



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



**“CULTURA TRIBUTARIA Y SU REPERCUSIÓN EN EL
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE
LA ASOCIACIÓN UNIFICADA MERCADO PLAZA VARIEDADES
DEL MERCADO PROGRESO PUNO-2018”**

TESIS

PRESENTADA POR:

MARIANA LUZMERY MAQUERA ARCATA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO – PERÚ

2021



DEDICATORIA

A Dios, por su amor y su infinita misericordia, a mi hija Aliss (C.M.) y mi niño Jael (1221) que nos cuida desde el cielo, que son mi motor y motivo de seguir adelante en el logro de mis metas y objetivos.

A mis docentes; quienes me transmitieron sus conocimientos para el bien de mi formación profesional, Sin ellos, no hubiese podido conseguir lo que hasta ahora eh logrado. Con muchas ganas de seguir y destacar

A mis padres Juan y Celia, hermanos, Henry y Leytse, por haberme brindado su apoyo incondicional en mi formación profesional, siempre les estaré eternamente agradecida.



AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente al Dios todo poderoso por haberme brindado salud, fe, sabiduría necesaria y a mi Familia porque me dieron la fuerza suficiente en los momentos más difíciles para terminar esta carrera profesional.

A nuestra querida Universidad Nacional del Altiplano, a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, un agradecimiento muy especial a todos los Docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad que a lo largo de la vida Universitaria nos alentaron a ser buenos profesionales, a ser emprendedores y prestar servicio a la sociedad.

MUCHAS GRACIAS.
MARIANA...!



ÍNDICE GENERAL

Pág.

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 10

ABSTRACT..... 11

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 13

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 15

1.2.1. Problema General 15

1.2.2. Problemas Específicos 15

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN 16

1.3.1. Hipótesis General: 16

1.3.2. Hipótesis Específicas: 16

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO..... 16

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 17

1.5.1. Objetivo General: 17

1.5.2. Objetivos Específicos: 17

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 18



2.2. MARCO TEÓRICO.....	21
2.2.1. CULTURA	21
2.2.2. CULTURA TRIBUTARIA	21
2.2.3. CONCIENCIA TRIBUTARIA	24
2.2.4. EDUCACIÓN TRIBUTARIA	29
2.2.5. TRIBUTOS.....	33
2.2.6. ADMINISTRACIÓN DE LOS TRIBUTOS.....	35
2.2.7. CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	45
2.2.8. INFRACCIÓN TRIBUTARIA	57
2.2.9. COMPROBANTES DE PAGO	59
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	61

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO	64
3.2. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO	64
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO	65
3.3.1. POBLACIÓN	65
3.3.2. MUESTRA	66
3.4. PROCEDIMIENTOS	67
3.4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	67
3.4.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	67
3.4.3. MÉTODOS.....	68
3.4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	69
3.4.5. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS.....	70
3.5. VARIABLES	71



3.5.1. Variables para la hipótesis general	71
3.5.2. Variables para la hipótesis específica.....	71

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS.....	72
4.2 DISCUSIÓN	134
V. CONCLUSIONES.....	140
VI. RECOMENDACIONES	142
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	144
ANEXOS.....	151

TEMA: Cultura Tributaria

ÁREA : Sistema Tributario Nacional

FECHA DE SUSTENTACIÓN 28 DE DICIEMBRE

2021



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Detalle de la población	65
Tabla 2: Determinación de la muestra	67
Tabla 3: Declaración de ingresos.....	73
Tabla 4: Cumplimiento del pago de impuestos	76
Tabla 5: Motivo de no pagar impuestos	79
Tabla 6: Percepción de los tributos.....	82
Tabla 7: Pagar impuestos contribuye al desarrollo del país	85
Tabla 8: Conocimiento de obligaciones tributarias	88
Tabla 9: Inscripción en el RUC	91
Tabla 10: Régimen al que pertenecen.....	94
Tabla 11: Emisión de comprobantes.....	97
Tabla 12: Declaraciones y pagos de impuesto.....	100
Tabla 13: Conocimientos tributarios	103
Tabla 14: Capacitación por parte de la SUNAT	106
Tabla 15: Seminarios gratuitos	109
Tabla 16: Educación cívica tributaria en los Colegios	112
Tabla 17: La educación como generador de conciencia tributaria	115
Tabla 18: Conocimiento de comprobantes	118
Tabla 19: Conocimiento de impuestos	121
Tabla 20: Exige comprobante de pago	124
Tabla 21: Conocimiento de sanciones tributarias	127



ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: Declaración de ingresos	74
Figura 2: Cumplimiento del pago de impuestos.....	77
Figura 3: Motivo de no pagar impuestos	80
Figura 4: Percepción de los tributos	83
Figura 5: Pagar impuestos contribuye al desarrollo del País.....	86
Figura 6: Conocimiento de obligaciones tributarias.....	89
Figura 7: Inscripción en el RUC.....	92
Figura 8: Régimen al que pertenecen	95
Figura 9: Emisión de comprobantes	98
Figura 10: Declaraciones y pagos de impuesto	101
Figura 11: Conocimientos tributarios.....	104
Figura 12: Capacitación por parte de la SUNAT	107
Figura 13: Seminarios gratuitos.....	110
Figura 14: Educación cívica tributaria en los Colegios.....	113
Figura 15: La educación como generador de conciencia tributaria.....	116
Figura 16: Conocimiento de comprobantes.....	119
Figura 17: Conocimiento de impuestos	122
Figura 18: Exige comprobante de pago.....	125
Figura 19: Conocimiento de sanciones tributarias	128



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- (TUO)** : Texto Único Ordenado.
- (SUNAT)** : Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.
- (RUC)** : Registro único de contribuyentes.
- (LIR)** : Ley del Impuesto a la Renta.
- (NRUS)** : Nuevo Régimen único simplificado.
- (IGV)** : Impuesto General a la Ventas.
- (UNESCO)** : La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.



RESUMEN

El presente trabajo de Investigación se realizó con el objetivo de determinar en nivel de cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018. El tipo de investigación fue explicativa causal, con diseño no experimental; los métodos de investigación utilizados fueron el analítico, sintético y deductivo; se tuvo una muestra de 84 comerciantes dedicados a la venta de ropas y como instrumento de medición se utilizó el cuestionario, luego se procedió al análisis e interpretación de los datos. Los resultados presentados nos permiten establecer que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes es bajo, debido a la falta de capacitación y orientación tributaria por parte de la SUNAT, el cual influye negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, donde se observa que el 51% de los comerciantes desconoce los impuestos y tienen un conocimiento erróneo sobre los comprobantes. En cuanto al incumplimiento de obligaciones tributarias es debido a la falta de conciencia tributaria de los comerciantes el cual incide negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones con el estado, ya que el 55% de los encuestados manifiesta que no cumplirían con pagar sus impuestos si estos no fueran obligatorios, esto evidencia el bajo nivel de conciencia tributaria de los comerciantes por una percepción negativa frente al Estado. Finalmente, el 98% de los comerciantes no cuentan con RUC ni efectúa la declaración y pago ante la Administración Tributaria.

Palabras claves: Cultura tributaria, obligaciones, conciencia y educación.



ABSTRACT

This research work was carried out with the objective of determining the level of tax culture and its impact on compliance with the tax obligations of the Unified Association Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018. The type of research was causal explanatory, with a non-experimental design; the research methods used were analytical, synthetic and deductive; there was a sample of 84 merchants dedicated to the sale of clothes and the questionnaire was used as a measuring instrument, then the data was analyzed and interpreted. The results presented allow us to establish that the level of tax culture of merchants is low, due to the lack of training and tax orientation by SUNAT, which negatively influences the fulfillment of their tax obligations, where it is observed that the 51% of merchants are unaware of the taxes and have a wrong knowledge about the receipts. Regarding non-compliance with tax obligations, it is due to the merchants' lack of tax awareness, which negatively affects the fulfillment of their obligations to the state, since 55% of those surveyed state that they would not comply with paying their taxes if they were not mandatory, this shows the low level of tax awareness of merchants due to a negative perception of the State. Finally, 98% of the merchants do not have RUC nor do they make the declaration and payment before the Tax Administration.

Keywords: Tax culture, obligations, awareness and education.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Desde tiempos antiguos la recaudación de impuestos ha sido una herramienta valiosa del Estado para poder realizar sus funciones y afrontar sus gastos sociales del País; sin embargo, en los últimos tiempos se observa un bajo nivel de cultura tributaria ya que aún existe una elevada evasión tributaria que ha incidido en una baja recaudación a causa de la falta de conciencia tributaria con su país. Tal como es en el caso del Estado Peruano que los ciudadanos no están preparados para cumplir con su rol ante la sociedad, esto es debido a la falta de cultura tributaria que viene a ser un resumen de la conciencia y la educación que nacen de su identidad propia y de su hogar, es por ello que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) tiene como misión luchar contra la evasión tributaria y la informalidad, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica en nuestro país.

La ciudad de Puno es el reflejo de la realidad acerca de la cultura tributaria que se carece en el Perú ya que la gran parte de comerciantes no conoce el fin de los tributos y cuáles son sus obligaciones incurriendo así en la evasión tributaria. Es por ello, que realizamos el presente trabajo de investigación titulado: “Cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso”, que busca analizar la problemática existente en cuanto a la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones. Por lo cual se planteó el siguiente problema general: ¿De qué manera la cultura tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018? Para responder a la pregunta general se planteó el siguiente objetivo general: Determinar el nivel de cultura



tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018. Por lo cual se planteó la siguiente hipótesis: El bajo nivel de cultura tributaria repercute negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno -2018.

La presente investigación, se desarrolla por capítulos de la siguiente forma:

CAPÍTULO I: En este apartado se desarrolla la “Introducción”, en ella incluye el planteamiento del problema, hipótesis, justificación, y objetivos de la investigación.

CAPÍTULO II: Comprende los Antecedentes de la investigación, Marco teórico y el Marco conceptual.

CAPÍTULO III: Este capítulo hace referencia a “materiales y métodos”, se incluye la ubicación geográfica, población y muestra, los métodos a utilizar, el tipo y diseño de investigación, la técnica e instrumento para la recolección de información y las variables de la investigación.

CAPÍTULO IV: El capítulo comprende “resultados y discusión”, relacionado con el análisis y exposición de resultados, contrastación de hipótesis, y discusión de la investigación.

Finalmente se presenta las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y sus anexos correspondientes.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el transcurrir del tiempo observamos que en todos los países se lucha contra la evasión tributaria e informalidad debido al gran impacto que posee en la estabilidad económica, como es en el caso del Estado Peruano que tiene como uno



de sus deberes fundamentales promover el bienestar general de la Nación; es decir, debe garantizar que la población sea beneficiaria de los bienes y servicios que permitan su desarrollo integral, para ello el Estado establece la política fiscal que configura el gasto y el ingreso público, sin embargo, la falta cultura y conciencia tributaria de la sociedad es el reflejo de la delicada situación económica en el país, en consecuencia debemos saber que al no pagar lo que nos corresponde como ciudadanos hace que no podamos gozar de una mejor calidad de vida con servicios de educación, salud, seguridad, etc.

Una cultura tributaria sólida conduce a que la población cumpla con sus deberes tributarios y sean beneficiarios ambas partes, ya que la recaudación de impuestos permite al Estado atender las necesidades de la población, pero cuando sucede lo contrario e incurren en la evasión disminuye la recaudación de ingresos afectando al presupuesto, por eso es necesario que la SUNAT (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria), como ente recaudador se enfoque en fiscalizar y controlar a todo los mercados.

Por otro lado (Alvarado, 2018) nos menciona que, una de las medidas que promueve el cumplimiento voluntario es la educación tributaria. Incluso, existen estudios que confirman que hay una relación positiva entre estas dos variables. Ésta, es una herramienta que busca que los ciudadanos conozcan sus derechos, entiendan cuáles son las leyes y los procedimientos con los que deben cumplir, por eso es necesario que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) se enfoque realizar capacitaciones u orientaciones para que los comerciantes conciban las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos y a través de ello promuevan un mayor nivel de



conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, ya que existen diversos factores que resumen la actitud de los individuos frente a sus obligaciones como contribuyentes.

Es por ello, que realizamos el presente trabajo de investigación titulado: “cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso”, porque existe la necesidad de investigar, indagar y de mejorar la conciencia tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno, ya que es la clave para incrementar la recaudación tributaria y la lucha contra la pobreza de un País; debido a que el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias genera un crecimiento y estabilidad económico. Así mismo, nuestro trabajo de investigación será de utilidad para los estudiantes de la carrera profesional de Contabilidad y de otras carreras, porque servirá de guía o apoyo en la realización de posteriores investigaciones.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la cultura tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria y cómo repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018?



- ¿Cómo la educación tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis General:

El bajo nivel de cultura tributaria repercute negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.

1.3.2. Hipótesis Específicas:

- En bajo nivel de conciencia tributaria repercute negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.
- La falta de educación tributaria repercute negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La investigación se ha elaborado con la finalidad de conocer la importancia de la cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno, ya que es la clave para influenciar en las personas a cooperar con el Estado y de esa manera incrementar la recaudación tributaria y luchar contra la pobreza de un País; debido a que el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias genera un crecimiento y estabilidad económico. Por ello existe la necesidad de investigar, indagar y evaluar la conciencia tributaria, así mismo el de



determinar como la educación tributaria repercute en los comerciantes, para que tanto las instituciones públicas como privadas puedan apoyar y el Estado pueda solventar sus gastos y satisfacer las necesidades de la población.

Así mismo, nuestro trabajo de investigación será de utilidad para futuras investigaciones con respecto a este tema u otros temas análogos, porque servirá de guía o apoyo en la realización de posteriores investigaciones como referencia académica.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo General:

Determinar el nivel de cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.

1.5.2. Objetivos Específicos:

- Evaluar el nivel conciencia tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso.
- Determinar como la educación tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso.
- Proponer estrategias para mejorar la cultura tributaria y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Sobre la base de la revisión bibliográfica acerca del tema de investigación se hallaron algunos temas relacionados con el mismo, encontramos los siguientes antecedentes:

Mamani (2017) concluye que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave es bajo, debido a la ausencia y la falta de capacitación y orientación tributaria por parte de la SUNAT, el cual influye negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, donde se observa en el trabajo de investigación que el 68% y 65% de los comerciantes desconocen los tributos y el 54% y 51% de los comerciantes desconocen los impuestos, el cual se evidencia la falta de cultura tributaria, y que el incumplimiento de las obligaciones tributarias, se da por la falta de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave, el cual incide negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, ya que el 67% y 65% de los comerciantes afirmó que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorios, esto evidencia el bajo nivel de conciencia tributaria de parte de los comerciantes del mercado central de ciudad de Ilave.

Mestas (2017) afirma que el 45% de la población comercial del mercado 24 de octubre tiene algún tipo de conocimiento de las normas tributarias y el 54% de la población comercial desconoce las normas tributarias (Según Cuadro N° 01,02, 03 y 04) por lo tanto llegamos a la conclusión que la gran mayoría de la población de los comerciantes del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca,



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

Avalos y Loyola (2019) llegaron a la conclusión que la conciencia tributaria se entiende como la interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados, por lo que ésta se constituye en un elemento sustancial para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, y que una de las medidas que promueve el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es la educación tributaria. Incluso, existen estudios que confirman que hay una relación positiva entre estas dos variables. Es una herramienta que busca que los ciudadanos conozcan sus derechos y entiendan cuáles son las leyes y los procedimientos con los que deben cumplir los contribuyentes y que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) es la encargada de la difusión y la orientación tributaria.

Chavez y Tadeo (2014) concluyen que la educación tributaria no especializada influye desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo, es decir los conocimientos tributarios básicos que tienen los comerciantes no son suficientes para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias formales y sustanciales.

Muñoz (2019) afirma que del objetivo específico 2, con el análisis de las tablas 4 y 8 se observa la existencia de nivel de conciencia tributaria débil con un (94%) y el cumplimiento de obligaciones sustanciales con un (100%); y, aplicando el análisis estadístico ETA, se obtiene un valor de dependencia de cumplimiento de



obligaciones sustanciales de acuerdo al comportamiento de la conciencia tributaria en un 21% en el Centro Comercial Golden Plaza – Huaraz, 2018; en consecuencia se concluye que una débil conciencia tributaria incide en el nivel de cumplimiento de obligaciones sustanciales

Manayay y Quesquén (2019) concluye lo siguiente, se pudo identificar y analizar la situación de la tributación de los comerciantes del Mercado Modelo, que actualmente tiene deficiencias, por lo que gran parte de los comerciantes desconocen sobre las estrategias que se utilizan para mejorar dicha tributación, es por ello que hasta la fecha el nivel de informalidad sigue creciendo y no se puede erradicar la evasión tributaria en este mercado, asimismo surgen deficiencias en la estrategia: información y orientación al contribuyente para promover una correcta cultura tributaria ya que los contribuyentes en su mayoría no conocen sobre las estrategias que emplea la SUNAT para mejorar la recaudación (63.4% no conocen sobre el tema).

Los autores mencionados en las líneas de arriba son los que investigaron sobre el tema de investigación, tanto nacionales y locales. Sus investigaciones son muy similares en cuanto a mis variables de investigación. En ese sentido, existen trabajos previos hechos en otros lugares y centros de estudio, en el cual nos da un panorama del problema que estamos abordando. Generalmente, la conclusión a que arriban los autores mencionados es que el nivel bajo de cultura tributaria (conciencia y educación tributaria) determina que los contribuyentes no cumplan con sus obligaciones tributarias.



2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. CULTURA

Es todo lo que recordamos cuando olvidamos todo lo que nos enseñaron, resaltando que ésta se conforma como un modo de vida, conocimientos, conductas y actitudes adquiridas que funcionan en forma automática, aparentemente natural y/o no premeditada. (Rodríguez, 2011)

Según la real academia de la lengua española define a cultura Como “conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. / Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social.”. (Diccionario Real Academia, 2006)

El conjunto de los rasgos definitivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1996)

2.2.2. CULTURA TRIBUTARIA

Cultura tributaria es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de todos. (Superintendencia de Administración Tributaria, 2020)



La cultura tributaria, entendida como el conjunto de imágenes, valores y actitudes de los individuos sobre el tema de los impuestos y el conjunto de prácticas desarrolladas a partir de estas representaciones, permite rehacer el marco de interpretación que ponen en juego los ciudadanos respecto a este tema en relación con las políticas oficiales. (Contraloría General de la República, 2002)

[...], La cultura tributaria se refiere al conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de conciencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria. (Armas & Colmenares, 2009)

Es un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, que conducen al cumplimiento permanente y voluntario de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias. (Armas & Colmenares, 2009)

La Cultura Tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del Sistema Tributario y sus respectivas funciones. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver en bienes y servicios públicos como, por ejemplo: los hospitales, carreteras, colegios,



parques, universidades, educación, salud, seguridad, etc. La falta de Cultura Tributaria conlleva a la evasión tributaria y por ello al retraso en el desarrollo de nuestro país. (Gallardo, 2008)

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

Por esa razón, Báez y Báez citado por (Chavez & Tadeo, 2014) considera cuatro factores mediante los cuales los contribuyentes presentan una actitud favorable o desfavorable con sus obligaciones fiscales:

- **Percepción de las personas en relación al uso y administración de los impuestos:** si valoran que los gastos gubernamentales son productivos y equitativos y no existe corrupción, serán propensos al pago de impuestos. En cambio, si los contribuyentes perciben que el pago de sus impuestos beneficia a alguien en particular, entonces, la actitud hacia los impuestos se verá afectada.

- **Sistema tributario tienen que ser transparente, claro y sencillo:** es decir, debe facilitar el camino al contribuyente en el ejercicio de cumplimiento de sus obligaciones, reduciendo de esa manera el costo de cumplimiento.



- **Educación tributaria:** esta es fundamental para volver más accesible el sistema a los ciudadanos.

- **Identificar con precisión a los contribuyentes:** asegurarse de que puedan seguir reglas sencillas; además, aplicar sanciones (multas) realistas y con estricta legalidad cuando amerite.

IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA

La cultura tributaria es un mecanismo importante que ayuda a fortalecer el sistema tributario, surge con la necesidad de recaudar es un sistema equitativo de justicia y progresivo. Y el propósito fundamental es establecer una política de recaudación para el gasto público y suministro de bienes colectivos, buscando satisfacer las necesidades sociales, estabilizar la economía y desarrollo del país contribuyendo a las políticas que reducen la inflación de la economía de mercado. (Superintendencia de Administración Tributaria, 2020)

El Estado para poder realizar sus funciones y afrontar sus gastos, debe contar con recursos, y los mismos se obtienen a través de los diferentes procedimientos legalmente estatuidos en principios legales constitucionales. Entre los diversos recursos, están los tributarios, como fuentes de ingreso del Estado, y éstos son aquellos que el Estado obtiene mediante el ejercicio de su poder de imperio, es decir, mediante leyes que crean obligaciones a cargo de los administrados. (Armas & Colmenares, 2009)

2.2.3. CONCIENCIA TRIBUTARIA

Según la real academia de la lengua española define a conciencia como, Conocimiento y sentimiento del bien y del mal. / La que con ignorancia juzga



lo verdadero por falso, o lo falso por verdadero, teniendo lo bueno por malo o lo malo por bueno. (Diccionario Real Academia, 2006)

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

La “interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados”.

