

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los
comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta Barranca.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADORA PÚBLICA**

Autora:

Serrano Abarca, Angélica Noemi

Asesor:

Amaya Alquizar, Arturo Adalberto

Barranca – Perú

2016

Agradecimiento

El presente trabajo de tesis, en primer lugar me gustaría agradecer a Dios por bendecirme en llegar hasta donde me encuentro ahora, porque hiciste realidad este sueño tan anhelado.

A mis padres por el apoyo que me han brindado en el transcurso de mi carrera, y por su amor incondicional en los buenos y malos momentos de mi vida.

Al Dr. Ernesto León Alva por ser un excelente docente que además de contribuir notablemente en mi formación profesional, me brindo su confianza, paciencia y porque sin su orientación no hubiese sido posible la consolidación del presente trabajo.

A la Universidad San Pedro por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A todas aquellas personas que me apoyan día a día, siempre están conmigo en las buenas y en las malas; y no solamente a los que apoyan, sino también para todo aquel que se pueda beneficiar de este trabajo. Esta hecho con mucha dedicación, lo cual produce una gran satisfacción en poder ser a quien así lo requiera.

Dedicatoria

A DIOS por darme la vida, por su bendición, por la fuerza que me brinda día a día y por los cambios permanentes que hace en mí.

A mis padres Nerio y Sebastiana, quienes me dieron la vida, educación y apoyo, quienes con su valioso esfuerzo, aporte y consejerías constantemente inspiraron mi espíritu para la culminación de mi carrera.

A mi hermanito Jonatan que siempre está a mi lado, a veces fastidioso, a veces cariñoso, pero su compañía me animaba a seguir adelante y no perder las ganas de superación.

A mis abuelitos: Ciro y Enedina, que siempre estuvieron ahí en los momentos que más necesite siendo su apoyo mi fortaleza.

A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi alma, sin la ayuda de cada uno de ellos no hubiera sido posible la culminación de la carrera y mucho menos la elaboración de la tesis de investigación. Para todos ellos hago esta dedicatoria.

Índice

Palabras clave	i
Título de la investigación	ii
Resumen	iii
Abstract	iv
1. Introducción	1
1.1.Antecedentes y fundamentación científica	1
1.2.Justificación de la investigación	36
1.3.Problema	37
1.4.Conceptualización y operacionalización de las variables	38
1.5.Hipótesis	40
1.6.Objetivos	40
2. Materiales y métodos	41
2.1.Tipo y diseño de investigación	41
2.2.Población y muestra de la investigación	41
2.3.Técnicas e instrumentos de recolección da datos	42
2.4.Procesamiento y análisis de la investigación	42
3. Resultados	44
3.1.Del cuestionario aplicado	44
4. Análisis y discusión	64
5. Conclusiones y recomendaciones	67
Referencias bibliográficas	71
Anexos	73
Anexo 1 Matriz de consistencia	74
Anexo 2 Juicio de experto	75
Anexo 3 Cuestionario	78

Palabras clave

Tema:	Cultura tributaria
Especialidad:	Tributación

Keywords

Topic:	Tax – Culture
Speciality:	Tributes – Taxation

Línea de investigación:

OCDE

05. Ciencias sociales

05.02. Economía y negocios

TITULO

Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del
Mercado Modelo Primera Planta Barranca.

TITLE

Culture tax and tax obligations of merchants market first floor model
Barranca.

Resumen

La investigación titulada “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta Barranca”, tuvo como objetivo general determinar la influencia de la Cultura Tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los Comerciantes del Mercado Modelo primera planta de Barranca. Fue una investigación de tipo Descriptiva no experimental. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la Encuesta y como instrumento al Cuestionario, que fue aplicado a una muestra de 85 comerciantes del Mercado Modelo primera planta Barranca. La muestra fue calculada aleatoriamente mediante una fórmula estadística aplicada a la muestra poblacional finita de 300 comerciantes formales de la primera planta de dicho mercado. Finalmente, el 44% (37) de los comerciantes encuestados indicaron que al menos una vez asistieron a las charlas que la SUNAT realizaba (Tabla 9), la que creó una débil cultura tributaria en ellos, el 49% (42) de los comerciantes encuestados solo pagaban sus impuestos cuando se acordaban (Tabla 8) y también el 68% (58) de los comerciantes consideraban al pago de los impuestos muy excesivos (Tabla 17).

Por lo tanto, estos valores confirman la hipótesis planteada que existe influencia de la Cultura tributaria en el cumplimiento de las Obligaciones tributarias en los comerciantes del referido mercado.

Abstract

The research entitled "Tax Culture and Tax Obligations of the Merchants of the Model Market First Plant Barranca", had as general objective to determine the influence of the Tax Culture in the fulfillment of the tax obligations by the Merchants of the First Model Market of Barranca. It was a non-experimental Descriptive type research. For data collection, the survey technique was used and as an instrument to the questionnaire, which was applied to a sample of 85 traders from the Barranca First Model Market. The sample was calculated randomly by means of a statistical formula applied to the finite population sample of 300 formal traders of the first plant of said market. Finally, 44% (37) of the merchants surveyed indicated that at least once they attended the talks that SUNAT was carrying out (Table 9), which created a weak tax culture in them, 49% (42) of the merchants respondents only paid their taxes when they agreed (Table 8) and also 68% (58) of the merchants considered the payment of taxes too excessive (Table 17).

Therefore, these values confirm the hypothesis that there is an influence of the Tax Culture in the fulfillment of the Tax Obligations in the merchants of said market.

Capítulo I: Introducción

1.1 Antecedentes y fundamentación científica

1.1.1. Antecedentes

Según Burga (2015) presento una investigación tipo descriptiva, titulada “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias En Las Empresas Comerciales Del Emporio Gamarra 2014”, donde llego a la conclusión que la falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país, no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales, también la falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias, y por último que los contribuyentes tienden hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y de su Administración Tributaria (pp. 4-86).

Así mismo Aguirre & Silva (2013) presentaron una investigación tipo descriptiva, titulada "Evasión Tributaria en los Comerciantes de Abarrotes Ubicados en los Alrededores del Mercado Mayorista del Distrito de Trujillo 2013", donde llegaron a la conclusión de que las causas que generan evasión tributaria son: falta de información, deseos de generar mayores ingresos (Utilidades), complejidad de las normas tributarias y excesivas carga para tributar, acogerse a regímenes tributarios que no les corresponde, y también como una conclusión muy importante es la falta de una adecuada difusión por parte del Estado respecto a los tributos y el objeto de los mismos, trae consigo la ausencia de una cultura y conciencia tributaria, lo que origina que los contribuyentes se encuentren más propensos a caer en la evasión y elusión tributaria. Lo antes indicado tiene relación directa con las dos primeras causas determinadas (pp. 27-102).

También Cruz (2014) presento una investigación titulada “La Evasión Tributaria y su Incidencia en la Recaudación Fiscal en el Perú y Latinoamérica”, en el cual mediante los datos obtenidos en el trabajo de campo a través del recojo de datos, como es la técnica de la encuesta mediante el uso del cuestionario llegó a la conclusión de que la evasión de impuestos ocasiona disminución en el nivel de fondos que maneja el

gobierno. También se estableció que los datos obtenidos permitieron conocer que el acto ilícito que afecta al Estado, influye en el nivel de inversión de la recaudación para atender servicios públicos (pp.6-189).

De igual manera Chávez & Tadeo (2014) presentaron una investigación titulada “Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado modelo de Huancayo”, en el cual mediante los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a una muestra de 172 comerciantes de una población de 600 comerciantes que integran a la Asociación de Posesionarios del Mercado Modelo de Huancayo concluyó que el bajo nivel de cultura tributaria influye desfavorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que existe una gran cantidad de comerciantes que no se sienten motivados a pagar voluntariamente sus tributos, existiendo el fraude y la evasión tributaria (pp. 10-106)

Cárdenas (2012) presento una investigación titulada “La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha – cantón Quito” Tesis Pregrado, en el que buscó identificar y analizar los motivos y situaciones que hacen que el contribuyente no tenga una cultura tributaria y cuáles son los motivos para que éste incumpla con sus obligaciones tributarias. Para el recojo de información efectuó encuestas personales a un grupo de contribuyentes de la ciudad de Quito que tienen una actividad económica informal, luego de la recolección de datos, la tabulación y el análisis de las variables concluyó que tienen un bajo conocimiento sobre los impuestos, y que el aprendizaje no se lograra de un día para otro, para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y del estado con respecto a la importancia y necesidad que pueden tener los impuestos para que permitan cubrir las necesidades colectivas (pp.14-98).

Ortiz (2016) presento una investigación titulada “Análisis De La Cultura Tributaria De Los Contribuyentes En El Mercado Público Del Municipio De Ocaña Frente Al Impuesto De Industria Y Comercio”, en donde indico que el mercado público del municipio de Ocaña es el centro del comercio y la economía de esta ciudad. En él se encuentran establecimientos dedicados a las diferentes actividades comerciales,

industriales y de servicios. En este sentido, el objetivo general de la investigación fue analizar la cultura tributaria de los contribuyentes del sector del mercado público con respecto al impuesto de industria y comercio buscando optimizar este recaudo. Se llegó a la conclusión que el mercado público del municipio de Ocaña existe gran diversidad de establecimientos dedicados a diferentes actividades, muchos de los cuales no están pagando impuesto de industria y comercio y no están registrados en cámara de comercio. Así mismo el número de establecimientos reportado por la cámara de comercio es 817, mientras en la visita de campo se detectaron 1030, siendo una diferencia de 213 negocios. En cuanto a los contribuyentes del mercado público donde solo el 21% manifiesta pagar el impuesto de industria y comercios se evidencia una pobre cultura tributaria, por lo cual es necesario que la alcaldía realice campañas de sensibilización frente a la necesidad y uso de los impuestos, lo cual también lo solicitan los contribuyentes pues consideran que son jornadas que no se realizan y consideran ellos son importantes (pp.12-61).

1.1.2. Fundamentación científica

1.1.2.1. Cultura

Según UNESCO MEXICO (2016). La cultura puede definirse como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. En este proceso complejo de consolidación de la cultura, la política pública juega un papel fundamental. Las decisiones impositivas y sus expresiones en el gasto (educación, salud, etc.) inciden en la forma como la sociedad construye su escala de valores. La percepción que se tenga sobre la tributación se expresa en el grado de aversión hacia los impuestos. Si los ciudadanos observan que los ingresos que el Estado obtiene a través de impuestos se expresan en una mejor calidad de vida, la aversión hacia la tributación es menor.

1.1.2.1. Cultura Tributaria

Según Gómez & Macedo (2008). Nos hablan que la cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. También refiere que es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver en bienes y servicios públicos como, por ejemplo, los hospitales, colegios, carreteras, parques, universidades, salud, educación, seguridad, etc., (p.144). Así mismo el autor explica que la falta de cultura tributaria lleva a la evasión, y por ende, al retraso de nuestro país. (p.145)

1.1.2.2. Cumplimiento Tributario

Aldana & Paucar. (2014) refiere que 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. (p.12)

En el campo tributario, esto significa interiorizar el concepto que pagar impuestos no es sólo un acto de solidaridad o una obligación, sino principalmente es un compromiso de todos y cada uno de los que vivimos en este país.

Factores para el cumplimiento voluntario

Según el blog emitida por Formación cívica y ciudadana (2016), afirma que la aceptación de los impuestos depende de diversos factores, que pueden ser, psicológicos, sociales, organizativos, económicos y legales que están estrechamente vinculados entre sí.

a) Sicológicos

Para que los contribuyentes acepten los impuestos, deben considerar que el sistema tributario es justo. Esto ocurre cuando en forma generalizada aceptan que son tratados individualmente con justicia tanto por las normas como por las instituciones que administran los tributos.

Los contribuyentes que se sientan tratados injustamente, aun cuando ello no responda a la realidad, tendrán una actitud contraria y de resistencia al pago de impuestos.

b) Sociales

El grado de aceptación del sistema tributario también estará en función a la calidad de los servicios que brinda el Estado y a en qué grado éstos responden a las necesidades de la población. En la medida que es la actuación de la Administración Tributaria la que el contribuyente relaciona con los impuestos que paga, una atención rápida, amable y eficiente propiciará un mayor cumplimiento.

En este punto, también cabe destacar el papel de los derechos de las personas. Dado que los impuestos son obligatorios y teniendo la Administración Tributaria, facultades para su cobranza, es imprescindible tener en cuenta los derechos y garantías de los contribuyentes. En caso contrario, se producirá un rechazo social.

c) Organizativos

La conciencia tributaria se ve condicionada además por la forma en que los contribuyentes perciben su funcionamiento. Así, la complejidad de las normas, la utilización de un lenguaje poco comprensible para el ciudadano y las dificultades de los contribuyentes para entender el funcionamiento de la Administración Tributaria influyen negativamente en el cumplimiento voluntario.

d) Legales

La existencia de un sistema tributario justo, simple, de aplicación masiva, con tasas moderadas y que no distorsione la asignación de recursos, además de facilitar la recaudación, también contribuye a la aceptación de los tributos.

En ese sentido, la complejidad de un sistema puede contribuir a su rechazo en la medida que genera una desigualdad de oportunidades por la información con que cuentan los contribuyentes. Aquéllos mejor informados estarán en mejores condiciones para cumplir con sus obligaciones, otros deberán gastar en asesoramiento externo y los de menores recursos se verán inducidos al incumplimiento.

Sin embargo, la aplicación de estos incentivos da lugar a sofisticaciones en la legislación, por ejemplo, inclusión de tasas diferenciales, exoneraciones y el uso de créditos fiscales y compensaciones, que a veces son utilizados inadecuadamente a través de formas de elusión y evasión tributaria.

e) Económicos

Una persona que no paga sus impuestos, puede seguir disfrutando de los servicios del Estado, lo que resulta negativo para una cultura de aceptación de los impuestos. Sin embargo, si esta persona es descubierta, su situación económica se verá afectada por la regularización tributaria que deberá efectuar, además de la probable sanción que se le aplicará.

