 17% de comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilaye pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 1 y deben pagar una cuota mensual de S/. 20.00.

El 9% de los comerciantes manifestaron que sus ventas diarias tienen un promedio de S/. 501.00, realizando un promedio estimado de sus ventas mensuales ascienden a S/. 12,024.00, de este resultado podemos concluir que el 9% de comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilaye pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS, a la categoría 3 y deben pagar una cuota mensual de S/. 200.00.

En resumen podemos concluir que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), como una institución pública descentralizada dependiente del Sector de Economía y Finanzas, dotada de personería jurídica de derecho público, que tiene autonomía económica, administrativa, funcional, técnica y financiera cuya función principal es la administración y recaudación de los tributos internos.

Según el trabajo de investigación y el cuadro 49, podemos realizar un promedio de estimación de ventas diarias y mensuales de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave en el periodo 2015, Hecho la estimación podemos determinar que el 43% de los comerciantes tienen un ingreso promedio diario de S/ 150.00 a 225.00 y un ingreso mensual de S/. 2400 a 4500.00, según la clasificación un total de 53 comerciantes del mercado central de la ciudad de llave pertenecen al régimen de NRUS (Nuevo Régimen Único Simplificado) correspondiente a la categoría 1, teniendo un pago mensual de S/. 20.00 mensuales a la SUNAT. El 57% de los comerciantes tienen un ingreso promedio estimado diario de S/. 400.00 a 501.00 y un ingreso mensual de S/. 11,200.00 a 12,024.00, según la clasificación un total de 70 comerciantes del mercado central de la ciudad de llave pertenecen al régimen de NRUS (Nuevo Régimen Único Simplificado) correspondiente a la categoría 3, teniendo un pago mensual de S/. 200.00 mensuales a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). La población de estudio para el presente trabajo de investigación es de **682** comerciantes y una muestra de **123** comerciantes del mercado central de la ciudad de llave que han sido tomados como base para la estimación del cálculo de ingreso mensual y la pertenencia del régimen y categoría.

CUADRO 50

PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES Y AL REGIMEN TRIBUTARIO QUE DEBEN PERTENECER LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE, PERIODO 2016.

INGRESO ECONOMICO DIARIO	FRECUENCIA ABSOLUTA (fa)	(Fa) (%)	INGRESO ECONOMICO PROMEDIO DIARIO (S/.)	CANTIDAD DE DIAS QUE TRABAJA LA SEMANA (días)	INGRESO ECONOMICO MENSUAL (S/.)	INGRESO ECONOMICO ANUAL	REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE DEBE PERTENECER	CATEGORIA	INGRESO MENSUAL HASTA S/.	CUOTA MENSUAL AL
a) Menos de s/. 150	17	14%	150.00	5	3,000.00	36,000.00	NRUS	1	5,000.00	20.00
b) De s/. 150 a s/. 300	28	23%	225.00	4	3,600.00	43,200.00	NRUS	1	8,000.00	50.00
c) De s/. 300 a s/. 500	64	52%	400.00	6	16,800.00	201,600.00	NRUS	4	13,000.00	400.00
d) De s/. 501 a más	14	11%	501.00	7	21,042.00	252,504.00	NRUS	5	20,000.00	600.00
TOTAL	123	100%								

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

Según el cuadro 50, el 52% de los comerciantes manifestaron que sus ventas diarias promedio están entre S/.300.00 a S/.500.00 y realizando un estimado promedio de ventas mensuales, sus ventas ascienden a S/.16,800.00, de este resultado podemos concluir que el 52% de comerciantes pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 4 y deben pagar una cuota mensual de S/. 400.00.

EL 23% de los comerciantes afirmaron que sus ventas diarias promedio están entre S/. 150.00 a S/. 3,600.00 realizando un estimado promedio de ventas mensuales sus ventas ascienden a S/. 3,600.00 de este resultado podemos concluir que el 23% de comerciantes pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 1 y deben pagar una cuota mensual de S/. 20.00.

EL 14% de los comerciantes manifestaron que sus ventas diarias promedio están son de Menos de S/. 150.00, realizando un estimado promedio de ventas mensuales sus ventas ascienden a S/. 3,000.00, de este resultado podemos concluir que el 14% de comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilaye pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 1 y deben pagar una cuota mensual de S/. 20.00.

EL 11% de los comerciantes manifestaron que sus ventas diarias promedio están son más de S/. 501.00, realizando un estimado promedio de ventas mensuales sus ventas ascienden a S/. 21,042.00, de este resultado podemos concluir que el 11% de comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilaye pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 5 y deben pagar una cuota mensual de S/. 600.00.

Según el trabajo de investigación y el cuadro 50, podemos realizar un promedio de estimación de ventas diarias y mensuales de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave en el periodo 2016, Hecho la estimación podemos determinar que el 45% de los comerciantes tienen un ingreso promedio diario de S/ 150.00 a 225.00 y un ingreso mensual de S/. 3000.00 a 3600.00, según la clasificación un total de 37 comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave pertenecen al régimen de NRUS (Nuevo Régimen Único Simplificado) correspondiente a la categoría 1, teniendo un pago mensual de S/. 20.00 mensuales a la SUNAT.

El 52% de los comerciantes tienen un ingreso promedio estimado diario de S/. 400.00 y un ingreso mensual de S/. 16,800.00 según la clasificación un total de 64 comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave pertenecen al régimen de NRUS (Nuevo Régimen Único Simplificado) correspondiente a la categoría 4, teniendo un pago mensual de S/. 400.00 mensuales a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

El 11% de los comerciantes tienen un ingreso promedio estimado diario de S/. 501.00 y un ingreso mensual de S/. 21,042.00 según la clasificación un total de 11 comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave pertenecen al régimen de NRUS (Nuevo Régimen Único Simplificado) correspondiente a la categoría 5, teniendo un pago mensual de S/. 600.00 mensuales a la (SUNAT).

CUADRO 51

PROMEDIO ESTIMADO DE LA RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL DE ACUERDO AL REGIMEN TRIBUTARIO QUE PERTENECEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE – PERIODO 2015

INGRESO ECONOMICO DIARIO	(%)	FREC. ABS. (fa)	INGRESO ECONOMICO PROMEDIO DIARIO (S/.)	INGRESO ECONOMICO MENSUAL (S/.)	REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE DEBE PERTENECER	CATEGORIA	CUOTA S/.	RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL POR PARTE DE LA SUNAT (S/.)
a) Menos de s/. 150	17%	116	150.00	2,400.00	NRUS	1	20.00	2,320.00
b) De s/. 150 a s/. 300	26%	177	225.00	4,500.00	NRUS	1	20.00	2,340.00
c) De s/. 300 a s/. 500	48%	327	400.00	11,200.00	NRUS	3	200.00	65,400.00
d) De s/. 501 a más	9%	61	501.00	12,024.00	NRUS	3	200.00	12,200.00
TOTAL	100%	682						82,260.00
TOTAL DE RECAUDACION TRIBUTARIA ANUAL S/.								987,120.00

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

Del cuadro 51: Podemos concluir que la Recaudación tributaria Mensual Estimado del total de la población estudiada en el presente trabajo de investigación asciende a S/. 82,260.00 y la recaudación tributaria anual promedio estimado es de S/. 987,120.00, todo los resultados fue calculado tomando en cuenta como base la tabla de categorías del Nuevo Régimen Único simplificado. Si los comerciantes del mercado central de la ciudad llave cumplirían con sus obligaciones tributarias, los montos mencionados serían recaudado por la SUNAT en el periodo 2015.

CUADRO 52

PROMEDIO ESTIMADO DE LA RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL DE ACUERDO AL REGIMEN TRIBUTARIO QUE PERTENECEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE – PERIODO 2016

INGRESO ECONOMICO DIARIO	(%)	FREC. ABS. (fa)	INGRESO ECONOMICO PROMEDIO DIARIO (S/.)	INGRESO ECONOMICO MENSUAL (S/.)	REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE DEBE PERTENECER	CATEGORIA	CUOTA S/.	RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL POR PARTE DE LA SUNAT (S/.)
a) Menos de s/. 150	14%	95	150.00	3,000.00	NRUS	1	20.00	1,900.00
b) De s/. 150 a s/. 300	23%	157	225.00	3,600.00	NRUS	1	20.00	3,140.00
c) De s/. 300 a s/. 500	52%	355	400.00	16,800.00	NRUS	4	400.00	142,000.00
d) De s/. 501 a más	11%	75	501.00	21,042.00	NRUS	5	600.00	45,000.00
TOTAL	100%	682						192,040.00
TOTAL DE RECAUDACION TRIBUTARIA ANUAL S/.								2,304,480.00

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

Del cuadro 52: Podemos concluir que la Recaudación tributaria Mensual Estimado del total de la población estudiada en el presente trabajo de investigación asciende a S/.192,040.00 y la recaudación tributaria anual promedio estimado es S/2,304,480.00, todo los resultados fue calculado tomando en cuenta como base la tabla de categorías del Nuevo Régimen Único simplificado. Si los comerciantes del mercado central de la ciudad Ilave cumplirían con sus obligaciones tributarias, los montos mencionados serían recaudado por la SUNAT en el periodo 2016.

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS QUE INCREMENTEN EL NIVEL DE LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE LLAVE.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, SUNAT es una Institución Pública descentralizada del Sector Economía y Finanzas, dotada de personería jurídica de Derecho Público, con patrimonio propio y autonomía económica, administrativa, funcional, técnica y financiera , teniendo como facultades de Administrar, fiscalizar y recaudar los tributos internos, su misión es promover el cumplimiento tributario y aduanero mediante su facilitación, el fortalecimiento de la conciencia, cultura tributaria y la generación de riesgo;. De esta manera, la administración tributaria busca asegurar el logro de su principal objetivo a largo plazo, cuál es la satisfacción de las necesidades públicas, con un mayor crecimiento económico y una mejor distribución del ingreso recaudado de los impuestos. Pero se ha visto en los últimos años la SUNAT ha tenido déficit de ingresos fiscales por el mismo hecho que muchos contribuyentes no tienen conocimiento sobre los tributos, es por esta razón proponemos estrategias que incrementen el nivel de cultura tributaria para así tener mayor recaudación de impuestos.

PROPUESTA 1:

Creación de una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria. “MOVIL TRIBUTARIO”

Dentro de los objetivos estratégicos de la SUNAT, se encuentra el compromiso de mejorar la calidad de servicio a contribuyentes y propiciar el cumplimiento voluntario de tributos, puesto que uno de los objetivos de desempeño de la

SUNAT señala que se deben mantener informados a los contribuyentes sobre los procedimientos y requisitos para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Para que dichos objetivos sean una realidad, es necesario llegar a la mayor cantidad de personas.

Como alternativa de solución, se propone capacitar e informar a través del “MOVIL TRIBUTARIO”, el cual consiste en un vehículo estructurado física y técnicamente con oficina, área de capacitación y las herramientas tecnológicas necesarias para impartir seminarios, asistir, atender y capacitar, tanto a los contribuyentes, como al personal de la SUNAT, se llevaría a cabo las capacitaciones en los lugares como en los mercados donde no exista una oficina de la SUNAT, así como en lugares donde los habitantes y comerciantes no tienen la posibilidad de asistir con facilidad a las capacitaciones por el mismo hecho que los comerciantes expanden sus mercadería a diario en el mercado y no poseen de tiempo necesario para asistir a capacitaciones que la SUNAT brinda en sus sedes principales .

Descripción de la Unidad MOVIL TRIBUTARIO

El objetivo de esta unidad móvil está relacionado con el objetivo de la SUNAT de mejorar el servicio, asistencia y relación con los contribuyentes, orientando a los mismos en aspectos tributarios, y al mismo tiempo lograr el fomento de la Cultura Tributaria y conciencia en los ciudadanos.

PROPUESTA 2:

Propuesta de contenidos programáticos sobre materia tributaria en Educación básica regular.

Consiste en una propuesta estratégica viable. Incluir los lineamientos de contenidos programáticos sobre los impuestos, cultura tributaria para los contribuyentes del futuro en la educación Básica Regular para cambiar este panorama actual, y hacer que los contribuyentes del futuro cumplan voluntariamente con sus obligaciones tributarias.