Esta definición incluye varios elementos:

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

El segundo, consiste en cumplir de manera voluntaria, que se refiere a que los contribuyentes deben, sin necesidad de coacción, verificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la Ley. Lo importante es que el contribuyente, en ejercicio de sus facultades, desea hacerlas. La coacción no debe intervenir aquí. Esto es aún extraño en nuestra sociedad.



Tercero, es que el cumplir acarreará un beneficio común para la sociedad.

El resultado del proceso de formación de conciencia tributaria lleva a que la persona adopte una gama de posiciones:

- Desde tolerar la evasión y el contrabando
- Hasta no tolerar en absoluto la evasión ni el contrabando

En otras palabras, el proceso de formación de la conciencia tributaria puede dar lugar a personas con conciencia tributaria positiva y personas con conciencia tributaria negativa. La diferencia dependería del entorno familiar y social en el que se ha socializado desde su primera infancia y que lo ha expuesto a un conjunto de valores específicos de su grupo socio-cultural (cultura tributaria de su entorno), especialmente en lo que respecta a la forma particular en que han experimentado su relación la sociedad y con el Estado. (Matteucci, 2010)

MECANISMOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CONCIENCIA TRIBUTARIA

Luego de los cambios que han sufrido tanto la normatividad tributaria como la misma Administración Tributaria (SUNAT) en los últimos tiempos, surge la interrogante respecto a si los contribuyentes han asumido realmente una Conciencia Tributaria. (Matteucci, 2010)



Una respuesta afirmativa a esta pregunta podría parecer aventurada, dado que no existen en el país mecanismos que procuren fomentar una conciencia Tributaria entre toda la población.

Son los propios contribuyentes los que consideran que pagar tributos responde a una obligación impuesta por el Estado y que no los beneficiará. Todos sabemos que el Estado por el solo hecho de serlo brinda servicios a la población, por ello los impuestos constituyen su principal, y no su única fuente de ingresos.

Debido a ello y para elevar hoy en día la recaudación tributaria no se necesita simplemente aumentar las tasas de los impuestos, sino crear en el contribuyente una conciencia tributaria. Por ello creemos necesario que pueden emplearse tres mecanismos que permitirán crearla en el contribuyente. (Matteucci, 2010)

Educación cívica: Este tipo de educación debe ir mucho más allá de los temas clásicos, ya que debemos incluir en ella la noción de pago de impuestos como parte integrante de nuestra educación. No olvidemos que es justamente en la etapa de la niñez y adolescencia en la que asimilamos no solo conocimientos sino también conductas, diversos tipos de comportamientos, formándose los principios y valores tanto éticos como morales. (Matteucci, 2010)

Crear reglas sencillas: Nadie niega que las leyes tributarias sean difíciles de comprender en un primer momento surgiendo la frase de *“solo lo entiende mi abogado o mi contador”*. La mayor o menor complejidad de las leyes tributarias obedece simplemente a que la sociedad en que vivimos se ha



ido convirtiéndose también en una sociedad compleja. Así, un mecanismo para crear Conciencia Tributaria podría estar representado en formular leyes que sean menos gaseosas en materia de interpretación y que por consiguiente sean más esquemáticas.

Uso de sanciones: La coacción es necesaria para que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias tanto formales como sustanciales. Pero hay que hacer una necesaria precisión y es que no debe abusarse de las sanciones, sea creando nuevas o incrementando la penalidad de las ya existentes. En ambos casos las sanciones no deben significar de ningún modo un castigo demasiado fuerte que supere muchas veces el propio pago del tributo. Toda sanción debe estar necesariamente en relación con el pago del tributo, si la sanción es demasiado dura entonces no guardará relación con un buen sistema tributario y se tenderá a una creciente evasión fiscal. (Matteucci, 2010)

Percepciones y actitudes

La vida social y la modificación de conductas parten de las percepciones y creencias que las personas tienen sobre las entidades y los líderes que las dirigen. En el caso peruano, por ejemplo, durante muchos años y en la actualidad la imagen del Estado o de otras instituciones del estado está relacionada con la corrupción, inadecuado uso de los recursos, enriquecimiento ilícito de ex funcionarios y muy poco aporte de los recursos públicos al desarrollo de las comunidades. (Solórzano, 2008)



2.2.4. EDUCACIÓN TRIBUTARIA

La Educación es la formación práctica y metodológica que se le da a una persona en vías de desarrollo y crecimiento. Es un proceso mediante el cual al individuo se le suministran herramientas y conocimientos esenciales para ponerlos en práctica en la vida cotidiana. El aprendizaje de una persona comienza desde su infancia, al ingresar en institutos llamados escuelas o colegios en donde una persona previamente estudiada y educada implantará en el pequeño identidades, valores éticos y culturales para hacer una persona de bien en el futuro. (Concepto Definición, s.f.)

Según (Cáceres, 2018) define: “Es un proceso de enseñanza y aprendizaje que pretende desarrollar desde la educación fundamental hasta la universidad, las normas que regulan la convivencia democrática, poniendo en relevancia el sentido social de los impuestos y su vinculación con el gasto público”.

La formación de cultura tributaria se relaciona con un concepto de ciudadanía fiscal, el cual ofrece una perspectiva más integral de la fiscalidad, en la que por una parte confluyen el deber ciudadano de tributar, el financiamiento de los derechos y el sostenimiento del Estado y, por la otra, el buen uso de los recursos, la transparencia del gasto, la rendición de cuentas y la importancia de la auditoría social o veeduría ciudadana. (Solórzano, 2008)

La Educación Fiscal es un proceso de enseñanza y aprendizaje que persigue desarrollar desde la educación fundamental hasta la Universidad, actitudes de compromiso frente al bien común y a las normas que regulan la convivencia democrática, poniendo de relevancia el sentido social de los



impuestos y su vinculación con el gasto público, y el perjuicio que conlleva el fraude fiscal y la corrupción. (Las administraciones tributarias de América Latina y de la Unión Europea, s.f.)

Por otro lado, nos menciona que, una de las medidas que promueve el cumplimiento voluntario es la educación tributaria. Incluso, existen estudios que confirman que hay una relación positiva entre estas dos variables. Ésta, es una herramienta que busca que los ciudadanos conozcan sus derechos y entiendan cuáles son las leyes y los procedimientos con los que deben cumplir. Esto implica dar educación, asesoría y apoyo a los contribuyentes a través de distintos medios como son los periódicos, televisión, programas de radio, sitios web, seminarios y apoyo en ventanilla para difundir información clave a los contribuyentes. (Alvarado, 2018)

De este modo los jóvenes, desde edades muy tempranas, ya empiezan a incorporarse a la actividad económica y no sólo a través de la familia y la escuela, primeros grupos sociales de los que son miembros. En sociedades que han alcanzado un cierto grado de desarrollo y bienestar, los jóvenes empiezan muy pronto a tomar decisiones económicas como consumidores de bienes y servicios. Aunque estas decisiones tengan como resultado operaciones individuales a pequeña escala, no son por ello menos importantes, consideradas de forma global. (Delgado, 2001)

EDUCACIÓN TRIBUTARIA EN EL PERÚ

La SUNAT cuenta con un Programa de Cultura Tributaria cuyo público objetivo son los alumnos de primaria, secundaria y educación superior. A todos ellos se les brinda información sobre los bienes y



servicios públicos, el tributo y su relación con el país, la SUNAT y sus funciones, comprobantes de pago, entre otros temas, a través de gráficos y videos.

Dicho programa ha previsto brindarles a los profesores información sobre mallas curriculares de educación tributaria, orientadas a la instrucción primaria y secundaria; contenidos y/o actividades de educación tributaria para la educación básica regular; y materiales de lectura fáciles de descargar como, por ejemplo: “Rol Social de la Tributación”, “Conciencia Tributaria”, “El Perú y la Tributación”, entre otras obras muy útiles para los maestros. (Cuellar, s.f.)

Además, el programa pretende motivar la reflexión tributaria en el público en general, y para ello se plantean interesantes temas que son respondidos con claridad y sencillez, tales como: ¿Por qué cultura tributaria?, ¿En qué se invierten los impuestos?, Aduanas y facilitación, Emprende y crece, Historia de la Tributación, entre otros.

Dentro de las actividades recientes de Cultura Tributaria de la SUNAT se encuentra la creación y funcionamiento de los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal, cuyas siglas son NAF, y que se iniciaron en Brasil como proyecto. Sin duda la capacitación a los universitarios en materia tributaria es una gran inversión, pero también lo es la capacitación a los profesores universitarios vinculados a la materia tributaria. (Cuellar, s.f.)

OBJETIVOS Y FINALIDADES DE LA EDUCACIÓN FISCAL

La educación tributaria tiene como objetivo primordial transmitir ideas, valores y actitudes favorables a la responsabilidad tributaria y contrarios a las



conductas defraudadoras. Su finalidad no es tanto facilitar contenidos académicos con contenidos morales, sino deba tratarse en el aula como un tema de responsabilidad ciudadana. Ello se traduce en asumir las obligaciones tributarias, primero porque lo manda la ley, y después porque se trata de un deber cívico, poniendo de relieve qué efectos tiene el incumplimiento de estas obligaciones sobre el individuo y sobre la sociedad. (Solórzano, 2008)

La educación fiscal tiene como objetivo fomentar una ciudadanía activa y responsable, participativa y consciente de sus derechos y obligaciones. Su finalidad es mostrar la responsabilidad fiscal como uno de los valores sobre los que se organiza la convivencia democrática. (Delgado, 2001)

Desde esta perspectiva, la Educación Fiscal se puede entender como una nueva práctica que tiene como objetivo el desarrollo de valores, actitudes y habilidades que están destinados a estimular en los ciudadanos una reflexión crítica sobre su relación con el Estado y con otros ciudadanos en materia fiscal en el contexto de la convivencia democrática. (Las administraciones tributarias de América Latina y de la Unión Europea, s.f.)

Según (Solórzano, 2008) la educación tributaria debe convertirse en un tema para:

- Identificar los distintos bienes y servicios públicos.
- Conocer el valor económico y la repercusión social de los bienes y servicios públicos.
- Reconocer las diversas fuentes de financiación de los bienes servicios públicos, especialmente las tributarias.



- Establecer los derechos y las responsabilidades a que da lugar la provisión pública de bienes y servicios. Interiorizarlas actitudes de respeto por lo que es público y, por tanto, financiado con el esfuerzo de todos y utilizado en beneficio común.
- Asimilar la responsabilidad fiscal como uno de los valores sobre los que se organiza la convivencia social en una cultura democrática, identificando el cumplimiento de las obligaciones tributarias con un deber cívico.
- Comprender que la fiscalidad, en su doble vertiente de ingresos y gastos públicos, es uno de los ámbitos donde se hacen operativos los valores de equidad, justicia y solidaridad en una sociedad democrática.

2.2.5. TRIBUTOS

Un tributo es un pago que el Estado exige a sus ciudadanos con el fin de financiar sus actividades y/o políticas económicas.

Un tributo es una prestación pecuniaria que el Estado o Administración Pública puede exigir a los ciudadanos de un país o territorio. La cuantía y período de pago de los tributos se encuentra especificada por Ley y su incumplimiento puede llevar a sanciones monetarias y/o la cárcel. (Roldán, 2020)

El tributo es el género y los demás son especies de tributos que se clasifican en impuestos tasas y tributos. El primero financia el presupuesto general, mientras que la tasa se refiere al uso directo del estado y la contribución, al pago por un servicio potencial, se reciba o no. (Victoria & Gildemeister, 2019)



Es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines. (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria , 2016)

CLASIFICACIÓN DEL TRIBUTO EN EL PERÚ

El Código Tributario establece que el término “Tributo” comprende impuestos, contribuciones y tasas:

- **Impuesto:** Es el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente. Tal es el caso del Impuesto a la Renta.
 - **Contribución:** Es el tributo que tiene como hecho generador los beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales, como lo es el caso de la Contribución al SENCICO.
 - **Tasa:** Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del Estado. Por ejemplo, los derechos arancelarios de los Registros Públicos.
- a) Arbitrios: son tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público, ejemplo: Los peajes, arbitrios municipales, etc.
 - b) Derechos: son tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes del público; ejemplo: partidas de nacimiento, defunciones, matrimonios; etc.
 - c) Licencias: son las tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización, ejemplo: licencias de apertura y funcionamiento de las municipalidades, etc.



La ley establece la vigencia de los tributos cuya administración corresponde al Gobierno Central, los Gobiernos Locales y algunas entidades que los administran para fines específicos. (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2016)

2.2.6. ADMINISTRACIÓN DE LOS TRIBUTOS

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, en base a la Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, se la define como un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas del Perú.

Finalidad

La SUNAT tiene como finalidad primordial administrar los tributos del gobierno nacional y los conceptos tributarios y no tributarios que se le encarguen por Ley o de acuerdo a los convenios interinstitucionales que se celebren, proporcionando los recursos requeridos para la solvencia fiscal y la estabilidad macroeconómica; asegurando la correcta aplicación de la normatividad que regula la materia y combatiendo los delitos tributarios y aduaneros conforme a sus atribuciones

Principales tributos que administra la SUNAT:

- Impuesto General a las Ventas: Es el impuesto que se aplica en las operaciones de venta e importación de bienes, así como en la prestación de distintos



- servicios comerciales, en los contratos de construcción o en la primera venta de inmuebles.
- Impuesto a la Renta: Es aquél que se aplica a las rentas que provienen del capital, del trabajo o de la aplicación conjunta de ambos.
 - Régimen Especial del Impuesto a la Renta: Es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de las actividades de comercio y/o industria; y actividades de servicios.
 - Nuevo Régimen Único Simplificado: Es un régimen simple que establece un pago único por el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas (incluyendo al Impuesto de Promoción Municipal). A él pueden acogerse únicamente las personas naturales o sucesiones indivisas, siempre que desarrollen actividades generadoras de rentas de tercera categoría (bodegas, ferreterías, bazares, puestos de mercado, etc.) y cumplan los requisitos y condiciones establecidas.
 - Impuesto Selectivo al Consumo: Es el impuesto que se aplica sólo a la producción o importación de determinados productos como cigarrillos, licores, cervezas, gaseosas, combustibles, etc.
 - Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional: Impuesto destinado a financiar las actividades y proyectos destinados a la promoción y desarrollo del turismo nacional.
 - Impuesto Temporal a los Activos Netos: Impuesto aplicable a los generadores de renta de tercera categoría sujetos al régimen general del Impuesto a la Renta, sobre los Activos Netos al 31 de diciembre del año anterior. La obligación



- surge al 1 de enero de cada ejercicio y se paga desde el mes de abril de cada año.
- Impuesto a las Transacciones Financieras: El Impuesto grava algunas de las operaciones que se realizan a través de las empresas del Sistema Financiero. Creado por el D. Legislativo N° 939 y modificado por la Ley N° 28194. Vigente desde el 1° de marzo del 2004.
 - Impuesto Especial a la Minería: Creada mediante Ley N° 29789 publicada el 28 de setiembre de 2011, es un impuesto que grava la utilidad operativa obtenida por los sujetos de la actividad minera proveniente de las ventas de los recursos minerales metálicos. Dicha ley establece que el impuesto será recaudado y administrado por la SUNAT.
 - Casinos y Tragamonedas: Impuestos que gravan la explotación de casinos y máquinas tragamonedas.
 - Derechos Arancelarios o Ad Valorem, son los derechos aplicados al valor de las mercancías que ingresan al país, contenidas en el arancel de aduanas.
 - Derechos Específicos, son los derechos fijos aplicados a las mercancías de acuerdo a cantidades específicas dispuestas por el Gobierno.
 - Aportaciones al ESSALUD y a la ONP: Mediante la Ley N° 27334 se encarga a la SUNAT la administración de las citadas aportaciones, manteniéndose como acreedor tributario de las mismas el Seguro Social de Salud (ESSALUD) y la Oficina de Normalización Previsional (ONP).
 - Regalías Mineras: Se trata de un concepto no tributario que grava las ventas de minerales metálicos y no metálicos. El artículo 7° de la Ley 28258 - Ley de Regalías Mineras, autoriza a la SUNAT para que realice, todas las funciones



asociadas al pago de la regalía minera. Se modificó mediante la Ley N° 29788 publicada el 28 de setiembre de 2011.

- Gravamen Especial a la Minería: Creado mediante la Ley N° 29790, publicada el 28 de setiembre de 2011, está conformado por los pagos provenientes de la explotación de recursos naturales no renovables y que aplica a los sujetos de la actividad minera que hayan suscrito convenios con el Estado. El gravamen resulta de aplicar sobre la utilidad operativa trimestral de los sujetos de la actividad minera, la tasa efectiva correspondiente según lo señalado en la norma. Dicha ley, faculta a la SUNAT a ejercer todas las funciones asociadas al pago del Gravamen. (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2016)

IMPUESTO A LA RENTA

El impuesto a la renta es un tributo que se determina anualmente, gravando las rentas que provengan del trabajo y de la explotación de un capital, ya sea un bien mueble o inmueble. Dependiendo del tipo de renta y de cuánto sea esa renta se le aplican unas tarifas y se grava el impuesto vía retenciones o es realizado directamente por el contribuyente. (Merino, 2021)

Si eres persona natural el impuesto se aplica a los ingresos que provienen del arrendamiento u otro tipo de cesión de bienes muebles o inmuebles, acciones u otros valores mobiliarios. También del trabajo realizado de forma dependiente o independiente, siempre que no se realices actividad empresarial. (Plataforma digital única del Estado Peruano, 2021)



CATEGORÍAS DEL IMPUESTO A LA RENTA

- **Rentas de primera categoría.** El contribuyente es el arrendador o subarrendador del bien cuando corresponda, ya sea una persona física o una x sociedad conyugal y lo que debe pagar al SUNAT es el 6,25% de la renta bruta (equivalente al 5% sobre la renta bruta). El pago del impuesto se hace de cada bien alquilado.
- **Rentas de segunda categoría.** En esta categoría el contribuyente es aquel que realiza actividades de dividendo, venta de inmuebles, intereses originados por préstamos de dinero, regalías por uso de derechos de autor, de marca, etc. La cesión definitiva o temporal de derechos de llave, patentes o similares.
- **Renta de tercera categoría.** En esta categoría se tiene pagar dependiendo de los ingresos del contribuyente en las actividades cuya realización provienen de empresas, actividades comerciales, industriales, servicios o negocios, el impuesto es progresivo (cuánto más ingresos recibas un porcentaje más alto tendrás que pagar).
- **Rentas de cuarta categoría.** Corresponden a servicios prestados sin relación de dependencia. Están sujetos a esta renta las personas que prestan trabajos independientes.
- **Rentas de quinta categoría.** Para todos los trabajadores que se encuentren en planilla, su empleador debe retener una parte de su remuneración por concepto del impuesto a la renta de quinta categoría. (Merino, 2021)

REGÍMENES TRIBUTARIOS

Son categorías mediante las cuales los contribuyentes, personas naturales o jurídicas, que realicen actividades generadoras de rentas de tercera categoría deberán incorporarse, a fines del pago de sus impuestos.



- Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)

En este régimen tributario se encuentran las personas que tienen un pequeño negocio cuyos principales clientes son consumidores finales. Las ventajas que ofrece este régimen es que no se llevan registros contables solo se efectúa un pago único mensual en función a las categorías que son dos.

La categoría una tiene un tope de ingresos o compras hasta los S/ 5,000. Se pagan S/ 20 en la medida que no se supere el monto de S/ 5,000 mensuales. La categoría 2, se paga una cuota mensual de S/ 50 en tanto mis ingresos o compras no superen los S/ 8,000. El RUS tenía más categorías, pero ahora solo tiene dos.

En cuanto a los topes anuales se tiene un límite de ingresos o compras hasta de S/ 96,000 anuales.

Otra característica importante es que las personas naturales en este régimen solo pueden emitir boletas de venta, pero no emiten facturas. La característica de este nuevo rus es que emiten como comprobantes de pago boletas de venta o tickets, pero no generan el crédito fiscal que es el IGV.

Deben tener en cuenta las personas que decidan estar en este régimen que, si sus clientes solicitan la emisión de facturas, no podría ubicarse en este porque no se emiten este tipo de comprobantes de pago.