De allí que la decisión de cumplir con sus obligaciones tributarias está en relación directa con el riesgo de ser descubierta. Es por ello que las acciones de la Administración Tributaria no pueden centrarse únicamente en proporcionar información, orientación o brindar una atención eficiente, sino que debe enfatizar también en las acciones de fiscalización y control.

11213 Mercado

Según Almonte. (25 noviembre 2016). El mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse. También es el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

Clases de Mercado

Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas. Según el monto de la mercancía.

Mercado Total. - conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Potencial. - conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.

Mercado Meta. - está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

Mercado Real.- representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los del mercado meta que se han captado.

Otros Tipos de Mercado

Mercado mayorista, en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

Mercado Minorista, Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores. Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados “Supermarkets” (Supermercados) de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven ingentes capitales. En aquellos se estila el “autoservicio”, es decir, que el mismo consumidor elige los artículos que va a comprar, eliminándose el empleado dependiente y al pequeño comerciante que vende personalmente sus artículos.

El mecanismo de Mercado

Un mercado es una institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian libremente. La existencia del dinero modifica la forma de intercambio, ya que un bien se cambia por dinero, y este posteriormente por otros bienes, a esto se lo llama intercambio indirecto.

En el intercambio se utiliza dinero, y existen dos tipos de agentes, los compradores y los vendedores. En los mercados de productos es típico distinguir entre consumidores y productores. En los mercados de factores existen quienes desean adquirir factores y quienes desean vender o alquilar los recursos de la producción que poseen.

11214 Comerciante

Comerciante es la persona que de manera constante se dedica a realizar actividades propias del comercio, por su parte el código de comercio define como comerciante a las personas que de manera profesional se dedican a ejecutar actividades que la ley comercial cataloga como comerciales. Dicha calidad de comerciante se adquiere aun si la persona que se dedica a ello no la ejerce por sí mismo, es decir, que aunque sea por intermedio de apoderado o tercera persona se adquiere dicha calidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 10 del código de comercio, el cual establece lo siguiente: “Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles Es necesario que la actividad comercial se ejecute de manera permanente, pues la ejecución de manera ocasional no da el estatus de comerciante, sin embargo quien realice de manera ocasional el comercio estará sujeto a las reglas establecidas en el código de comercio.

1.1.2.2. Obligaciones Tributarias

1.1.2.2.1. Tributación

Según Estela, m. (2002) indica que la tributación es la acción con que el ciudadano entrega al Estado cierta cantidad de dinero para el financiamiento de las funciones y servicios públicos. La tributación es un aporte del contribuyente en aras del bien común. Quien no percibe el bien común está incapacitado para aceptar la tributación: ése es el caso de la mentalidad pseudo liberal. Por eso, entre los pseudo liberales y la autoridad tributaria existe un permanente y abierto conflicto. La tributación no es un fin en sí mismo: es una herramienta de la política económica; es decir, de las directrices con que el gobierno orienta la producción y distribución de la riqueza en un país. La política económica es, a su vez, un instrumento del quehacer gubernamental en su propósito determinante: establecer en un grado adecuado la calidad de vida de la mayoría de la población. Por ello, la política económica tiene como meta impostergable instaurar las condiciones que permitan generar empleo de calidad y, así, propiciar un nivel de ingreso que posibilite, a los diferentes estratos sociales, atender sus necesidades básicas. Más claramente: permitir que todo ser humano pueda realizarse como persona.

1.1.2.2.2. El tributo

Según Robles, c. & Ruiz, f. (27 noviembre 2016). El tributo viene a ser un medio para que la sociedad –a través del financiamiento de la actividad estatal– tome protagonismo en la mejora de la calidad de vida, sobretodo de los sectores pobres. En este sentido si el Estado crea un tributo para financiar al Gobierno Nacional y resulta que en la respectiva ley no se encuentran comprendidos todos los que pueden colaborar con el Fisco; entonces –para efectos constitucionales– no existe tributo en la medida que ciertos sectores sociales quedan excluidos de esta responsabilidad económica. (p.1.1)

También nos refiere que el tributo tiene un contenido político de carácter instrumental; en el sentido que el tributo es el medio para hacer posible un Estado al servicio de la sociedad. El Tribunal Constitucional Peruano ha establecido cual es la función del tributo en el Estado Social y Democrático de Derecho.

1.1.2.2.3 Impuesto

Según Robles, c. & Ruiz, f. (27 noviembre 2016). Explica que el impuesto se entiende como la causa del Impuesto al principio de capacidad contributiva, es decir la riqueza económica. Esto se puede apreciar en algunas evidencias: renta, patrimonio y consumo. (p.1.2)

Función del tributo: Sentencia del Tribunal Constitucional N° 06089-2006-PA/TC

Siendo la función principal del tributo la recaudadora –entendida no como fin en sí mismo sino antes bien como medio para financiar necesidades sociales, pueda admitirse que en circunstancias excepcionales y justificadas para el logro de otras finalidades constitucionales, esta figura sea utilizada con un fin extrafiscal o ajeno a la mera recaudación, cuestión que, indiscutiblemente, no debe ser óbice para quedar exenta de la observancia de los principios constitucionales que rigen la potestad tributaria.

Sistema tributario nacional

Es el conjunto de normas ordenado, racional y coherente, principios e instituciones que regula las relaciones que se originan por la aplicación de tributos en el Perú.

De conformidad con el Decreto Legislativo N° 771, se ha establecido la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, la misma que está vigente desde 1994, siendo sus componentes:

I. El Código Tributario

II. Los Tributos: clasificados en Impuestos, Tasas y Contribuciones

Sin embargo este sistema Tributario Nacional, tiene su soporte en el Título III del Régimen Económico de la Constitución Política del Perú, por consiguiente es parte de la política económica, además está regulado por el Decreto Legislativo 771, asimismo está compuesto de elementos, que dinamiza la tributación, como son: la Política económica, política tributaria, normas tributarias y la administración tributaria

La **política económica**, está compuesto por el conjunto de estrategias y acciones que formulan los gobiernos para conducir e influir sobre la economía del país. Esta estrategia está constituida por el conjunto de medidas, leyes, regulaciones, subsidios e impuestos que alteran los incentivos económicos para obtener unos fines o resultados económicos específicos. La política económica comprende también a la ciencia económica encargada del estudio de esta rama de la actividad estatal.

Política tributaria, viene a ser los lineamientos que orientan, dirigen y fundamentan el sistema tributario, que es diseñada por el Ministerio de Economía y Finanzas, en función a la política económica establecida por el Gobierno de turno.

Normas Tributarias, Es la regulación a través de Leyes, decretos supremos, resoluciones ministeriales, Resoluciones de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria –Sunat.

Administración tributaria, Está constituida por los órganos del estado encargados de aplicar la política tributaria. A nivel de Gobierno central, es ejercida por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Sunat; Gobierno Regional que a la fecha no administra y/o recauda

tributos y los Gobiernos Locales (municipalidad) que si recaudan sus tributos.

Operaciones que grava el impuesto general a las ventas

Según Basauri, r. (2013) (Artículo 1° del D.S. N° 055-99-EF, TUO de la Ley del IGV y Artículo 2° de su Reglamento, D.S. N° 29-94-EF) En atención a lo dispuesto por el artículo 1° del TUO de la Ley del IGV-ISC, este impuesto grava las siguientes operaciones:

- a) La venta en el país de bienes muebles
- b) La prestación o utilización de servicios en el país
- c) Los contratos de construcción
- d) La primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos.

Asimismo, la posterior venta del inmueble que realicen las empresas vinculadas con el constructor, cuando el inmueble haya sido adquirido directamente de éste o de empresas vinculadas económicamente con el mismo.

- e) La importación de bienes.

Inafectación y exoneración

Se entiende por inafectación al beneficio tributario que se encuentra fuera del ámbito de aplicación del tributo de la Ley del IGV-ISC, y en lo concerniente al Impuesto a la Renta, se encuentran en el artículo 18° del TUO de la Ley del Impuesto a la Renta.

Por otro lado, la exoneración, es el beneficio tributario que se otorga a una actividad que se encuentra gravada por el hecho imponible, pero que se le excluye del mandato de pago, por un determinado período.

Nacimiento de la obligación tributaria en la venta de bienes

(Artículo 4° del D.S. N° 055-99-EF, TUO de la Ley del IGV y Artículo 3° de su Reglamento, D.S. N° 29-94-EF)

La obligación tributaria nace en la fecha en que se emite el comprobante de pago o en la fecha en que se entregue el bien, lo que ocurra primero.

El artículo 3° del Reglamento del TUO de la Ley del IGV precisa que en relación al nacimiento de la obligación tributaria, se tendrá en cuenta lo siguiente:

Se entiende por:

- a) Fecha de entrega de un bien:** La fecha en que el bien queda a disposición del adquirente.
- b) Fecha en que se emita el comprobante de pago:** La fecha en que, de acuerdo al Reglamento de Comprobantes de Pago, éste debe ser emitido o se emita, lo que ocurra primero.

Sujetos del IGV en calidad de contribuyentes

(Artículo 9° del D.S. N° 055-99-EF, TUO de la Ley del IGV)

Son sujetos del Impuesto, en calidad de contribuyentes, las personas naturales o jurídicas que:

- Efectúen ventas en el país de bienes afectos,
- Presten en el país servicios afectos.
- Utilicen en el país servicios prestados por no domiciliados.
- Ejecuten contratos de construcción afectos.
- Efectúen ventas afectas de bienes inmuebles.

- Importen bienes afectos.

Tasa vigente del igr

(Artículo 17° del D.S. N° 055-99-EF, TUO de la Ley del IGV) La tasa del IGV, de acuerdo al Artículo 17° de la Ley del IGV es de 16%. Dicha tasa está vigente desde el 01 de marzo del 2011.

A dicho porcentaje se debe agregar el 2% correspondiente al Impuesto de Promoción Municipal (IPM), tributo creado por la Ley N° 24030, dando un total de 18%. Entonces, el porcentaje a aplicar sobre el valor de venta de la operación gravada es el 18%.

Base imponible para aplicación del igr

(Artículo 13° del D.S. N° 055-99-EF, TUO de la Ley del IGV) La base imponible para aplicar la tasa del IGV está constituida por:

- a) En la venta de bienes, el valor de venta.
- b) En la prestación o utilización de servicios, el total de la retribución.
- c) En los contratos de construcción, el valor de la construcción.
- d) En la venta de inmuebles, con exclusión del valor del terreno, el ingreso percibido.

1.1.2.2.4 Evasión tributaria

Según Sunat (2006), La gestión de la Sunat en los últimos cinco años: Principales logros y avances, la evasión constituye un acto consciente y doloso que pretende evitar, o reducir de manera sistemática, el pago de las obligaciones tributarias, implicando acciones que violan normas legales establecidas. Lamentablemente, en el Perú la evasión se encuentra bastante generalizada y tiene una amplia aceptación social. Las causas son diversas y entre ellas se puede mencionar el deseo de obtener o retener mayores

ingresos, la falta de conciencia tributaria, la complejidad de algunas normas tributarias y la estructura informal del aparato económico, sin olvidar los recurrentes períodos recesivos de nuestra economía.

1.1.2.25. Infracción tributaria

Según Rengifo, y. (2014) en toda infracción tributaria, concurren dos sujetos: Sujeto activo y Sujeto pasivo.

- **Sujeto activo:** Es aquel que realiza la acción tipificada como infracción sancionable y sobre quien recae la responsabilidad en materia tributaria.

- **Sujeto pasivo:** Es el titular del bien jurídico lesionado por la infracción, vale decir, de manera general, el Estado, quien será el ente público titular del crédito tributario y los demás derechos accesorios.

Pueden ser sujetos activos de infracciones tributarias todas las personas que estén sujetas al cumplimiento de obligaciones materiales o formales establecidas por leyes tributarias, pudiendo ser los contribuyentes o responsables, los agentes de retención o percepción, entre otros.

Tipos de infracciones

Nuestro Código Tributario clasifica a las infracciones tributarias según la naturaleza de la obligación o deber tributario. En ese sentido, el artículo 172° del Código Tributario, en referencia a los tipos de infracciones, establece que las mismas se originan por el incumplimiento de las siguientes obligaciones:

a) De inscribirse, actualizar o acreditar la inscripción

Las infracciones comprendidas en este grupo se encuentran referidas principalmente al incumplimiento de obligaciones relativas a la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), así como al incumplimiento de obligaciones relacionadas a la obligación de

proporcionar información para la inscripción y de mantener actualizado el registro.

b) De emitir, otorgar y exigir comprobantes de pago y/u otros documentos

En este grupo se encuentran contenidas aquellas infracciones relacionadas con la obligación de emitir y/u otorgar comprobantes de pago, guías de remisión y otros documentos complementarios a éstos, los mismos que deberán contar con todos los requisitos y características contenidos en el Reglamento de Comprobantes de Pago y otras normas conexas.

c) De llevar libros y/o registros o contar con informes u otros documentos

Las infracciones comprendidas en este grupo se encuentran relacionadas principalmente a la obligación de llevar libros y registros relacionados a asuntos tributarios, así como a la obligación de registrar de manera correcta y oportuna las operaciones realizadas por el deudor tributario.

El control del cumplimiento de estas obligaciones permite a la Administración Tributaria controlar el nivel del cumplimiento en el pago de tributos que se hubieran originado por la realización de hechos generadores de obligaciones tributarias.

d) De presentar declaraciones y comunicaciones

Este grupo de infracciones agrupa a aquellas que se origina en el incumplimiento de la obligación consistente en presentar declaraciones determinativas y/o informativas, así como de otras comunicaciones en la forma, plazo y lugar establecido.

e) De permitir el control de la Administración Tributaria, informar y comparecer ante la misma

Las infracciones contenidas en este grupo se encuentran vinculadas a las obligaciones formales consistentes en la exhibición de libros y registros contables, presentación de documentación susceptible de generar obligaciones tributarias, obligación de comparecer ante la Administración Tributaria y en general a todas aquellas obligaciones que puedan coadyuvar a las labores de verificación y/o fiscalización de la Administración Tributaria.

f) Otras obligaciones tributarias

En este grupo el Código Tributario agrupa a aquellas infracciones estrechamente vinculadas con conductas negligentes del contribuyente en el proceso de determinación de la obligación tributaria, tales como el omitir declarar ingresos o el hacer uso de un crédito indebido al determinar la obligación tributaria, por citar algunos casos.