Como alternativa de solución, se propone incluir los contenidos programáticos sobre tributación en escuelas y colegios en la asignatura de educación cívica con la participación de la SUNAT, donde se debe fomentar la cultura y conciencia tributaria, a través del curso de educación cívica para difundir los temas de tributación relacionados con el cumplimiento de obligaciones tributarias en los centros educativos de nivel primario, secundario.

PROPUESTA 3:

INFORMACION PUBLICITARIA

Consiste en una propuesta estratégica. Divulgar Información tributaria en revistas, folletos, trípticos, afiches en diarios de circulación nacional, realizar charlas, foros, talleres conferencias de temas tributarios, con la presencia permanente en los medios de comunicación como la radio y la televisión con la finalidad de difundir los derechos y deberes tributarias que tiene el contribuyente y el estado para fortalecer la cultura y conciencia tributaria con la finalidad de proporcionar información a los contribuyente sobre los impuestos.

4.2. DISCUSION

4.2.1. DISCUSION DEL PRIMER OBJETIVO

Es evidente que en los últimos años se ha venido desarrollando una serie de cambios dentro de todo el sistema tributario, en busca de obtener mayor ingreso de recaudación fiscal provenientes de los impuestos, Asimismo se ha efectuado una reorganización de la Administración Tributaria (SUNAT) acorde con los cambios implementados en dicho ordenamiento. Un tema de relevancia dentro de esta coyuntura es sin lugar a dudas el referido a la Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria; ya que la recaudación tributaria no solo está dirigida hacia el enfoque económico, financiero y legal, sino que es necesario ir mucho más allá y profundizar la relación que debe existir entre el Estado y el ciudadano, para ello es necesario desarrollar una Cultura Tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos.

Según Mestas Monteagudo en su tesis menciona, que el 54% de la población comercial del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca desconoce las normas tributarias y carecen de un conocimiento adecuado de las normas, es por esa razón que no realizan el pago respectivo de los impuestos que les corresponde pagar por lo tanto prefieren mantenerse fuera del marco legal tributario y evadir sus obligaciones. Según los resultados obtenidos de la investigación realizada al mercado Central de la ciudad de Ilave sobre el nivel de cultura tributaria de los comerciantes es baja ya que se observó un porcentaje significativo que es más de 50% de la población estudiada que no tienen conocimientos básicos sobre los tributos, impuestos y para que se destinan los

impuestos pagados y no realizan pagos de sus impuestos que les corresponde pagar, por lo tanto el antecedente se acepta.

4.2.2. DISCUSION DEL SEGUNDO OBJETIVO

Según, Mogollón Días en su tesis menciona sobre la conciencia y la voluntariedad de pago de impuestos de los comerciantes de la ciudad de Chiclayo es baja mostrando un porcentaje de nivel alto donde el 90% de los comerciantes expresaron que si no hubiera control y no se aplicaran multas por el no pago de los impuestos, no efectuarían el pago alguno de impuestos que les corresponde pagar. En el trabajo de investigación se formuló una pregunta relacionada a la conciencia y voluntariedad de pagar los impuestos a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, donde indica si ellos pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorios a pagar al estado, teniendo como resultado de la investigación donde el 67% de los comerciantes respondieron que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorias a pagar. Porque sostienen que disminuye sus ganancias o utilidades. Por lo que concluimos que los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave carecen de conciencia tributaria, y se acepta el antecedente.

4.2.3. DISCUSION DEL TERCER OBJETIVO

Según, Calsina Aguilar en su tesis menciona que el incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno es por falta de cultura tributaria, ya que el 76% de los comerciantes desconocen el carácter imperativo del pago de impuestos, el 85% de los comerciantes no emite comprobantes por las ventas que realiza y el 93% de los comerciantes no paga sus impuestos por la obtención de rentas de tercera categoría; por tanto El incumplimiento de obligaciones tributarias por

parte de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno incide negativamente en la recaudación tributaria. Al evaluar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, se obtuvo resultados donde el 76% de los comerciantes no están inscrito en el registro único del contribuyente RUC, el 96% de los comerciantes no emite ningún comprobante de pago porque no tienen o lo exigen y el 79% de los comerciantes nunca pagaron ningún tipo de impuesto, esto nos indica que el cumplimiento de las obligaciones tributarias es nulo y por consiguiente incide negativamente en la recaudación tributaria teniendo en cuenta el alto índice de evasión tributaria que no permite tener ingresos fiscales al estado para cubrir sus gastos, por lo tanto se acepta el antecedente.

4.3. CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS

Los resultados obtenidos en el trabajo de investigación nos han permitido dar respuestas a las interrogantes planteadas en la formulación del problema, para identificar el nivel de cultura y conciencia tributaria en los comerciantes han sido comprobadas como se detalla a continuación.

HIPÓTESIS GENERAL

“EL BAJO NIVEL DE LA CULTURA TRIBUTARIA INFLUYE NEGATIVAMENTE EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE”.

Según las encuestas realizadas a los comerciantes sobre el conocimiento del concepto de la cultura tributaria podemos ver en el cuadro 1 y el cuadro 2 correspondientes a los periodos 2015 y 2016, el 56% y 52% de los comerciantes afirmó desconocer el concepto de cultura tributaria, también se observa en el

cuadro 5 y el cuadro 6 correspondientes a los periodos 2015 y 2016, el 68% y 65% de los comerciantes afirmo desconocer el concepto de impuestos. De la misma manera se puede observar en el cuadro 7 y cuadro 8, en el cual se preguntó sobre el conocimiento del concepto de Impuestos, en los periodos 2015 y 2016, el 54% y 51% de los comerciantes afirmaron que desconocen el concepto de impuestos. En la encuesta también se formula la pregunta sobre el conocimiento de impuestos como impuesto a la renta, (IGV), (ISC), podemos apreciar en el cuadro 9 y cuadro 10 correspondiente a los dos periodos, el 68% y 64% de los comerciantes afirma que no conocen ninguno de estos impuestos mencionados, solo el 26% y 28% conoce el IGV. También se puede observar en el cuadro 11 y el cuadro 12 correspondientes a los periodos 2015 y 2016, el 63%, y 55% de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave afirma que no tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias.

La falta de cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave se hace evidente con los resultados obtenidos a través de la encuesta, en donde se evidencia el desconocimiento de tributo, impuestos que están obligados a pagar, esto implica el bajo nivel de cumplimiento de sus obligaciones tributarias, por lo tanto, SE ACEPTA LA HIPÓTESIS.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1:

“EL BAJO NIVEL DE CONCIENCIA TRIBUTARIA INCIDE NEGATIVAMENTE EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE”.

En la encuesta realizada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave se formuló la pregunta, ¿Ud. pagaría los impuestos, si estos no fueran

obligatorias a pagar al estado?, se evidencia las respuesta de los comerciantes en los cuadro 13 y 14 de los periodos 2015 y 2016, el 67% y 65% de los comerciantes afirmo que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorios, solo el 20% y 18% de los comerciantes afirma que si pagarían si estos no fueran obligatorios. Según el cuadro 15 y cuadro 16 respecto a la pregunta realizada, porque no pagarían sus impuestos, el 58% y 57% de los comerciantes sostiene que no pagan sus impuesto porque disminuye sus ganancia o utilidades, el 19% y 20% afirma que no pagaría sus impuestos porque hay mucha corrupción. Respecto a los cuadro 17 y cuadro 18, se pregunta el conocimiento de concepto de conciencia tributaria, el 57% y 55% de los comerciantes afirmaron que es financiar los gastos al estado, lo cual es una respuesta equivocada. Según los cuadros 19 y el cuadro 20, respecto a la pregunta realizada sobre quien debería pagar los impuestos, el 81% y 75% de los comerciantes afirmaron que los empresarios deben pagar los impuestos. Según los cuadros N° 21 y cuadro N° 22, se preguntó a los comerciantes si sabe para que se destina los impuestos, el 38% y 33% de los comerciantes desconoce el destino de los impuesto solo 16% y 19% de los comerciantes sabe para que se destina los impuestos. También se puede observar en los cuadro 23 y cuadro 24 correspondientes a los periodos 2015 y 2016, el 83% y 81% de los comerciantes sostiene que no aprendieron en ningún lugar sobre los impuestos. Podemos concluir que la falta de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave se hace evidente con los resultados obtenidos a través de la encuesta y los cuadros diseñados, en donde se evidencia que la falta de conciencia tributaria incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributaria de los comerciantes del mercado

central de la ciudad de Ilave, por lo tanto, SE ACEPTA LA HIPÓTESIS PLANTEADA.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 2:

“EL BAJO NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS INCIDE NEGATIVAMENTE EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE”.

Según los cuadros 27 y 28 de los periodos 2015 y 2016 podemos evidenciar que el 76% y 85% de los comerciantes no cuentan con RUC, solo el 3% y 2% está inscrito en el registro único del contribuyente, cuenta con RUC. Según los cuadros 29 y 30 respecto a la pregunta ¿A qué régimen tributario pertenece?, el 89% y 87% de los comerciantes afirmaron que no pertenecen a ningún régimen, el cual indica que la actividad comercial es informal, el 11% y 13% de los comerciantes afirma que pertenecen al Nuevo Régimen Único Simplificado. Según los cuadros 33 y 34, el 98% y 96% de los comerciantes no emiten ningún tipo de comprobante, motivo por el cual que no emite comprobantes de pago según los cuadros 35 y 36, el 75% y 73% de los comerciantes no emite porque no tienen comprobantes de pago. Respecto a los cuadros 43 y 44, el 92% y 90% de los comerciantes sostiene que no pagan ningún tipo de impuesto solo el 6% y 8% de los comerciantes afirmaron que paga el Impuesto General a las Ventas. Según los cuadros 45 y 46, el 82% y 79% sostiene que nunca pagaron sus impuestos solo el 9% y 11% de los comerciantes afirmaron que pagaron sus impuestos anualmente. Según los cuadros 47 y 48, los comerciantes consideran que los impuestos son muy altos. La falta de cultura y conciencia tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave conlleva al bajo nivel

de cumplimiento de las obligaciones tributarias el cual incide negativamente en la recaudación tributaria, esto se hace evidente con los resultados obtenidos a través de la encuesta, en donde se evidencia que el 92% de los comerciantes no paga ningún tipo de impuestos a pesar que están obligados, tampoco están registrados en el registro único del contribuyente, por lo tanto tampoco emiten comprobantes, SE ACEPTA LA HIPÓTESIS.

CONCLUSIONES

Luego de Haber expuesto y analizados los resultados y contrastado las hipótesis planteadas llegamos a las siguientes conclusiones:

PRIMERA: El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave es bajo, debido a la ausencia y la falta de capacitación y orientación tributaria por parte de la SUNAT, el cual influye negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, donde se observa en el trabajo de investigación que el 68% y 65% de los comerciantes desconocen los tributos y el 54% y 51% de los comerciantes desconocen los impuestos, el cual se evidencia la falta de cultura tributaria.

SEGUNDA: El incumplimiento de las obligaciones tributarias, se da por la falta de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, el cual incide negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, ya que el 67% y 65% de los comerciantes afirmó que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorios, esto evidencia el bajo nivel de conciencia tributaria de parte de los comerciantes del mercado central de ciudad de llave.

TERCERA: El cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave es nula, el cual incide negativamente en la recaudación tributaria, esto se evidencia con los resultados obtenidos de la investigación, en donde el 92% y 90 % de los comerciantes afirman que no paga ningún tipo de impuestos a pesar que están obligados, tampoco están registrados en el registro único del contribuyente, por lo tanto tampoco no emiten comprobantes de pago.