También se tiene tope de activos fijos, como maquinarias, hasta de S/ 70,000. En este límite no se computan los predios ni los vehículos. Además, solo se permite un establecimiento comercial.



Asimismo, tiene actividades no comprendidas como la venta de inmuebles, titulares de negocios de casinos, máquinas tragamonedas, agencias de viaje, entre otros. De superar cualquiera de estos límites, el contribuyente deberá cambiarse de régimen. (Carrillo, 2018)

- Régimen MYPE Tributario (RMT)

Como su nombre lo indica está pensado en el micro y pequeña empresa. También se tienen topes de ingresos hasta de 1700 UIT de ingresos. No hay límites en compras y puede emitir todo tipo de comprobante de pago como factura, boleta de venta y otros.

En este régimen se puede realizar cualquier tipo de actividad.

Los contribuyentes de este régimen pagan dos impuestos de manera mensual: el impuesto a la renta y el IGV. En el caso del impuesto a la renta se realiza el pago a cuenta mensual en función a sus ingresos: hasta 300 UIT se pagará el 1% sobre los ingresos netos obtenidos en el mes. Más de esa cifra, hasta 1700 UIT, se pagará en función al que resulte mayor de aplicar a los ingresos netos del mes un coeficiente o el 1.5%.

Cabe referir que en este régimen se presenta una declaración anual del IR donde se paga el impuesto de la siguiente forma:

Hasta 15 UIT de la renta neta, la tasa es de 10%. Si hay exceso, de esa cifra es el 29.5%. Los pagos a cuenta de renta mensual se pueden deducir en el pago de renta anual. En este régimen es obligatorio llevar libros y/o registros contables. (Carrillo, 2018)



- Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)

Está dirigido a personas naturales y jurídicas domiciliadas en el Perú que obtengan rentas de tercera categoría; es decir, rentas de naturaleza empresarial como la venta de bienes que adquieran o produzcan y la prestación de servicios.

Se debe tener en cuenta las actividades no comprendidas en este régimen. Para estar comprendidos, los ingresos netos anuales o el monto de adquisiciones anuales no deben superar los S/ 525,000.

El valor de los activos fijos, con excepción de predios y vehículos, no debe superar los S/ 126,000. Además, no se puede exceder de 10 trabajadores por turno de trabajo.

En cuanto a las actividades no comprendidas, en este régimen se tienen las actividades de construcción, los que realizan venta de inmuebles, titulares de negocios de casinos, tragamonedas, agencias de viaje, propaganda, entre otros.

En este régimen solo se presentan declaraciones mensuales y se paga como renta la cuota de 1.5% de los ingresos netos; además, el IGV. En este régimen sólo se lleva el registro de compras y de ventas. (Carrillo, 2018)

- Régimen General (RG)

En este régimen se pueden ubicar todas las personas con negocios y personas jurídicas que desarrollan actividades empresariales. No existe ningún tope de ingresos ni límites en compras. Se pueden emitir, además, todo tipo de comprobantes y se pagan dos impuestos de manera mensual: el IR y el IGV.



Existe también una declaración anual. El pago a cuenta mensual se realiza al que resulta mayor de los ingresos netos del mes un coeficiente o el 1.5%.

En el pago anual, la tasa es el 29.5% sobre la renta anual. Los pagos a cuenta de renta mensual se pueden deducir en el pago anual. En este régimen es obligatorio llevar libros y/o registros contables. (Carrillo, 2018)

IMPUESTO GENERAL A LA VENTAS

El impuesto General a las Ventas (IGV): Es un impuesto que pagamos todos los ciudadanos al realizar una adquisición, es decir se cobra en la compra final del bien o servicio. La tasa es del 18%, se aplica el 16% al IGV y un 2% al Impuesto de Promoción Municipal. (Emprender SUNAT, 2018)

El IGV se aplica a todas las actividades, con excepción de las exportaciones y una lista de productos y operaciones consideradas exoneradas y/o infectas, como:

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



El nacimiento de la obligación de pagar el IGV

- **En la venta de bienes:** Lo que ocurra primero entre, la fecha de en qué se emita el comprobante de pago, de acuerdo a lo que establezca el reglamento de comprobantes de pago o la fecha en que se entregue el bien.
- **En el retiro de bienes:** Lo que ocurra primero entre, la fecha de en qué se emita el comprobante de pago, de acuerdo a lo que establezca el reglamento de comprobantes de pago o la fecha del retiro del bien.
- **En la prestación de servicios:** Lo que ocurra primero entre, la fecha de en qué se emita el comprobante de pago, de acuerdo a lo que establezca el reglamento de comprobantes de pago o la fecha en que se percibe la retribución
- **En los contratos de construcción:** Lo que ocurra primero entre, la fecha de en qué se emita el comprobante de pago, de acuerdo a lo que establezca el reglamento de comprobantes de pago o la fecha de percepción del ingreso.
- **La primera venta de inmuebles:** La fecha de percepción del ingreso, por el monto que se perciba, sea parcial o total.
- **En la importación:** En la fecha que se solicita su despacho a consumo.
(Emprender SUNAT, 2018)

LOS TRIBUTOS DEL GOBIERNO LOCAL (MUNICIPAL)

- a) Impuesto Predial: Grava el valor de la propiedad de los predios urbanos y rústicos.
- b) Impuesto de Alcabala: El Impuesto de Alcabala grava la transferencia de inmuebles urbanos y rústicos a título oneroso (contraprestación) o gratuito



- (liberalidad), cualquiera sea su forma o modalidad, inclusive las ventas con reserva de dominio.
- c) Impuesto al Patrimonio Vehicular: Grava la propiedad de los vehículos, automóviles, camionetas y stacion wagons con una antigüedad no mayor de 03 años.
 - d) Impuesto a las Apuestas: El impuesto a las apuestas grava los ingresos de las entidades organizadoras de eventos hípicas y similares, en las que se realicen apuestas.
 - e) Impuesto a los Juegos: El impuesto a los juegos grava la realización de actividades relacionadas con los juegos, como: loterías, bingos y rifas, así como la obtención de premios en juegos de azar.
 - f) Impuesto a los Espectáculos Públicos No Deportivos: Grava el monto que se abona por concepto de ingreso a los espectáculos públicos no deportivos, con excepción de los espectáculos culturales debidamente autorizados por el Instituto Nacional de Cultura.

El Estado ha creado otros tributos a favor de las Municipalidades que son: Impuesto de Promoción Municipal, Impuesto al Rodaje e Impuesto a las Embarcaciones de recreo. (Decreto Legislativo N° 776, 1993)

2.2.7. CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

La obligación define como cosa que alguien está obligado a hacer. / Imposición o exigencia moral que debe regir la voluntad libre. / Vínculo que sujeta a hacer o abstenerse de hacer algo, establecido por precepto de ley, por voluntario otorgamiento o por derivación recta de ciertos actos. (Diccionario Real academia, 2006)



OBLIGACIÓN TRIBUTARIA´

La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013).

Se trata de los deberes jurídico-tributarios que surgen de la necesidad del pago de un tributo e incluye aspectos formales como emitir facturas o llevar un registro de la contabilidad (Debitoor, s.f.).

La obligación tributaria es una relación jurídica en la que un contribuyente está obligado con el Estado, al pago de sumas de dinero de carácter obligatorio por la realización de alguna actividad que el Estado considera está gravada; dicha obligación está compuesta por cinco elementos: (Actualícese, 2017)

ELEMENTOS DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

- Sujeto Activo: es el ente que cuenta con la facultad de establecer la obligación tributaria, exigir el pago a los contribuyentes y además es quien tiene la titularidad para administrar los recursos recaudados. En el caso colombiano el sujeto Activo es el Estado.
- Sujeto Pasivo: son todas aquellas personas naturales o jurídicas obligadas al pago de tributos a favor del sujeto activo. El sujeto pasivo se obliga también al cumplimiento de obligaciones formales y accesorias (obligaciones secundarias encaminadas al cumplimiento de las obligaciones primarias) que han sido previamente definidas por el derecho tributario.



- Hecho Gravado o Hecho Generador: son las diferentes conductas humanas que, de acuerdo a lo establecido por la Ley, dan nacimiento a la obligación de pagar un tributo. Es importante mencionar que las normas que califiquen una actividad como gravable, deben ser realizadas de manera general, abstracta e impersonal, con destino a toda la población del territorio colombiano y con condiciones claras según sea el caso.
- Base Gravable: es el valor sobre el cual se aplica la tarifa del impuesto.
- Tarifa: Es el porcentaje establecido en la ley que aplicado a la base gravable determina la cuantía del tributo. (Actualícese, 2017)

NACIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013)

EXTINCIÓN DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

- **Pago:** El pago de la deuda tributaria será efectuado por los deudores tributarios y, en su caso, por sus representantes. Los terceros pueden realizar el pago, salvo oposición motivada del deudor tributario.
- **Compensación:** La deuda tributaria podrá compensarse total o parcialmente con los créditos por tributos, sanciones, intereses y otros conceptos pagados en exceso o indebidamente, que correspondan a períodos no prescritos, que sean administrados por el mismo órgano administrador y cuya recaudación constituya ingreso de una misma entidad. A tal efecto, la compensación podrá realizarse en cualquiera de las siguientes formas:



- **Condonación:** La deuda tributaria sólo podrá ser condonada por norma expresa con rango de Ley. (51) Excepcionalmente, los Gobiernos locales podrán condonar, con carácter general, el interés moratorio y las sanciones, respecto de los impuestos que administren. En el caso de contribuciones y tasas dicha condonación también podrá alcanzar al tributo. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013)
- **Consolidación:** La deuda tributaria se extinguirá por consolidación cuando el acreedor de la obligación tributaria convierta en deudor de la misma como consecuencia de la transmisión de bienes o derechos que son objeto del tributo. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013)
- **Prescripción:** La acción de la Administración Tributaria para determinar la obligación tributaria, así como la acción para exigir su pago y aplicar sanciones prescribe a los cuatro (4) años, y a los seis (6) años para quienes no hayan presentado la declaración respectiva. Dichas acciones prescriben a los diez (10) años cuando el Agente de retención o percepción no ha pagado el tributo retenido o percibido. La acción para solicitar o efectuar la compensación, así como para solicitar la devolución prescribe a los cuatro (4) años. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013)

Se entiende por prescripción la extinción del derecho de la Administración para exigir el pago de una deuda tributaria o efectuar la revisión de un impuesto. El plazo de prescripción es de cuatro años, transcurridos los cuales ese derecho ya no podrá ejercerse. El contribuyente dispone del mismo plazo para solicitar y obtener devoluciones de la Administración o reembolsos del coste de garantías. (Iberley, 2020)



FUNDAMENTOS DE LA OBLIGACIÓN

Todos los gobiernos tienen necesidades fiscales, y el dinamismo económico provee la recaudación que las solventa. Los Estados establecen gravámenes tributarios que consienten la recaudación necesaria, y que al mismo tiempo promueven el desarrollo económico que es sustentado por la recaudación. (Blogger, 2011)

Los tributos suelen constituir la mayor parte de los ingresos de los Estados modernos. Los recursos obtenidos a través de ellos se utilizan no sólo para financiar las actividades propias del Estados (como pago a los funcionarios públicos, gastos de oficinas, etc.) sino que también para financiar algunas políticas económicas y sociales (como prestaciones por desempleo, inversión de escuelas públicas, etc.) (Roldán, 2020)

El Estado, como estructura jurídico-política que permite la organización de la sociedad, tiene como principal objetivo la satisfacción de las necesidades públicas de la colectividad que lo conforma y le da vida. Se trata de requerimientos que van más allá de los fines estrictamente particulares de cada persona. Los individuos para poder vivir en sociedad le confían al Estado una serie de prestaciones públicas esenciales – como la educación, la salud, la seguridad ciudadana, la tutela judicial de los derechos fundamentales, entre otros- con el intuito de propiciar y garantizar el desarrollo pleno y el bien estar de la colectividad. (Peralta, 2015)

Los Impuestos son aportes establecidos por Ley que deben hacer las personas y las empresas, para que el Estado tenga los recursos suficientes para



brindar los bienes y servicios públicos que necesita la comunidad. (Dirección General Impositiva, s.f.)

Los impuestos son importantes porque:

- El Estado puede obtener los recursos para poder brindar educación, salud, seguridad, justicia, obras públicas y apoyo a los más necesitados.
- Se puede conseguir más igualdad de oportunidades,
- Es un acto de solidaridad al contribuir con el bienestar de los demás,
- Es una forma de participar en los asuntos de la comunidad,
- En ellos también se refleja lo que queremos como sociedad.

El fin de toda tributación a nivel mundial es el bien común de la sociedad civil. Es decir, que el gobierno o el estado use los recursos que se recaudan a través de la SUNAT para ser destinados al bien común. (Victoria & Gildemeister, 2019)

FACULTADES Y OBLIGACIONES DEL SUJETO ACTIVO

- FACULTADES DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

FACULTAD DE RECAUDACIÓN

Es función de la Administración Tributaria recaudar los tributos. A tal efecto, podrá contratar directamente los servicios de las entidades del sistema bancario y financiero para recibir el pago de deudas correspondientes a tributos administrados por aquella. Los convenios podrán incluir la autorización para recibir y procesar declaraciones y otras comunicaciones dirigidas a la Administración.

FACULTADES DE DETERMINACIÓN Y FISCALIZACIÓN



Determinación de la obligación tributaria

Por el acto de la determinación de la obligación tributaria:

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

Facultad de fiscalización

La facultad de fiscalización de la Administración Tributaria se ejerce en forma discrecional, de acuerdo a lo establecido en el último párrafo de la Norma IV del Título Preliminar. El ejercicio de la función fiscalizadora incluye la inspección, investigación y el control del cumplimiento de obligaciones tributarias, incluso de aquellos sujetos que gocen de inaceptación, exoneración o beneficios tributarios. Para tal efecto, dispone de las siguientes facultades discrecionales:

1. Exigir a los deudores tributarios la exhibición y/o presentación de:
 - a) Sus libros, registros y/o documentos que sustenten la contabilidad y/o que se encuentren relacionados con hechos susceptibles de generar obligaciones tributarias, los mismos que deberán ser llevados de acuerdo con las normas correspondientes.
2. En los casos que los deudores tributarios o terceros registren sus operaciones contables mediante sistemas de procesamiento electrónico de datos o sistemas de micro archivos, la Administración Tributaria podrá exigir:
 - a) Copia de la totalidad o parte de los soportes portadores de micro formas gravadas o de los soportes magnéticos utilizados en sus aplicaciones que



incluyan datos vinculados con la materia imponible, debiendo suministrar a la Administración los instrumentos materiales a este efecto, los que les serán restituidos a la conclusión de la fiscalización o verificación.

3. Requerir a terceros informaciones y exhibición de sus libros, registros, documentos, emisión y uso de tarjetas de crédito o afines y correspondencia comercial relacionada con hechos que determinen tributación, en la forma y condiciones solicitadas, para lo cual la Administración deberá otorgar un plazo que no podrá ser menor de tres (3) días hábiles.

4. Solicitar la comparecencia de los deudores tributarios o terceros para que proporcionen la información que se estime necesaria, otorgando un plazo no menor de cinco (5) días hábiles, más el término de la distancia de ser el caso.

5. Efectuar tomas de inventario de existencias o controlar su ejecución, efectuar la comprobación física, su valuación y registro; así como practicar arqueos de caja y control de ingresos.

FACULTAD SANCIONADORA

Facultad sancionadora

La Administración Tributaria tiene la facultad discrecional de sancionar las infracciones tributarias. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013)

- OBLIGACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Elaboración de proyectos

Los órganos de la Administración Tributaria tendrán a su cargo la función de preparar los proyectos de reglamentos de las leyes tributarias de su competencia.



Orientación al contribuyente

La Administración Tributaria proporcionará orientación, información verbal, educación y asistencia al contribuyente.

La SUNAT podrá desarrollar medidas administrativas para orientar al contribuyente sobre conductas elusivas perseguibles.

Reserva tributaria

Tendrá carácter de información reservada, y únicamente podrá ser utilizada por la Administración Tributaria, para sus fines propios, la cuantía y la fuente de las rentas, los gastos, la base imponible o, cualesquiera otros datos relativos a ellos, cuando estén contenidos en las declaraciones e informaciones que obtenga por cualquier medio de los contribuyentes, responsables o terceros, así como la tramitación de las denuncias a que se refiere el Artículo 192°. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013)

DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL SUJETO PASIVO

- DERECHOS TRIBUTARIOS

Los deudores tributarios tienen derecho, entre otros, a:

- a) Ser tratados con respeto y consideración por el personal al servicio de la Administración Tributaria;
- b) Exigir la devolución de lo pagado indebidamente o en exceso, de acuerdo con las normas vigentes
- c) Sustituir o rectificar sus declaraciones juradas, conforme a las disposiciones sobre la materia;
- d) Interponer reclamo, apelación, demanda contencioso-administrativa y cualquier otro medio impugnatorio establecido en el presente Código;



- e) Conocer el estado de tramitación de los procedimientos en que sea parte, así como la identidad de las autoridades de la Administración Tributaria encargadas de éstos.
- f) Solicitar la ampliación de lo resuelto por el Tribunal Fiscal;
- g) Solicitar la no aplicación de intereses y sanciones en los casos de duda razonable o dualidad de criterio de acuerdo a lo previsto en el Artículo 170°;
- h) Interponer queja por omisión o demora en resolver los procedimientos tributarios o por cualquier otro incumplimiento a las normas establecidas en el presente Código;
- i) Formular consulta a través de las entidades representativas, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 93°, y obtener la debida orientación respecto de sus obligaciones tributarias;
- j) La confidencialidad de la información proporcionada a la Administración Tributaria en los términos señalados en el Artículo 85°;
- k) Solicitar copia de las declaraciones o comunicaciones por él presentadas a la Administración Tributaria;
- l) No proporcionar los documentos ya presentados y que se encuentran en poder de la Administración Tributaria;
- m) Contar con el asesoramiento particular que consideren necesario, cuando se le requiera su comparecencia, así como a que se le haga entrega de la copia del acta respectiva, luego de finalizado el acto y a su sola solicitud verbal o escrita.
- n) Solicitar aplazamiento y/o fraccionamiento de deudas tributarias.
- o) Solicitar a la Administración la prescripción de la deuda tributaria;
- p) Tener un servicio eficiente de la Administración y facilidades necesarias para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.



q) Designar hasta dos (2) representantes durante el procedimiento de fiscalización, con el fin de tener acceso a la información de los terceros independientes utilizados como comparables por la Administración Tributaria.

(Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013)

- OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

Obligación tributaria sustancial

Se origina cuando se cumplen los presupuestos contenidos en la normatividad, que dan lugar a la generación del impuesto y el respectivo pago de este. Motivo por el cual una de las características de la obligación tributaria sustancial es que esta nace de la ley cuando se realiza el hecho generador del impuesto y, por tanto, bajo un marco jurídico el sujeto activo queda facultado para exigirle al sujeto pasivo el pago de la obligación tributaria. (Actualícese, 2017)

La definición de la obligación sustancial “hace referencia a la obligación de tributar, de pagar un impuesto” (Gerencie.com,2017).

- Realizar el pago de manera oportuna de los tributos (IGV, Impuesto a la Renta, entre otros);
- Pagar dentro del plazo establecido en la Ley las Retenciones de impuestos efectuadas;
- Pagar dentro del plazo establecido en la Ley las Percepciones de impuestos realizadas;
- Depositar los montos de detracciones efectuadas a otros contribuyentes en el Banco de la Nación. (Parra, 2019)



Obligación tributaria formal

Este tipo de obligación permite verificar el pago de los tributos, identificar los contribuyentes que se encuentran obligados a realizar el pago, así como también la cuantía de este. En otras palabras, es a partir de las obligaciones de tipo formal que se suministran ciertos elementos al Gobierno Nacional para que este pueda investigar, determinar y recaudar los tributos y así se pueda cumplir con las obligaciones sustanciales. (Actualícese, 2017)

La definición de la obligación formal “hace referencia a los procedimientos que el obligado debe seguir para cumplir con la obligación sustancial” (Gerencie.com, 2017).