La potestad sancionadora de la administración tributaria

La potestad punitiva del Estado se ejerce a través del Derecho Penal y del Derecho Administrativo; la primera la ejerce el Poder Judicial y la segunda, el Poder Ejecutivo, a través de cada una de las entidades a la que la Ley le otorga dicha potestad.

Tratándose de entidades que ejercen funciones administrativas (dentro de las que se encuentra la Administración Tributaria) las mismas gozan de la potestad de determinar e imponer sanciones originadas en la realización de conductas contrarias a las normas administrativas cuyo control de su cumplimiento le ha sido encargado. Esta potestad se encuentra normada de manera general por él, Capítulo II del Título IV de la Ley del Procedimiento Administrativo General, “Procedimiento Sancionador”.

Esta norma es de singular importancia para toda entidad que ejerce funciones administrativas, puesto que constituye un marco general para determinar e imponer sanciones.

En base lo anterior, se puede establecer que la Potestad Sancionadora de la Administración Tributaria consiste en la facultad de la que goza dicho ente de determinar e imponer sanciones administrativas como consecuencia de la acción u omisión del deudor tributario, responsable o tercero que incumpla obligaciones formales o sustanciales. A su vez, dicha facultad debe ser ejercida respetando las normas contenidas en el Código Tributario atendiendo a la especialidad de la materia, y en aquello que no se encuentre regulado, se deberán aplicar los principios y las normas contenidas en la Ley del Procedimiento Administrativo General, y que sirven como marco referencial para el ejercicio de la potestad sancionadora de la Administración Tributaria.

La Potestad Sancionadora de la Administración Tributaria se encuentra reconocida en los artículos 82° y 166° del Código Tributario que además de otorgarle facultades sancionadoras, le otorga facultades discrecionales para la determinación y aplicación de sanciones administrativas.

Infracción por no inscribirse en los registros de la administración tributaria, salvo aquellos en que la inscripción constituye condición para el goce de un beneficio

Obligados a inscribirse en el ruc

Los administrados tienen la obligación de inscribirse en los registros de la Administración Tributaria. Sobre el particular debe considerarse que no todos los administrados están sujetos a esta obligación, sino sólo aquellos establecidos en las normas reglamentarias de esta obligación.

Ahora bien, a efectos de determinar de manera concreta, quiénes están obligados a inscribirse en el citado registro, así como quiénes no lo están, creemos conveniente considerar lo que establece la Resolución de Superintendencia N° 210-2004/SUNAT (18.09.2004) norma administrativa que estableció las normas reglamentarias del RUC:

➤ **¿Quiénes deben inscribirse en el ruc?**

Se encontrarán en la obligación de inscribirse en el RUC las siguientes personas:

- a) Los sujetos señalados en el Anexo N° 1 de la citada resolución, que adquieran la condición de contribuyentes y/o responsables de tributos administrados y/o recaudados por la SUNAT.
- b) Los sujetos que soliciten la devolución del Impuesto General a las Ventas y/o el Impuesto de Promoción Municipal al amparo de lo dispuesto por el Decreto Legislativo N° 783.
- c) Los sujetos que se acojan a los regímenes aduaneros o a los destinos aduaneros especiales o de excepción previstos en la Ley General de Aduanas.

➤ **¿Quiénes no deben inscribirse en el ruc?**

No deberán inscribirse en el RUC, siempre que no tuvieran la obligación de inscribirse en dicho registro por alguno de los motivos indicados en el punto anterior:

- a) Las personas naturales que perciban exclusivamente rentas consideradas de quinta categoría según las normas del impuesto a la renta, salvo que conforme a lo establecido en el artículo 9° de la Ley N° 29903 y el Decreto Supremo N° 166-2013-EF, deban regularizar la declaración y pago de los aportes al Sistema Nacional de Pensiones.

b) Las personas naturales, sociedades conyugales y sucesiones indivisas que perciban exclusivamente intereses provenientes de depósitos efectuados en las Instituciones del Sistema Financiero Nacional autorizadas por la Superintendencia de Banca y Seguros.

c) Las personas naturales, sucesiones indivisas y sociedades conyugales que ejerzan la opción sobre atribución de rentas prevista en el artículo 16° de la Ley del Impuesto a la Renta, que empleen a trabajadores del hogar o que eventualmente contraten trabajadores de construcción civil para la construcción o refacción de edificaciones, no relacionadas con su actividad comercial.

➤ **¿Cuál es el plazo para la inscripción en el ruc?**

La inscripción en el RUC se llevará a cabo de acuerdo a lo siguiente:

a) Los sujetos que adquieran la condición de contribuyentes y/o responsables de tributos administrados y/o recaudados por la SUNAT se inscribirán siempre que proyecten iniciar sus actividades dentro de los doce (12) meses siguientes a la fecha de su inscripción en el RUC.

b) En el caso de sujetos que solicitan la devolución del Impuesto General a las Ventas y/o Impuesto de Promoción Municipal contemplada en el Decreto Legislativo N° 783, dentro de los treinta (30) días calendario anteriores a la presentación de la solicitud.

c) Los sujetos, que no se encuentren inscritos en el RUC, que se acojan a los Regímenes Aduaneros y/u operaciones o a los Destinos Aduaneros Especiales o de Excepción previstos en la Ley General de Aduanas, deberán efectuar la inscripción dentro de los treinta (30) días, y hasta cinco (5) días calendario anteriores a la fecha de la destinación aduanera correspondiente.

➤ **¿Cuál es el uso del número de ruc?**

El número de RUC es de uso exclusivo para su titular. El uso del número de RUC será obligatorio en toda solicitud, trámite administrativo, acción contenciosa y/o no contenciosa y en cualquier otro documento o actuación que se efectúe ante la SUNAT, en la medida que el titular esté obligado a inscribirse en el mencionado registro.

1.1.2.2.6 Gasto

Según Palomino, c. (2010) los gastos representan desembolsos que realizan ya sean las personas o empresas para adquirir servicios o incurrir en pérdidas vinculados con las operaciones de venta y con la gestión administrativa o convirtiéndose en algunos casos en costo de un producto, los gastos no se relacionan directamente con la actividad principal de la empresa.

1.1.2.2.7. Regímenes tributarios

Según Ganto, r. (2014) son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que posea o va a iniciar un negocio deberá estar registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, que establece los niveles de pagos de impuestos nacionales.

La SUNAT tiene establecido tres regímenes donde todo profesional independiente o negocio deben estar contemplados

1. Nuevo régimen único simplificado - rus

Es el primer régimen donde se encuentran las personas o negocios de menor movimiento económico establecido dentro de los rangos establecidos por la Sunat.

¿Quiénes pueden acogerse a este régimen?

Pueden acogerse a este Régimen: Personas Naturales y Sucesiones Indivisas que contemplen lo siguiente:

- Los Ingresos Brutos y el monto de las compras no sean mayor a S/ 360,000.
- El valor de los activos fijos no sean mayor a S/ 70,000.
- Deben realizar actividades en un solo establecimiento o sede productiva

Impedidos a acogerse a Nuevo RUS

No pueden acogerse al Nuevo RUS, aquellos que:

- Presten el servicio de transporte de carga de mercancías utilizando sus vehículos que tengan una capacidad de carga mayor o igual a 2 TM.
- Presten el servicio de transporte terrestre nacional o internacional de pasajeros.
- Realicen venta de inmuebles
- Desarrollen actividades de comercialización de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos, de acuerdo con el Reglamento para la Comercialización de Combustibles Líquidos y otros productos derivados de los Hidrocarburos.
- Entreguen bienes en consignación.

- Presten servicios de depósitos aduaneros y terminales de almacenamiento.
- Realicen operaciones afectas al Impuesto a la venta del Arroz Pilado.
- Organicen cualquier tipo de espectáculo público.
- Sean notarios, comisionistas y/o rematadores; agentes corredores de productos, de bolsa de valores y/u operadores especiales que realizan actividades en la Bolsa de Productos; agentes de aduana y los intermediarios de seguros.
- Sean titulares de negocios de casinos, máquinas tragamonedas y/u otros de naturaleza similar.
- Sean titulares de agencias de viaje, propaganda y/o publicidad

Tipo de Comprobantes a emitir:

- Boletas de Venta
- Tickets
- Máquinas registradoras sin derecho al crédito fiscal

¿Cuándo se debe cambiar de Régimen (salir del Nuevo RUS)?

El cambio del régimen puede ser voluntario u obligatorio:

- **Voluntario:** Se puede dar en cualquier mes del año. El contribuyente se podrá incorporar al RER o al REGIMEN GENERAL DEL IMPUESTO A LA RENTA.
- **Obligatorio:** Se produce si durante el año, el contribuyente incumple con algunos de los requisitos establecidos para el NUEVO RUS.

En este caso el contribuyente ingresara al Régimen General del Impuesto a la Renta.

2. Régimen especial del impuesto a la renta - rer

El 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 provenientes de:

- **Actividades de comercio y/o industria**, como la venta de bienes que se adquieren, produzcan o manufacturen , así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo.
- **Actividades de servicio**, es decir, cualquier actividad no señalada anteriormente o que sólo se lleve a cabo con mano de obra.

Su tasa es de 1.5% de los ingresos netos mensuales.

¿Quiénes pueden acogerse al rer?

- Personas Naturales
- Sucesiones Indivisas
- Personas Jurídicas

Requisitos para acogerse al rer:

- El monto de sus ingresos netos no debe superar los S/. 525,000 en el transcurso de cada año.
- El valor de los activos fijos afectados a la actividad con excepción de los predios y vehículos, no debe superar los S/. 126,000.

- Se deben desarrollar las actividades generadoras de rentas de tercera categoría con personal afectado a la actividad que no supere las 10 personas por turno de trabajo.
- El monto acumulado de sus adquisiciones afectadas a la actividad, no debe superar los S/. 525,000 en el transcurso de cada año.
- No realizar ninguna de las actividades que están prohibidas en el RER.

Impedidos a acogerse a rer

No pueden acogerse aquellos que:

- Realicen actividades que sean calificadas como contratos de construcción según las normas del Impuesto General a las Ventas, aun cuando no se encuentren gravadas con referido impuesto.
- Presten servicios de transporte de carga de mercancías, cuya capacidad de carga sea mayor o igual a 2TM. (Dos toneladas métricas).
- Servicios de transporte terrestre nacional o internacional de pasajeros.
- Organicen cualquier tipo de espectáculo público.
- Sean notarios, martilleros, comisionistas y/o rematadores: agentes corredores de productor, de bolsa de valores y/u operadores especiales que realizan actividades en la Bolsa de Productos; agente de aduanas y los intermediarios de seguros.
- Sean titulares de negocios de casinos, tragamonedas y/u otros de naturaleza similar.

Tributos Afectos al rer

- **I.G.V.:** 18 % del valor de venta, con deducción del crédito fiscal.

Impuesto a la Renta: 1.5% de sus ingresos netos mensuales. El pago de esta cuota mensual es de carácter cancelatorio.

¿Cómo acogerse al rer?

a. Tratándose de contribuyentes que inicien actividades en el transcurso del ejercicio:

El Acogimiento se realiza únicamente con ocasión de la declaración y pago de la cuota que corresponde al período de inicio de actividades declarado en el Registro Único de Contribuyentes, y siempre que se efectúe dentro de la fecha de su vencimiento.

b. Tratándose de contribuyentes que provengan del Régimen General o del Nuevo Régimen Único Simplificado:

El acogimiento se realizará únicamente con ocasión de la declaración y pago de la cuota que corresponde al período en que se efectúa el cambio de régimen, y siempre que se efectúe dentro de la fecha de su vencimiento.

Libros y Registros Contables

- Registro de Compras

- Registro de Ventas

Tipo de Comprobantes que pueden emitir:

- Facturas

- Boletas de venta

- Tickets emitidos por máquinas registradoras que dan derecho al crédito fiscal.

- Factura Electrónica a través de SUNAT Virtual.

Declaración y pago de impuestos en el rer

Presentando la declaración mediante:

- El formulario virtual No. 621 Simplificado IGV - Renta Mensual PDT 621.
- Mediante el PDT 621 a través de Internet o en las agencias bancarias autorizadas, utilizando para dicho efecto la CLAVE SOL (clave de acceso a Sunat Operaciones en Línea) y considerando su vencimiento según el Cronograma de Obligaciones Tributarias aprobado por la Sunat.

3. Régimen General del Impuesto a la Renta

Dentro de las características principales de este régimen tenemos:

- Es régimen con un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados.
- Es fuente generadora de renta: Capital y Trabajo.
- Se tiene que sustentar sus gastos.
- Se debe realizar pagos a cuenta mensuales por el Impuesto a la Renta.
- Se presenta Declaración Anual.

¿Quiénes pueden acogerse?

- Personas Naturales.
- Sucesiones Indivisas.
- Asociaciones de Hecho de Profesionales.
- Personas Jurídicas.
- Sociedades irregulares.

- Contratos asociativos que lleven contabilidad independiente.

Actividades comprendidas

- Cualquier tipo de actividad económica y/o explotación comercial.
- Prestación de servicios.
- Contratos de construcción.
- Notarios.

Comprobantes de Pago y otros Documentos que pueden emitir

- Facturas.
- Boletas de venta.
- Tickets.
- Liquidación de compra.
- Notas de crédito.
- Notas de débito.
- Guías de remisión remitente.
- Guías de remisión transportista.

Tributos Afectos

- **I.G.V.:** 18 % del valor de venta, con deducción del crédito fiscal.
- **Impuesto a la Renta:** 30% sobre la renta neta.

Libros y Registros Contables

Hasta 150 UIT de ingresos brutos anuales

- Registro de Compras
- Registro de Ventas
- Libro Diario de Formato Simplificado

Ingresos brutos anuales mayores a 150 UIT

- Contabilidad Completa

1.1.2.2.8. Los comprobantes de pago

Según Asesor Empresarial (2014) el comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios.