CUARTA: Con las estrategias propuestas en el presente trabajo de investigación ayudaran a formalizar a los comerciantes e incrementar la recaudación tributaria de los tributos administrados por la SUNAT, como el Impuesto General a las Ventas, impuesto a la Renta, ISC etc. a través de su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes – RUC. Se ha propuesto capacitar e informar a través del “MOVIL TRIBUTARIO”, el cual consiste en un vehículo estructurado física y técnicamente con oficina, área de capacitación y las herramientas tecnológicas necesarias para impartir seminarios, asistir, atender y capacitar, tanto a los contribuyentes, como al personal de la SUNAT, de la misma manera Como alternativa de solución, se propone incluir los contenidos programáticos sobre tributación en escuelas y colegios en la asignatura de educación cívica con la participación de la SUNAT, donde se debe fomentar la cultura y conciencia tributaria, a través del curso de educación cívica para difundir los temas de tributación relacionados con el cumplimiento de obligaciones tributarias en los centros educativos de nivel primario y secundario.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Un tema de relevancia dentro de esta coyuntura es sin lugar a dudas el referido a la Cultura Tributaria, ya que la recaudación tributaria no solo está dirigida hacia el enfoque económico, financiero y legal, sino que es necesario ir mucho más allá y profundizar la relación que debe existir entre el Estado y el ciudadano. Para ello es necesario desarrollar una Cultura Tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, es por esta razón que se recomienda a la SUNAT para que promueva el cumplimiento voluntario de obligaciones tributarios mediante el fortalecimiento de cultura tributaria brindando información y dando confianza a los comerciantes sobre sus deberes y obligaciones tributarias para así tener mayor ingreso de recaudación tributaria.

SEGUNDA: El cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la conciencia tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario de parte de los comerciantes. Es por esta razón se recomienda a la SUNAT concientizar a los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave para el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias, para ello la SUNAT debe brindar información necesaria en todo los mercados no solamente en el mercado central de la ciudad de llave, de la importancia que es pagar los impuestos.

TERCERA: Hay múltiples factores que inciden y condicionan la formación de la cultura y conciencia tributaria. Por este motivo se recomienda a la Administración Tributaria que debe facilitar información suficiente con mayor sencillez y la simplificación en los procesos de cumplimiento con sus obligaciones e inducirlos

a los comerciantes a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes – RUC y por consiguiente deben emitir los comprobantes de pago, lo que se traducirá a una menor evasión tributaria y con mayores niveles de recaudación tributaria.

CUARTA: Se deben buscar y desarrollar nuevas estrategias de abordaje de capacitación no formal y una variedad de metodologías, pedagógicas y andragógicas, orientadas al proceso de socialización de la cultura tributaria.

Por esta razón se recomienda a la SUNAT instalar e implementar un MOVIL TRIBUTARIO para capacitar e informar, el cual consiste en un vehículo estructurado física y técnicamente con oficina, área de capacitación y las herramientas tecnológicas necesarias para impartir seminarios, asistir, atender y capacitar a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilay, con el fin último de la unidad móvil es divulgar la cultura tributaria para contribuir a incrementar la recaudación y de esta manera proveer al Estado de los ingresos requeridos para financiar el gasto social y las inversiones en infraestructura, colaborando así con el desarrollo sostenible del país.

Se recomienda al Ministerio de Educación incluir los contenidos programáticos sobre tributación en escuelas y colegios en la asignatura de educación cívica con la participación de la SUNAT, donde incluye en su contenido el tema de tributos como un módulo, de acuerdo al grado de estudios, de esta forma los estudiantes podrán recibir instrucción formal sobre el tema, ello permitiría la formación y el desarrollo de una cultura tributaria que genere una visión sobre la importancia del cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias permitiendo cubrir las expectativas existente en el Perú sobre la disminución de evasión fiscal.

Se recomienda a la SUNAT divulgar Información tributaria en revistas, folletos, trípticos, afiches en diarios de circulación nacional, realizar charlas, foros, talleres conferencias de temas tributarios, con la presencia permanente en los medios de comunicación como la radio y la televisión con la finalidad de difundir los derechos y deberes tributarias que tiene el contribuyente y el estado para fortalecer la cultura y conciencia tributaria con la finalidad de proporcionar información a los contribuyente sobre los impuestos.

QUINTA: La Escuela Profesional de Ciencias Contables forma profesionales dotados de capacidades competitivas y con alto nivel científico, tecnológico, humanista y conciencia crítica para proponer alternativas de solución a los problemas en contabilidad, finanzas, auditoria, tributación y gestión de las organizaciones, así como para intervenir en el desarrollo económico y social de la región y del país. Por tal razón se recomienda a la facultad de ciencias contables y administrativas a través de la dirección de investigación realizar convenios con instituciones como la SUNAT, para el intercambio de información y ejecución de los trabajos de investigación. Así como las estrategias propuestas en el trabajo de investigación para incrementar el nivel de cultura, conciencia y recaudación tributaria del presente trabajo de investigación a través de una Unidad Móvil e inserción curricular educativa en el curso de educación cívica, y de su difusión de los impuestos en los diferentes medios escritos y audiovisual para incrementar la recaudación tributaria que son administrados por la SUNAT.

BIBLIOGRAFIA

- ARMAS, M. E. (2009). *Educacion para el desarrollo de la Cultura Tributaria*. Venezuela.
- BARRIOS ORBEGOSO, R. (1998). *Teoria General del Impuesto*. LIMA: EDITORIAL CULTURAL CUSCO S.A.
- BRAVO CUCCI, J. (2011). *Los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tRIBUTARIA* . LIMA - PERU: PALESTRAS PERSONALES EDITORES S.A.C.
- BROMBERG, P. (2009). *Cultura Tributaria como Politica Publica*. COLOMBIA: INSTITUTO DE ESTUDIOS URBANOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA.
- CALSINA AGUILAR, H. (2015). *Cultura Tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la Ciudad de Puno y su Incidencia en la Recaudacion Tributaria - periodo 2013*. PUNO: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.
- CARRASCO DIAZ, S. (2009). *Metodologia de la Investigacion Cientifica*. LIMA: EDITORIAL SAN MARCOS.
- CENTRO INTERAMERICO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA , A. (s.f.).
- CONSTITUCION POLITICA DEL PERU , A. (1993). PERU.
- CONSTITUCION POLITICA DEL PERU, ART° 73. (1993). PERU.
- CORREDOR , M., & DIAZ, W. (18 de Setiembre de 2013).
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2007/ccdg2.htm>. Obtenido de
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2007/ccdg2.htm>.
- CHICAS ZEA, M. (2011). *Propuesta para crear una Unidad Movil de capacitacion como herramienta para el fortalecimiento de la Cultura Tributaria en Guatemala*. Guatemala: UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.
- DECRETO LEGISLATIVO N° 771, 1. S. (2013). Sistema TributariO Nacional.

DECRETO SUPREMO N° 135-99-EF. (s.f.). *TEXTO UNICO ORDENADO DEL CODIGO TRIBUTARIO ART° 1°*.

DICCIONARIO, E. R. (2001). *Real Academia Lengua Española*. ESPAÑA: VIGESIMA SEGUNDA EDICION.

FERMINI ARBAIZA, L. (2011). *Economía Informal y Capital Humano*. PERU: SAN MARCOS.

FERREIRA, M. (2011). *Centro Interamericano de Administración Tributaria*. MEXICO: RETREVED .

GALLARDO GOMEZ, L. M. (2010). *La difusión de la Cultura Tributaria y su Influencia en el Sistema Educativo Peruano*. PERU.

GONZALES AGURTO, K. V. (2016). *Nivel de Cultura Tributaria en el Mercado Maria del Socorro de Huanchaco* . TRUJILLO: CESAR VALLEJO. PERU.

HANCCO LARICO, O. (2015). *Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San Jose de la Ciudad de Juliaca Periodos 2012 - 2013*. PUNO: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.

HERNANDEZ SAMPIERI, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. MEXICO: McGRAW-HILL.

LINARES SALAS, M. P. (2012). *Cultura y su Desarrollo a traves del Tiempo*. ARGENTINA.

LOUDON, D., & DELLA, A. (1995). *Comportamiento y Consumidor de la Ciudad de Mexico*. MEXICO: EDITORIAL MC GRAG HILL.

MESTAS, F. (2017). *Nivel de Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional 24 de Octubre de la Ciudad de Juliaca Periodo 2015*. PUNO: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.

MOGOLLON DIAZ, V. (2014). *Nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes de la Ciudad de Chiclayo en el Periodo 2012 para mejorar la Recaudacion*

Pasiva de la Region Chiclayo . CHICLAYO: UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO .

QUISPE CAÑI, J. (2011). *La Política Tributaria y su Influencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercadillo Bolognesi de la Ciudad de Tacna*. TACNA: UNIVERSIDAD NACIONAL DE JORGE BASADRE GROHMANN .

RODRIGUEZ, J. (2011). *Cultura Tributaria, Propuesta y Argumentos para Aumentar la Justicia Fiscal*. PARAGUAY.

RUELAS HUMPIRI, M., & ESPILICO CHIQUÉ, A. (2011). *Comercio y Documentación Contable*. PUNO: EDITORIAL ALTIPLANO E.I.R.L.

SUNAT. (2001 - 2005). *INFORME* , 103 - 104.

TARAZONA LOPEZ, I., & VELIZ DE VILLA VARGAS , S. (2016). *Cultura Tributaria en la Formalización de las MYPES* . ANCASH: UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES .

TEXTO UNICO ORDENADO DEL CODIGO TRIBUTARIO. (2013).

VALECILLOS BLANCO, S. (2010). *Lineamientos de Contenidos Programáticos Sobre Cultura Tributaria para los Contribuyentes del Futuro*. VENEZUELA: UNIVERSIDAD CATOLICA DEL TACHIRA.

VALERO, M., RAMIREZ DE ENGAÑEZ, T., & MORENO, F. (2010). *Ética y Cultura Tributaria en el Contribuyente* . MEXICO: DAENA INTERNACIONAL JOURNAL OF GOOD CONSCIENCIE.

VILLEGAS, H. (2002). *Curso Finanzas, Derecho Financiero y Tributario*. BUENOS AIRES: ASTREA ARGENTINA.

WEBGRAFIA

<http://repositorio.unap.edu.pe/>

<http://cybertesis.unmsm.edu.pe/>

<http://cybertesis.unmsm.edu.pe/>

<http://dspace.unitru.edu.pe/>

<http://www.distnconline.com/icbb/>

<http://impuestos43.blogspot.pe/2012/07/que-es-cultura-tributaria.html>

http://www.sunat.gob.pe/institucional/cultura_tributaria/

<http://es.slideshare.net/flaquitalis/cultura-tributaria-17756759>

<http://asarhge2.blogspot.pe/2009/07/cultura-tributaria.html>

http://portal.sat.gob.gt/cultura_tributaria/

http://cultura_trim.blogspot.pe/

ANEXOS

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>PG: ¿De qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, periodo 2015 - 2016?</p>	<p>OG: Determinar el nivel de la cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, periodo 2015 - 2016</p>	<p>HG: El bajo nivel de la cultura tributaria influye negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave</p>	<p>VG: V.I= Nivel de la cultura tributaria</p> <p>V.D= Obligaciones tributarias</p>	<p>IG:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento tributario - Nivel de capacitación - Nivel de estudio - comerciantes <ul style="list-style-type: none"> - Inscripción y registro en la SUNAT - Pago de impuesto a la SUNAT - Pago de impuesto al municipio - Cumplimiento de sus obligaciones
<p>PE1: ¿Cuál es el nivel de la conciencia tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave?</p>	<p>OE1: Evaluar el nivel de conciencia tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave.</p>	<p>HE1: El bajo nivel de conciencia tributaria incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave</p>	<p>VE1: V.I= Conciencia tributaria</p> <p>V.D= obligación tributaria</p>	<p>IE1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comerciantes - Nivel de capacitación - Conocimiento tributario - Cumplimiento de las normas <ul style="list-style-type: none"> - Inscripción y registro en la SUNAT - Pago de impuesto a la SUNAT - Pago de impuesto al municipio - Cumplimiento de sus obligaciones
<p>PE2: ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias y como incide en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave?</p>	<p>OE2: Evaluar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave</p>	<p>HE2: El bajo nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias incide negativamente en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave</p>	<p>VE2: V.I= Obligación tributaria</p> <p>V.D= Recaudación tributaria</p>	<p>IE2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inscripción y registro en la SUNAT - Pago de impuesto a la SUNAT - Pago de impuesto al municipio - Cumplimiento de sus obligaciones <ul style="list-style-type: none"> - Registro en la SUNAT - Inscripción en el RUC - Régimen tributario al que estas inscrito - Ventas - Ingreso económico diario - Pago de impuesto (SUNAT)
<p>PE3: ¿De qué manera se puede elevar el nivel de cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave?</p>	<p>OE3: Proponer estrategias que incrementen la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave</p>			

ANEXO N° 2**ENCUESTA**

Señor(a) tenga Ud. Un buen día; Se viene desarrollando un estudio de investigación con fines netamente académicas sobre la Cultura Tributaria y su Influencia en el cumplimiento de las obligaciones Tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, Para lo cual se le pide a Ud. Contestar las preguntas con la mayor veracidad posible y en forma clara cada pregunta planteada.