- Estar inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- Que esté establecido el domicilio fiscal;
- Declarar los tributos dentro del plazo legal establecido;
- Emitir los comprobantes de pago que sustenten todas sus operaciones comerciales;
- Registrar sus operaciones en los Libros Contables;
- Retener y pagar tributos; (Parra, 2019)

CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

El cumplimiento fiscal es una cuestión de ciudadanía. Los efectos del incumplimiento, es decir del fraude fiscal, perjudican a todos los ciudadanos, pero especialmente a aquéllos que asumen sus responsabilidades sociales y cumplen correctamente sus obligaciones tributarias. El fraude fiscal es un



fenómeno complejo basado en una mentalidad de derechos adquiridos sin ninguna contrapartida desde la vertiente de las obligaciones. Es, en definitiva, un problema de socialización inadecuada en los valores éticos de justicia y solidaridad. (Delgado, 2001)

Cumplimiento tributario consiste en presentar la declaración jurada de impuestos en término, incluyendo información completa y exacta a fin de determinar la obligación tributaria y pagar el saldo de la misma, de corresponder. (Toninelli, 2010)

EVASIÓN TRIBUTARIA

Es una figura jurídica que consiste en no pagar de forma consciente y voluntaria algún impuesto establecido por la ley. Esta acción por la que el causante infringe la ley realizando el impago puede tener graves consecuencias para la persona. (Debitoor, s.f.)

La evasión es fuerte, es un delito, es aquella persona que engaña al Estado, ocultando ingresos y creando gasto o exoneraciones que no existen. La elusión es la simulación para pagar menos o no pagar (Victoria & Gildemeister, 2019).

2.2.8. INFRACCIÓN TRIBUTARIA

Las empresas; en el desarrollo normal de sus actividades, sea como persona natural con negocio o como persona jurídica (empresa), suelen caer en alguna acción u omisión de no cumplir con alguna de sus obligaciones tributarias, encontrándose ante una infracción tributaria sancionable por la SUNAT.



“La infracción tributaria, toda acción u omisión que importe la violación de normas tributarias, tributarias, siempre que se encuentre tipificado como tal en el presente título o en otras leyes o decretos legislativos” (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013).

“Podemos decir que: El incumplimiento, cumplimiento parcial, cumplimiento incorrecto o cumplimiento tardío de las obligaciones tributarias acarrea el nacimiento de una infracción tributaria” (Panta, 2018).

SANCIÓN TRIBUTARIA

La Sanción Tributaria es la consecuencia jurídica por el incumplimiento de las obligaciones Tributarias (Consecuencia de las Infracciones).

Podríamos decir que son los “castigos” que se imponen a los contribuyentes por la violación de las normas tributarias (Infracciones Tributarias). (Panta, 2018)

Los tipos de sanciones establecidas en el Código Tributario son:

- Multa: Son sanciones económicas fijadas principalmente en función a la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) o en función a tus ingresos. Están sujetas a reglas de gradualidad que permiten que se apliquen con rebaja en el monto. Así también la SUNAT puede disponer su no aplicación, utilizando la facultad de discrecionalidad.
- Comiso de Bienes: Este tipo de sanciones afecta a tus bienes, los cuales pueden ser inclusive retirados de tu poder y pasar a ser custodiados por la SUNAT hasta que acredites tu posesión o propiedad sobre los mismos.



- Cierre Temporal de Establecimientos: Este tipo de sanción impide el desarrollo de actividades comerciales en el establecimiento sancionado por un tiempo determinado. Se aplicará hasta por un máximo de diez (10) días calendario. La SUNAT puede disponer la no aplicación de esta sanción, utilizando la facultad de discrecionalidad, para lo cual emite resoluciones de alcance general indicando las situaciones en que no se aplicará sanción de cierre.
- Internamiento Temporal de Vehículos: Este tipo de sanción afecta tú propiedad o posesión sobre una unidad vehicular, la que se retira de circulación por un tiempo determinado, quedando consignada en los almacenes que la SUNAT designe hasta que acredites su propiedad o posesión. Se aplicará por un máximo de treinta (30) días calendario.
- Pegado de Carteles, sellos y/o letreros: Son sanciones complementarias a las anteriores, a través de ellas la SUNAT informa el incumplimiento de obligaciones tributarias.
- Suspensión de licencias, permisos, concesiones y autorizaciones.

2.2.9. COMPROBANTES DE PAGO

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



Así mismo se menciona que “los comprobantes de pago son aquellos documentos que entregan los vendedores o prestadores a una persona que les ha pagado por un producto o un servicio” (Guzmán, 2021).

TIPOS DE COMPROBANTES DE PAGO

Facturas: Solo se entregan si el cliente tiene número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y si lo solicita.

Boleta de Venta: Deben entregar boleta de venta todos aquellos que vendan bienes o presten servicios a consumidores finales, por ejemplo, en bodegas, restaurantes, farmacias, zapaterías, ferreterías, etcétera. Aquellos comprendidos en el Régimen Único Simplificado.

Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras: Estos son los casos en los que deben ser emitidas:

En las operaciones con consumidores finales, en este caso no se tendrá derecho a ejercer crédito fiscal ni sustentar gasto o costo para efecto tributario.

En operaciones realizadas por los sujetos del Régimen único Simplificado.

Liquidaciones de compra: Serán emitidas por las personas naturales y jurídicas 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, desperdicios y desechos metálicos, desechos de papel y desperdicios de caucho, siempre que estas personas no otorguen comprobantes de pago por carecer de número de RUC.



Recibos por honorarios: Son documentos que entregan las personas naturales por cada servicio que prestan en forma independiente, por percibir rentas que la ley clasifica como rentas de cuarta categoría.

¿Por qué son necesarios los comprobantes?

1. Acreditar la realización de una operación comercial, los montos y los impuestos pagados.
2. Con ellos se puede demostrar la propiedad de un producto o servicio
3. Permiten realizar un reclamo, solicitar el cambio o la devolución del dinero cuando los productos adquiridos están defectuosos.
4. Ayudan a evitar la evasión tributaria (evasión es cuando el vendedor paga menos tributos al Estado de los que debería). (Guzmán, 2021)

2.3. MARCO CONCEPTUAL

ACREEDOR TRIBUTARIO

Es aquél en favor del cual debe realizarse la prestación tributaria. El Gobierno Central, los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales, son acreedores de la obligación tributaria, así como las entidades de derecho público con personería jurídica propia, cuando la ley les asigne esa calidad expresamente. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013)

COMERCIO

Compraventa o intercambio de bienes o servicios/Conjunto de actividades económicas centradas en el comercio. (Diccionario Real Academia, 2006)



COMERCIANTE

Persona propietaria de un comercio/Persona a quien son aplicables las especiales leyes mercantiles. (Diccionario Real Academia, 2006)

CONTRABANDO

Introducción en un país o exportación de mercancías sin pagar los derechos de aduana a que están sometidas legalmente. (Diccionario Real Academia, 2006)

ELUSIÓN

Acción que permite reducir la base imponible mediante operaciones que no se encuentran expresamente prohibidas por disposiciones legales o administrativas. (Servicios de Impuestos Internos, s.f.)

EVASIÓN TRIBUTARIA

Es una figura jurídica que consiste en no pagar de forma consciente y voluntaria algún impuesto establecido por la ley. Esta acción por la que el causante infringe la ley realizando el impago puede tener graves consecuencias para la persona. (Debitoor, s.f.)

MERCADO

Sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios. (Diccionario Real Academia, 2006)

RECAUDACIÓN FISCAL

Recepción de fondos que percibe el fisco principalmente por concepto de impuestos. (Servicios de Impuestos Internos, s.f.)



RELACIÓN JURÍDICA TRIBUTARIA

Es un vínculo jurídico de carácter obligacional que surge en virtud de una ley o de un decreto legislativo, en caso de delegación de facultades de la función legislativa a la función ejecutiva, lo que permite a la Administración Tributaria exigir el cumplimiento de una obligación de una naturaleza tributaria (Huanes, 2010)

OBLIGACIÓN TRIBUTARIA´

“La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente”. (Decreto Supremo N° 133-2013-EF., 2013)



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

La localización del proyecto de este trabajo de investigación se encuentra ubicada en el distrito, provincia y departamento de Puno, específicamente en el Mercado Progreso, situado en el Jirón. Los claveles N° 318 de la ciudad de Puno.

El departamento de Puno está ubicado al sur del país. Limita al norte con Madre de Dios, al este con Bolivia, al sur con Tacna, al oeste con Moquegua, Arequipa y Cusco.

Puno fue fundado el 26 de Abril de 1822, cuenta con una extensión de 72,000 km², siendo el cuarto departamento más extenso del país. Además, Puno tiene alrededor de 1,389,684 habitantes. Este departamento está conformado por las siguientes provincias: Azángaro, Carabaya, Chucuito, El Collao, Huancané, Lampa, Melgar, Moho, San Antonio de Putina, San Román, Sandia, Yunguyo y Puno. Esta última vendría a ser la capital del departamento.

3.2. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO

El estudio tuvo una duración de dos (02) años; la elaboración de la investigación duró un (01) año y el recojo de información, procesamiento, análisis y sustentación duró un (01) año.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO

3.3.1. POBLACIÓN

La población es la totalidad de hechos, personas, fenómenos, cosas objeto de estudio, los cuales serán estudiados en el proceso de investigación. (Tacillo Yauli, 2016)

Para el presente trabajo de investigación, la población está comprendida por los comerciantes dedicados al rubro de venta de ropas de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso de Puno, para las características del estudio y mayor concentración de comerciantes informales se ha establecido como población a todos los comerciantes, que está conformado por 328 empadronados y distribuidos en rubros, en la cual solo 2 pertenecen al NRUS y los demás son informales, pero que por su nivel de ingresos deben estar en el NRUS; la ropa no tiene marca, son de Juliaca y desaguadero.

Tabla 1: Detalle de la población

RUBRO	POBLACIÓN
SECCIÓN CALZADOS Y CINTURONES (PLAYERO, CASUAL, ELEGANTE)	40
SECCIÓN PRENDAS DE CABEZA (GORRAS, SOMBREROS, VISERAS)	27
SECCIÓN PRENDAS MUJERES (VARIADOS)	80
SECCIÓN PRENDAS VARONES (VARIADOS)	58
SECCIÓN PRENDAS INTERIORES Y CALCETERÍA	29
SECCIÓN PRENDAS DEPORTIVAS UNISEX	38
SECCIÓN PRENDAS NIÑOS Y BEBÉS (UNISEX)	56
Total	328

FUENTE: Padrón de comerciantes del Mercado Progreso-Puno.



3.3.2. MUESTRA

La muestra es conocida como una porción o parte de un grupo de objetos, el cual sirve para conocer a toda la población. Se parte del supuesto denominado "muestra" o porción, esto es representativo para caracterizarlo e identificar sus propiedades. De esta manera, para conocerlo, no se requiere a la totalidad de la población, sino que basta con conocer la muestra el cual lo reemplaza en este caso específico. (Tacillo Yauli, 2016)

Para la presente investigación se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(n - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{328 * 1.96^2 * 0.92 * 0.08}{0.05^2(328 - 1) + 1.96^2 * 0.92 * 0.08}$$

$$n = 84.29 = 84$$

Donde:

N = 328 = Población

n = Tamaño de la muestra

Z = 1.96 = Nivel de confianza 95%

p = 92% = Probabilidad de aciertos

q = 8% = Probabilidad de fracasos

e = 5% = Error estándar



Tabla 2: Determinación de la muestra

RUBRO	POBLACIÓN	%	MUESTRA
SECCIÓN CALZADOS Y CINTURONES (PLAYERO, CASUAL, ELEGANTE)	40	12	10
SECCIÓN PRENDAS DE CABEZA (GORRAS, SOMBREROS, VISERAS)	27	8	7
SECCIÓN PRENDAS MUJERES (VARIADOS)	80	24	20
SECCIÓN PRENDAS VARONES (VARIADOS)	58	18	15
SECCIÓN PRENDAS INTERIORES Y CALCETERÍA	29	9	8
SECCIÓN PRENDAS DEPORTIVAS UNISEX	38	12	10
SECCIÓN PRENDAS NIÑOS Y BEBÉS (UNISEX)	56	17	14
Total	328	100	84

FUENTE: Padrón de comerciantes del Mercado Progreso- Puno.

Elaborado por la investigadora

Es así que se obtuvo una muestra de 84 comerciantes del mercado Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso de la ciudad de Puno para la aplicación de la encuesta.

3.4. PROCEDIMIENTOS

3.4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es explicativa causal, con la respondemos a ¿Por qué? ¿En qué condiciones ocurre? (Hernández, Fernández, & Baptista, 1997)

3.4.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo, es una investigación no experimental, es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa



fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. (Tacillo Yauli, 2016)

3.4.3. MÉTODOS

El término método proviene de dos voces griegas “meta” que significa más allá y “hodos” significa camino; así método viene a ser el camino seguro para llegar más allá, asimismo, se traduce como el camino para llegar a un fin. (Tacillo Yauli, 2016)

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación titulado: “cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018” se utilizaron los métodos deductivo, analítico y sintético.

a) Método deductivo

Este método parte de lo general a lo particular. El método deductivo sirvió para plantear nuestras hipótesis sustentadas con el marco teórico de la investigación además nos permitió explicar cómo la falta de cultura tributaria repercute en el cumplimiento de obligaciones.

b) Método analítico

A través de este método se realizó un análisis detallado de acuerdo a la muestra presentada del problema de la conciencia tributaria, educación tributaria, cumplimiento de las obligaciones tributarias, Este método nos permitió descomponer del todo en sus partes en elementos para dar a conocer sus características, causas y factores que originan este problema, teniendo como base las variables presentadas y determinando así la falta de cultura tributaria de los comerciantes.



c) Método sintético

Este método nos permitió realizar el análisis detallado de acuerdo a la muestra presentada del problema de la repercusión de la conciencia y educación tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, todo ello nos permitió obtener conclusiones parciales después del problema planteado. Asimismo, nos servirá para realizar el marco teórico y el marco conceptual del problema de investigación.

3.4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas son los procedimientos para recolectar información, a través de instrumentos utilizados para acceder al conocimiento. Estos son encuestas, entrevistas, observaciones y todo lo que se deriva de ellas. (Tacillo Yauli, 2016)

Técnicas

- Análisis documental:** Información que nos permitió reconocer información teórica- científica para nuestro marco teórico y esta información fue de utilidad para sustentar la hipótesis.
- Encuestas:** Las encuestas nos permitieron recolectar información respecto al nivel de cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.
- Observación:** Esta técnica nos permitió interactuar con la realidad a través de la observación directa. Este método de observación directa me ha permitido observar el comportamiento de los comerciantes de la Asociación Unificada



Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018 respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributaria.

Instrumentos

- **Análisis documental:** Se utilizó para recopilar información de textos, tesis, revistas especializadas, etc. Básicamente para complementar la investigación y desarrollo de antecedentes, marco teórico entre otros.
- **Cuestionario:** Se aplicó un cuestionario con el propósito de registrar la información de acuerdo a los objetivos planteados y de la definición operacional de las variables para recolectar información sobre la cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.
- **Guion de Observación:** Nos permitió ver la realidad, de un objeto o fenómeno de estudio como; conductas, actitudes, manifestaciones, entre otros.

3.4.5. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

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

- **Recopilar información:** La recopilación de información se realizó mediante la encuesta.
- **Ordenamiento y clasificación de datos:** posterior a realizar la encuesta se procedió a clasificar la información y ordenarlo por sectores.
- **Tabulación de la información:** Se realizó la tabulación mediante tablas con los resultados que se han obtenido.
- **Elaboración de tablas y gráficos:** Se realizó mediante el programa Excel.



- **Análisis de información:** Se procedió a analizar los resultados que se obtuvo.
- **Interpretación de la información:** Se procedió a interpretar los resultados que se obtuvo.

3.5. VARIABLES

3.5.1. Variables para la hipótesis general

Variable independiente: Cultura tributaria

Variable dependiente: Cumplimiento de las obligaciones tributarias

3.5.2. Variables para la hipótesis específica

- Hipótesis específica 1

Variable independiente: Conciencia tributaria

Variable dependiente: Cumplimiento de las obligaciones tributarias

- Hipótesis específica 2

Variable independiente: Educación tributaria

Variable dependiente: Cumplimiento de las obligaciones tributarias



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presentan los resultados de la aplicación de la encuesta a los Comerciantes del Mercado Progreso de la Ciudad de Puno, se muestran los datos en tablas, gráficos, y la descripción de la información obtenida como resultado de la aplicación de la técnica de la recolección de datos, como lo es la encuesta y entrevista simple.

A continuación, daremos detalle de cada uno de nuestros resultados obtenidos de acuerdo a nuestros objetivos y así hacer una contrastación con nuestras respectivas hipótesis planteadas.

4.1 RESULTADOS

4.1.1 Evaluación del nivel conciencia tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado plaza Variedades del Mercado Progreso Puno.

Según nuestro objetivo específico planteado obtuvimos el siguiente resultado, que a continuación detallaremos:

Tabla 3: Declaración de ingresos

¿Ud. Cumple con declarar todos sus ingresos reales que tiene?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
No	10	12%	7	8%	19	23%	14	17%	8	9%	10	12%	14	17%	82	98%
A veces	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora

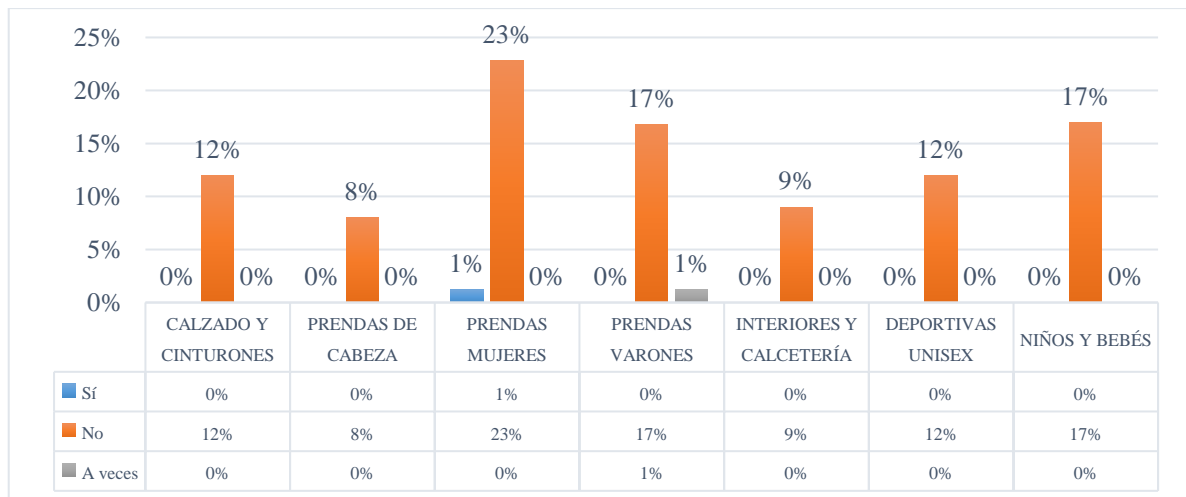


Figura 1: Declaración de ingresos

FUENTE: Tabla 3

En la Tabla 3 y Figura 1 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 01 comerciante menciona que declara todos sus ingresos o ventas reales que tiene; y esta representa el 1% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 1% prendas mujeres, 0% prendas varones, 0% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 0% niños y bebés.
- 82 comerciantes mencionan que no declaran todos sus ingresos o ventas reales que tienen; y esta representa el 98% del total de la muestra, de los cuales el 12% son de la sección calzado y cinturones, 8% prendas de cabeza, 23% prendas mujeres, 17% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 12% deportivas unisex y 17% niños y bebés.
- 01 comerciante menciona que a veces declara todos sus ingresos o ventas reales que tiene; y esta representa el 1% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 0% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 0% niños y bebés.



En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno, el 98% menciona que no declara todos sus ingresos reales que tienen, aduciendo que la gran mayoría de las personas no son conscientes siempre tienden a la mentira. Determinándose que existe un gran porcentaje de comerciantes que no tienen valores personales llegando a generar actos de evasión tributaria, como se sabe la evasión es un delito, es aquella persona que engaña al Estado, ocultando ingresos y creando gasto o exoneraciones que no existe.