Documentos considerados comprobantes de pago

Solo se consideran comprobantes de pago, siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos en el Reglamento de Comprobantes de Pago, los siguientes:

- a) Facturas.
- b) Recibos por Honorarios.
- c) Boletas de venta.
- d) Liquidaciones de compra.
- e) Tickets o cintas emitidos por máquinas registradoras.

- f) Los documentos autorizados
- g) Otros documentos que por su contenido y sistema de emisión permitan un adecuado control tributario y se encuentren expresamente autorizados, de manera previa, por la SUNAT.

Casos en la emisión de facturas

Las Facturas se emitirán en los siguientes casos:

- a) Cuando la operación se realice con sujetos del Impuesto General a las Ventas (IGV) que tengan derecho al crédito fiscal.
- b) Cuando el comprador o usuario lo solicite a fin de sustentar gasto o costo para efecto tributario.
- c) Cuando el sujeto del Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo RUS) lo solicite.
- d) En las operaciones de exportación consideradas como tales por las normas del IGV
- e) En las operaciones realizadas con las Unidades Ejecutoras y Entidades del Sector Público Nacional.

Casos en la emisión de boletas de venta

Las Boletas de Venta se emitirán en los siguientes casos:

- a) En operaciones con consumidores o usuarios finales.

b) En operaciones realizadas por los sujetos del Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo RUS), incluso en las de exportación que pueden efectuar dichos sujetos al amparo de las normas respectivas.

Casos en la emisión de liquidaciones de compra

Las personas naturales o jurídicas, sociedades conyugales, sucesiones indivisas, sociedades de hecho u otros entes colectivos se encuentran obligados a emitir liquidación de compra por las adquisiciones que efectúen a personas naturales productoras y/o acopiadoras de productos primarios derivados de la actividad agropecuaria, pesca artesanal y extracción de madera, de productos silvestres, minería aurífera artesanal, artesanía y desperdicios y desechos metálicos y no metálicos, desechos de papel y desperdicios de caucho, siempre que estas personas no otorguen comprobantes de pago por carecer de número de RUC.

Sujetos obligados a emitir comprobantes de pago

Están obligados a emitir comprobantes de pago:

a) En la transferencia de bienes

Las personas naturales o jurídicas, sociedades conyugales, sucesiones indivisas, sociedades de hecho u otros entes colectivos que realicen transferencias de bienes a título gratuito u oneroso:

- Derivadas de actos y/o contratos de compraventa, permuta, donación, dación en pago y en general todas aquellas operaciones que supongan la entrega de un bien en propiedad.

- Derivadas de actos y/o contratos de cesión en uso, arrendamiento, usufructo, arrendamiento financiero, asociación en participación, comodato y en general todas aquellas operaciones en las que el transferente otorgue el derecho a usar un bien.

b) En la prestación de servicios

Las personas naturales o jurídicas, sociedades conyugales, sucesiones indivisas, sociedades de hecho u otros entes colectivos que presten servicios, entendiéndose como tales a toda acción o prestación a favor de un tercero, a título gratuito u oneroso.

c) En operaciones realizadas con sujetos que carezcan de RUC

Las personas naturales o jurídicas, sociedades conyugales, sucesiones indivisas, sociedades de hecho u otros entes colectivos se encuentran obligados a emitir liquidación de compra por las adquisiciones que efectúen a personas naturales productoras y/o acopiadoras de productos primarios derivados de la actividad agropecuaria, pesca artesanal y extracción de madera, de productos silvestres, minería aurífera artesanal, artesanía y desperdicios y desechos metálicos y no metálicos, desechos de papel y desperdicios de caucho, siempre que estas personas no otorguen comprobantes de pago por carecer de número de RUC. Mediante Resolución de Superintendencia se podrán establecer otros casos en los que se deba emitir liquidación de compra.

Características de los comprobantes de pago

Los comprobantes de pago tendrán las siguientes características:

a) Tratándose de facturas y liquidaciones de compra:

- Dimensiones mínimas: Veintiún (21) centímetros de ancho y catorce (14) centímetros de alto.
- Copias: La primera y segunda copias serán expedidas mediante el empleo de papel carbón, carbonado o autocopiativo químico. En este caso, el destino del original y copias deberá imprimirse en el extremo inferior derecho del comprobante de pago. La leyenda relativa al no otorgamiento de crédito fiscal de las copias será impresa diagonal u horizontalmente y en caracteres destacados, salvo en las facturas por operaciones de exportación, en las cuales no será necesario imprimir dicha leyenda.
- Dentro de un recuadro cuyas dimensiones mínimas serán de cuatro (4) centímetros de alto por ocho (8) centímetros de ancho, enmarcado por un filete, deberán ser impresos únicamente, el número de RUC, la denominación del comprobante de pago y su numeración. Dicho recuadro estará ubicado en el extremo superior derecho del comprobante de pago. El número de RUC y el nombre del documento deberán ser impresos en letras tipo "Univers Medium" con cuerpo 18 y en alta u otras que se les asemeje. La numeración del comprobante de pago no podrá tener un tamaño inferior a cuatro (4) milímetros de altura.

b) Tratándose de boletas de venta y recibos por honorarios

Las boletas de venta y recibos por honorarios no deberán cumplir necesariamente las características señaladas en el punto a) anterior, salvo

en lo relativo a la manera de expedición de la copia, para lo cual se empleará papel carbón, carbonado o autocopiativo químico.

c) Tratándose de tickets o cintas de máquinas registradoras

Tratándose de tickets Factura, la copia será expedida utilizando papel carbonado o autocopiativo químico, no siendo necesario especificar el destino de la copia. La impresión en la cinta testigo no deberá ser térmica.

d) Numeración de los comprobantes de pago

La numeración de los comprobantes de pago, a excepción de los tickets o cintas emitidos por máquinas registradoras, constará de diez (10) dígitos, de los cuales:

Los tres (3) primeros, de izquierda a derecha corresponden a la serie, y serán empleados para identificar el punto de emisión

Los puntos de emisión pueden ser:

a) Fijos, cuando se trate de emisiones efectuadas dentro de establecimientos declarados ante la SUNAT, tales como Casa Matriz, Sucursal, Agencia, Local Comercial, Local de Servicios o Depósito.

b) Móviles, cuando se trate de emisiones efectuadas por emisores itinerantes, tales como distribuidores a través de vehículos, vendedores puerta a puerta, que emitan comprobantes de pago y mantengan relación de dependencia con algún establecimiento declarado ante la SUNAT.

En un mismo establecimiento se podrá establecer más de un punto de emisión.

Las series establecidas no podrán variarse ni intercambiarse entre establecimientos de un mismo sujeto obligado a emitir documentos.

La asignación de las series por puntos de emisión no será necesariamente correlativa.

De requerirse más de tres (3) dígitos para identificar los puntos de emisión, deberá solicitarse autorización previa a la SUNAT.

Los comprobantes de pago por la primera venta de mercancías identificables entre usuarios de la Zona Comercial de Tacna deberán contar con un número de serie de uso exclusivo para dichas operaciones.

Los siete (7) números restantes, corresponden al número correlativo

Estarán separados de la serie por un guión (-) o por el símbolo de número (N°). Para cada serie establecida, el número correlativo comenzará sin excepción del 0000001, pudiendo omitirse la impresión de los ceros a la izquierda.

Utilidad de los comprobantes de pago

Según Sunat (2014) los comprobantes de pago sirven para:

- Acreditar la realización de una operación o transacción comercial, 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.

1.2. Justificación de la investigación:

La cultura tributaria, es la clave de la generación de empleo, de la lucha contra la pobreza y, en general, del desarrollo nacional; debido a que el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias genera un crecimiento económico en un determinado país. Es necesario señalar que el problema de la evasión fiscal es un problema de cultura que debe ser tratado para así disminuir la evasión del pago de los tributos.

El rol del Estado en la economía es sin duda irremplazable, pero más aún son los contribuyentes, pues desempeñan varias actividades económicas; estando obligados a pagar los respectivos impuestos, para ser distribuidos después en beneficios sociales. Haciendo énfasis a lo citado anteriormente, la importancia de esta investigación radica en dar a conocer cuán importante es que los comerciantes de la primera planta del mercado modelo de Barranca cumplan con las obligaciones tributarias, la responsabilidad de hacerlo y disfrutar los beneficios que ofrece la Entidad Recaudadora del Tributo si los contribuyentes tienen sus negocios legalmente constituidos. Cuando el Estado y las Entidades Gubernamentales cumplen a cabalidad con sus obligaciones, la población empieza a culturizarse e incentivarse, a su vez comprende la importancia de cumplir permanentemente con sus responsabilidades tributarias. Saben que sus pagos son bien distribuidos y que las obras ayudan a mejorar su entorno social, calidad de vida y contribuir a la estabilidad económica de nuestro país. Además estos resultados contribuirán en la toma de decisiones apropiadas por la SUNAT, para el mejoramiento e implementación de estrategias de creación de cultura tributaria en los comerciantes de la primera planta del Mercado Modelo de Barranca, es decir aportará evidencias empíricas sobre la importancia de la cultura tributaria y la implementación del cumplimiento de obligaciones tributarias de una forma correcta; la cultura tributaria es fundamental en los comerciantes porque aparte de crear una conciencia en ellos también contribuye a que las mismas se instruyan en términos tributarios y así crezcan correctamente y de una forma ordenada.

1.3. Problema:

¿Cómo influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta, Distrito de Barranca, Año 2016?

1.4. Conceptualización y operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable 1: Cultura tributaria

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	VALOR FINAL	TIPO DE VARIABLE	INSTRUMENTO
<p>CULTURA TRIBUTARIA DEFINICION CONCEPTUAL: Es el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones.</p> <p>DEFINICION OPERACIONAL: Es una variable nominal por lo que se medirá por sus indicadores.</p>	Conciencia Tributaria	<ul style="list-style-type: none"> • Tributo • Conocimiento sobre impuesto • Importancia del pago de impuesto • Quienes deben pagar impuesto • Conocimiento del comprobante de pago 	1,2,3,4,5,6,7,8	Según la respuesta correcta de cada ítems	Cualitativa nominal	Cuestionario
	Factores que influyen en la cultura tributaria	<ul style="list-style-type: none"> • Charla informativa dado por la Sunat • Donde aprendió sobre los impuestos • Razón por la que paga los impuestos • Razón por la cual el comerciante emite comprobante de pago 	1,2,3,4	Según la respuesta correcta de cada ítems		

Fuente: Elaborado por la investigadora

Tabla 2
Operacionalización de la variable 2: Obligaciones tributarias

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	VALOR FINAL	TIPO DE VARIABLE	INSTRUMENTO
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DEFINICION CONCEPTUAL: La obligación tributaria es el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria. DEFINICION OPERACIONAL: Es una variable nominal por lo que se medirá por sus indicadores.	Cumplimiento de las obligaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Negocio formalizado • Regímenes tributarios • Pago voluntario de impuesto 	1,2,3	Según la respuesta correcta de cada ítems	Cualitativa nominal	Cuestionario
	Causas del no cumplimiento de la obligaciones tributarias	<ul style="list-style-type: none"> • Cobro excesivo de los impuestos • Reducción de sus ingresos • Viabilidad de su negocio • Porcentaje de los impuestos 	1,2,3,4	Según la respuesta correcta de cada ítems		

Fuente: Elaborado por la investigadora

1.5 Hipótesis

Existe influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca.

1.6 Objetivos

1.6.1. Objetivo general:

Determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, Barranca, año 2016.

1.6.2. Objetivos específicos:

- Valorar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca, año 2016.
- Conocer los factores que influyen en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca, año 2016.
- Calificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca, año 2016.
- Identificar las causas del no cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca, año 2016.

Capítulo II: Materiales y métodos

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

Descriptiva: Porque nos permite describir el nivel de cultura tributaria que poseen los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca y como esto da un resultado en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Técnica de contrastación

No experimental: Las variables serán observadas pero no manipuladas.

2.1.2. Diseño de investigación

Transversal: Se da en un periodo de tiempo determinado, buscando determinar el efecto de una variable sobre la otra.

2.2. Población y muestra de la investigación

2.2.1. Población

Para la presente investigación, la población estuvo comprendida por todos los comerciantes de la primera planta que tienen un puesto en el mercado e inscrito en la Administración del Mercado Modelo de la Municipalidad de Barranca, que fue de 300 comerciantes.

N = 300

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

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

2.2.2. Muestra

Aplicada la formula a la población, se determinó una muestra representativa de 85 comerciantes, los mismos que se tomaron aleatoriamente.

$n = 85$

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó en la investigación fue el siguiente:

1) Encuesta

El instrumento que se utilizo fue el siguiente:

2) Cuestionario: aplicado a los comerciantes de la muestra.

2.4. Procesamiento y análisis de la investigación

1) Luego de usar el instrumento de investigación, se ordenó los cuestionarios aplicados.

- 2) Se vació los datos recogidos del cuestionario en el programa de Excel por medio de cuadros y a través de estos se pudo elaborar los gráficos correspondientes.
- 3) Por último se realizó el análisis de los resultados obtenidos, y posteriormente se procedió a la interpretación objetiva de los resultados.