INSTRUCCIONES:

- Debe leer cuidadosamente cada una de las interrogantes y marque con una (X).
- Asegurase de haber contestado todas las preguntas planteadas

NOTA: PERIODO 2015

Toda información brindada será utilizada con fines estrictamente académica .

1- ¿Qué es cultura tributaria para Ud.?

- a) Es nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca de los impuestos
- b) Es pagar los impuestos en un determinado país
- c) Son costumbres de un pueblo
- d) Desconoce

2- ¿Con que nivel de instrucción académica cuenta Ud.?

- a) Primaria completa
- b) Secundaria completa
- c) Superior
- d) ninguna

3- ¿Qué es tributo para Ud.?

- a) El tributo es de pago obligatorio establecida por la SUNAT
- b) Es una prestación de dinero que el estado exige para cubrir sus gastos
- c) El tributo es lo que se paga al municipio
- d) Desconoce

4- ¿Qué entiende por impuesto?

- a) Es el pago que se realiza al Municipio
- b) El impuesto es un tributo que se paga al estado para soportar los gastos públicos.
- c) Es la tasa que se paga a la Gobierno regional
- d) Desconoce.

5- ¿Tiene conocimiento Ud. Sobre alguno de los impuestos?

- a) Impuesto a la renta
- b) Impuesto general a las ventas (IGV)
- c) Impuesto selectivo al consumo
- d) Ninguna de las anteriores

6- ¿Crees que los comerciantes de este Mercado son conocedores de sus obligaciones tributarias?

- a) Si tienen conocimiento
- b) No tienen conocimiento
- c) Pocos tienen conocimiento
- d) No les interesa

7- ¿Ud. pagaría los impuestos, si estos no fueran obligatorias a pagar al estado?

- a) No
- b) Si
- c) Un poco
- d) No les interesa

8- ¿Por qué no pagarías los impuestos?

- a) Porque disminuye mi ganancia
- b) No veo ninguna mejora en mi ciudad
- c) Son muy difíciles de entender y declarar
- d) Porque hay mucha corrupción

9- ¿Qué es Conciencia tributaria para Ud.?

- a) Pagar los tributos a la SUNAT
- b) Financiar los gastos del estado
- c) Son actitudes y creencias de las personas que tienen voluntad de pagar los impuestos
- d) Conjunto de tributos vigentes en un determinado país

10- ¿Quiénes crees que deben pagar el impuesto?

- a) Los profesionales
- b) Empresarios
- c) Las personas que tengan capacidad de pago
- d) Todas las personas

11- ¿Sabe Ud. Para que se destina los impuestos?

- a) Para el pago de servicios públicos
- b) Para la construcción de hospitales, colegios, carreteras, universidades
- c) Para pagar a los sueldos de los empleados públicos
- d) Desconozco el destino

12- ¿Dónde aprendió sobre los impuestos?

- a) Charla de la SUNAT
- b) Televisión, radio, revistas
- c) En el escuela, colegio, universidad
- d) En ningún lugar

13- ¿Le gustaría tener más información sobre los impuestos?

- a) Si me gustaría
- b) No me interesa
- c) Solo para conocer
- d) Un poco

14- ¿Cuenta Ud. con el Registro único de contribuyente (RUC)?

- a) Si cuento
- b) No cuento
- c) Desconoce
- d) No me interesa

15- ¿A qué régimen tributario pertenece Ud.?

- a) Nuevo régimen único simplificado
- b) Régimen especial a la renta
- c) Régimen Mype tributario
- d) Régimen general
- e) Ninguna de las anteriores

16- ¿Conoce Ud. los comprobantes de pago?

- a) Nota de venta, nota de pedido
- b) Factura, boleta de venta, liquidación de compra
- c) Cheque, tarjeta de crédito, tarjeta de debito
- d) desconoce

17- ¿Emite Ud. Comprobante de pago en las ventas que realiza, y cuál de ellas?

- a) Factura
- b) Boleta de venta
- c) Liquidación de compra
- d) Ninguna de las anteriores

18- ¿Por qué no emite Ud. Los comprobantes de pago?

- a) No exigen
- b) No es necesario
- c) Nadie emite
- d) No tiene

19- ¿Cuántos días a la semana trabaja?

- a) 4 días
- b) 5 días
- c) 6 días
- d) 7 días

20- ¿Cuál es un ingreso económico promedio de las ventas diarias que tiene Ud.?

- a) Menos de s/. 150
- b) De s/. 150 a s/. 300
- c) De s/. 300 a s/. 500
- d) De s/. 501 a más

21- ¿Conoce Ud. quien es el encargado de cobrar los impuestos?

- a) Municipio
- b) SUNAT
- c) El gobierno regional
- d) No conozco

22- ¿Cuál de estos impuestos Paga Ud.?

- a) Impuesto general a las ventas (IGV)
- b) Impuesto a la renta (IR)
- c) Impuesto selectivo al consumo (ISC)
- d) Ninguno

23- ¿Cada cuánto tiempo paga sus impuestos?

- a) Mensual
- b) trimestral
- c) Anual
- d) Nunca

24- ¿El impuesto que paga es.....?

- a) Muy alta
- b) Alta
- c) Baja
- d) Regular

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

ARTICULO CIENTÍFICO

ESTRATEGIAS QUE INCREMENTAN EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE, PERIODOS, 2015 – 2016.

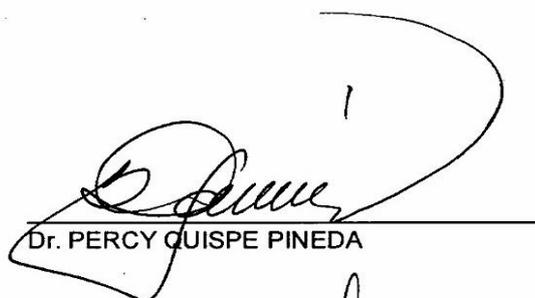
"STRATEGIES THAT INCREASE THE LEVEL OF TAX CULTURE FOR THE COMPLIANCE OF THE TAX OBLIGATIONS OF THE MERCHANTS OF THE CENTRAL MARKET OF THE CITY OF ILAVE, PERIODS 2015 - 2016".

PRESENTADO POR:

MARIA ANGELICA MAMANI CENTON

DIRECTOR

:



Dr. PERCY QUISPE PINEDA

**COORDINADOR DE
INVESTIGACION**

:



Dr. GERMAN ALBERTO MEDINA COLQUE

PUNO – PERÚ

2017

**ESTRATEGIAS QUE INCREMENTAN EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA
PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE,
PERIODOS, 2015 – 2016.**

**"STRATEGIES THAT INCREASE THE LEVEL OF TAX CULTURE FOR THE
COMPLIANCE OF THE TAX OBLIGATIONS OF THE MERCHANTS OF THE
CENTRAL MARKET OF THE CITY OF ILAVE, PERIODS 2015 - 2016".**

MARIA ANGELICA MAMANI CENTON

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

ESTRATEGIAS QUE INCREMENTAN EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE, PERIODOS, 2015 – 2016.

"STRATEGIES THAT INCREASE THE LEVEL OF TAX CULTURE FOR THE COMPLIANCE OF THE TAX OBLIGATIONS OF THE MERCHANTS OF THE CENTRAL MARKET OF THE CITY OF ILAVE, PERIODS 2015 - 2016",

AUTOR: MARÍA ANGÉLICA MAMANI CENTÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO

mariaangelicacenton@gmail.com

RESUMEN

El estudio se realizó durante los periodos 2015 – 2016 a los comerciantes del mercado central de llave. El objetivo fundamental del trabajo de estudio es determinar el nivel de cultura y conciencia tributaria y la incidencia en la recaudación tributaria. Es un estudio cuantitativo y cualitativo. Para alcanzar los objetivos del presente trabajo de investigación se utilizó los métodos analítico, sintético, deductivo y descriptivo. El nivel de cultura tributaria de los comerciantes es bajo debido a la falta de capacitación y orientación tributaria de parte de la SUNAT, el cual influye negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, en donde se observa en los resultados el 68% y 65% de los comerciantes desconocen los tributos e impuestos. El incumplimiento de obligaciones tributarias es por falta de conciencia tributaria de los comerciantes el cual incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributaria, ya que el 67% y 65% de los comerciantes afirmo que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorios, esto evidencia el bajo nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado central de ciudad de llave. El 92% y 90% de los comerciantes no pagan ningún tipo de impuestos, el 58% y 57% de los comerciantes afirmaron que no pagan sus impuestos porque disminuye sus ganancias, 76% y 85% de los comerciantes sostiene que no están registrados en el registro único del contribuyente, no cuentan con RUC. El trabajo de investigación está estructurado en siete capítulos, capítulo I: Contiene el planteamiento del problema, objetivos e hipótesis de la investigación, capítulo II: Contiene revisión de literatura, marco teórico, marco conceptual y los antecedentes de la investigación, capítulo III: Contiene Materiales y Métodos, metodología de la investigación que se usó durante el trabajo de investigación, la población, muestra, técnicas para el procesamiento de la información, las técnicas para la contrastación de

hipótesis y la descripción del ámbito de estudio, capítulo IV: se desarrolla la exposición y análisis de los resultados por cada objetivo trazado, Discusión y la contrastación de hipótesis, capítulo V: Contiene las conclusiones, capítulo VI: En este capítulo esta las recomendaciones, capítulo VII: En este capítulo esta las referencias donde se detalla las citas bibliográficas y finalmente se encuentra los anexos.

Palabras claves: Cultura, Tributación, Obligaciones, Recaudación, Conciencia.

ABSTRACT

The study was conducted during the periods 2015 - 2016 to the merchants of the central market of Ilave. The fundamental objective of the study work is to determine the level of culture and tax awareness and the incidence on tax collection. It is a quantitative and qualitative study. To achieve the objectives of this research work, the analytical, synthetic, deductive and descriptive methods were used. The level of tax culture of the merchants is low due to the lack of training and tax orientation on the part of the SUNAT, which negatively influences the fulfillment of their tax obligations, where 68% and 65% are observed in the results. of the merchants ignore taxes and taxes. The breach of tax obligations is due to lack of tax awareness of the merchants which negatively affects the fulfillment of the tax obligations, since 67% and 65% of the merchants affirmed that they would not pay the taxes if these were not obligatory, this evidences the low level of tax awareness of the merchants of the central market of the city of Ilave. 92% and 90% of merchants do not pay any kind of taxes, 58% and 57% of merchants affirmed that they do not pay their taxes because their profits decrease, 76% and 85% of merchants maintain that they are not registered in the sole record of the taxpayer, do not count with RUC. The research work is structured in seven chapters, chapter I: Contains the approach to the problem, objectives and research hypothesis, chapter II: Contains literature review, theoretical framework, conceptual framework and research background, chapter III: Contains Materials and Methods, methodology of the research that was used during the research work, the population, sample, techniques for the processing of the information, the techniques for the testing of hypothesis and the description of the field of study, chapter IV: it is developed the presentation and analysis of the results for each objective, Discussion and testing of hypotheses, chapter V: Contains the conclusions, chapter VI: This chapter is the recommendations, chapter VII: In this chapter is the references where appointments are detailed bibliographies and finally the annexes.