Tabla 4: Cumplimiento del pago de impuestos

¿Ud. cumpliría con pagar sus impuestos, si estos no fueran obligatorios a pagar al Estado?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERIA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	1	1%	0	0%	4	5%	2	2%	0	0%	2	2%	3	4%	12	14%
No	5	6%	4	5%	11	13%	8	10%	5	6%	6	7%	7	9%	46	55%
Un poco	4	5%	2	2%	4	5%	4	5%	3	3%	2	2%	3	4%	22	26%
No les interesa	0	0%	1	1%	1	1%	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%	4	5%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

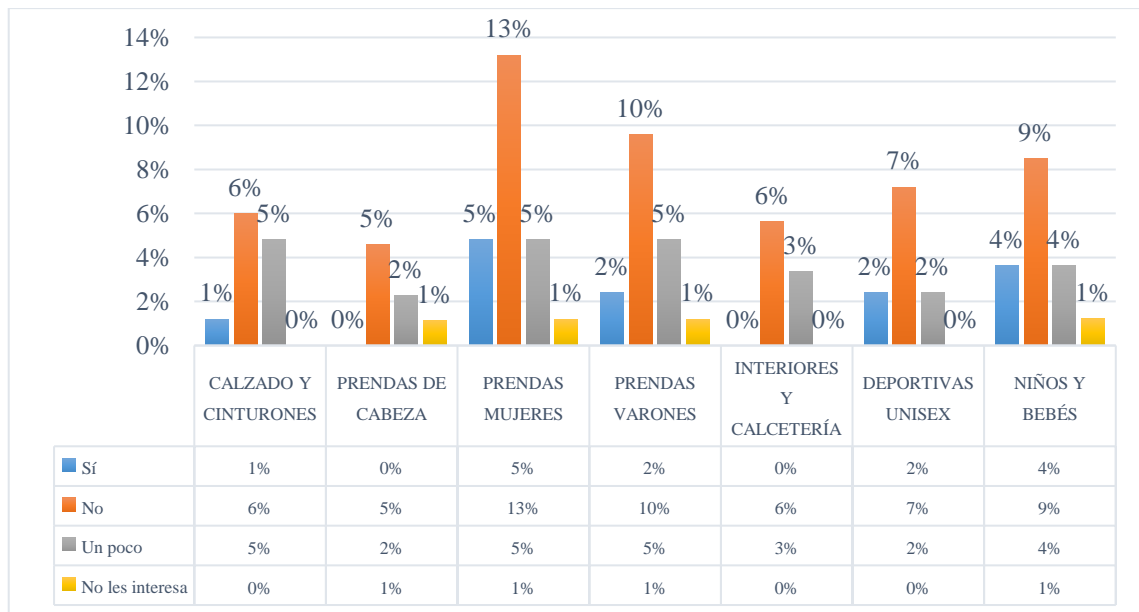


Figura 2: Cumplimiento del pago de impuestos

FUENTE: Tabla 4

En la Tabla 4 y Figura 2 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 12 comerciantes respondieron que si cumplirían con pagar los impuestos si estos no fueran obligatorios a pagar al Estado; y esta representa el 14% del total de la muestra, de los cuales el 1% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 5% prendas mujeres, 2% prendas varones, 0% interiores y calcetería, 2% deportivas unisex y 4% niños y bebés.
- 46 comerciantes respondieron que no cumplirían con pagar los impuestos si estos no fueran obligatorios a pagar al Estado y esto a causa de distintos factores que se mencionaran en la siguiente interrogante; y esta representa el 55% del total de la muestra, de los cuales el 6% son de la sección calzado y cinturones, 5% prendas de cabeza, 13% prendas mujeres, 10% prendas varones, 6% interiores y calcetería, 7% deportivas unisex y 9% niños y bebés.



- 22 comerciantes respondieron que un poco cumplirían con pagar los impuestos; y esta representa el 26% del total de la muestra, de los cuales el 5% son de la sección calzado y cinturones, 2% prendas de cabeza, 5% prendas mujeres, 5% prendas varones, 3% interiores y calcetería, 2% deportivas unisex y 4% niños y bebés.
- 04 comerciantes respondieron que no les interesa pagar los impuestos voluntariamente; y esta representa el 5% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 1% prendas de cabeza, 1% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 1% niños y bebés.

En resumen, los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno, afirmaron que no pagarían sus impuestos de manera voluntaria, por muchas razones que se mostraran en la siguiente tabla aduciendo más por los antecedentes que se ven en el Estado y la Administración Pública, por tanto, se percibe la ausencia de conciencia tributaria.

Tabla 5: Motivo de no pagar impuestos

¿Por qué no cumplirías con pagar los impuestos?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Disminuye mi ganancia	4	5%	2	2%	5	6%	5	6%	2	2%	2	2%	3	4%	23	27%
Mala Administración pública	1	1%	1	1%	3	4%	1	1%	0	0%	3	4%	6	7%	15	18%
Malversación de fondos por parte del Estado.	4	5%	3	3%	8	10%	6	7%	4	5%	4	5%	4	5%	33	39%
Son muy difíciles de entender y declarar	1	1%	1	1%	4	5%	3	4%	2	2%	1	1%	1	1%	13	15%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

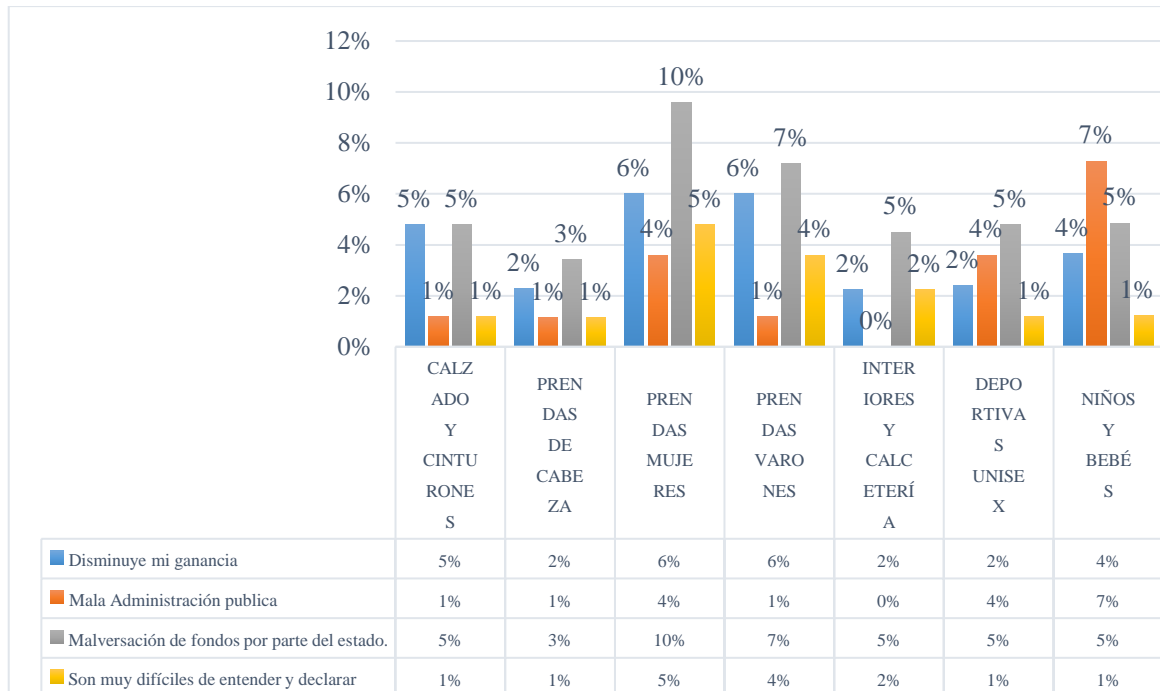


Figura 3: Motivo de no pagar impuestos

FUENTE: Tabla 5

En la Tabla 5 y Figura 3 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 23 comerciantes indican que la razón por la que no cumplirían es porque disminuyen sus ganancias; y esta representa el 27% del total de la muestra, de los cuales el 5% son de la sección calzado y cinturones, 2% prendas de cabeza, 6% prendas mujeres, 6% prendas varones, 2% interiores y calcetería, 2% deportivas unisex y 4% niños y bebés.
- 15 comerciantes indican que la razón por la que no cumplirían con pagar los impuestos es por la mala Administración Pública en cuanto al no saber gastar de manera correcta el dinero que se paga a través de los impuestos; y esta representa el 18% del total de la muestra, de los cuales el 1% son de la sección calzado y cinturones, 1% prendas de cabeza, 4% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interiores y calcetería, 4% deportivas unisex y 7% niños y bebés.



- 33 comerciantes indican que la razón por la que no cumplirían con pagar los impuestos es por la malversación que hace el Estado con los recursos recaudados a través de los impuestos; y esta representa el 39% del total de la muestra, de los cuales el 5% son de la sección calzado y cinturones, 3% prendas de cabeza, 10% prendas mujeres, 7% prendas varones, 5% interiores y calcetería, 5% deportivas unisex y 5% niños y bebés.
- 13 comerciantes indican que la razón por la que no cumplirían con pagar los impuestos es porque son muy difíciles de entender y declarar; y esta representa el 15% del total de la muestra, de los cuales el 1% son de la sección calzado y cinturones, 1% prendas de cabeza, 5% prendas mujeres, 4% prendas varones, 2% interior y calcetería, 1% deportiva unisex y 1% niños y bebés.

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno, el 39% mencionan que no pagan sus impuestos debido a la desconfianza existente hacia los entes del Estado, agregando que en la actualidad se puede ver la malversación de fondos que se da en las diversas entidades públicas, ya que muchos de los bienes, servicios u obras públicas realizadas son sobrevalorados e incluso no cumplen con los fines para los que fueron ejecutados o adquiridos.

Tabla 6: Percepción de los tributos

¿Desde su percepción, cree que el dinero de los tributos es utilizado en beneficio de los ciudadanos?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	3	4%	2	2%	5	6%	5	6%	2	2%	2	2%	5	6%	24	29%
No	7	8%	5	6%	15	18%	10	12%	6	7%	8	10%	9	11%	60	71%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

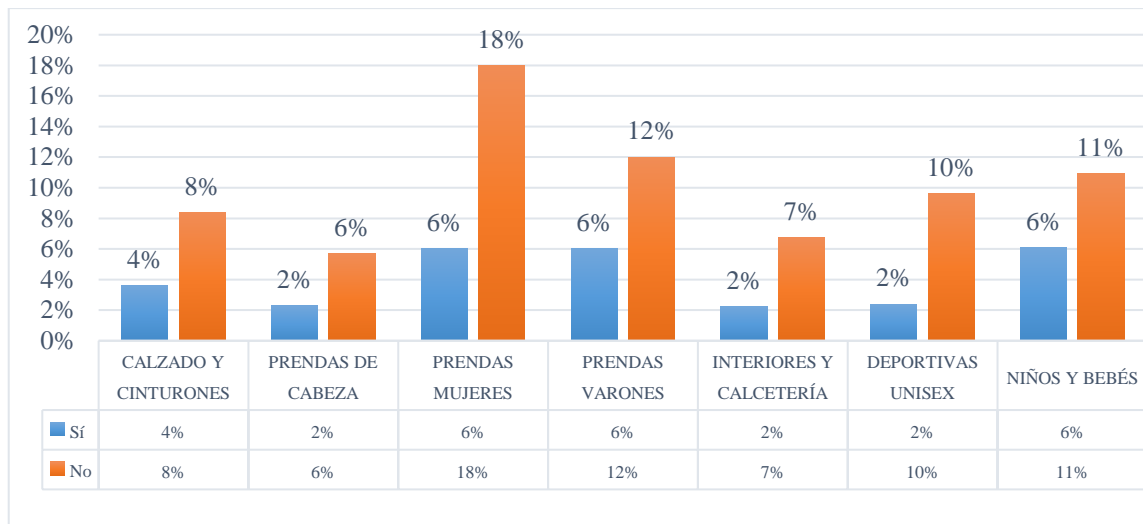


Figura 4: Percepción de los tributos

FUENTE: Tabla 6

En la Tabla 6 y Figura 4 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 24 comerciantes mencionan que el dinero de los tributos si es utilizado en beneficio de los ciudadanos; y esta representa el 29% del total de la muestra, de los cuales el 4% son de la sección calzado y cinturones, 2% prendas de cabeza, 6% prendas mujeres, 6% prendas varones, 2% interiores y calcetería, 2% deportivas unisex y 6% niños y bebés.
- 60 comerciantes mencionan que el dinero de los tributos no es utilizado en beneficio de los ciudadanos; y esta representa el 71% del total de la muestra, de los cuales el 8% son de la sección calzado y cinturones, 6% prendas de cabeza, 18% prendas mujeres, 12% prendas varones, 7% interiores y calcetería, 10% deportivas unisex y 11% niños y bebés.

En resumen, podemos concluir que los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno, en un promedio de 71% de la entrevista realizada mencionan que no se sienten beneficiados con el pago de tributos ya que no se encuentran satisfechos con los



servicios y las obras que ofrece el Estado, por lo que influye en gran parte la malversación de fondos.

Tabla 7: Pagar impuestos contribuye al desarrollo del país

¿Usted es consiente que pagando sus impuestos contribuye al desarrollo del país?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí contribuye	5	6%	4	5%	14	17%	10	12%	3	3%	7	8%	9	11%	52	62%
No contribuye	5	6%	3	3%	6	7%	5	6%	5	6%	3	4%	5	6%	32	38%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

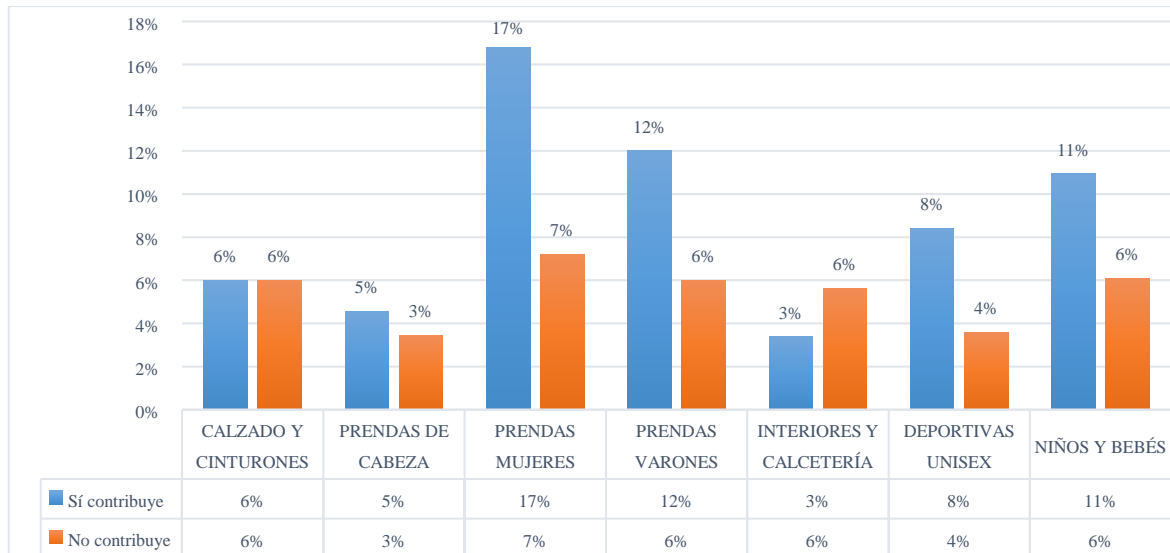


Figura 5: Pagar impuestos contribuye al desarrollo del país

FUENTE: Tabla 7

En la Tabla 7 y Figura 5 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 52 comerciantes refieren que el pago de impuestos si contribuye al desarrollo del país; y esta representa el 62% del total de la muestra, de los cuales el 6% son de la sección calzado y cinturones, 5% prendas de cabeza, 17% prendas mujeres, 12% prendas varones, 3% interiores y calcetería, 8% deportivas unisex y 11% niños y bebés.
- 32 comerciantes refieren que el pago de impuestos no contribuye al desarrollo del país; y esta representa el 38% del total de la muestra, de los cuales el 6% son de la sección calzado y cinturones, 3% prendas de cabeza, 7% prendas mujeres, 6% prendas varones, 6% interiores y calcetería, 4% deportivas unisex y 6% niños y bebés.

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno, en un promedio de 62% de la encuesta realizada mencionan que sus impuestos si contribuyen al desarrollo del país, pero que los comerciantes no ven un



cambio, debido a que se encuentran insatisfechos con los servicios y obras brindadas por el Estado; aún observan la delincuencia, inseguridad, negligencias médicas, pistas deterioradas, corrupción, entre otros.

Tabla 8: Conocimiento de obligaciones tributarias

¿Crees que los comerciantes de este Mercado son conocedores de sus obligaciones tributarias?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCE TERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	2	2%	1	1%	4	5%	3	4%	0	0%	2	2%	1	1%	13	15%
No	8	10%	6	7%	16	19%	12	14%	8	9%	8	10%	13	16%	71	85%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

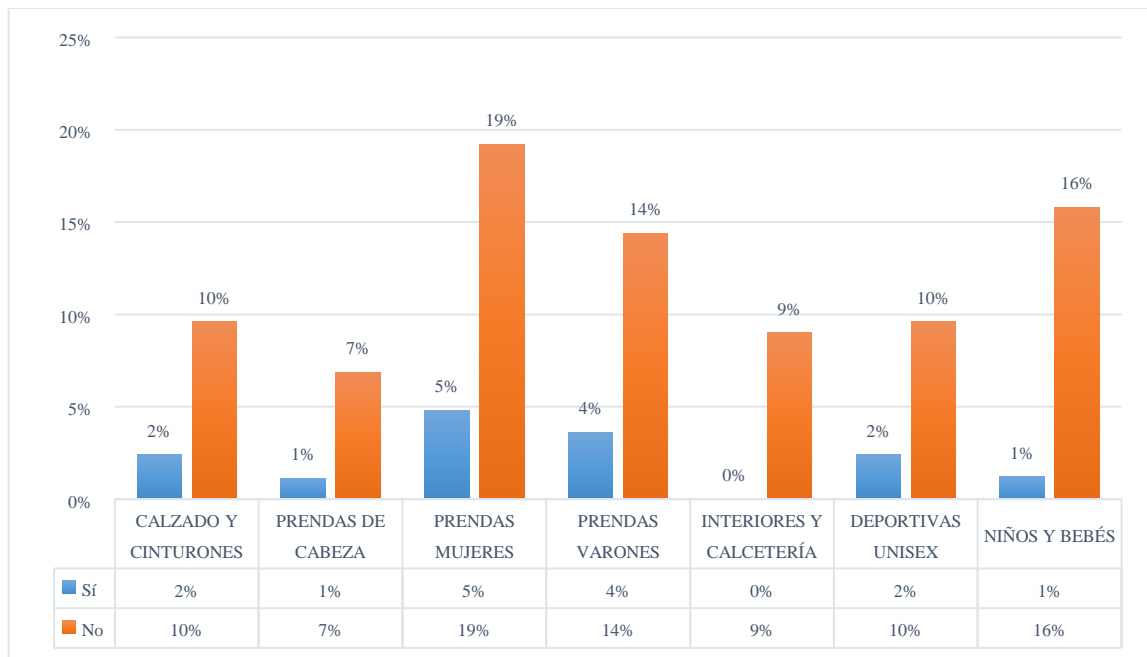


Figura 6: Conocimiento de obligaciones tributarias

FUENTE: Tabla 8

En la Tabla 8 y Figura 6 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 13 comerciantes mencionan que si son conocedores de sus obligaciones tributarias; y esta representa el 15% del total de la muestra, de los cuales el 2% son de la sección calzado y cinturones, 1% prendas de cabeza, 5% prendas mujeres, 4% prendas varones, 0% interior y calcetería, 2% deportivas unisex y 1% niños y bebés.
- 71 comerciantes mencionan que no son conocedores de sus obligaciones tributarias; y esta representa el 85% del total de la muestra, de los cuales el 10% son de la sección calzado y cinturones, 7% prendas de cabeza, 19% prendas mujeres, 14% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 10% deportivas unisex y 16% niños y bebés.



En resumen, podemos concluir que los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno, en un porcentaje de 85% no son conocedores de sus obligaciones tributarias como comerciantes, a esto se puede inferir que los comerciantes son conscientes de la carencia de información que tiene sobre el sistema tributario en el Perú, por ende, urge la necesidad de establecer estrategias que contrarresten y de esa manera incrementar la recaudación en el país.