Capítulo III: Resultados

3.1. Del cuestionario aplicado

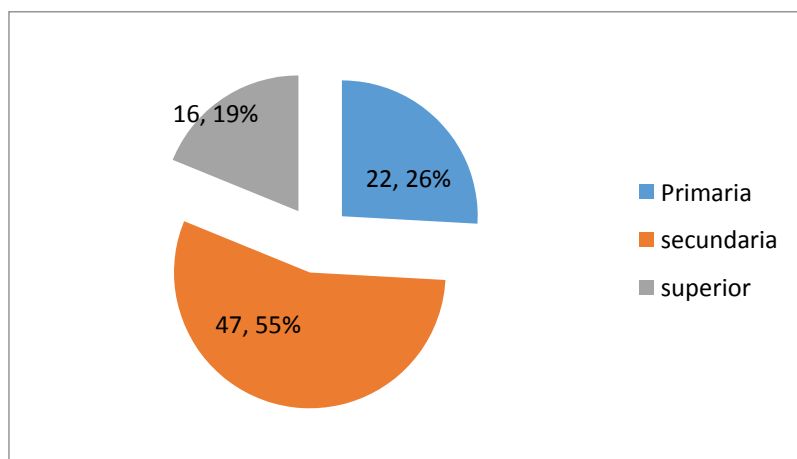
I. De la cultura tributaria

Tabla N°1: Nivel de estudio

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Primaria	22	26%
secundaria	47	55%
Superior	16	19%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 01: Nivel de estudio



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

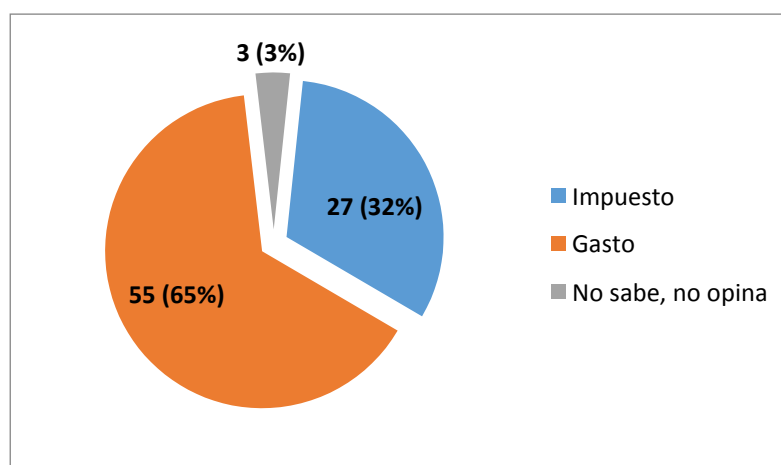
De los comerciantes encuestados, un 55% indicaron que su nivel de estudio es hasta secundaria, un 26% indicaron que solo tienen primaria y solo un 19% indicaron que tienen un estudio superior.

Tabla N° 02: Opinión del tributo

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Impuesto	27	32%
Gasto	55	65%
No sabe, no opina	3	4%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 02: Opinión del tributo



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

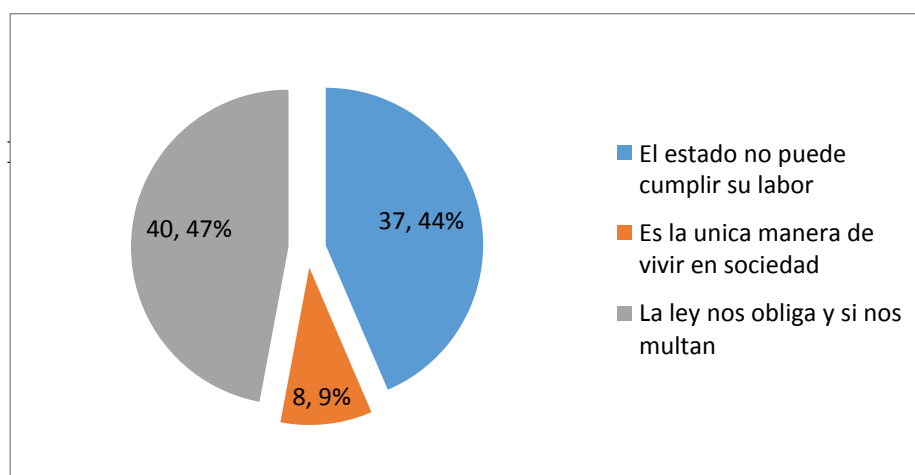
De los comerciantes encuestados, un 65% indicó que el tributo viene a hacer un gasto, un 32% indicó que es un impuesto y un 4% indicó no saber acerca de esto.

Tabla N° 03: Importancia del pago de impuestos

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Sin ellos el estado no puede cumplir su labor	37	44%
Es la única manera de vivir en sociedad	8	9%
La ley nos obliga y si no nos multan	40	47%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 03: Importancia del pago de impuestos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

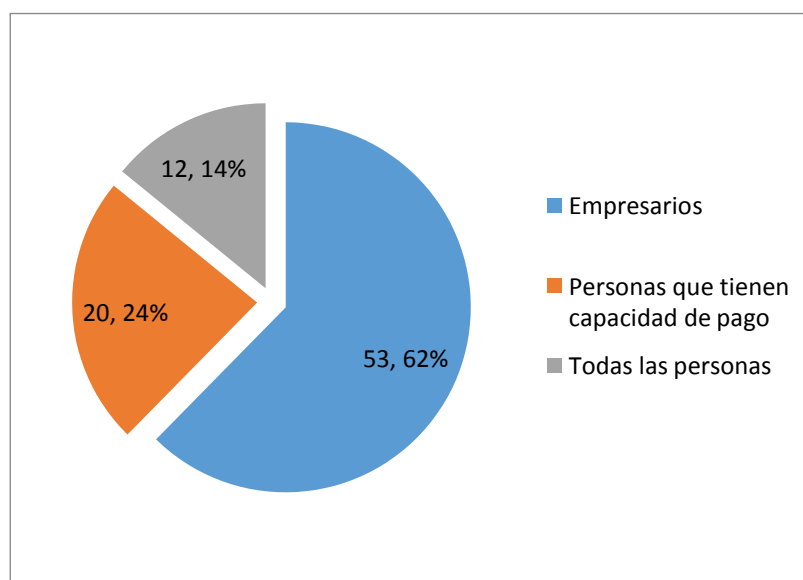
De los comerciantes encuestados, un 47% indicó que es importante pagar impuestos porque la ley los obliga y si no pagan los pueden multar, un 44% indicó que sin ellos el estado no podría cumplir su labor y solo un 9% indicó que es importante pagar porque es la única manera de vivir en sociedad.

Tabla N° 04: Deben pagar impuestos

Alternativas	Muestra	Porcentajes
Empresarios	53	62%
Personas que tienen capacidad de pago	20	24%
Todas las personas	12	14%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 04: Deben pagar impuestos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

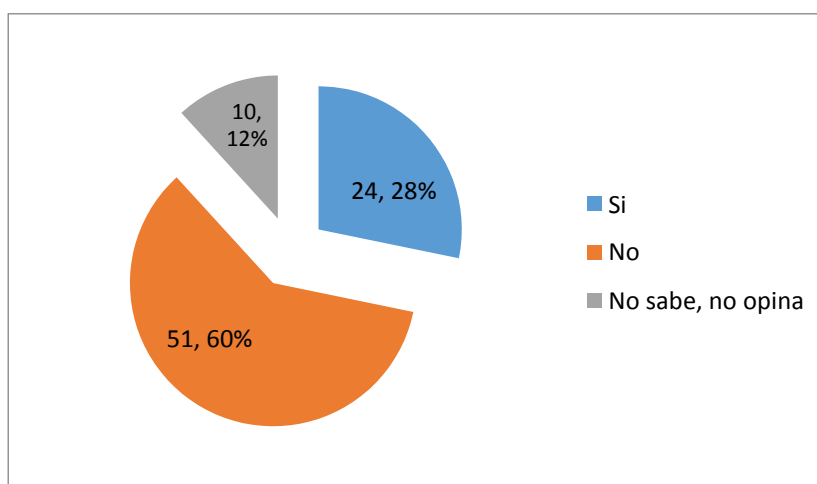
De los comerciantes encuestados, un 62% indicó que deben pagar impuestos solo los empresarios, un 24% indicó que solo las personas que tienen capacidad de pago son los que deben pagar impuestos y solo un 14% indicó que todas las personas deben pagar impuesto.

Tabla N° 05: Los comerciantes deben pagar impuestos

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Si	24	28%
No	51	60%
No sabe, no opina	10	12%
Total	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 05: Los comerciantes deben pagar impuestos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

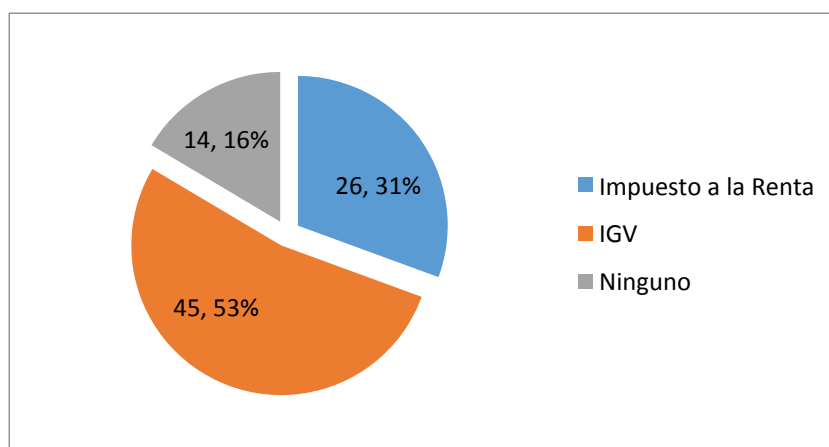
De los comerciantes encuestados, un 60% indicó que no deben de pagar impuestos los comerciantes, un 28% indicó que si deben de pagar los comerciantes y solo un 12% indicó no opina respecto a esto.

Tabla N° 06: Conocimiento de impuesto

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Impuesto a la Renta	26	31%
IGV	45	53%
Ninguno	14	16%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 06: Conocimiento de impuesto



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

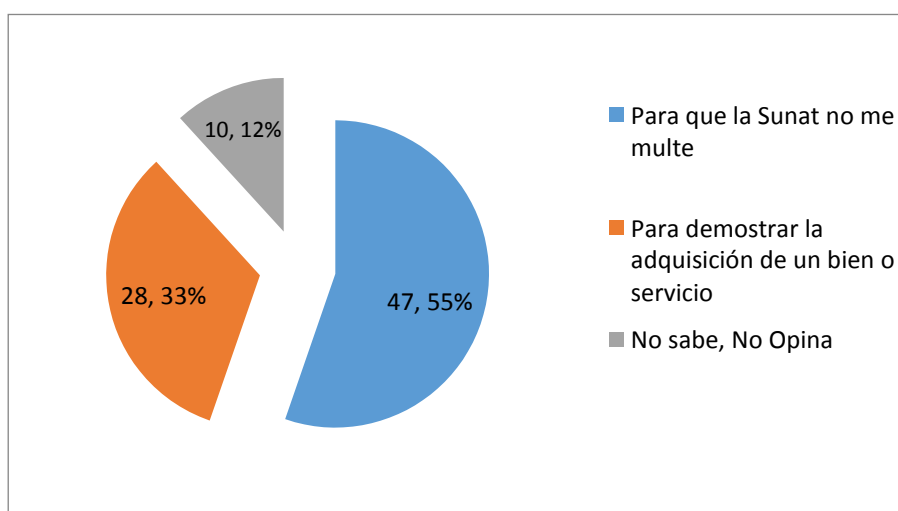
De los comerciantes encuestados, un 53% indicó que tienen conocimiento del IGV, un 31% indicó que tienen conocimiento sobre el impuesto a la Renta y solo un 16% indicó que no tiene conocimiento acerca de esto.

Tabla N° 07: Importancia de un comprobante

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Para que la Sunat no me multe	47	55%
Para demostrar la adquisición de un bien o servicio	28	33%
No sabe, No Opina	10	12%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 07: Importancia de un comprobante



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

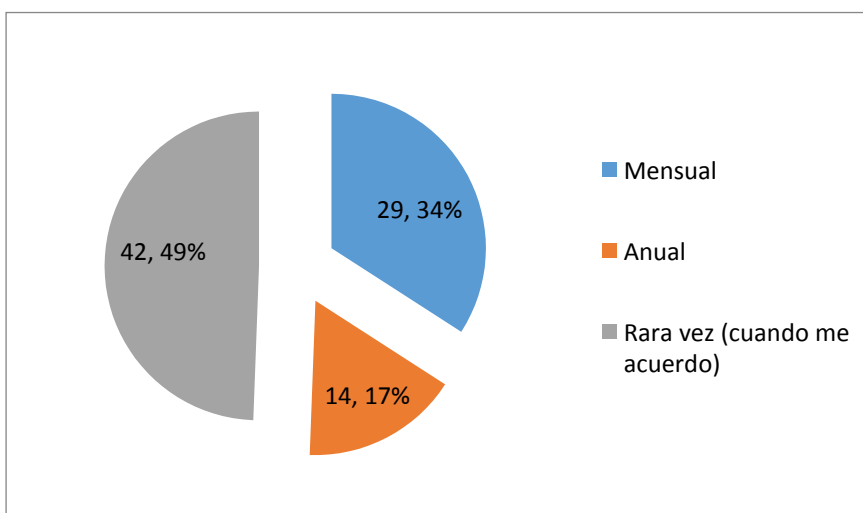
De los comerciantes encuestados, un 55% indicó que es importante el comprobante de pago para probar que pagan impuestos, un 33% indicó para que lleve un control de sus gastos que tiene conocimiento sobre el impuesto a la Renta y solo un 16% indica que no tiene conocimiento acerca de esto.

Tabla N° 08: Periodicidad del pago de impuestos

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Mensual	29	34%
Anual	14	16%
Rara vez (cuando me acuerdo)	42	49%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Gráfico N° 08: Periodicidad del pago de impuestos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

De los comerciantes encuestados, un 49% indicó que paga sus impuestos cuando se acuerda, un 34% indicó que paga mensualmente y un 16% indicó que paga una vez al año.