Keywords: Culture, Taxation, Obligations, Collection, Consciousness

INTRODUCCIÓN

En la agenda política de los países latinoamericanos está presente la lucha contra la evasión tributaria, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica en los países latinoamericanos. El desconocimiento de las normas tributarias y la falta de la cultura tributaria que atraviesa nuestra sociedad peruana, es el reflejo de la delicada situación económica, social, coyuntural y cultural en la que hoy se debate el estado peruano, es por ello la Superintendencia Nacional de Aduanas y de administración Tributaria (SUNAT) tiene como misión luchar contra la evasión tributaria y la informalidad, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica en nuestro país. La falta de la cultura tributaria y conciencia tributaria no es un fenómeno reciente en la historia del hombre y la sociedad peruana, siempre ha estado presente, es por ello, que no solo debe pretenderse en el enfoque económico financiero y legal, sino que es necesario ir mucho más allá y profundizar la relación que debe existir entre el Estado y el ciudadano, para ello es necesario desarrollar una Cultura y conciencia Tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos. En la Región de Puno y principalmente en el distrito de Ilave, la falta de la cultura tributaria, conciencia tributaria, evasión tributaria y la informalidad de parte de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, son los principales problemas que aquejan a nuestra ciudad, región y al país, esto debido a la ausencia y a la falta de capacitación y orientación tributaria de parte de la SUNAT. Estos problemas también son a consecuencia que en la ciudad de Ilave en los últimos años se ha visto la migración de la población del sector rural al sector urbano por falta de trabajo y desempleo, es por esta razón la población se ha visto obligado a generar sus propios ingresos comercializando productos de manera informal en el mercado sin pagar impuestos y a su vez desarrollan sus actividades con altos índices de informalidad. A través del presente trabajo de investigación damos a conocer el nivel de cultura, conciencia tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y su incidencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave, para posteriormente proponer estrategias que incrementen el nivel de cultura tributaria. Para alcanzar los objetivos se ha aplicado como técnica de recolección de datos la encuesta. La encuesta se ha empleado con finalidad de evaluar los conocimientos de tributación y la conciencia tributaria de los comerciantes, se trabajó con una población muestral conformada de 123 comerciantes con la finalidad de contrastar las hipótesis planteadas.

¿De qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, periodo 2015 - 2016?

Determinar el nivel de la cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave, periodo 2015 – 2016.

El bajo nivel de la cultura tributaria influye negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue desarrollada en el Distrito de llave, Provincia de el Collao, en el Mercado Central de esta misma ciudad. El presente trabajo de investigación es de tipo básico, y el nivel descriptivo causal y el diseño de investigación no experimental, también conocida como investigación Ex Post Facto.

MÉTODO ANALÍTICO: Este método sirvió para realizar un análisis detallado de acuerdo a la muestra presentada del problema del bajo nivel de cultura y conciencia tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave. También sirvió para formular los antecedentes de la investigación, el marco teórico y el marco conceptual. **MÉTODO SINTÉTICO:** significa composición de un todo mediante la unión de sus partes, el método sintético, es aquel que procede de lo simple a lo complejo, donde las partes simples que se separaron en el análisis, una vez revisadas, ahora son integradas por la síntesis. Este método sirvió para formular conclusiones. **MÉTODO DEDUCTIVO:** Es un método científico que considera que las conclusiones se hallan en las premisas, ya que parte de lo general para llegar a conclusiones de orden particular. Este método se usó para poder plantear las hipótesis y también para hallar resultados y conclusiones del trabajo de investigación. **MÉTODO DESCRIPTIVO:** El propósito de esta investigación es describir situaciones y eventos, es decir, como es y cómo se manifiesta determinados fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. La población en estudio está comprendida por los comerciantes de diferentes rubros del mercado central de la ciudad de llave conformado de 682 comerciantes debidamente organizadas en 50 asociaciones, distribuidos en diferentes comités y rubros. Para determinar el tamaño de la muestra del estudio se ha considerado la parte de la población más representativa utilizando la fórmula de aleatorio simple: Teniendo un Nivel de Confianza del 95%, una varianza de 0.25 (P y q) = 0.25 respectivamente) y un error de muestreo del 8% ($e=0.08$) y una población de 682 Comerciantes, de donde se

obtiene una muestra de 123 comerciantes. Las técnicas para la recolección de datos que se utilizaron: Análisis documental esta técnica nos permitió analizar la información de carácter administrativo de los cuales se garantizaron los diferentes actos y actividades relacionados con la cultura tributaria. Para ello se obtuvo información de textos, tesis, revistas especializadas. La encuesta, se recopiló datos, sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación, los datos se obtuvieron realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a la muestra representativa en estudio, el cual nos permitió conocer el nivel de cultura tributaria de los comerciantes y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Observación, se interactuó con la realidad a través de la observación directa, este método nos ha permitido observar el comportamiento de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias. MATERIALES: De acuerdo a los indicadores del trabajo de investigación se utilizó los siguientes materiales; encuesta, registro en el RUC, ingreso económico diario, registro de los contribuyentes en la SUNAT, pago de impuesto a la SUNAT, ingreso económico mensual.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

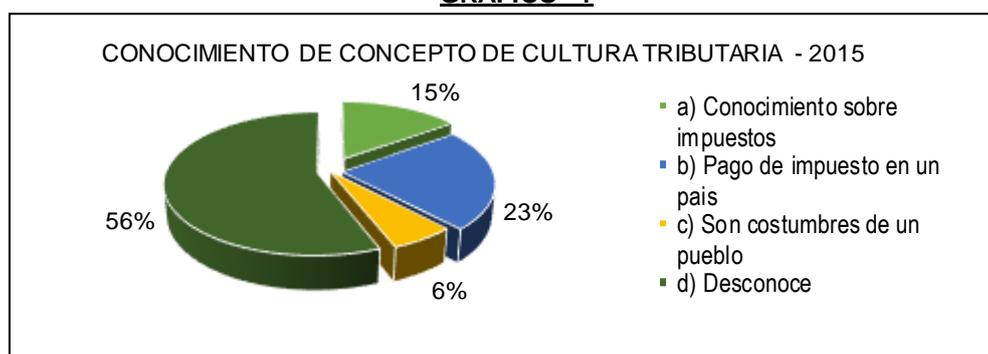
DETERMINACION DEL NIVEL DE LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE, PERIODO 2015 – 2016.

CUADRO 1
CONOCIMIENTO SOBRE CONCEPTO DE TRIBUTO, PERIODO 2015

¿Qué es tributo para Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) El tributo es de pago obligatorio establecida por la SUNAT	18	0.15	15
b) Es una prestación de dinero que el estado exige para cubrir sus gastos	7	0.06	6
c) El tributo es lo que se paga al municipio	14	0.11	11
d) Desconoce	84	0.68	68
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 1



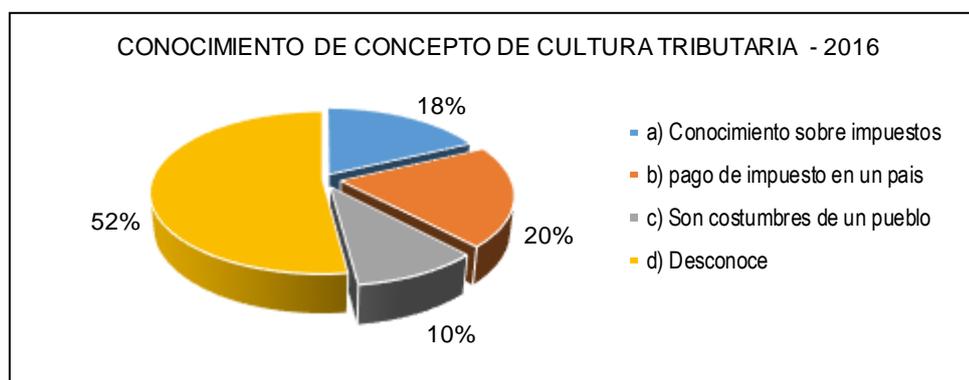
Fuente: Cuadro 1

CUADRO 2
CONOCIMIENTO SOBRE CONCEPTO DE TRIBUTO, PERIODO 2016

¿Qué es tributo para Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) El tributo es de pago obligatorio establecida por la SUNAT	21	0.17	17
b) Es una prestación de dinero que el estado exige para cubrir sus gastos	10	0.08	8
c) El tributo es lo que se paga al municipio	12	0.10	10
d) Desconoce	80	0.65	65
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 2



Fuente: Cuadro 2

INTERPRETACION:

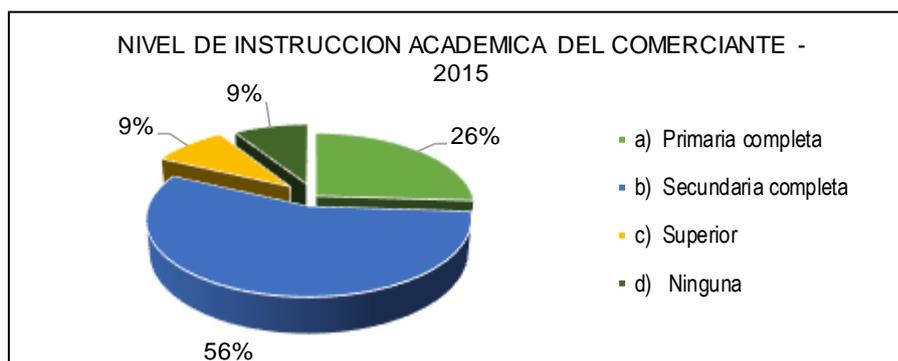
Según el cuadro y gráfico 1 y 2 muestra que el 68% (2015) y 65% (2016) de los comerciantes desconocen el concepto de los tributos, el 15% y 17% respectivamente de los comerciantes respondieron que el concepto del tributo que es el pago obligatorio establecida por la SUNAT, 11% (2015) y 10% (2016) afirman que el tributo es lo que se paga al municipio y el 6% (2015) y 8% (2016) afirman que el tributo es la prestación de dinero que el estado exige para cubrir sus gastos. Podemos concluir que los comerciantes desconocen el concepto de tributo.

CUADRO 3
CONOCIMIENTO SOBRE EL CONCEPTO DE IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Qué entiende por impuesto?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Es el pago que se realiza al Municipio	32	0.26	26
b) El impuesto es un tributo que se paga al estado para soportar los gastos públicos.	12	0.10	10
c) Es la tasa que se paga a la Gobierno regional	12	0.10	10
d) Desconoce	66	0.54	54
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 3



Fuente: Cuadro 3

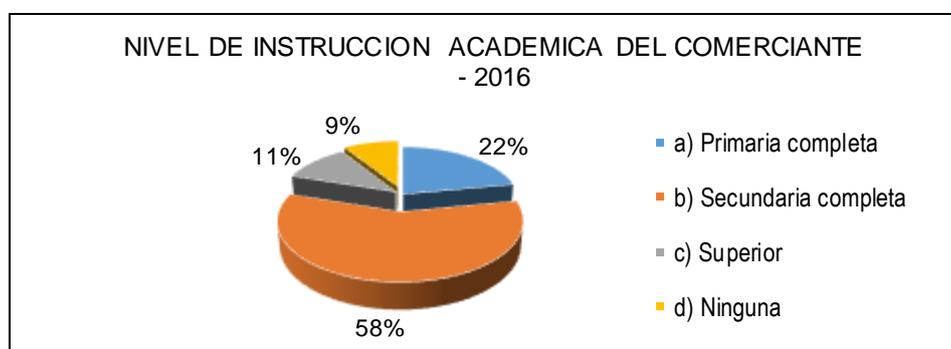
CUADRO 4

CONOCIMIENTO SOBRE EL CONCEPTO DE IMPUESTOS PERIODO 2016

¿Qué entiende por impuesto?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Es el pago que se realiza al Municipio	28	0.23	23
b) El impuesto es un tributo que se paga al estado para soportar los gastos públicos.	15	0.12	12
c) Es la tasa que se paga a la Gobierno regional	17	0.14	14
d) Desconoce	63	0.51	51
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Ilave

GRAFICO 4



Fuente: Cuadro 4

INTERPRETACION:

Según el cuadro y grafico 3 y 4 de la encuesta realizada, el 54% (2015) y 51% (2016) de los comerciantes sostiene que desconocen el concepto de impuesto, 26% (2015) y 23% (2016) de los comerciantes afirma que los impuestos son pagos que se realiza al Municipio, el 10% (2015) y 14% (2016) de los comerciantes indico que el impuesto es la tasa que se paga al gobierno regional y el 10% (2015) y 12% (2016) respondió que el impuesto es un tributo que se paga al estado. En conclusión podemos afirmar que los comerciantes desconocen el concepto del impuesto.