Tabla 9: Inscripción en el RUC

¿Está Ud. inscrito en el Registro Único de Contribuyentes?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERIA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí cuento	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%
No cuento	10	12%	7	8%	19	23%	14	17%	8	9%	10	12%	14	17%	82	98%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

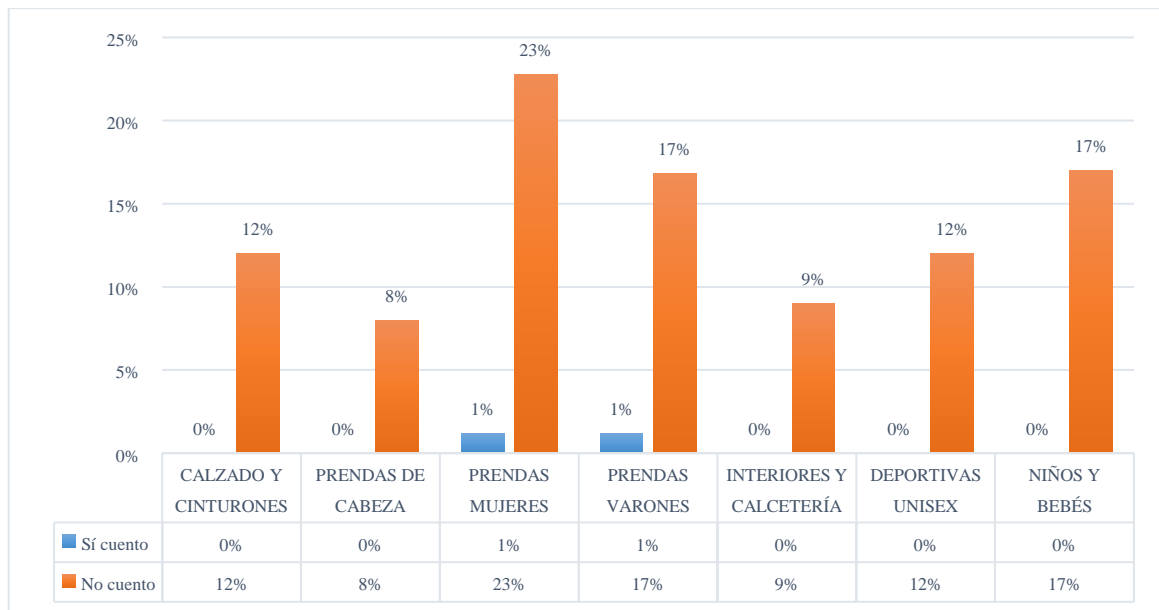


Figura 7: Inscripción en el RUC

FUENTE: Tabla 9

En la Tabla 9 y Figura 7 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 02 comerciantes indican estar inscritos en el registro único del contribuyente; y esta representa el 2% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 1% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 0% niños y bebés.
- 82 comerciantes refieren no estar inscritos en el registro único del contribuyente; y esta representa el 98% del total de la muestra, de los cuales el 12% son de la sección calzado y cinturones, 8% prendas de cabeza, 23% prendas mujeres, 17% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 12% deportivas unisex y 17% niños y bebés.

En resumen, podemos concluir que los comerciantes del Mercado Progreso casi en su totalidad no se encuentran inscritos en el RUC los cuales ya serían evasores tributarios, que representa el 98% de la encuesta realizada, esto nos demuestra que aun



prima la informalidad, por ende, es necesario impartir una cultura tributaria que cambie la conciencia del ciudadano, para que éste logre aportar con el progreso de su país.

Tabla 10: Régimen al que pertenecen

¿En qué régimen se encuentra usted?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERIA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Nuevo RUS	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%
Régimen especial	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Régimen Mype tributario	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Régimen general	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ninguna de las anteriores	10	12%	7	8%	19	23%	14	17%	8	9%	10	12%	14	17%	82	98%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

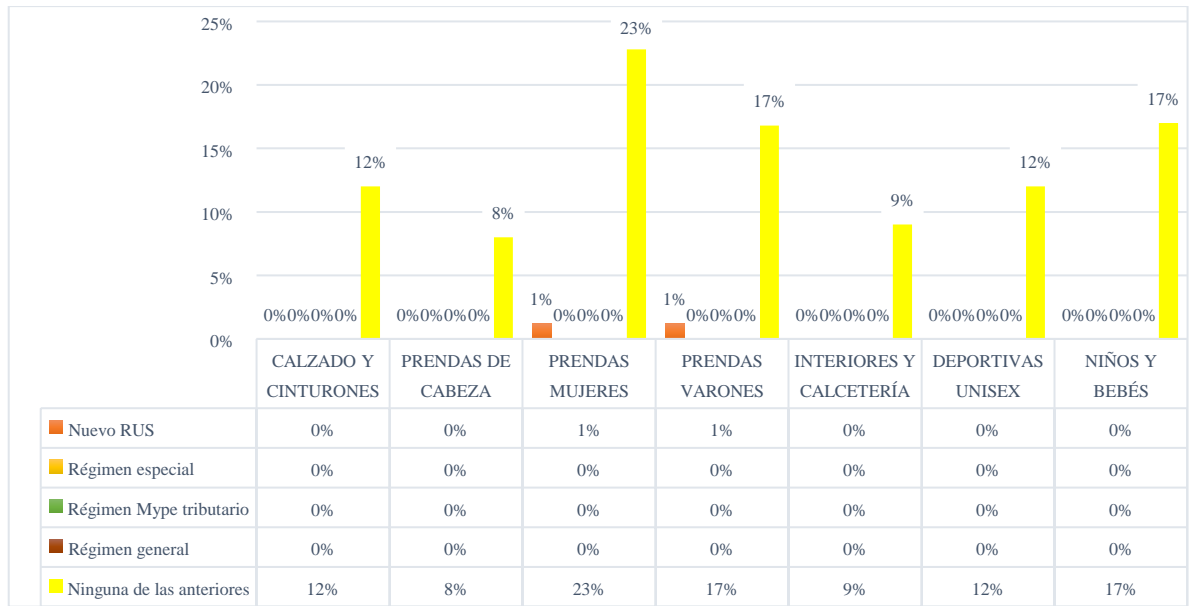


Figura 8: Régimen al que pertenecen

FUENTE: Tabla 10

En la Tabla 10 y Figura 8 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 02 comerciantes mencionan encontrarse en el nuevo RUS; y esta representa el 2% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 1% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 0% niños y bebés.
- 00 comerciantes mencionan encontrarse en el régimen especial; y esta representa el 0% del total de la muestra.
- 00 comerciantes mencionan encontrarse en el régimen Mype tributario; y esta representa el 0% del total de la muestra.
- 00 comerciantes mencionan encontrarse en el régimen general; y esta representa el 0% del total de la muestra.
- 82 comerciantes mencionan que no se encuentran en ningún régimen porque no están inscritos en SUNAT; y esta representa el 98% del total de la muestra, de los



cuales el 12% son de la sección calzado y cinturones, 8% prendas de cabeza, 23% prendas mujeres, 17% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 12% deportivas unisex y 17% niños y bebés.

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno, viendo la tabla anterior la mayor parte de ellos no cuenta con RUC, por lo tanto, ellos no pertenecerían a ningún régimen tributario.

Tabla 11: Emisión de comprobantes

¿Emite Ud. Comprobante de pago en las ventas que realiza?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
No	10	12%	7	8%	19	23%	14	17%	8	9%	10	12%	14	17%	82	98%
A veces	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

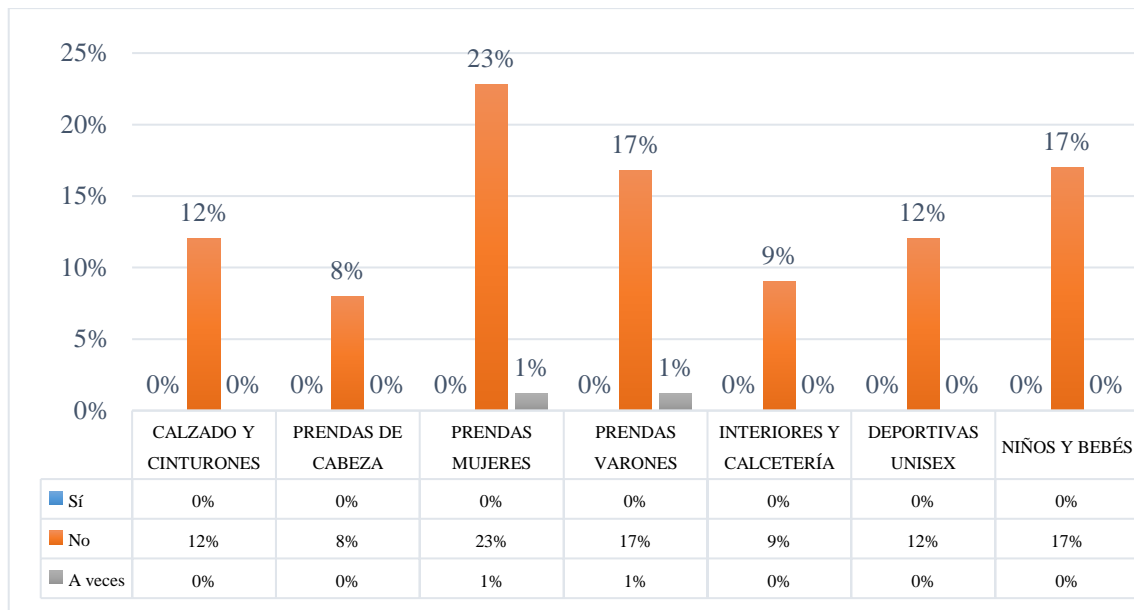


Figura 9: Emisión de comprobantes

FUENTE: Tabla 11

En la Tabla 11 y Figura 9 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 00 comerciantes señalan que si emiten comprobantes de pago por las ventas que realizan; y esta representa el 0% del total de la muestra.
- 82 comerciantes señalan que no emiten comprobantes de pago por las ventas que realizan; y esta representa el 98% del total de la muestra, de los cuales el 12% son de la sección calzado y cinturones, 8% prendas de cabeza, 23% prendas mujeres, 17% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 12% deportivas unisex y 17% niños y bebés.
- 02 comerciantes señalan que a veces emiten comprobantes de pago por las ventas que realizan; y esta representa el 2% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 1% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 0% niños y bebés.



En resumen, podemos concluir que los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno, el 98% no emiten comprobantes de pago, aduciendo no tener suficiente información, conocimiento y que al emitir comprobantes de pago les generara otro gasto en cuanto a la impresión, por ende, pudimos notar que los comerciantes no declaran ni pagan impuesto a la SUNAT de sus ingresos por el concepto de ventas de ropas.

Tabla 12: Declaraciones y pagos de impuesto

¿Ud. efectúa sus declaraciones y pagos de impuesto en la SUNAT?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%
No	10	12%	7	8%	19	23%	14	17%	8	9%	10	12%	14	17%	82	98%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

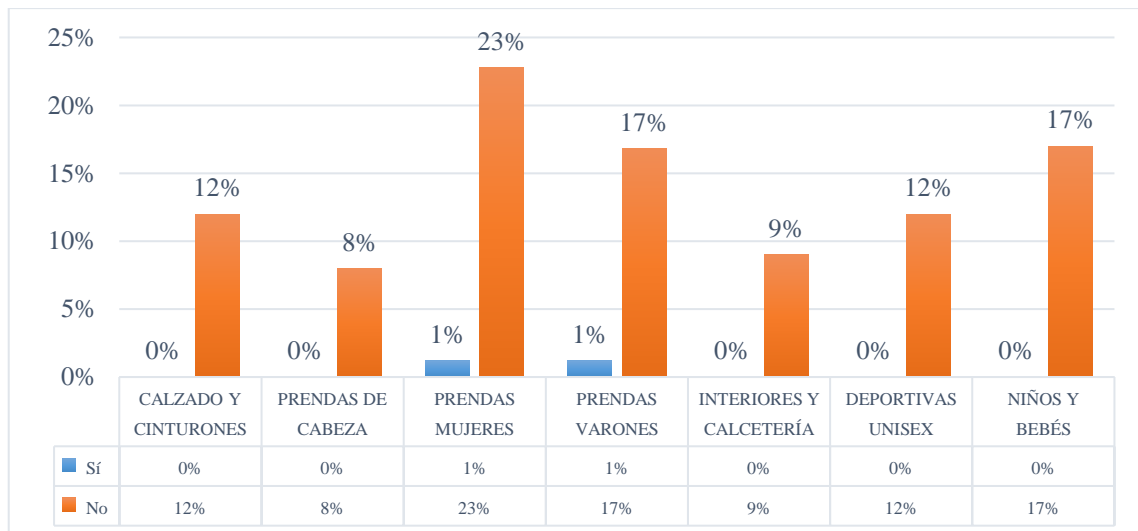


Figura 10: Declaraciones y pagos de impuesto

FUENTE: Tabla 12

En la Tabla 12 y Figura 10 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 02 comerciantes indican que efectúan la declaración y pago a la SUNAT; y esta representa el 2% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 1% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 0% niños y bebés.
- 82 comerciantes indican que no efectúan la declaración y pago a la SUNAT; y esta representa el 98% del total de la muestra, de los cuales el 12% son de la sección calzado y cinturones, 8% prendas de cabeza, 23% prendas mujeres, 17% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 12% deportivas unisex y 17% niños y bebés.

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso viendo la (Tabla 9) no se encuentran inscritos en el RUC que representa el 98%, por lo tanto, estos no declaran ni pagan impuestos, y los que están inscritos realizan el pago único en el nuevo RUS. Esto reflejaría la baja conciencia, valores y actitudes tributaria, para que



un contribuyente cumpla sus obligaciones tributarias es necesario que cuente con una sólida cultura tributaria; caso contrario, éste no será consciente de los perjuicios que se están causando en el país.

4.1.2 Determinación de como la educación tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso.

Según nuestro objetivo específico planteado obtuvimos el siguiente resultado, que a continuación detallaremos:

Tabla 13: Conocimientos tributarios

¿Sabe Ud. para qué se destinan los impuestos?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Para construir carreteras, colegios y hospitales	3	4%	5	6%	4	5%	3	4%	3	3%	2	2%	4	5%	24	29%
Para el pago de funcionarios (alcaldes, gobernadores, congresistas, etc.)	2	2%	0	0%	2	2%	3	4%	0	0%	3	4%	3	4%	13	15%
A y b son correctos	2	2%	2	2%	9	11%	6	7%	3	3%	2	2%	6	7%	30	36%
Desconozco el destino	3	4%	0	0%	5	6%	3	4%	2	2%	3	4%	1	1%	17	20%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

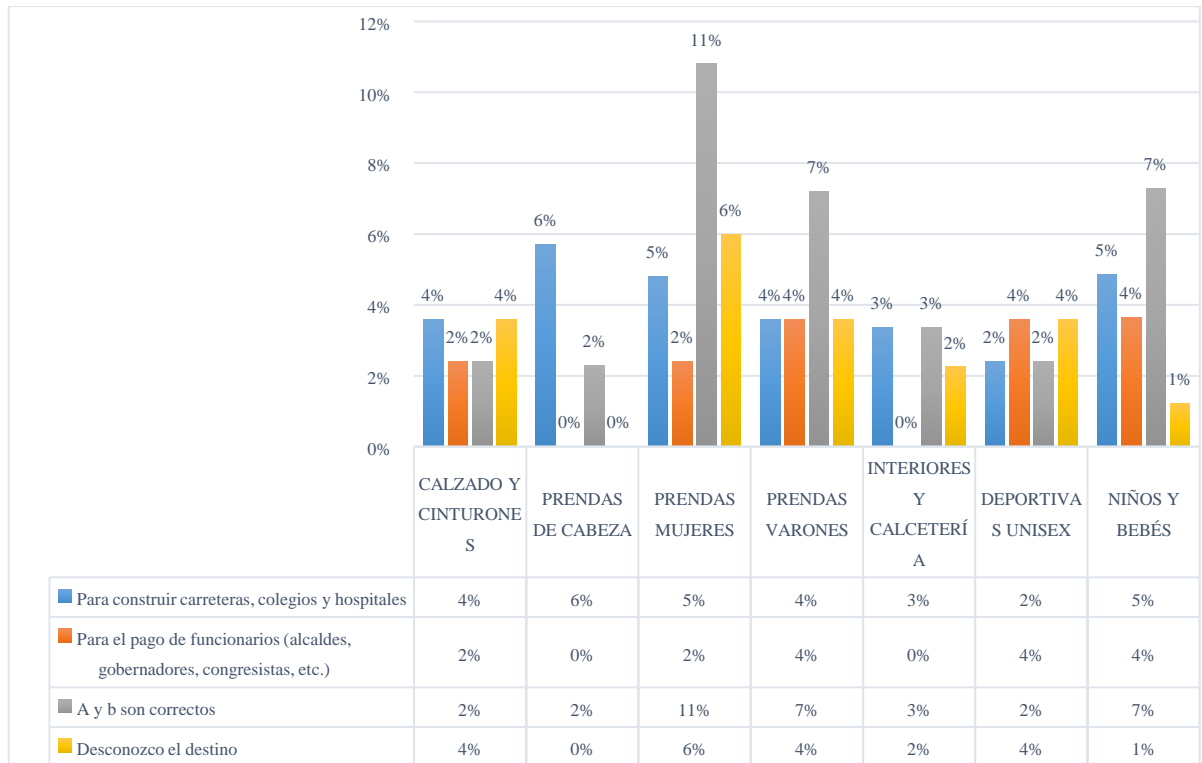


Figura 11: Conocimientos tributarios

FUENTE: Tabla 13

En la Tabla 13 y Figura 11 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 24 comerciantes indican que se destinan para construir carreteras, colegios y hospitales; y esta representa el 29% del total de la muestra, de los cuales el 4% son de la sección calzado y cinturones, 6% prendas de cabeza, 5% prendas mujeres, 4% prendas varones, 3% interior y calcetería, 2% deportiva unisex y 5% niños y bebés.
- 13 comerciantes indican que se destinan al pago de funcionarios (alcaldes, gobernadores, congresistas); y esta representa el 15% del total de la muestra, de los cuales el 2% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 2% prendas mujeres, 4% prendas varones, 0% interior y calcetería, 4% deportivas unisex y 4% niños y bebés.



- 30 comerciantes indican que los impuestos se destinan a ambos que sería a la construcción de infraestructuras y pago de funcionarios; y esta representa el 36% del total de la muestra, de los cuales el 2% son de la sección calzado y cinturones, 2% prendas de cabeza, 11% prendas mujeres, 7% prendas varones, 3% interior y calcetería, 2% deportiva unisex y 7% niños y bebés.
- 17 comerciantes indica que desconocen para que se destinan los impuestos; y esta representa el 20% del total de la muestra, de los cuales el 4% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 6% prendas mujeres, 4% prendas varones, 2% interior y calcetería, 4% deportiva unisex y 1% niños y bebés.

En resumen, llegamos a la conclusión que los comerciantes del Mercado Progreso de Puno, en un porcentaje de 36% tienen noción del destino de los impuestos que cobra el Estado a través de su ente rector de la Administración Tributaria la SUNAT, que es para la construcción de carreteras, colegios, hospitales y al pago de funcionarios, y la otra parte tiene una concepción media que representan el 29% que es solo para construir carreteras, colegios y hospitales y el 15% que solo es para el pago de funcionarios (alcaldes, gobernadores, congresistas, etc.).

Tabla 14: Capacitación por parte de la SUNAT

¿Alguna vez ha recibido capacitación por parte de la SUNAT?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	1	1%	0	0%	3	4%	2	2%	1	1%	1	1%	1	1%	9	11%
No	9	11%	7	8%	17	20%	13	16%	7	8%	9	11%	13	16%	75	89%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

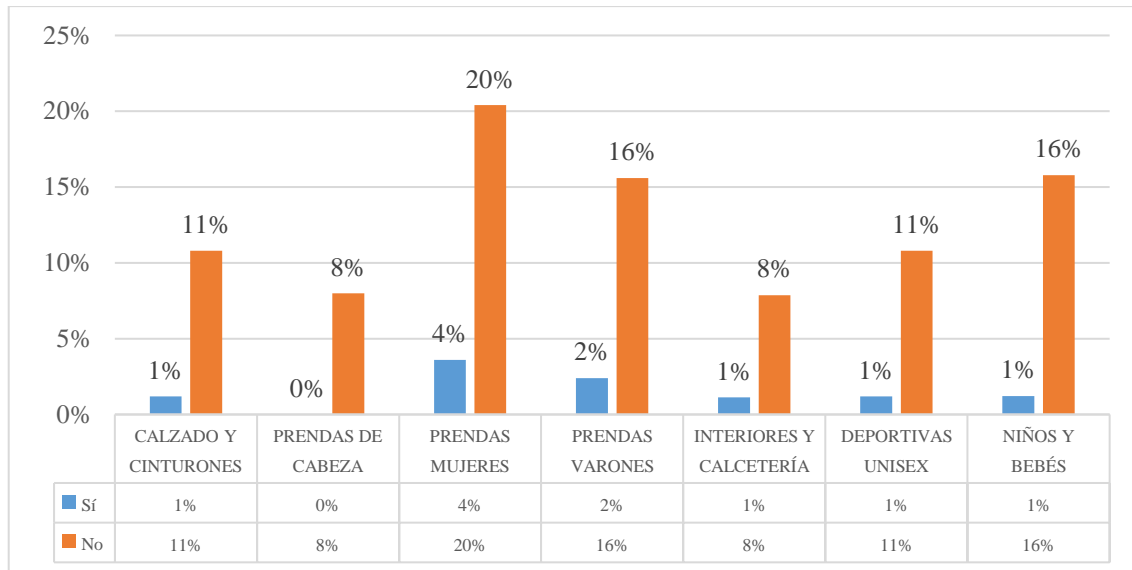


Figura 12: Capacitación por parte de la SUNAT

FUENTE: Tabla 14

En la Tabla 14 y Figura 12 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 09 comerciantes manifiestan haber recibido capacitación por parte de la SUNAT; y esta representa el 11% del total de la muestra, de los cuales el 1% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 4% prendas mujeres, 2% prendas varones, 1% interior y calcetería, 1% deportiva unisex y 1% niños y bebés.
- 75 comerciantes manifiestan no haber recibido capacitación por parte de la SUNAT; y esta representa el 89% del total de la muestra, de los cuales el 11% son de la sección calzado y cinturones, 8% prendas de cabeza, 20% prendas mujeres, 16% prendas varones, 8% interiores y calcetería, 11% deportivas unisex y 16% niños y bebés.