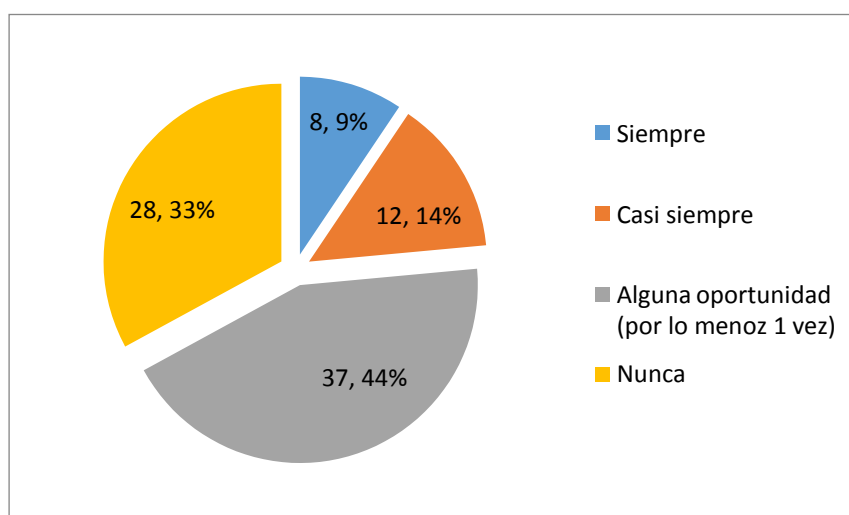
II. De los factores que influyen en la cultura tributaria

Tabla N° 09: Asistencia a charlas de Sunat

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Siempre	8	9%
Casi siempre	12	14%
Alguna oportunidad (por lo menos 1 vez)	37	44%
Nunca	28	33%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 09: Asistencia a charlas de Sunat



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

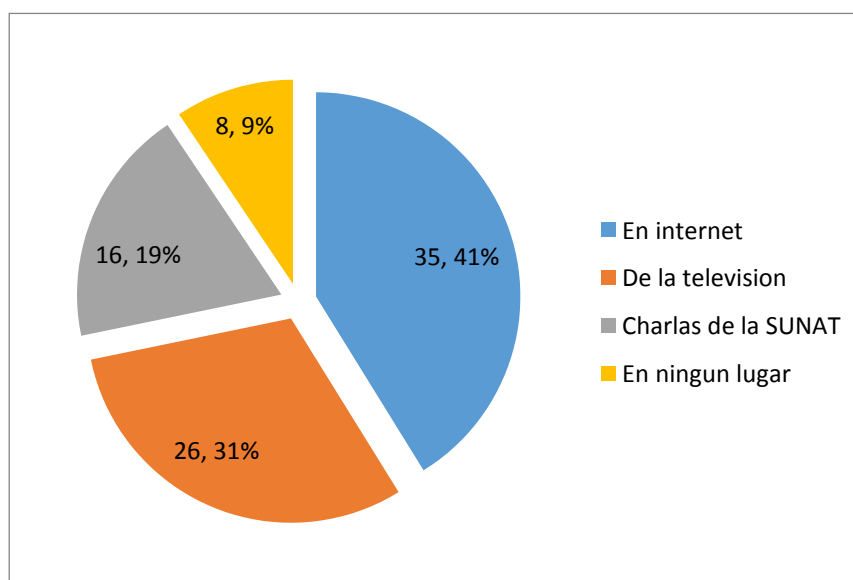
De los comerciantes encuestados, un 44% indicó que por lo menos una vez asistió a una charla de la Sunat, un 33% indicó que nunca asistió a una charla, un 14% asiste casi siempre y solo 9% asiste siempre.

Tabla N° 10: Aprendizaje en impuestos

Alternativas	Muestra	Porcentaje
En internet	35	41%
De la televisión	26	31%
Charlas de la SUNAT	16	19%
En ningún lugar	8	9%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 10: Aprendizaje en impuestos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

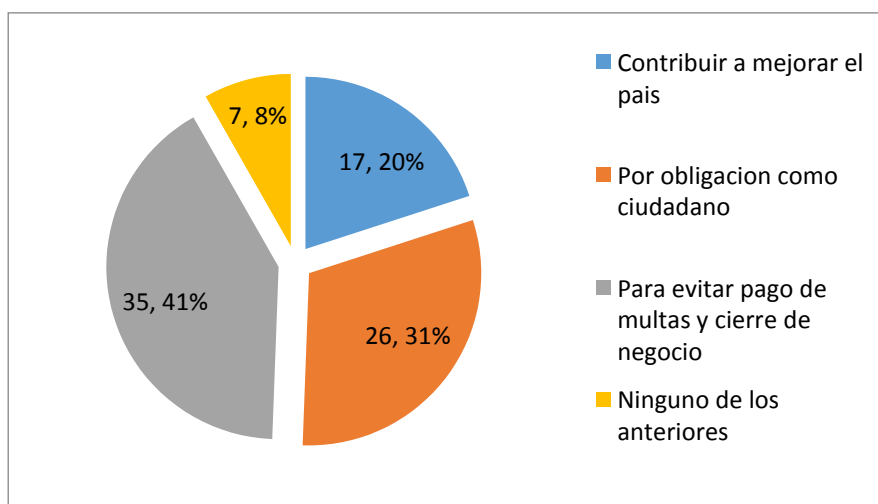
De los comerciantes encuestados, un 41% indicó que aprendió de los impuestos mediante internet, un 31% indicó que aprendió mediante la televisión, un 19% indicó aprender mediante charlas de la Sunat y un 9% indicó que aprendieron por otros medios.

Tabla N° 11: Razón por la cual se paga impuestos

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Contribuir a mejorar el país	17	20%
Por obligación como ciudadano	26	31%
Para evitar pago de multas y cierre de negocio	35	41%
Ninguno de los anteriores	7	8%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 11: Razón por la cual se paga impuestos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

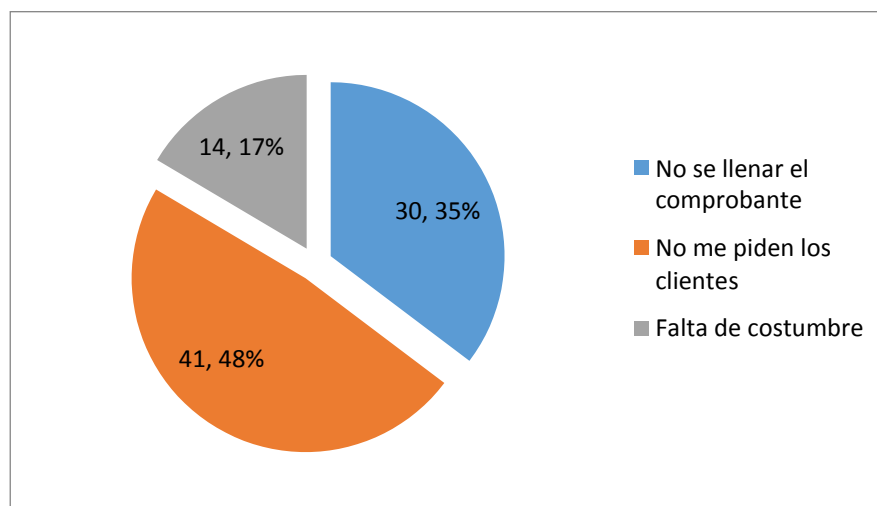
De los comerciantes encuestados, un 41% indicó que la razón por la cual paga sus impuestos es para evitar multas y cierre de su negocio, un 31% indicó que es porque tiene una obligación como ciudadano, un 20% indicó que es para contribuir con la mejora del país y un 8% indicó ninguno de las respuestas.

Tabla N° 12: Razones por la cual no emiten comprobantes de pago

Alternativas	Muestra	Porcentaje
No se llenar el comprobante	30	35%
No me piden los clientes	41	48%
Falta de costumbre	14	16%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 12: Razones por la cual no emiten comprobantes de pago



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

De los comerciantes encuestados, un 48% indicó que no emiten comprobantes de pagos porque sus clientes no lo piden, un 35% indicó que no saben llenar un comprobante de pago y un 16% indicó que no tienen costumbres de entregar.

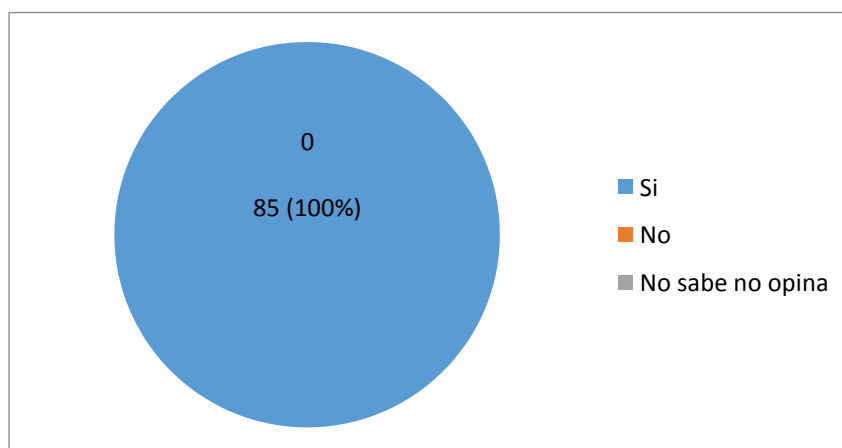
III. Del cumplimiento de las obligaciones tributarias

Tabla N° 13: Negocio formalizado (con ruc)

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Si	85	100%
No	0	0
No sabe no opina	0	0
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 13: Negocio formalizado (con ruc)



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

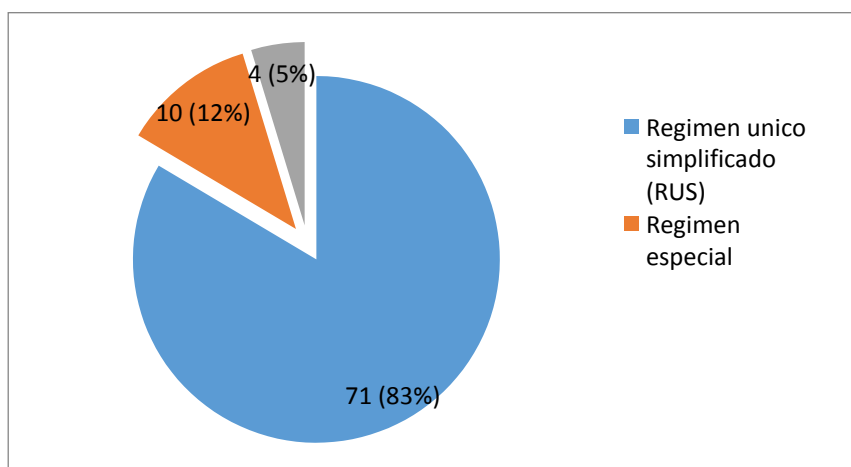
De los comerciantes encuestados, el 100% indicó que su negocio está formalizado.

Tabla N° 14: Régimen tributario

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Régimen único simplificado (RUS)	71	84%
Régimen especial	10	12%
Régimen general	4	5%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 14: Régimen tributario



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

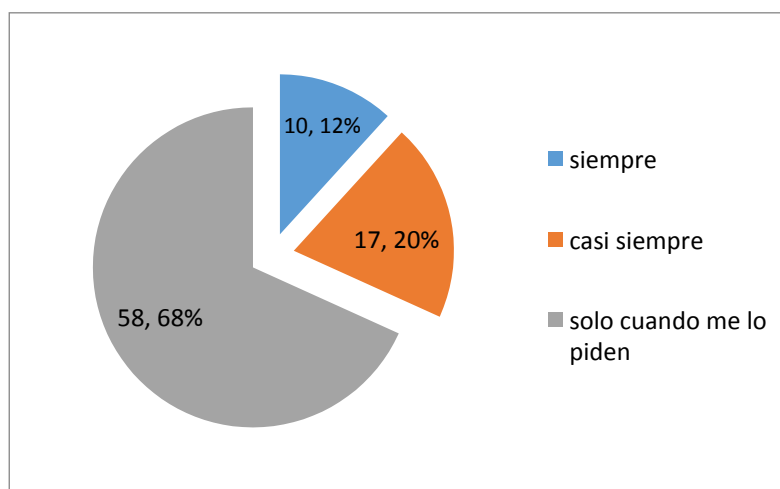
De los comerciantes encuestados, un 84% indico que se encuentran en el Régimen Único Simplificado, un 12% indico que se encuentra en el Régimen Especial y un 5% se encuentra en el Régimen General.

Tabla N° 15: Emisión de comprobantes de pago

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Siempre	10	12%
Casi siempre	17	20%
Solo cuando me lo piden	58	68%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 15: Emisión de comprobantes de pago



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

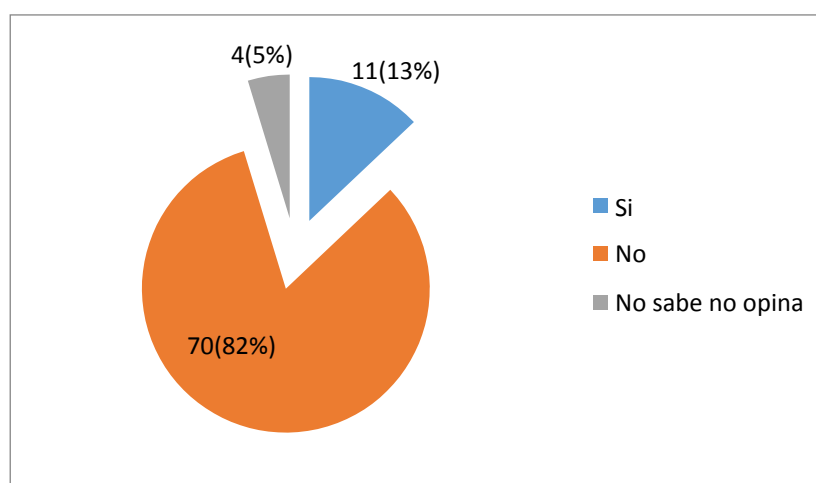
De los comerciantes encuestados, un 68% indicó que emiten comprobante de pago solo cuando se lo piden, un 20% indicó que casi siempre emiten sus comprobantes de pagos y solo un 12% indicó que siempre emiten sus comprobantes de pagos.

Tabla N° 16: Pago de impuestos voluntariamente

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Si	11	13%
No	70	82%
No sabe no opina	4	5%
TOTAL	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 16: Pago de impuestos voluntariamente



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

De los comerciantes encuestados, un 82% indicó que no pagaría sus impuestos si el estado no controlara, un 13% indicó que sí pagaría sus impuestos y solo un 5% indicó no saber acerca de esto.