CUADRO 5
CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNO DE ESTOS IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Tiene conocimiento Ud. Sobre alguno de los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Impuesto a la renta	6	0.05	5
b) Impuesto general a las ventas (IGV)	32	0.26	26
c) Impuesto selectivo al consumo	1	0.01	1
d) Ninguna de las anteriores	84	0.68	68
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

CUADRO 6
CONOCIMIENTO SOBRE ALGUNO DE ESTOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Tiene conocimiento Ud. Sobre alguno de los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Impuesto a la renta	7	0.06	6
b) Impuesto general a las ventas (IGV)	34	0.28	28
c) Impuesto selectivo al consumo	2	0.02	2
d) Ninguna de las anteriores	79	0.64	64
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

INTERPRETACION:

Según el cuadro 5 y 6, el 68% (2015) y 64% (2016) de los comerciantes sostiene que no conoce ningún impuesto, 26% (2015) y 28% (2016) indicó que no conoce el IGV, 5% (2015) y 6% (2016) afirma que conoce el IR y el 1% y 2% respondió ISC.

CUADRO 7
CONOCIMIENTO SOBRE SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS, PERIODO 2015

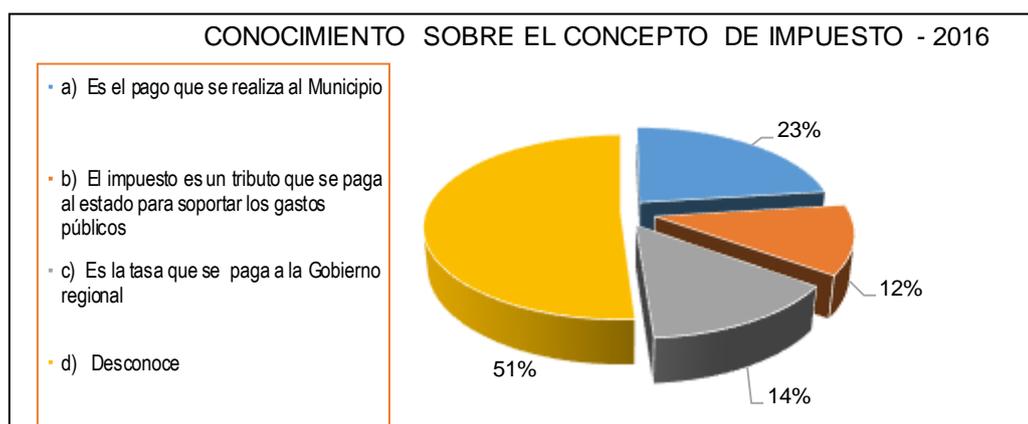
¿Crees que los comerciantes de este Mercado son conocedores de sus obligaciones tributarias?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si tienen conocimiento	12	0.10	10
b) No tienen conocimiento	77	0.63	63
c) Pocos tienen conocimiento	31	0.25	25
d) No les interesa	2	0.02	2
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

CUADRO 8
CONOCIMIENTO SOBRE SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS, PERIODO 2016

¿Crees que los comerciantes de este Mercado son conocedores de sus obligaciones tributarias?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si tienen conocimiento	11	0.09	9
b) No tienen conocimiento	68	0.55	55
c) Pocos tienen conocimiento	37	0.30	30
d) No les interesa	7	0.06	6
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 5

Fuente: Cuadro 8

INTERPRETACION:

Según el cuadro 7 y 8, el 63% (2015) y 55% (2016) de los comerciantes afirmaron que no tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias, 25%(2015) y 30% (2016), sostiene que pocos tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias, 10% (2015) y 9% (2016) de los comerciantes afirman que si tienen conocimiento sobre sus obligaciones tributarias y 2%(2015) y 6% (2016) de los comerciantes no les interesan sus obligaciones tributarias.

DISCUSION

Es evidente que en los últimos años se ha venido desarrollando una serie de cambios dentro de todo el sistema tributario, en busca de obtener mayor ingreso de recaudación fiscal provenientes de los impuestos, Asimismo se ha efectuado una reorganización de la Administración Tributaria (SUNAT) acorde con los cambios implementados en dicho ordenamiento. Un tema de relevancia dentro de esta coyuntura es sin lugar a dudas el referido a la Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria; ya que la recaudación tributaria no solo está dirigida hacia el enfoque económico, financiero y legal, sino que es necesario ir mucho más allá y profundizar la relación que debe existir entre el Estado y el ciudadano, para ello es necesario desarrollar una Cultura Tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos.

Según Mestas Monteagudo en su tesis menciona, que el 54% de la población comercial del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca; desconoce las normas tributarias y carecen de un conocimiento adecuado de las normas, es por esa razón que no realizan el pago respectivo de los impuestos que les corresponde pagar por lo tanto prefieren mantenerse fuera del marco legal tributario y evadir sus obligaciones. Según

los resultados obtenidos de la investigación realizada al mercado Central de la ciudad de Ilave sobre el nivel de cultura tributaria de los comerciantes es baja ya que se observó un porcentaje significativo que es más de 50% de la población estudiada que no tienen conocimientos básicos sobre los tributos, impuestos y para que se destinen los impuestos pagados y no realizan pagos de sus impuestos que les corresponde pagar, por lo tanto el antecedente se acepta.

EVALUACION DEL NIVEL DE CONCIENCIA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE.

CUADRO 9
CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES, PERIODO 2015

¿Ud. pagaría los impuestos, si estos no fueran obligatorias a pagar al estado?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) No	82	0.67	67
b) Si	25	0.20	20
c) Un poco	12	0.10	10
d) No les interesa	4	0.03	3
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 6



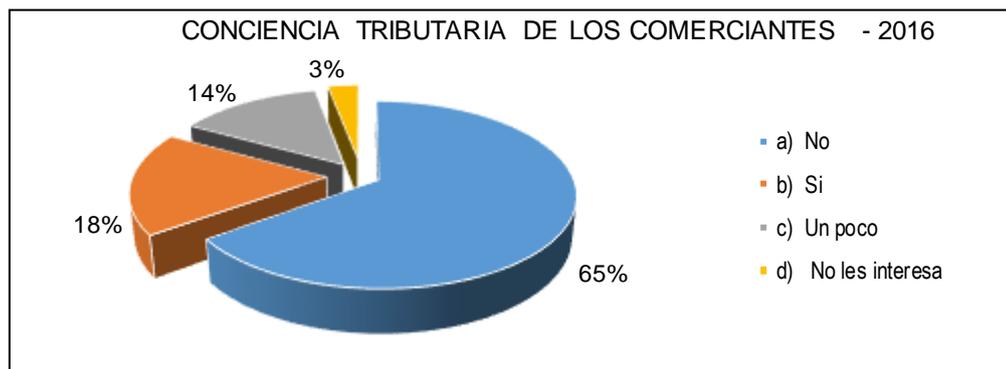
Fuente: Cuadro 9

CUADRO 10
CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES, PERIODO 2016

¿Ud. pagaría los impuestos, si estos no fueran obligatorias a pagar al estado?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) No	80	0.65	65
b) Si	22	0.18	18
c) Un poco	17	0.14	14
d) No les interesa	4	0.03	3
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 7



Fuente: Cuadro 10

INTERPRETACION:

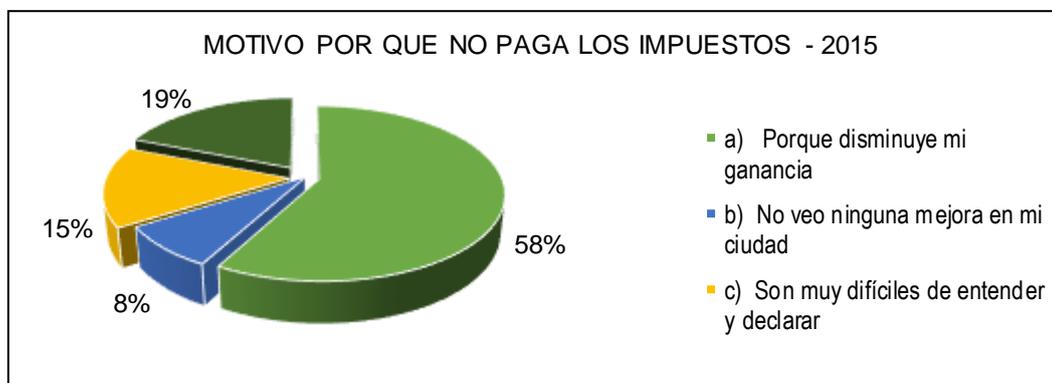
Según el cuadro 9 y 10 de la encuesta realizada, el 67% (2015) y 65% (2016) de los comerciantes afirmaron que no pagarían los impuestos si están no fueran obligatoria a pagar, 20% (2015) y 18% (2016) de los comerciantes sostienen que si pagarían sus impuestos voluntariamente, 10% (2015) y 14% (2016) de los comerciantes afirma que pagaría un poco de sus obligaciones, 3% (2015) y 3% (2016) de los comerciantes indico que no le interesa pagar los impuestos voluntariamente. Conclusión los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave carecen de conciencia tributaria.

CUADRO 11
PORQUE NO PAGARIAS LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Por qué no pagarías los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Porque disminuye mi ganancia	71	0.58	58
b) No veo ninguna mejora en mi ciudad	10	0.08	8
c) Son muy difíciles de entender y declarar	18	0.15	15
d) Porque hay mucha corrupción	23	0.19	19
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de llava

GRAFICO 8



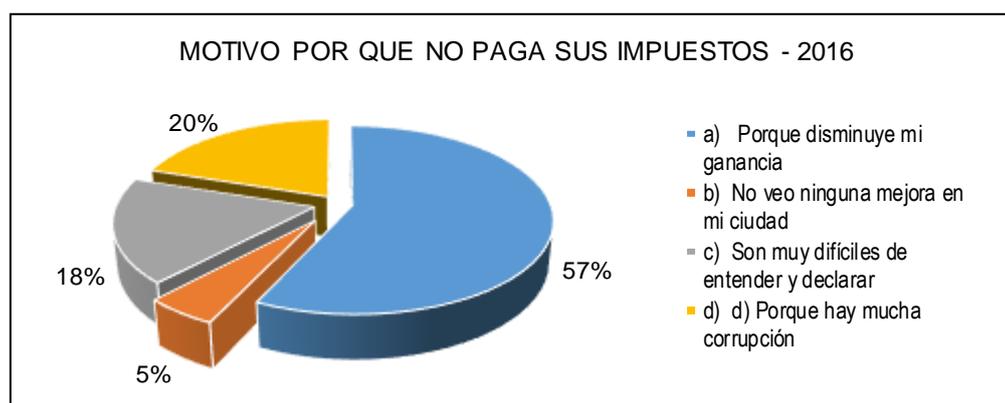
Fuente: Cuadro 11

CUADRO 12
PORQUE NO PAGARIAS LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Por qué no pagarías los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Porque disminuye mi ganancia	70	0.57	57
b) No veo ninguna mejora en mi ciudad	6	0.05	5
c) Son muy difíciles de entender y declarar	22	0.18	18
d) Porque hay mucha corrupción	25	0.20	20
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 9



Fuente: Cuadro 12

INTERPRETACION:

Según el cuadro 11 y 12, el 58% (2015) y 57% (2016) de los comerciantes afirmaron que no pagan sus impuestos porque disminuye sus ganancias, 19% (2015) y 20% (2016) afirma porque hay mucha corrupción, 15% (2015) y 18% (2016) de los comerciantes indicaron que no pagan porque son muy difíciles de entender y declarar los impuestos y 8% (2015) y 5% (2016) de los comerciantes afirma que no paga sus impuestos porque no ve ninguna mejora en su ciudad.