En resumen, los comerciantes del Mercado Progreso de Puno, expresan no haber recibido capacitación por parte de la SUNAT y esta representa el 89%, agregando que desconocen de cualquier charla que haya brindado la SUNAT u otra institución, por tanto



los comerciantes necesitan orientación, capacitación en materia tributaria por cualquier otra institución como el de Universidad Nacional del Altiplano, que cuenta con el grupo Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF), de modo que cada estudiante va a incentivar al contribuyente o comerciante a poder cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tabla 15: Seminarios gratuitos

¿Sabe Ud. que SUNAT realiza seminarios gratuitos?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERIA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
No	10	12%	7	8%	19	23%	13	16%	8	9%	10	12%	12	15%	79	94%
Un poco	0	0%	0	0%	1	1%	2	2%	0	0%	0	0%	2	2%	5	6%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora

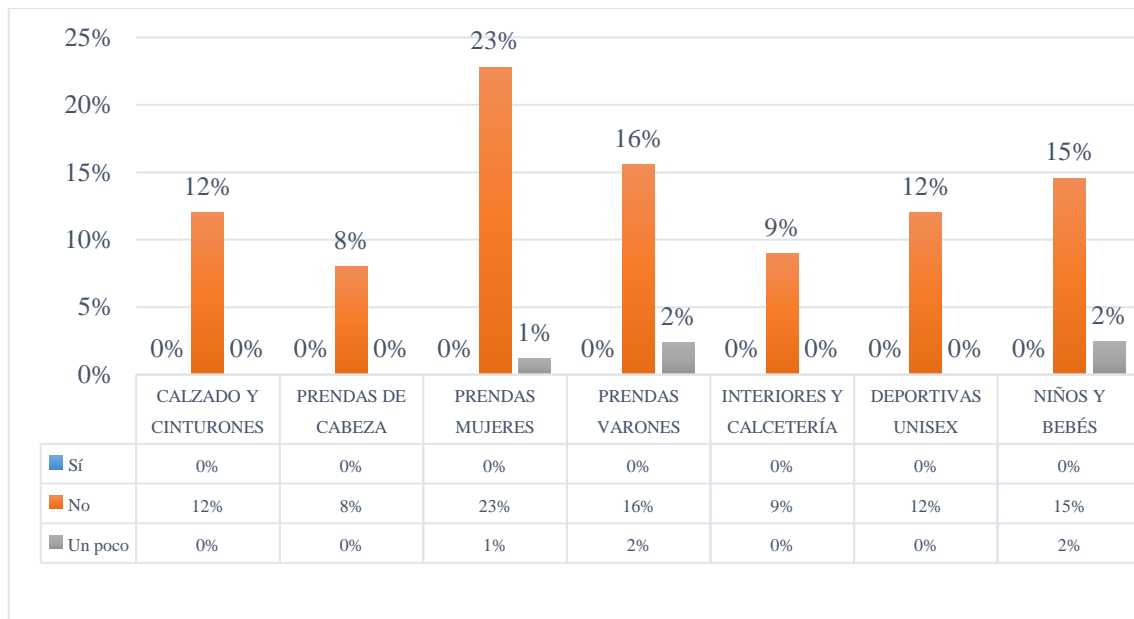


Figura 13: Seminarios gratuitos

FUENTE: Tabla 15

En la Tabla 15 y Figura 13 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 00 comerciantes saben sobre la realización de seminarios gratuitos por parte de la SUNAT; y esta representa el 0% del total de la muestra.
- 79 comerciantes sostienen no saber sobre la realización de seminarios gratuitos por parte de la SUNAT; y esta representa el 94% del total de la muestra, de los cuales el 12% son de la sección calzado y cinturones, 8% prendas de cabeza, 23% prendas mujeres, 16% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 12% deportivas unisex y 15% niños y bebés.
- 05 comerciantes sostienen saber un poco sobre la realización de seminarios gratuitos por parte de la SUNAT; y esta representa el 6% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 1% prendas mujeres, 2% prendas varones, 0% interiores y calcetería, 0% deportivas unisex y 2% niños y bebés.



En resumen, llegamos a la conclusión que los comerciantes del Mercado Progreso en un 94% expresa no saber sobre la realización de seminarios gratuitos de cualquier otra institución, lastimosamente esto refleja la ausencia de la Administración Tributaria en cuanto a la realización de actividades de difusión, pues una de sus finalidades es la divulgación y capacitación de la cultura tributaria a través de distintos medios con la finalidad de llegar a los contribuyentes de manera más cercana, es por ello la importancia de dar realce a estrategias.

Tabla 16: Educación cívica tributaria en los Colegios

¿Cree Usted Que es importante que se impartan cursos de Educación cívica tributaria en los Colegios?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	9	11%	6	7%	18	22%	15	18%	7	8%	10	12%	13	16%	78	93%
No	1	1%	1	1%	2	2%	0	0%	1	1%	0	0%	1	1%	6	7%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

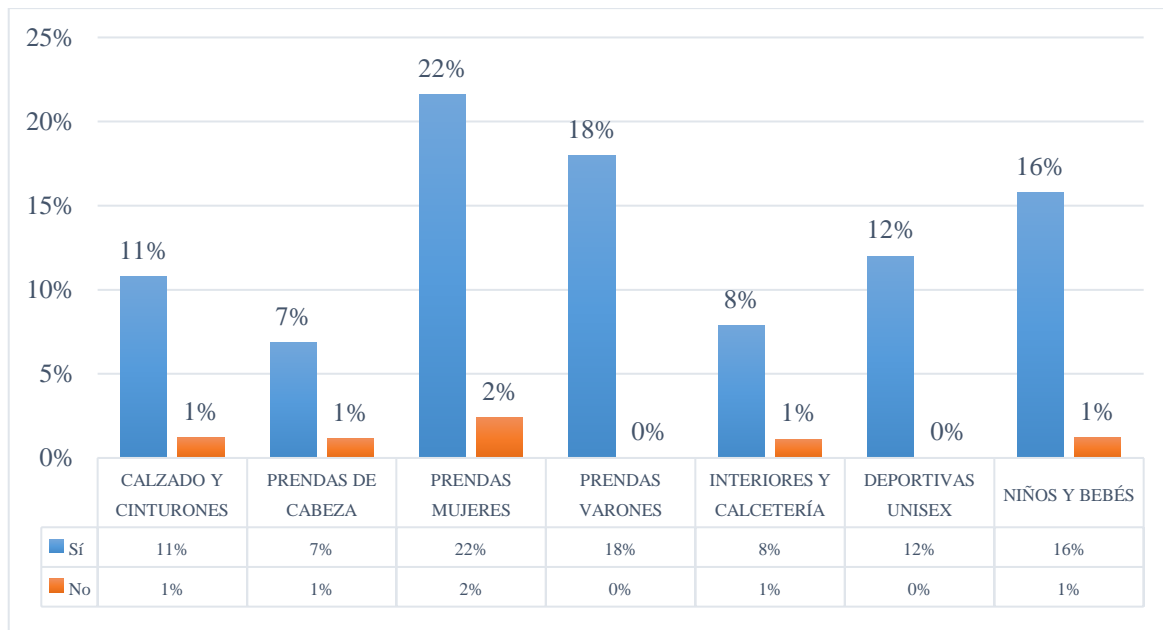


Figura 14: Educación cívica tributaria en los Colegios

FUENTE: Tabla 16

En la Tabla 16 y Figura 14 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 78 comerciantes mencionan que si es importante que se impartan cursos de Educación cívica tributaria en los Colegios; y esta representa el 93% del total de la muestra, de los cuales el 11% son de la sección calzado y cinturones, 7% prendas de cabeza, 22% prendas mujeres, 18% prendas varones, 8% interiores y calcetería, 12% deportivas unisex y 16% niños y bebés.
- 06 comerciantes mencionan que no es importante que se impartan cursos de Educación cívica tributaria en los Colegios; y esta representa el 7% del total de la muestra, de los cuales el 1% son de la sección calzado y cinturones, 1% prendas de cabeza, 2% prendas mujeres, 0% prendas varones, 1% interiores y calcetería, 0% deportivas unisex y 1% niños y bebés.

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso, el 93% consideran que es muy importante que se impartan cursos de Educación cívica tributaria



en los Colegios como instrumento para erradicar la evasión, aduciendo que los hijos les sería de mucha ayuda en cuanto a poder incrementar mejor sus conocimientos, pero que esta estrategia debe permanecer en el tiempo, no solamente debe aparecer por temporadas. Actualmente existen colegios en donde implementaron la cultura tributaria, pero son pocas, por consiguiente, para que un futuro contribuyente cumpla con sus obligaciones se les debe de inculcar desde la niñez, logrando así obtener beneficios a futuro como, por ejemplo; que la cantidad de comercio informal disminuya y sean formales, para así lograr que el país crezca educativa y económicamente.

Tabla 17: La educación como generador de conciencia tributaria

¿Considera Ud. que la educación tributaria puede generar una conciencia tributaria?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí genera conciencia	9	11%	6	7%	18	22%	14	17%	8	9%	9	11%	12	15%	76	90%
No genera conciencia	1	1%	1	1%	2	2%	1	1%	0	0%	1	1%	2	2%	8	10%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

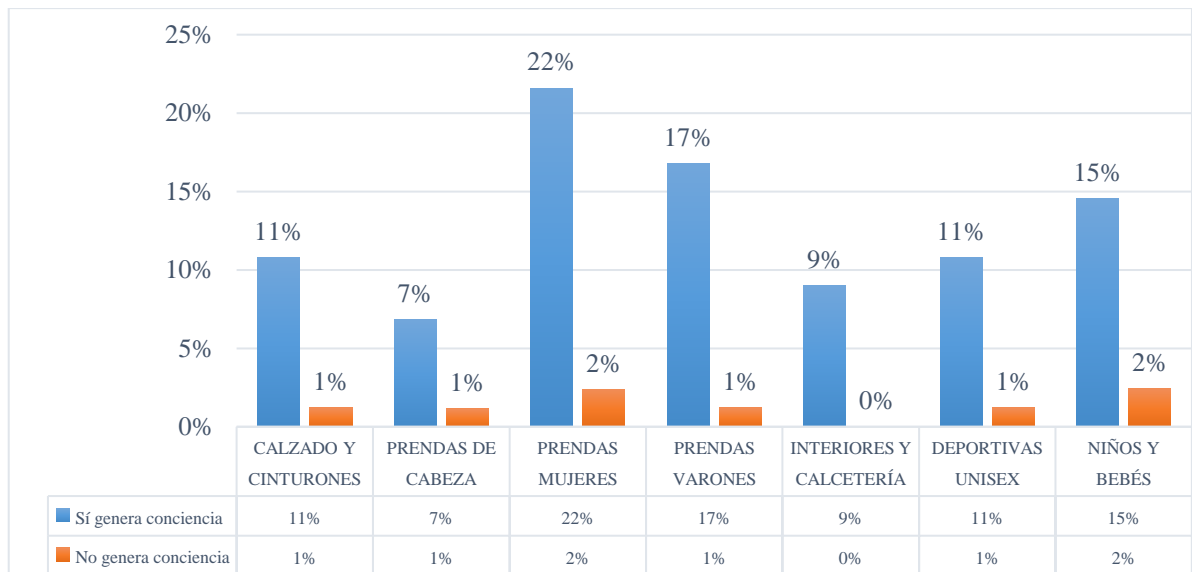


Figura 15: La educación como generador de conciencia tributaria

FUENTE: Tabla 17

En la Tabla 17 y Figura 15 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 76 comerciantes indican que la educación tributaria si generar una conciencia tributaria; y esta representa el 90% del total de la muestra, de los cuales el 11% son de la sección calzado y cinturones, 7% prendas de cabeza, 22% prendas mujeres, 17% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 11% deportivas unisex y 15% niños y bebés.
- 08 comerciantes indican que la educación tributaria no generar una conciencia tributaria; y esta representa el 10% del total de la muestra, de los cuales el 1% son de la sección calzado y cinturones, 1% prendas de cabeza, 2% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interiores y calcetería, 1% deportivas unisex y 2% niños y bebés.

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso de Puno, consideran que la educación tributaria si generar una conciencia tributaria en las personas, esta representaría el 90%, ya que sí se implementara cursos de tributación en



los colegios desde la primaria, se formarían a alumnos que a futuro cumplirán con el pago de los tributos, ya que tendrían mayor conciencia en cuanto a la importancia de los tributos en el país.

Tabla 18: Conocimiento de comprobantes

¿Qué Comprobantes de pago conoce?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Nota de venta, nota de pedido	5	6%	4	5%	9	11%	8	10%	2	2%	7	8%	8	10%	43	51%
Factura, boleta de venta, liquidación de compra	4	5%	3	3%	6	7%	4	5%	5	6%	3	4%	4	5%	29	35%
Cheque, tarjeta de crédito, tarjeta de debito	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	1	1%	2	2%
Desconoce	1	1%	0	0%	5	6%	3	4%	0	0%	0	0%	1	1%	10	12%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

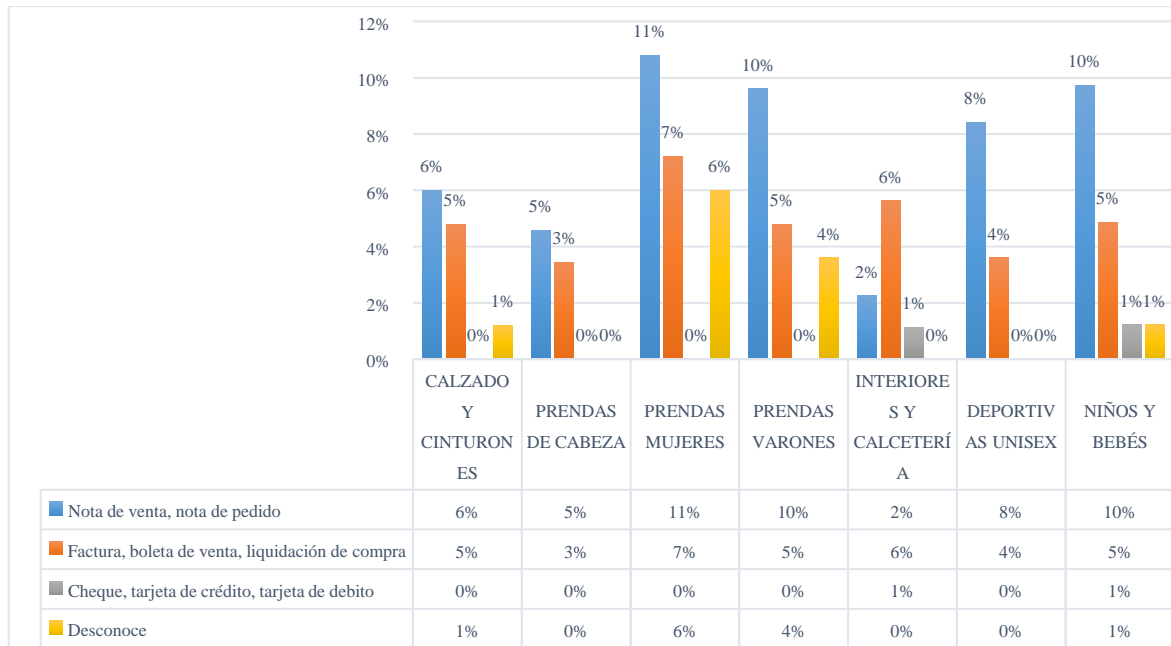


Figura 16: Conocimiento de comprobantes

FUENTE: Tabla 18

En la Tabla 18 y Figura 16 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 43 comerciantes manifiestan conocer la nota de venta y nota de pedido; y esta representa el 51% del total de la muestra, de los cuales el 6% son de la sección calzado y cinturones, 5% prendas de cabeza, 11% prendas mujeres, 10% prendas varones, 2% interiores y calcetería, 8% deportivas unisex y 10% niños y bebés.
- 29 comerciantes manifiestan conocer la factura, boleta de venta, liquidación de compra; y esta representa el 35% del total de la muestra, de los cuales el 5% son de la sección calzado y cinturones, 3% prendas de cabeza, 7% prendas mujeres, 5% prendas varones, 6% interiores y calcetería, 4% deportivas unisex y 5% niños y bebés.
- 02 comerciantes manifiestan conocer el cheque, tarjeta de crédito y tarjeta de débito; y esta representa el 2% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 0% prendas mujeres, 0%



prendas varones, 1% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 1% niños y bebés.

- 10 comerciantes manifiestan que desconocen los comprobantes de pago; y esta representa el 12% del total de la muestra, de los cuales el 1% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 6% prendas mujeres, 4% prendas varones, 0% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 1% niños y bebés.

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso de Puno, conocen más la Nota de venta y nota de pedido, que sería un 51%, alegando que reciben más por las compras de mercadería que realizan, mientras que el 35% afirma conocer la factura, boleta de venta y liquidación de compra, aduciendo que alguna vez recibieron o vieron a algún comerciante, familiar o amigo que la estaba solicitando, 2% mencionan que conocen los Cheque, tarjeta de crédito y tarjeta de débito como también, el 12% refieren no tener conocimiento sobre los comprobantes de pago, todo esto evidencia que los comerciantes creen que pueden ser comprobantes de pago los documentos que le entregan por la compra de mercaderías y que este de ninguna manera estaría calificado como comprobante de pago.

Tabla 19: Conocimiento de impuestos

¿Conoce alguno de estos impuestos?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Impuesto Selectivo al Consumo	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	1	1%	0	0%	3	4%
Impuesto General a las Ventas (IGV)	3	4%	4	5%	9	11%	6	7%	3	3%	4	5%	4	5%	33	39%
Impuesto a la Renta	0	0%	0	0%	3	4%	2	2%	0	0%	0	0%	0	0%	5	6%
Desconoce	6	7%	3	3%	8	10%	6	7%	5	6%	5	6%	10	12%	43	51%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

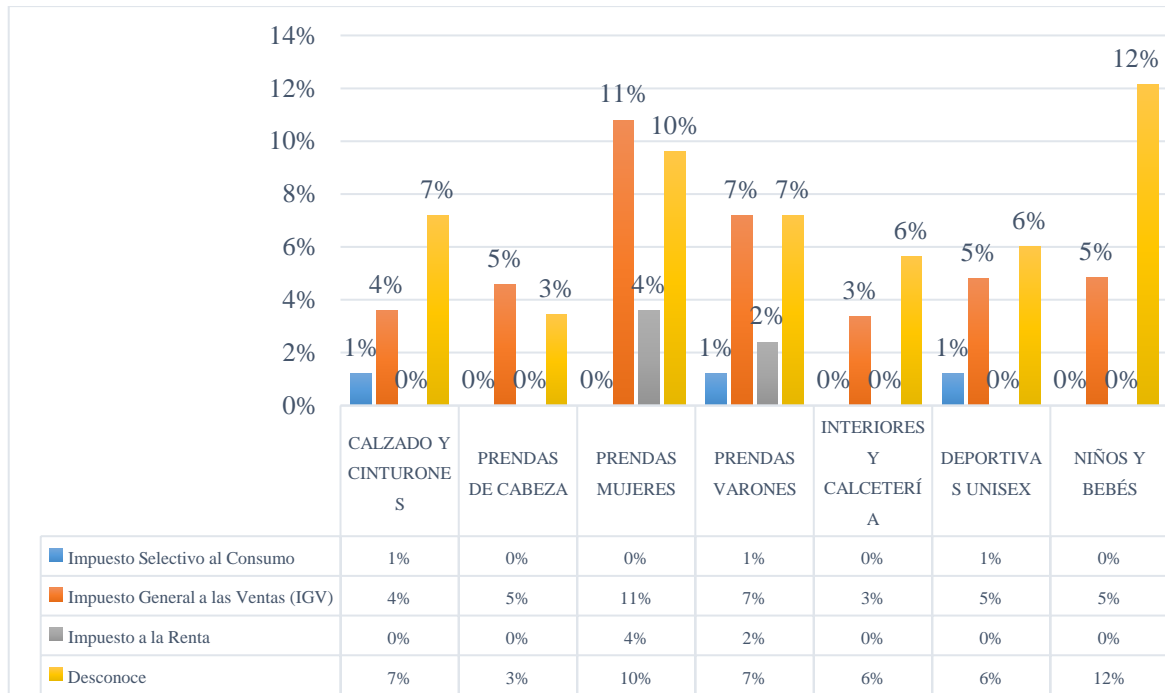


Figura 17: Conocimiento de impuestos

FUENTE: Tabla 19

En la Tabla 19 y Figura 17 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 03 comerciantes responden que conocen el Impuesto selectivo al consumo; y esta representa el 4% del total de la muestra, de los cuales el 1% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 0% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interior y calcetería, 1% deportiva unisex y 0% niños y bebés.
- 33 comerciantes responden que conocen el Impuesto general a las ventas (IGV); y esta representa el 39% del total de la muestra, de los cuales el 4% son de la sección calzado y cinturones, 5% prendas de cabeza, 11% prendas mujeres, 7% prendas varones, 3% interior y calcetería, 5% deportivas unisex y 5% niños y bebés.
- 05 comerciantes responden que conoce el Impuesto a la renta; y esta representa el 6% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y



cinturones, 0% prendas de cabeza, 4% prendas mujeres, 2% prendas varones, 0% interior y calcetería, 0% deportiva unisex y 0% niños y bebés.