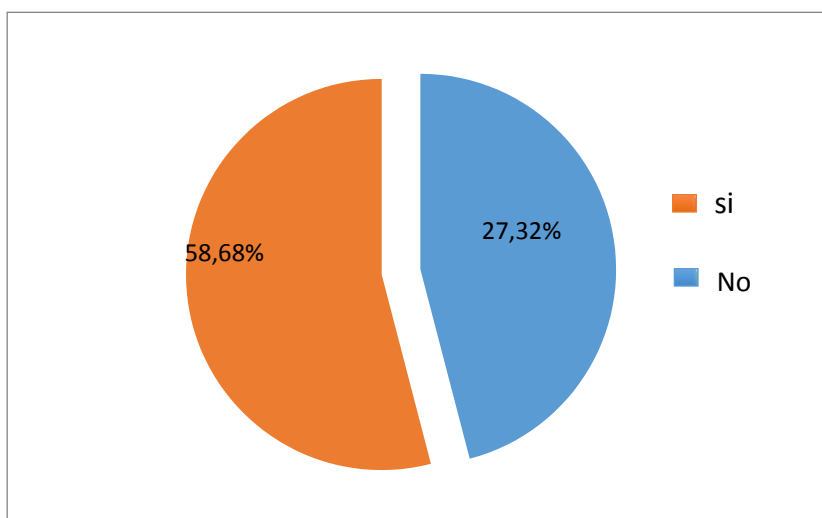
IV. De las causas del no cumplimiento de las obligaciones tributarias

Tabla N° 17: Cobro de impuestos excesivo

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Si	58	68%
No	27	32%
Total	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 17: Cobro de impuestos excesivo



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

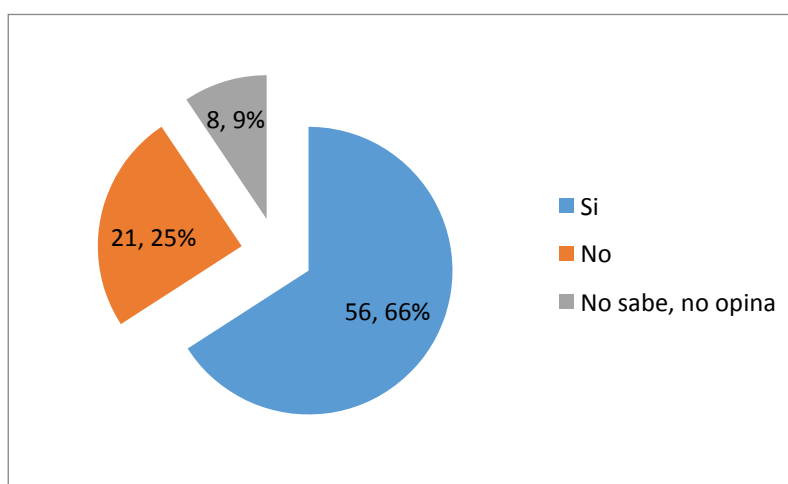
De los comerciantes encuestados, un 68% indicó que el cobro de los impuestos es excesivo y un 32% indicó que no es excesivo el cobro de los impuestos.

Tabla N° 18: Reducción de ingresos por el pago de impuestos

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Si	56	66%
No	21	25%
No sabe, no opina	8	9%
Total	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 18: Reducción de ingresos por el pago de impuestos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

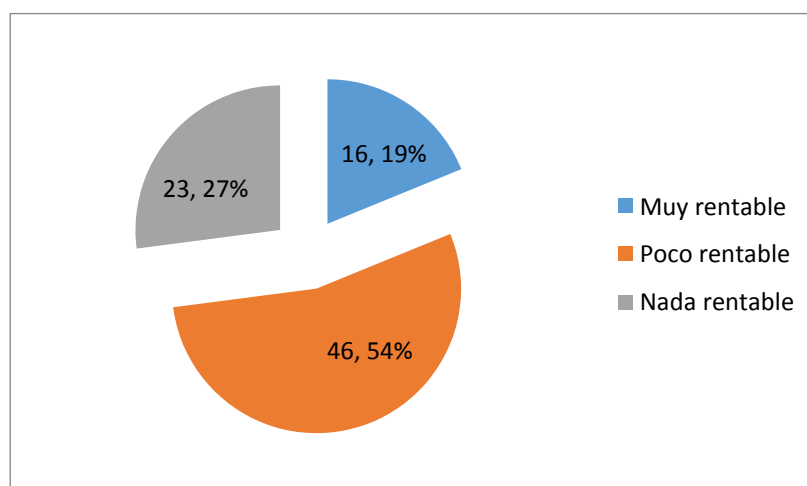
De los comerciantes encuestados, un 66% indicó que el pagar impuestos si reduce sus ingresos, un 25 % indicó que no reduce sus ingresos al realizar dichos pagos y solo un 9% indicó no saber acerca de esto.

Tabla N° 19: Calificación del negocio

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Muy rentable	16	19%
Poco rentable	46	54%
Nada rentable	23	27%
Total	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 19: Calificación del negocio



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

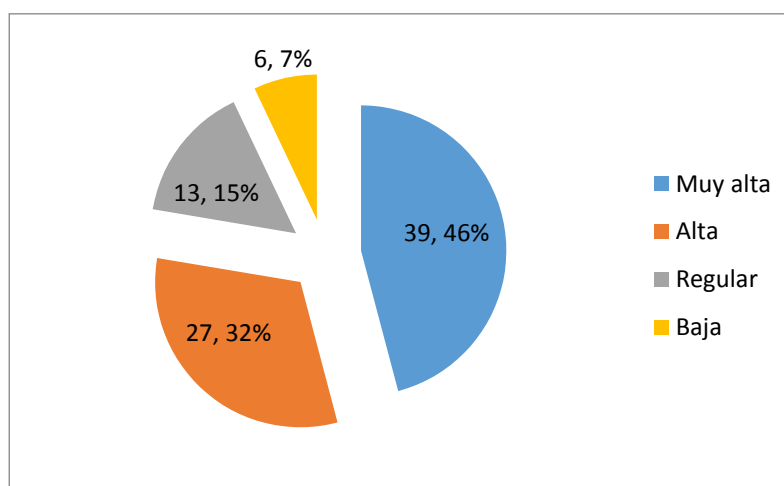
De los comerciantes encuestados, un 54% indico que su negocio es poco rentable, un 27% indico que su negocio es nada rentable y solo un 19% indico que su negocio si es rentable.

Tabla N° 20: Tasa de los impuestos

Alternativas	Muestra	Porcentaje
Muy alta	39	46%
Alta	27	32%
Regular	13	15%
Baja	6	7%
Total	85	100%

Fuente: Resultados de cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo Primera Planta de Barranca.

Grafico N° 20: Tasa de los impuestos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

De los comerciantes encuestados, un 46% indicó que la tasa de los impuestos es muy alta, un 32% indicó que la tasa de los impuestos es alta, un 15% indicó que la tasa es regular y solo un 7% indicó que la tasa es baja.

Capítulo IV: Análisis y discusión

41. Según tabla N°1 indica que el 55% de los comerciantes encuestados tienen educación secundaria, así mismo según tabla N°2 el 65% de los encuestados indican que el tributo viene hacer un gasto; en la tabla N°3 el 47% indica que pagan impuestos por que la ley les obliga, en la tabla N°4 el 62% de los comerciantes encuestados señalan también que solo los empresarios deberían de pagar impuestos y en la tabla N°8 el 49% de los comerciantes refieren que pagan sus impuestos solo cuando se acuerdan pues no tienen costumbre de hacerlo; frente a las respuestas dadas por los comerciantes puedo afirmar que no tienen cultura tributaria pues ella permite que cada persona conciba las obligaciones tributarias como un deber sustantivo dentro de una sociedad, es decir deben cumplir con sus obligaciones tributarias y recibir del estado la atención correspondiente, situación que coincide con (Burga Argandoña, 2015) quien en su investigación **“Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias En Las Empresas Comerciales Del Emporio Gamarra 2014”**, nos dice que si no hay una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país, no permitirá que los comerciantes cumplan con la programación de las obligaciones tributarias, también existirá falta de sensibilización de los contribuyentes e incurrirán en infracciones y sanciones tributarias.

42. Vemos en el cuadro N°9 que el 44% de los comerciantes manifestaron que en alguna oportunidad (al menos una vez) han asistido a la charla informativa sobre el pago de impuestos que da la SUNAT y un 33% nunca asistieron, y en el cuadro N°10 el 41% de los comerciantes aprendieron acerca de los impuestos a través del internet. En el cuadro N°11 el 41% de los comerciantes refieren que pagan sus impuestos para evitar pago de multas y cierre de negocio; y en el cuadro N°12 el 48% de los comerciantes no emiten comprobantes de pago porque los clientes no le piden; situación que coincide con la información de (Armas & Colmenares, 2009) quien nos manifiesta que es la administración tributaria quien debe diseñar los planes y medios para difundir la información relacionada con los tributos. Entre las principales estrategias se encuentran las informativas, tales como la entrega de dípticos, trípticos con información relacionada con el cumplimiento de la obligación tributaria, tenemos

también las participativas que es muy desarrollada en los últimos tiempos, mediante charlas, talleres y foros dirigidos a escolares en educación primaria, secundaria y universitaria; de ello concluyo que los factores que influyen en la cultura tributaria de los comerciantes están relacionados con la falta de información de primera fuente como es la Sunat.

43. Vemos en la tabla N°13 que el 100% de los comerciantes encuestados tienen su negocio formalizado y deberían de emitir sus comprobantes refiere que su negocio está en el Régimen RUS; asimismo en el cuadro N°15 el 68% de los comerciantes encuestados, refirieron que solo emiten comprobante de pago solo cuando le piden, el cuadro N°16 el 83% de los comerciantes encuestados refieren que si el estado no le controlaría el pago de sus impuestos ellos no lo pagarían de forma voluntaria, situación que coincide con (Camargo Hernandez, 2005) quien nos habla de que la evasión fiscal o tributaria es la disminución de un monto de tributo producido dentro de un país por parte de quienes estando obligados a abonarlo no lo hacen, y en cambio si obtienen beneficios mediante comportamientos fraudulentos. También se puede definir como el incumplimiento total o parcial por parte de los contribuyentes, en la declaración y pago de sus obligaciones tributarias. Hay quienes la definen como el acto de no declarar y pagar un impuesto en contradicción con la ley, mediante la reducción ilegal de los gravámenes por medio de maniobras engañosas. Los contribuyentes consideran un delito la evasión tributaria, la cual se torna en competencia desleal respecto de aquellos que no evaden. Están de acuerdo que haya un mayor control a la evasión de impuestos y sanciones para aquellos que incurrir en tal delito. Concluimos al calificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo primera planta Barranca encontramos que no cumplen con sus obligaciones a pesar de estar formalizados, tener comprobantes a la mano y no lo hacen.

44. En la tabla N°17 el 68% de los comerciantes refieren que los cobros de los impuestos son muy excesivos y en la tabla N°18 el 66% de los comerciantes encuestados manifiesta que al pagar sus impuestos reduciría sus ingresos, situación que observa también (Bonilla Seba, 2012) quien nos menciona de que el reto de la

administración tributaria esta en hacer entender a la ciudadanía la relación causal que existe entre el ciclo tributario y la distribución del gasto, evitando problemas tales como: la evasión, el contrabando, el fraude fiscal y el no pago de los tributos, garantizando la correcta fiscalidad. La cultura tributaria asume el compromiso de educar fiscalmente a la ciudadanía, facilitando el cumplimiento de las responsabilidades del contribuyente y haciéndolo consciente del buen uso de los bienes públicos. Frente a lo expuesto se identifica que las causas del no cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo primera planta Barranca se debe a la falta de una conciencia tributaria, pues no asumen que el pago de sus impuestos es una responsabilidad que debe ser cumplida por todos los comerciantes.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones:

- 5.1.1.** Al valorar la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo primera planta Barranca podemos concluir que no tienen cultura tributaria, pues no conciben las obligaciones tributarias como un deber sustantivo sino como una imposición, a esto se añade el poco conocimiento que tienen acerca de los tributos ya que lo consideran como un gasto que perjudica sus ingresos y tratan de evitarlo, reflejándose ello en el tiempo de pago de sus impuestos.
- 5.1.2.** Al conocer los factores que influyen en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo primera planta barranca encontramos que uno de los factores es que no tienen una información clara, precisa y amplia de sus obligaciones tributarias, por lo que actúan de forma obligada y no consiente al pagar sus impuestos solo para evitar multas y cierre de sus negocios. Esto se ve evidenciado cuando no emiten su comprobante de pago a todos sus clientes, justificándose que no entregan porque no le piden. Al no tener información oportuna de parte de la Sunat ellos solo se informan a través de las redes sociales, la cual no es la adecuada, desarrollando una débil cultura tributaria.
- 5.1.3.** Al calificar el no cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado modelo primera planta Barranca vemos que todos tienen su negocio formalizado y en su mayoría están ubicados en el Régimen Único Simplificado (RUS), pero al momento de vender sus productos no emiten sus comprobantes de pago, y si lo hacen no lo hacen de forma voluntaria, evidenciándose una vez más que no tienen una cultura tributaria que les ayude al cumplimiento consiente de sus obligaciones tributarias sino forzado.

5.14 Cuando identificamos las causas del no cumplimiento de las obligaciones tributarias, encontramos que no cumplen con sus obligaciones pues consideran que los impuestos son excesivos, que reduciría sus ingresos, pues consideran que su negocio es poco rentable y la tasa de los impuestos muy altos.

La investigación concluye ante todo lo expuesto que si existe influencia de la cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado modelo primera planta Barranca.