CUADRO 13

SABE PARA QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2015

¿Sabe Ud. Para que se destina los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Para el pago de servicios públicos	17	0.14	14
b) Para la construcción de hospitales, colegios, carreteras, universidades	20	0.16	16
c) Para pagar a los sueldos de los empleados públicos	39	0.32	32
d) Desconozco el destino	47	0.38	38
TOTAL	123	1.00	100

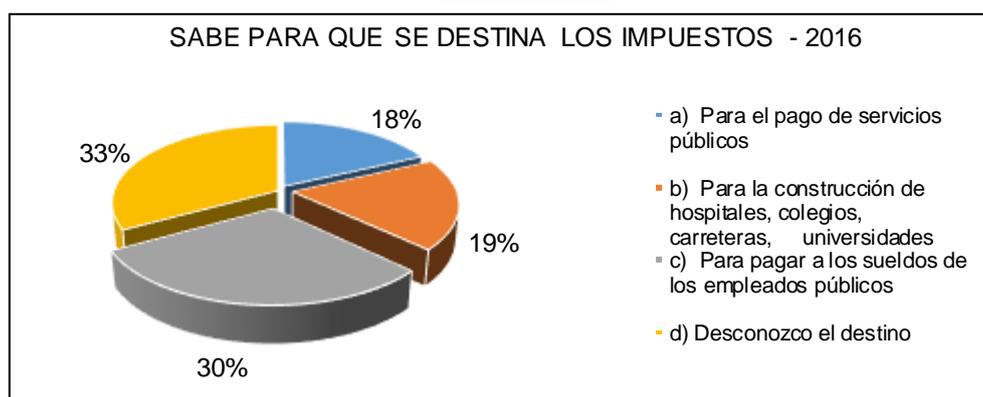
Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

CUADRO 14
SABE PARA QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS, PERIODO 2016

¿Sabe Ud. Para que se destina los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Para el pago de servicios públicos	22	0.18	18
b) Para la construcción de hospitales, colegios, carreteras, universidades.	23	0.19	19
c) Para pagar a los sueldos de los empleados públicos	37	0.30	30
d) Desconozco el destino	41	0.33	33
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 10



Fuente: Cuadro 14

INTERPRETACION:

Según el cuadro 13 y 14 de la encuesta realizada, 38% (2015) y 33% (2016) de los comerciantes desconocen el destino de los impuestos, 32% (2015) y 30% (2016) de los comerciantes afirma que se destina los impuestos para pagar el sueldo de los empleados públicos, 16% (2015) y 19% (2016) sostiene que los impuestos se destina para construir hospitales, colegios, carreteras y universidades y el 14% (2015) y 18% (2016) de los comerciantes afirman que los impuesto se destinan para el pago de servicios públicos.

DISCUSION

Según Mogollón Días en su tesis menciona sobre la conciencia y voluntariedad de pago de impuestos de los comerciantes de la ciudad de Chiclayo es baja mostrando un porcentaje alta de 90% de los comerciantes que expresaron que si no hubiera control y no se aplicaran multan por el no pago de los impuestos, no efectuarían el pago alguno de impuestos que les corresponde pagar. En el trabajo se menciona sobre la conciencia y voluntariedad de pagar los impuestos de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, es baja teniendo como resultado de la investigación donde el 67% de comerciantes respondieron que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorias a pagar, porque sostienen que disminuye sus ganancias o utilidades. Por lo tanto los comerciantes carecen de conciencia tributaria, y se acepta el antecedente.

EVALUACIÓN DEL NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE.

CUADRO 15
CUENTA CON EL REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE, PERIODO 2015

¿Cuenta Ud. con el Registro único de contribuyente (RUC)?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si cuento	9	0.07	7
b) No cuento	93	0.76	76
c) Desconoce	17	0.14	14
d) No me interesa	4	0.03	3
TOTAL	123	1.00	100

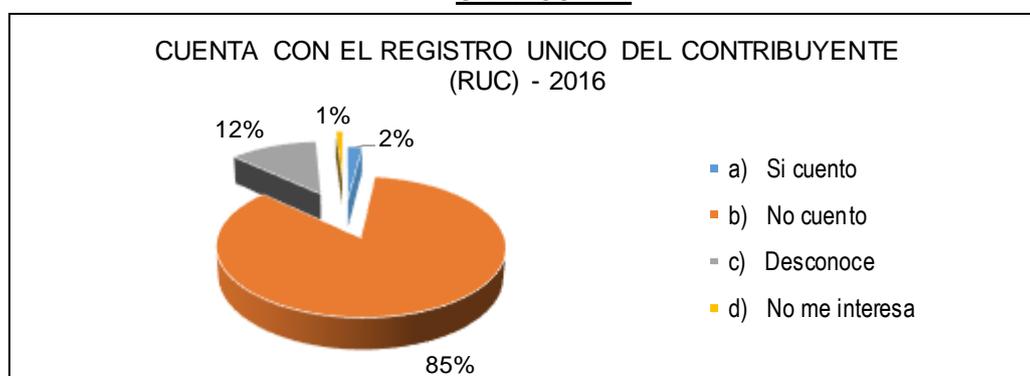
Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

CUADRO 16
CUENTA CON EL REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE, PERIODO 2016

¿Cuenta Ud. con el Registro único de contribuyente (RUC)?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Si cuento	2	0.02	2
b) No cuento	105	0.85	85
c) Desconoce	15	0.12	12
d) No me interesa	1	0.01	1
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 11



Fuente: Cuadro 16

INTERPRETACION:

Según el cuadro 15 Y 16 el 76% (2015) y 85% (2016) de los comerciantes sostiene que no están registrados en el registro único del contribuyente, 14% (2015) y 12% (2016) de los comerciantes desconoce sobre el registro único del contribuyente, 7% (2015) y 2% (2016) de los comerciantes afirmaron que están inscritos en el registro único del contribuyente y el 3% (2015) y 1% (2016) sostiene no le interesa registrarse en el RUC.

CUADRO 17
EMITE COMPROBANTES DE PAGO AL MOMENTO DE REALIZAR SUS VENTAS, PERIODO 2015

¿Emite Ud. Comprobante de pago en las ventas que realiza, y cuál de ellas?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Factura	0	0.00	0
b) Boleta de venta	2	0.02	2
c) Liquidación de compra	0	0.00	0
d) Ninguna de las anteriores	121	0.98	98
TOTAL	123	1.00	100

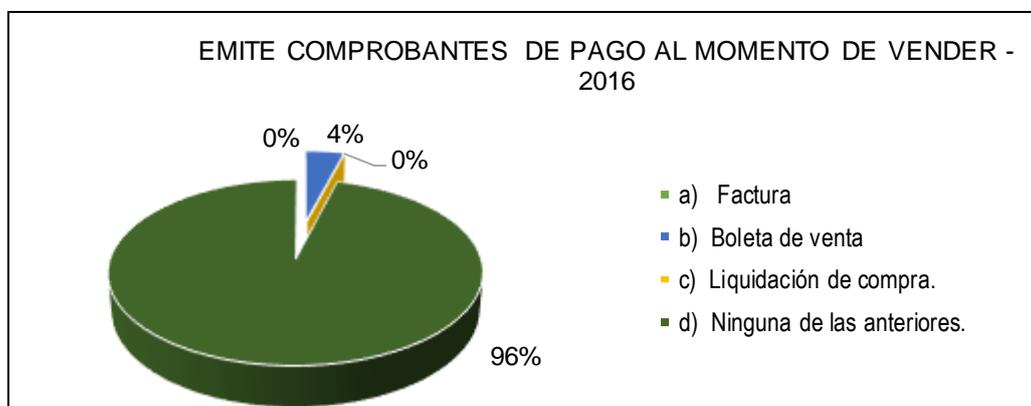
Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

CUADRO 18
EMITE COMPROBANTES DE PAGO AL MOMENTO DE REALIZAR SUS VENTAS, PERIODO 2016

¿Emite Ud. Comprobante de pago en las ventas que realiza, y cuál de ellas?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Factura	0	0.00	0
b) Boleta de venta	5	0.04	4
c) Liquidación de compra	0	0.00	0
d) Ninguna de las anteriores	118	0.96	96
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

GRAFICO 12



Fuente: Cuadro 18

INTERPRETACION:

Según el cuadro 17 Y 18, el 98% (2015) y 96% (2016) de los comerciantes afirmaron que no emiten ningún tipo de comprobante, 2%(2015) y 4% (2016), afirma que emite boleta de venta, 0% (2015) y 0% (2016) no emite factura y liquidación de compra.

CUADRO 19
POR QUE NO EMITE LOS COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2015

¿Por qué no emite Ud. Los comprobantes de pago?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) No exigen	17	0.14	14
b) No es necesario	7	0.06	6
c) Nadie emite	6	0.05	5
d) No tiene	92	0.75	75
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

CUADRO 20
POR QUE NO EMITE LOS COMPROBANTES DE PAGO, PERIODO 2016

¿Por qué no emite Ud. Los comprobantes de pago?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) No exigen	20	0.16	16
b) No es necesario	4	0.03	3
c) Nadie emite	10	0.08	8
d) No tiene	90	0.73	73
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

INTERPRETACION:

Según el cuadro 19 y 20, el 75% (2015) y 73% (2016) de comerciantes indican que no emiten los comprobantes de pago porque no tienen, 14% (2015) y 16% (2016) de los comerciantes sostiene que no emiten los comprobantes de pago porque no le exigen, 6% (2015) y 8% (2016) de los comerciantes afirma que no emite los comprobantes de pago porque no es necesario emitir los comprobantes y el 5% (2015) y 8% (2016) afirma que nadie emite los comprobantes de pago es por esa razón no emiten.

CUADRO 21
PROMEDIO DE LAS VENTAS DIARIAS, PERIODO 2015

¿Cuáles un ingreso económico promedio de las ventas diarias que tiene Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Menos de s/. 150	21	0.17	17
b) De s/. 150 a s/. 300	32	0.26	26
c) De s/. 300 a s/. 500	59	0.48	48
d) De s/. 501 a más	11	0.09	9
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

CUADRO 22
PROMEDIO DE LAS VENTAS DIARIAS, PERIODO 2016

¿Cuáles un ingreso económico promedio de las ventas diarias que tiene Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Menos de s/. 150	17	0.14	14
b) De s/. 150 a s/. 300	28	0.23	23
c) De s/. 300 a s/. 500	64	0.52	52
d) De s/. 501 a más	14	0.11	11
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

INTERPRETACION:

Según el cuadro 21 y 22, el 48% (2015) y 52% (2016) afirma que tiene un ingreso promedio de ventas diarias realizadas de s/. 300 a s/. 500, 26% (2015) y 23% (2016) realizadas es de s/. 150 a 300, 17% (2015) y 14% (2016) afirma que el ingreso promedio de sus ventas es menos de 150 soles y el 9% (2015) y 11% (2016) sostiene que el ingreso promedio de su venta diarias es de 501 a más.

CUADRO 23
CUAL DE LOS IMPUESTOS PAGA, PERIODO 2015

¿Cuál de estos impuestos Paga Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Impuesto general a las ventas (IGV)	7	0.06	6
b) Impuesto a la renta (IR)	0	0.00	0
c) Impuesto selectivo al consumo (ISC)	2	0.02	2
d) Ninguno	113	0.92	92
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

CUADRO 24
CUAL DE LOS IMPUESTOS PAGA, PERIODO 2016

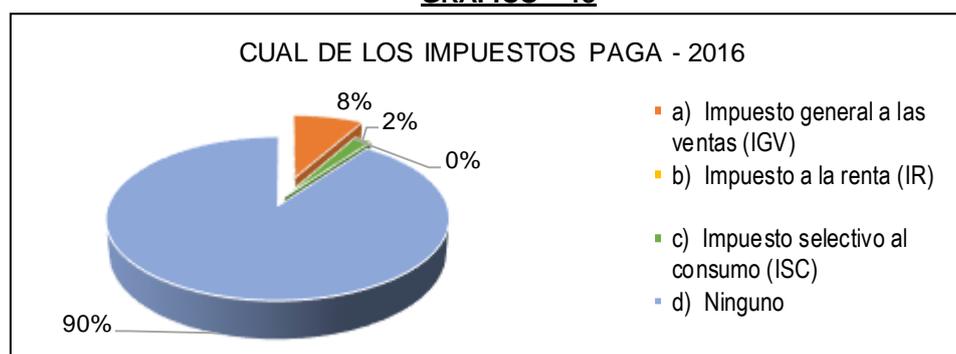
¿Cuál de estos impuestos Paga Ud.?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) Impuesto general a las ventas (IGV)	10	0.08	8
b) Impuesto a la renta (IR)	0	0.00	0
c) Impuesto selectivo al consumo (ISC)	2	0.02	2
d) Ninguno	111	0.90	90
TOTAL	123	1.00	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

INTERPRETACION:

Según el cuadro 23 y 24 muestra que el 92% (2015) y 90% (2016) de los comerciantes sostiene que no paga ningún tipo de impuesto, el 6% (2015) y 8% (2016) de los comerciantes afirmo que paga el impuesto General a la Ventas, el 2% (2015) y 2% (2016) de los comerciantes sostiene que pagan el impuesto selectivo al consumo. Según la encuesta nadie paga el impuesto a la renta.