5.2. Recomendaciones:

- 521.** Es necesario que la Administración Tributaria (SUNAT) emplee nuevas estrategias que animen e impulsen a los comerciantes a cumplir con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria, asíéndoles sentir que la SUNAT va a estar apoyando al contribuyente para que este tenga un comportamiento ejemplar ante el Estado, ya que de esta manera contribuiremos al crecimiento y desarrollo del país.
- 522.** Para mejorar la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo primera planta Barranca la administración tributaria (SUNAT) deberá diseñar planes y medios para difundir la información relacionada con los tributos, utilizando principales estrategias, tales como la entrega de dípticos, trípticos con información relacionada con el cumplimiento de la obligación tributaria, asimismo debería desarrollar charlas, talleres y foros cada quince días y en locales céntricos que cuenten con una amplia capacidad para concentrar a una gran cantidad de ciudadanos. De igual manera la Administración Tributaria (SUNAT) debería de realizar convenios de cooperación con las autoridades educativas de las Universidades con el objetivo de capacitar en temas tributarios a estudiantes universitarios, los cuales luego podrán poner en práctica lo aprendido brindando asesoría fiscal a las personas de su comunidad.
- 523.** Ante el reducido porcentaje en la emisión de comprobantes de pagos por parte de los comerciantes de la primera planta Mercado Modelo de Barranca, la Administración Tributaria (SUNAT) debería de implementar más incentivos aparte del que ya existe que viene hacer el sorteo de comprobantes de pagos y difundirlo de forma masiva, ya que a la fecha la mayoría de comerciantes de la primera planta Mercado Modelo de Barranca desconocen de este incentivo, para que de esta manera se vaya creando poco a poco conciencia tributaria en ellos.

524. La administración Tributaria (SUNAT) debería de crear programas de Transparencia Fiscal, en el cual explicarían como se distribuyen los impuestos que se recaudan, cuál es su destino puntual y los beneficios que se obtiene directamente como contribuyente, explicar de igual manera que los impuestos no son excesivos, sino que son justos para la sostenibilidad del estado, creando así la mentalidad de los comerciantes y generando conciencia ante el pago de sus obligaciones tributarias.

Capítulo VI: Referencias bibliográficas

Aguirre Avila, A. & Silva Tongo, O. (2013). *Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo - año 2013*. Tesis Pre grado. Universidad Privada Antenor Orrego. Perú.

Aldana & Paucar. (2014). *Análisis de estrategias tributarias aplicadas para la recaudación de tributos en la intendencia regional - año 2014*. Tesis Pre grado. Universidad Nacional Del Centro Del Perú.

Almonte, k. (2016, 25 noviembre). Mercado oferta y demanda. Recuperado de <http://www.eoi.es/blogs/karlasugeilyalmonete/2011/12/15/mercado-oferta-y-demanda/>

Asesor empresarial (2016, 25 de noviembre). Comprobantes de Pagos Electronicos. Recuperado de <http://aempresarial.com/web/adicionales/demo/lv-2014/files-lv2014/pdf/cont-03-comprobantes-pago-electronico.pdf>

Basauri, r. (2016, 22 de noviembre). IGV e ISC. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/347126396/IGV-e-ISC-Analisis-y-Applicacion-Practica-Eco-Rita-Basauri-Lopez>

Burga Argandoña, M. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra - año 2014*. Tesis Pre grado. Universidad De San Martin De Porres. Perú.

Cardenas Lopez, A. (2012). *La cultura tributaria en un grupo de actividad economica informal en la provincia de Pichincha - año 2012*. Tesis Pre grado. Universidad Politecnica Salesiana. Ecuador.

Chávez Balvin, M. & Tadeo Caso, V. (2014). *Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado modelo de Huancayo - año 2014*. Tesis Pre grado. Universidad Nacional Del Centro Del Perú.

Estela, m. (25 noviembre 2016). Perú y la Tributación. *Mes*. Recuperado de <http://repositorio.sunat.gob.pe/bitstream/handle/10000/38/el%20peru%20y%20la%20tributacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Formación cívica y ciudadana. (22 noviembre 2016). Cumplimiento voluntario de los tributadores [Mensaje de blog]. Recuperado de <http://formaciondeugartinos.blogspot.com/>

Ganto, r. (2016). *deperu.com*. Peru. Recuperado de <http://www.deperu.com/contabilidad/los-regimenes-tributarios-de-la-sunat-4834>

Gómez, I. & Macedo, J. (2016, 22 de Noviembre). La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/6410/5632>

Ortiz Balaguera, L. (2016). *Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes en el mercado público del municipio Ocaña frente al impuesto de industria y comercio - año 2016*. Tesis Pre grado. Universidad Francisco De Paula Santander. Colombia.

Palomino, C. (2010). *Contabilidad básica*. Lima: Calpa-Lima.

Quintanilla De La Cruz, E. (2014). *La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en el Perú y Latinoamérica - año 2014*. Tesis Pre grado. Universidad De San Martín De Porres.

Rengifo Lara, Y. (2014). *"Infracciones y Sanciones Tributarias"*. Lima: Entrelíneas S.R.Ltda.

Robles, C. & Ruiz, F. (27 noviembre 2016). Tributo, El Código Tributario y el Tribunal Constitucional. *Área Tributaria*. Recuperado de http://www.aempresarial.com/web/revitem/1_9912_00916.pdf

SUNAT. (2006). "La Gestión de la Sunat en los últimos cinco años: Principales logros y avances". 23-122.

Sunat. (15 de 10 de 2014). *Sunat*. Recuperado el 03 de 11 de 2016, de http://www.sunat.gob.pe/institucional/publicaciones/revista_tributemos/tribut114/informe_1.htm

UNESCO. (2016). *Oficina de la Unesco en México*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016, de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

ANEXOS

Matriz de Consistencia

- TÍTULO** : Cultura tributaria y obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta Barranca
- PROBLEMA** : ¿Cómo influye la Cultura Tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca, año 2016?
- HIPÓTESIS GENERAL** : Existe influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca.
- OBJETIVO GENERAL** : Determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta Barranca, año 2016.

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Sub indicadores	Metodología	Técnicas Instrumentos
<ul style="list-style-type: none"> • Valorar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca, año 2016. • Calificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca, año 2016. • Conocer los factores que influyen en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca, año 2016. • Identificar las causas del no cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Modelo primera planta, distrito de Barranca, año 2016. 	<p>VARIABLE I. Cultura Tributaria:</p> <p>Es el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones.</p> <p>VARIABLE D. Obligaciones Tributaria</p>	Conciencia Tributaria	<ul style="list-style-type: none"> • Interiorización de los deberes tributarios • Cumplir de manera voluntaria • Beneficios para la sociedad 	Por su objetivo: Descriptiva	Técnica:
		Factores que influyen en la cultura Tributaria	<ul style="list-style-type: none"> • Información recibida • Razón por la que paga sus impuestos • Razón por la que no emite comprobante de pago 		
		Cumplimiento de las obligaciones tributarias	<ul style="list-style-type: none"> • Formalización de su negocio • Régimen tributario en la que se encuentra • Emisión de comprobante de pago • Pago voluntario de impuestos 	Por su diseño: No experimental	Instrumento:
		Causas del no cumplimiento de las obligaciones tributarias	<ul style="list-style-type: none"> • Cobro excesivo de impuestos • Reducción de sus ingresos • Calificación de su negocio • Tasa de los impuestos 	Por el tiempo: Transversal.	

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: CUESTIONARIO DE LAS VARIABLES DE ESTUDIO que hace parte de la investigación titulada:

CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS C. DEL M. M. P.P. BARRANCA.

La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de la Tesis como de sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ: TITO ARMANDO JARA PATUELLO

FORMACION ACADEMICA: CONTADOR PUBLICO COLEGIADO, MAESTRO EN CONTABILIDAD

AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: ASESORIA EN GESTION TRIBUTARIA Y CONTABLE

TIEMPO: 10 AÑOS CARGO ACTUAL: DOCENTE

INSTITUCION: UNIVERSIDAD SAN PEDRO

Objetivo de la investigación:

DETERMINAR LA INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS C. DEL M. M. P.P. DISTRITO DE BARRANCA.


De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACION	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión total. - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro. - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante.

TITULO DE LA TESIS: CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO PRIMERA PLANTA BARRANCA.

DIMENSION	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	SUBTOTAL	TOTAL	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un item por favor indique)
CONCIENCIA TRIBUTARIA	1. Con que nivel de estudio cuenta usted?	100%	75%	75%	75%	81.25%		
	2. ¿Que entiende usted por tributo?	100%	100%	50%	100%	87.50%		
	3. Indique Usted ¿Por qué es importante pagar impuesto?	100%	75%	50%	50%	68.75%		
	4. ¿Quiénes deben pagar impuestos?	100%	100%	50%	50%	75%		
	5. ¿Considera usted que los comerciantes deben pagar impuestos?	100%	75%	75%	75%	81.25%	82.03%	
	6. Tiene conocimiento sobre alguno de los siguientes Impuestos?	100%	75%	50%	100%	81.25%		
	7. Indique usted ¿Para que sirve un Comprobante de Pago?	100%	75%	100%	50%	81.25%		
	8. ¿Cada que tiempo paga usted sus impuestos?	100%	100%	100%	100%	100%		
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CULTURA TRIBUTARIA	1. Ha asistido usted a alguna charla informativa sobre el pago de los impuestos por parte de la SUNAT?	100%	75%	75%	75%	81.25%		
	2. Donde aprendió acerca de los Impuestos?	100%	100%	75%	100%	93.75%		
	3. Cual de las siguientes opciones considera Ud. Que es la razón por la cual paga sus impuestos?	100%	75%	75%	50%	75%	87.50%	
	4. Indique usted. Cuales son las razones por el cual el comerciante no emite comprobante de pago?	100%	100%	100%	100%	100%		
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	1. Su negocio esta formalizado (tiene RUC)?	75%	100%	100%	75%	87.50%		
	2. ¿En que régimen tributario se encuentra su negocio?	100%	100%	75%	100%	93.75%		
	3. Emite comprobante de pago al momento de vender sus productos?	75%	100%	75%	50%	75%	89.06	
	4. ¿Si el estado no controlaría el pago de sus impuestos y no le multaría por no hacerlo, Ud. Pagaría sus impuestos en forma voluntaria?	100%	100%	100%	100%	100%		
CAUSAS DEL NO CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	1. ¿Considera usted que el cobro de los impuestos es excesivo?	100%	75%	100%	75%	87.50%		
	2. Cree usted que al pagar los impuestos reduce sus ingresos?	100%	100%	75%	100%	93.75%	92.19%	
	3. Como califica usted su negocio?	100%	75%	75%	100%	87.50%		
	4. Como cree que es la tasa de los Impuestos?	100%	100%	100%	100%	100%		
TOTAL						87.77%	88%	

ASPECTOS GENERALES:

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrument contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.	X		
Los items permiten el logro del objetivo de la investigacion.	X		
Los items estan distribuidos en forma logica y secuencial.	X		
El numero de items es suficiente para recoger la informacion. En caso de ser negative su resouesta, sugiera los items a añadir.	X		
Hay alguna dimension que hace parte del constructor y no fue evaluada.	X		
VALIDEZ			
APLICABLE			S NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			S NO
Validado por: Mg. EDCC TITO A. JARA PAJUEL		Fecha: 04 / 11 / 2016	
Firma: 	Telefono: 999120014	Email: Jarpati_05@hotmail.com	

LEYENDA:

NIVEL	DESCRIPCION	PESO
4	Muy Bueno	100%
3	Bueno	75%
2	Regular	30%
1	deficiente	25%

Cuestionario

Instrucciones:

A continuación le presentamos una serie de proposiciones, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista.

Datos generales

Edad: _____

Sexo: M

F

I. De la cultura tributaria

1.1. ¿Con que nivel de estudio cuenta usted?

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior

1.2. ¿Qué entiende usted por tributo?

- a) Impuesto
- b) Gasto
- c) No sabe

1.3. Indique usted ¿Por qué es importante pagar impuesto?

- a) Porque sin ellos el estado no puede cumplir su labor de estado (construcción de carreteras, escuelas, etc.).
- b) Porque es la única manera de vivir en sociedad, crecer y desarrollarnos como estado.
- c) Porque la ley nos obliga y si no nos multa.

1.4. ¿Quiénes deben pagar impuestos?

- a) Los empresarios
- b) Las personas que tengan capacidad de pago
- c) Todas las personas

1.5. ¿Considera usted que los comerciantes deben pagar impuesto?

- a) Si
- b) No
- c) No se

1.6. ¿Tiene conocimiento sobre alguno de los siguientes impuestos?

- a) Impuesto a la Renta
- b) Impuesto General a las Ventas (IGV)
- c) Desconozco

1.7. Indique usted ¿Para qué sirve un comprobante de pago?

- a) Para probar que pague impuestos
- b) Para llevar el control de mis gastos
- c) Desconozco

1.8. ¿Cada que tiempo paga usted sus impuestos?

- a) Mensual
- b) Anual
- c) Rara vez (cuando me acuerdo)

II. De los factores que influyen en la cultura tributaria

2.1. ¿Ha asistido usted a alguna charla informativa sobre el pago de los impuestos por parte de la SUNAT?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Alguna oportunidad (por lo menos 1 vez)
- d) Nunca

2.2. ¿Dónde aprendió acerca de los impuestos?

- a) En el centro educativo
- b) De la televisión
- c) Charlas de la SUNAT
- d) En ningún lugar

2.3. ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que es la razón por la cual paga sus impuestos?

- a) Contribuir a mejorar el país
- b) Por obligación como ciudadano
- c) Para evitar pago de multas y cierre del negocio
- d) Ninguna de las anteriores

2.4. Indique usted ¿Cuáles son las razones por el cual el comerciante no emite comprobante de pago?

- a) No se llenar el comprobante
- b) No me piden los clientes
- c) Falta de costumbre

III. Del cumplimiento de las obligaciones tributarias

3.1. ¿Su negocio esta formalizado (tiene RUC)?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe, no opina

3.2. ¿En qué régimen tributario se encuentra su negocio?

- a) Régimen único simplificado (RUS)
- b) Régimen Especial
- c) Régimen General

3.3. ¿Emite comprobante de pago al momento de vender sus productos?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Solo cuando me lo piden

3.4. ¿Si el estado no controlaría el pago de sus impuestos y no le multaría por no hacerlo, usted pagaría sus impuestos en forma voluntaria?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe

IV. de las causas del no cumplimiento de las obligaciones tributarias

4.1. ¿Considera usted que el cobro de los impuestos es excesivo?

- a) Si
- b) No

4.2. ¿Cree usted que al pagar los impuestos reduce sus ingresos?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe, no opina

4.3. ¿Cómo califica usted su negocio?

- a) Muy rentable
- b) Poco rentable
- c) Nada rentable

4.4. ¿Cómo cree que es la tasa de los impuestos?

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