GRAFICO 13



Fuente: Cuadro 24

CUADRO 25

PROMEDIO ESTIMADO DE LA RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL Y ANUAL DE ACUERDO AL REGIMEN TRIBUTARIO NRUS QUE PERTENECEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE - PERIODO 2015

INGRESO ECONOMICO DIARIO	INGRESO ECONOMICO PROMEDIO DIARIO (S/.)	FREC. ABS. (fa)	INGRESO ECONOMICO MENSUAL (S/.)	REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE DEBE PERTENECER	CATEGORIA	CUOTA S/.	RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL POR PARTE DE LA SUNAT (S/.)
a) Menos de s/. 150	150.00	116	2,400.00	NRUS	1	20.00	2,320.00
b) De s/. 150 a s/. 300	225.00	177	4,500.00	NRUS	1	20.00	2,340.00
c) De s/. 300 a s/. 500	400.00	327	11,200.00	NRUS	3	200.00	65,400.00
d) De s/. 501 a más	501.00	61	12,024.00	NRUS	3	200.00	12,200.00
TOTAL	100%	682	MENSUAL				82,260.00
TOTAL DE RECAUDACION TRIBUTARIA ANUAL S/.							987,120.00

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

CUADRO 26

PROMEDIO ESTIMADO DE LA RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL Y ANUAL DE ACUERDO AL REGIMEN TRIBUTARIO NRUS QUE PERTENECEN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE - PERIODO 2016

INGRESO ECONOMICO DIARIO	INGRESO ECONOMICO PROMEDIO DIARIO (S/.)	FREC. ABS. (fa)	INGRESO ECONOMICO MENSUAL (S/.)	REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE DEBE PERTENECER	CATEGORIA	CUOTA S/.	RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL POR PARTE DE LA SUNAT (S/.)
a) Menos de s/. 150	150.00	95	3,000.00	NRUS	1	20.00	1,900.00
b) De s/. 150 a s/. 300	225.00	157	3,600.00	NRUS	1	20.00	3,140.00
c) De s/. 300 a s/. 500	400.00	355	16,800.00	NRUS	4	400.00	142,000.00
d) De s/. 501 a más	501.00	75	21,042.00	NRUS	5	600.00	45,000.00
TOTAL	100%	682	MENSUAL				192,040.00
TOTAL DE RECAUDACION TRIBUTARIA ANUAL S/.							2,304,480.00

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado central de la ciudad de Ilave

DISCUSION

Según Calsina Aguilar en su tesis menciona que el incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno es por falta de cultura tributaria, ya que el 76% de los comerciantes desconocen el carácter imperativo del pago de impuestos, el 85% de los comerciantes no emite comprobantes por las ventas que realiza y el 93% de los comerciantes no paga sus impuestos por la obtención de rentas de tercera categoría; por tanto El incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno incide negativamente en la recaudación tributaria. Al evaluar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, se obtuvo resultados donde el 76% de los comerciantes no están inscrito en el registro único del contribuyente RUC, el 96% de los comerciantes no emite ningún comprobante de pago porque no tienen o lo exigen y el 79% de los comerciantes nunca pagaron ningún tipo de impuesto, esto nos indica que el cumplimiento de las obligaciones tributarias es nulo y por consiguiente incide negativamente en la recaudación tributaria teniendo en cuenta el alto índice de evasión tributaria que no permite tener ingresos fiscales al estado para cubrir sus gastos, por lo tanto se acepta el antecedente.

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS QUE INCREMENTEN EL NIVEL DE LA CULTURA TRIBUTARIA Y EL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE ILAVE.

Creación de una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria. “MOVIL TRIBUTARIO”

Se propone capacitar e informar a través del “MOVIL TRIBUTARIO”, el cual consiste en un vehículo estructurado física y técnicamente con oficina, área de capacitación y las herramientas tecnológicas necesarias para impartir seminarios, asistir, atender y capacitar, tanto a los contribuyentes, como al personal de la SUNAT, se llevaría a cabo las capacitaciones en los lugares como en los mercados donde no exista una oficina de la SUNAT, así como en lugares donde los habitantes y comerciantes no tienen la posibilidad de asistir con facilidad a las capacitaciones por el mismo hecho que los comerciantes expanden sus mercadería a diario en el mercado y no poseen de tiempo necesario para asistir a capacitaciones que la SUNAT brinda en sus sedes principales .

Propuesta de contenidos programáticos sobre materia tributaria en Educación básica regular: Consiste en una propuesta estratégica viable. Incluir los lineamientos

de contenidos programáticos sobre los impuestos, cultura tributaria para los contribuyentes del futuro en la educación Básica Regular para cambiar este panorama actual, y hacer que los contribuyentes del futuro cumplan voluntariamente con sus obligaciones tributarias. Propuesta publicitaria: Consiste en una propuesta estratégica. Divulgar Información tributaria en revistas, folletos, trípticos, afiches en diarios de circulación nacional, realizar charlas, foros, talleres conferencias de temas tributarios, con la presencia permanente en los medios de comunicación como la radio y la televisión con la finalidad de difundir los derechos y deberes tributarias que tiene el contribuyente y el estado para fortalecer la cultura y conciencia tributaria con la finalidad de proporcionar información a los contribuyente sobre los impuestos.

CONCLUSIONES

El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave es bajo debido a la ausencia y la falta de capacitación y orientación tributaria de parte de la SUNAT, el cual influye negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, en donde se observa en el trabajo de investigación que el 68% y 65% de los comerciantes desconocen los tributos y el 54% y 51% de los comerciantes desconocen los impuestos, el cual es evidente la falta de cultura tributaria. Del incumplimiento de obligaciones tributarias es por falta de conciencia tributaria de los comerciantes el cual incide negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributaria, ya que el 67% y 65% de los comerciantes afirmo que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorios, esto evidencia el bajo nivel de conciencia de los comerciantes. El cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central de la ciudad de llave es nula, el cual incide negativamente en la recaudación tributaria, esto se hace evidente con los resultados obtenidos de la investigación, en donde el 92% y 90 % de los comerciantes afirman que no paga ningún tipo de impuestos a pesar que están obligados, tampoco están registrados en el registro único del contribuyente, por lo tanto tampoco emiten comprobantes de pago. Con las estrategias propuestas en el presente trabajo de investigación ayudaran a formalizar a los comerciantes e incrementar la recaudación tributaria de los tributos administrados por la SUNAT, como el Impuesto General a las Ventas impuesto, impuesto a la Renta, ISC etc.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ARMAS, M. E. (2009). *Educacion para el desarrollo de la Cultura Tributaria*. Venezuela.
- BARRIOS ORBEGOSO, R. (1998). *Teoria General del Impuesto*. LIMA: EDITORIAL CULTURAL CUSCO S.A.

- BRAVO CUCCI, J. (2011). *Los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria*. LIMA - PERU: PALESTRAS PERSONALES EDITORES S.A.C.
- BROMBERG, P. (2009). *Cultura Tributaria como Política Pública*. COLOMBIA: INSTITUTO DE ESTUDIOS URBANOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA.
- CALSINA AGUILAR, H. (2015). *Cultura Tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la Ciudad de Puno y su Incidencia en la Recaudación Tributaria - periodo 2013*. PUNO: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.
- CARRASCO DIAZ, S. (2009). *Metodología de la Investigación Científica*. LIMA: EDITORIAL SAN MARCOS.
- CENTRO INTERAMERICANO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA , A. (s.f.).
- CONSTITUCION POLITICA DEL PERU , A. (1993). PERU.
- CONSTITUCION POLITICA DEL PERU, ART° 73. (1993). PERU.
- CORREDOR , M., & DIAZ, W. (18 de Setiembre de 2013).
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2007/ccdg2.htm>. Obtenido de
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2007/ccdg2.htm>.
- CHICAS ZEA, M. (2011). *Propuesta para crear una Unidad Móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la Cultura Tributaria en Guatemala*. Guatemala: UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.
- DECRETO LEGISLATIVO N° 771, 1. S. (2013). Sistema Tributario Nacional.
- DECRETO SUPREMO N° 135-99-EF. (s.f.). *TEXTO UNICO ORDENADO DEL CODIGO TRIBUTARIO ART° 1°*.
- DICCIONARIO, E. R. (2001). *Real Academia Lengua Española*. ESPAÑA: VIGESIMA SEGUNDA EDICION.
- FERMINI ARBAIZA, L. (2011). *Economía Informal y Capital Humano*. PERU: SAN MARCOS.
- FERREIRA, M. (2011). *Centro Interamericano de Administración Tributaria*. MEXICO: RETREVED .
- GALLARDO GOMEZ, L. M. (2010). *La difusión de la Cultura Tributaria y su Influencia en el Sistema Educativo Peruano*. PERU.
- GONZALES AGURTO, K. V. (2016). *Nivel de Cultura Tributaria en el Mercado María del Socorro de Huanchaco*. TRUJILLO: CESAR VALLEJO. PERU.
- HANCCO LARICO, O. (2015). *Nivel de Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca Periodos 2012 - 2013*. PUNO: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.

- HERNANDEZ SAMPIERI, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. MEXICO: MCGRAW-HILL.
- LINARES SALAS, M. P. (2012). *Cultura y su Desarrollo a través del Tiempo*. ARGENTINA.
- LOUDON, D., & DELLA, A. (1995). *Comportamiento y Consumidor de la Ciudad de Mexico*. MEXICO: EDITORIAL MC GRAG HILL.
- MESTAS, F. (2017). *Nivel de Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Internacional 24 de Octubre de la Ciudad de Juliaca Periodo 2015*. PUNO: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO.
- MOGOLLON DIAZ, V. (2014). *Nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes de la Ciudad de Chiclayo en el Periodo 2012 para mejorar la Recaudacion Pasiva de la Region Chiclayo* . CHICLAYO: UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO .
- QUISPE CAÑI, J. (2011). *La Politica Tributaria y su Influencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercadillo Bolognesi de la Ciudad de Tacna*. TACNA: UNIVERSIDAD NACIONAL DE JORGE BASADRE GROHMANN .
- RODRIGUEZ, J. (2011). *Cultura Tributaria, Propuesta y Argumentos para Aumentar la Justicia Fiscal*. PARAGUAY.
- RUELAS HUMPIRI, M., & ESPILLICO CHIQUÉ, A. (2011). *Comercio y Documentacion Contable*. PUNO: EDITORIAL ALTIPLANO E.I.R.L.
- SUNAT. (2001 - 2005). *INFORME* , 103 - 104.
- TARAZONA LOPEZ, I., & VELIZ DE VILLA VARGAS , S. (2016). *Cultura Tributaria en la Formalizacion de las MYPES* . ANCASH: UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES .
- TEXTO UNICO ORDENADO DEL CODIGO TRIBUTARIO. (2013).
- VALECILLOS BLANCO, S. (2010). *Lineamientos de Contenidos Programaticos Sobre Cultura Tributaria para los Contribuyentes del Futuro*. VENEZUELA: UNIVERSIDAD CATOLICA DEL TACHIRA.
- VALERO, M., RAMIREZ DE ENGAÑEZ, T., & MORENO, F. (2010). *Etica y Cultura Tributaria en el Contribuyente* . MEXICO: DAENA INTERNACIONAL JOURNAL OF GOOD CONSCIENCIE.
- VILLEGAS, H. (2002). *Curso Finanzas, Derecho Financiero y Tributario*. BUENOS AIRES: ASTREA ARGENTINA.