- 43 comerciantes responden que desconocen los impuestos; y esta representa el 51% del total de la muestra, de los cuales el 7% son de la sección calzado y cinturones, 3% prendas de cabeza, 10% prendas mujeres, 7% prendas varones, 6% interior y calcetería, 6% deportiva unisex y 12% niños y bebés.

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso de Puno, desconocen los impuestos que representa el 51%, agregando que los comerciantes que conocen el IGV que representa el 39% es debido a que lo pagan en los servicios públicos como es el Agua, luz y en algunos casos teléfonos y otros porque escucharon el nombre más no saben exactamente de qué se trata o como se calcula dicho impuesto, para ello se les debe de asistir en el aspecto tributario y de esa manera poder educarse tributariamente.

Tabla 20: Exige comprobante de pago

Al momento de realizar una compra de mercaderías. ¿Exige Ud. algún comprobante?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
No	8	10%	7	8%	18	22%	14	17%	8	9%	9	11%	13	16%	77	92%
A veces	2	2%	0	0%	2	2%	1	1%	0	0%	1	1%	1	1%	7	8%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora

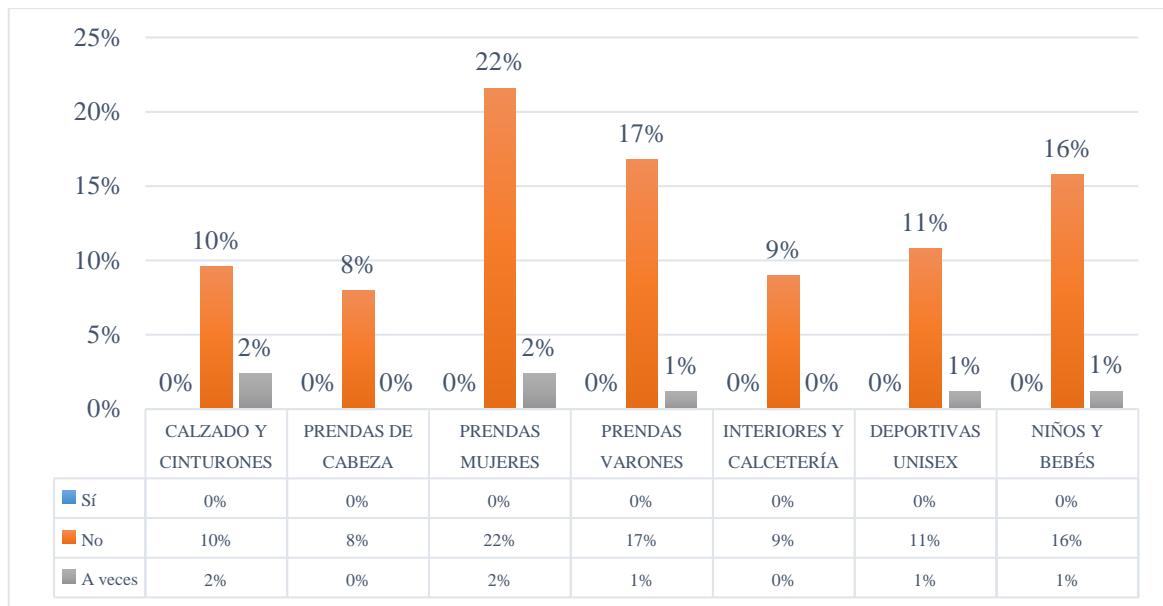


Figura 18: Exige comprobante de pago

FUENTE: Tabla 20

En la Tabla 20 y Figura 18 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 00 comerciantes indican que si exige comprobantes por las compras que realiza; y esta representa el 0% del total de la muestra.
- 77 comerciantes indican que no exige comprobantes por las compras que realiza; y esta representa el 92% del total de la muestra, de los cuales el 10% son de la sección calzado y cinturones, 8% prendas de cabeza, 22% prendas mujeres, 17% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 11% deportivas unisex y 16% niños y bebés.
- 07 comerciantes indican que a veces exige comprobantes por las compras que realiza; y esta representa el 8% del total de la muestra, de los cuales el 2% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 2% prendas mujeres, 1% prendas varones, 0% interior y calcetería, 1% deportiva unisex y 1% niños y bebés.



En resumen, podemos concluir que los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno en su mayoría no exige comprobantes por la compra de mercaderías, dando a conocer que la mayor parte de los comerciantes tienen un nivel bajo de conciencia y educación tributaria, alegando que carecen de información en cuanto a la importancia de exigir un comprobante de pago.

Tabla 21: Conocimiento de sanciones tributarias

¿Conoce las sanciones en cuanto a no cumplir con sus obligaciones tributarias?	CALZADO Y CINTURONES		PRENDAS DE CABEZA		PRENDAS MUJERES		PRENDAS VARONES		INTERIORES Y CALCETERÍA		DEPORTIVAS UNISEX		NIÑOS Y BEBÉS		TOTAL	
	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
Sí conoce	0	0%	0	0%	3	4%	2	2%	0	0%	1	1%	2	2%	8	10%
No conoce	10	12%	7	8%	17	20%	13	16%	8	9%	9	11%	12	15%	76	90%
Total	10	12%	7	8%	20	24%	15	18%	8	9%	10	12%	14	17%	84	100%

FUENTE: Encuesta aplicada.

Elaborado por la investigadora.

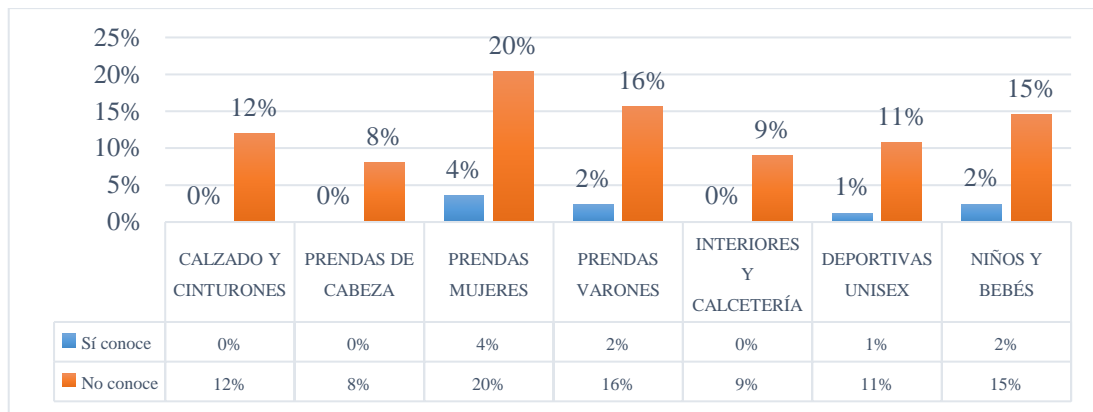


Figura 19: Conocimiento de sanciones tributarias

FUENTE: Tabla 21

En la Tabla 21 y Figura 19 se observa los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos (encuesta) lo siguiente:

- 08 comerciantes afirmaron conocer las sanciones en cuanto a no cumplir con sus obligaciones tributarias; y esta representa el 10% del total de la muestra, de los cuales el 0% son de la sección calzado y cinturones, 0% prendas de cabeza, 4% prendas mujeres, 2% prendas varones, 0% interiores y calcetería, 1% deportivas unisex y 2% niños y bebés.
- 76 comerciantes afirmaron no conocer las sanciones en cuanto a no cumplir con sus obligaciones tributarias; y esta representa el 90% del total de la muestra, de los cuales el 12% son de la sección calzado y cinturones, 8% prendas de cabeza, 20% prendas mujeres, 16% prendas varones, 9% interiores y calcetería, 11% deportivas unisex y 15% niños y bebés.

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno, en su mayoría no conocen las sanciones en cuanto a no cumplir con sus obligaciones no obstante se evidencia que la cultura tributaria es importante ya que ayuda al crecimiento del país, además de evitar que haya sanciones e infracciones en los



contribuyentes, por ello debe existir una adecuada capacitación por profesionales expertos a todos los contribuyentes.

4.1.4 Propuesta de estrategias para mejorar la cultura tributaria y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso.

Luego de haber dado respuestas a los objetivos, a continuación se propone lo siguiente:

La cultura tributaria es cada vez más importante para todos los países, puesto que, una buena cultura tributaria hace que nuestro país tenga mayor recaudación y menor evasión de impuestos. Estos impuestos ayudan a que el Estado pueda financiar los gastos como infraestructura, servicios públicos, etc. Se ha demostrado que uno de los elementos principales causantes de estos problemas que origina la economía nacional es la falta de conciencia y cultura tributaria de los ciudadanos, es por este motivo que el mayor reto es implantar a través de la educación tributaria una cultura sólida en todas las esferas sociales desde los estudiantes, comerciantes y toda persona que asiste a los mercados, para formar personas con conciencia tributaria positiva y el enriquecimiento de conocimientos en tributación, asegurando un pago justo y oportuno por los comerciantes. En esta razón, el propósito de la investigación es crear mayor conciencia y responsabilidad social en los Comerciantes de Ropas del Mercado Progreso de Puno, incrementando el nivel de cultura tributaria en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones para la mayor recaudación de impuestos.

PROPUESTA 1:

ESTRATEGIA PARA INCREMENTAR EN NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA



- Instalar una carpa móvil, para una mejor orientación a los comerciantes del Mercado Progreso, que será realizada por especialistas de la SUNAT, donde se les brindará información y se les absolverá cualquier interrogante de manera inmediata, debido a que algunos comerciantes no poseen de tiempo para asistir a capacitaciones que la SUNAT brinda en sus sedes principales.
- Realización de capacitaciones, para incrementar la cultura tributaria de los Comerciantes que expenden prendas de vestir, la SUNAT como la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, deben realizar capacitaciones en todo los Mercados de Puno, estas se llevarían a cabo cada mes.

Los temas a tratar deben ser respecto a sus derechos, obligaciones y sanciones tributarias como comerciantes, importancia del pago de impuestos; así como la relevancia de exigir y emitir comprobantes de pago y por último y no menos importante informar a los comerciantes sobre el destino de los impuestos.

- Difusión de información tributaria, consiste en difundir información tributaria en revistas, folletos, trípticos, afiches en diarios a nivel nacional, realizar charlas, seminarios, talleres de temas tributarios, con la presencia permanente en los medios de comunicación como la radio y la televisión con la finalidad de divulgar los derechos y deberes tributarias que tiene el contribuyente y el Estado, de este modo fortalecer la cultura y conciencia tributaria sobre la importancia de los tributos.

Tiempo de Pandemia COVID-19 (durante y post pandemia)

- Crear un portal de apoyo virtual y/o telefónico para el contribuyente, y que permita reducir costos y absolver las interrogantes de manera inmediata, de esa manera evitar aglomeraciones y exponerse a contraer la COVID-19.



- Implementar una oficina especializada, en el mercado Progreso de la ciudad de Puno con la participación de especialistas o colaboradores capacitados por la Administración tributaria, a fin de recibir una asistencia personalizada a cualquier hora del día sin generar aglomeración y cumpliendo los respectivos protocolos sanitarios. Los temas a tratar deben estar referidos a los tributos y la importancia de cumplir con las obligaciones tributarias.
- Difusión de información tributaria, por medios de comunicación masiva como la televisión, radio, redes sociales y sitios web para fortalecer la cultura y conciencia tributaria, con la finalidad de proporcionar información a los ciudadanos sobre los impuestos y estar preparados para cumplir su rol como ciudadanos.

PROPUESTA 2:

ESTRATEGIA EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE UNA CULTURA TRIBUTARIA

- Incorporar asignaturas de tributación en los centros educativos; como se sabe todas la personas que tengan un negocio o generen ingresos están obligados a tributar, por ende, es importante considerar como base a la educación para el fortalecimiento y la solidez de la cultura tributaria en los estudiantes y del mismo modo generar desde la etapa de la niñez una conciencia positiva frente al cumplimiento de las obligaciones tributarias y su importancia, para que a futuro en la etapa de la adultez se vea reflejada los valores éticos y culturales.

En el contenido de la educación tributaria debe incluir la entrega de guías instructivas y didácticas, teniendo en cuenta el nivel académico de los estudiantes. Los recursos idóneos para dinamizar dicha estrategia son por medio de talleres, material audiovisual, juegos, impresiones e historietas.



Tiempo de Pandemia COVID-19 (durante y post pandemia)

- Convenio con Universidades públicas y privadas para fomentar la tributación como centros de apoyo para la SUNAT, mediante plataformas virtuales o visitas personalizadas cumpliendo con los respectivos protocolos de seguridad. La Universidad Nacional del Altiplano de Puno cuenta con un grupo Núcleo de Apoyo Contable y Financiero (NAF), que brinda servicios a la sociedad, pero no solo debería ser el apoyo por parte de estos, sino por todos los estudiantes de las Escuelas de Contabilidad, Administración y Economía, como requisito primordial para culminar la carrera y de ese modo sustentar las clases virtuales, con la finalidad de que los estudiantes coadyuven a crear conciencia tributaria e incentivar al contribuyente o comerciante a cumplir con sus obligaciones tributarias.
- Educación virtual que permitan crear portales educativos de interés para profesores y otro para estudiantes, quienes son una pieza fundamental para transmitir conocimientos, valores hacia los padres y al grupos social que los rodea, este portal podría incluir libros pedagógicos, juegos digitales, historietas y videos que tendrá como fin crear una sociedad no solo con conocimientos sino con valores, actitudes y ciudadanos activos, que no solo cumplirán sus deberes sino además harán seguimiento para que el Estado cumpla con lo suyo.

PROPUESTA 3:

ESTRATEGIA TRIBUTARIA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

- Fortalecer la percepción de la imagen de la Administración Pública, para lograr el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los



comerciantes del Mercado Progreso, la Administración Pública se debe mostrar como un ente honesto, justo, eficiente y libre de corrupción.

Actualmente los comerciantes perciben que la Administración Tributaria y el Estado son deshonestos e ineficientes, y que no tienen la moral para exigir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, de este modo proponemos que se fortalezcan las medidas de control interno en las instituciones públicas, así como las sanciones para casos de corrupción.

- Difundir el destino de los impuestos a los Comerciantes, la mejor manera de promover la cultura tributaria en los comerciantes es motivándolos a pagar sus impuestos, con la buena utilización y eficiencia de los recursos en cuanto a educación, salud e infraestructura por parte del Estado, es por ello que si se desea el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias se debe difundir el gasto público con transparencia.
- Orientación personalizada, para un mayor cumplimiento de las obligaciones tributarias la SUNAT y sus colaboradores deberían realizar orientaciones tributarias personalizadas, con el objetivo de asistirlos en cuanto a la emisión comprobantes de pago y de ese modo inducirlos a inscribirse en el RUC, debido a los hallazgos encontrados, donde la mayor parte de ellos no cuentan con RUC y sin embargo siguen efectuando actividades comerciales.
- Premiación al cumplimiento tributario, para incentivar el cumplimiento del pago de impuestos a comerciantes y compradores, mediante sorteros, juego de ruletas y preguntas. De esta manera se motiva a los comerciantes y compradores a cumplir con sus obligaciones.

Tiempo de Pandemia COVID-19 (durante y post pandemia)

- Fortalecer la percepción de imagen de la Administración Pública, para lograr el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es necesario que la Administración Pública, se muestre como una institución honesta, justa y equitativa para aumentar la recaudación tributaria, por ende las autoridades fiscales podrían aumentar las tasas en cuanto al consumo de bebidas alcohólicas, tabaco, etc., y el cobro a los servicios digitales que hoy en día han experimentado un aumento de demanda en este tiempo de pandemia la COVID-19.
- Diseñar un aplicativo móvil, para facilitar el pago al contribuyente y efectuar notificaciones recordatorias sobre fechas de vencimiento y deudas vencidas.
- Incentivar la formalización, mediante la reducción y prórroga de pagos para cumplir con las obligaciones tributarias debido a que varios negocios estuvieron cerrados y recién se están reactivando por la crisis mundial de la COVID-19.
- Apoyo con entidades financieras, en cuanto a préstamos que quieran solicitar para su reactivación económica con tasas muy bajas.

4.2 DISCUSIÓN

Después de haber analizado los resultados obtenidos de la encuesta, se muestra que los comerciantes de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno tienen un bajo nivel de cultura tributaria, esto significa que sus conocimientos sobre aspectos tributarios son deficientes.

DISCUSIÓN DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 1:

Se percibe que los comerciantes muestran una débil conciencia tributaria, donde el 55% de comerciantes afirman que no cumplirían con pagar sus impuestos de forma voluntaria y solo 26% cumplirían un poco, debido a una percepción



negativa frente al Estado, donde el 71% de los comerciantes manifiesta que desde su percepción cree que el dinero de los tributos no es utilizado en beneficio de los ciudadanos y que hay malversación de fondos. Al evaluar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias se observa que el 98% de los comerciantes no está inscrito en el RUC, solo el 2% cuenta con RUC y efectúa sus declaraciones y pagos a la SUNAT en el Nuevo RUS. De esa forma se observa el inicio a la desmotivación y carencia de conciencia tributaria por parte los comerciantes frente al cumplimiento de sus obligaciones tributarias, en la que coincido con la tesis (Avalos & Loyola 2019) en la que mencionan que la conciencia tributaria se entiende como la interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados, por lo que ésta se constituye en un elemento sustancial para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, así mismo (Muñoz, 2019) en su tesis observa la existencia de nivel de conciencia tributaria débil con un (94%) y el cumplimiento de obligaciones sustanciales con un (100%); y, aplicando el análisis estadístico ETA, se obtiene un valor de dependencia de cumplimiento de obligaciones sustanciales de acuerdo al comportamiento de la conciencia tributaria en un 21% en el Centro Comercial Golden Plaza – Huaraz, 2018; en consecuencia se concluye que una débil conciencia tributaria incide en el nivel de cumplimiento de obligaciones sustanciales.

DISCUSIÓN DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 2:

Del mismo modo se percibe una débil educación tributaria, donde el 89% de los comerciantes no recibieron capacitación por parte de la SUNAT, solo 11% de los recibieron capacitación por parte de la SUNAT, es decir las charlas que realiza la SUNAT u otras instituciones no está llegando a toda la población interesada y



tampoco conocen sobre la realización de seminarios gratuitos; asimismo en la encuesta realizada se preguntó sobre el conocimiento de comprobantes de pago, donde el 51% de los comerciantes conocen como comprobantes a la nota de venta y nota de pedido y solo el 35% la factura, boleta de venta y liquidación de compra, podemos apreciar que los comerciantes requieren de capacitación, orientación en temas tributarios, porque con la realización y difusión de estos eventos la población comercial tendrá un conocimiento sólido en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias evitando así futuras contingencias y en consecuencia a realizarse la evasión tributaria. En la que coincido con las tesis de (Mamani, 2017) donde determina que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave es bajo, debido a la ausencia y la falta de capacitación y orientación tributaria por parte de la SUNAT, el cual influye negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, donde se observa en el trabajo de investigación que el 68% y 65% de los comerciantes desconocen los tributos y el 54% y 51% de los comerciantes desconocen los impuestos, el cual se evidencia la falta de cultura tributaria, de la misma manera según (Chávez & Tadeo, 2014) menciona que la educación tributaria no especializada influye desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo, es decir los conocimientos tributarios básicos que tienen los comerciantes no son suficientes para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias formales y sustanciales.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

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



HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1:

En bajo nivel de conciencia tributaria repercute negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.

De una población de 328 comerciantes se tomó como muestra la cantidad de 84 comerciantes, los cuales fueron objeto de una encuesta y los resultados que obtuvimos fueron los siguientes, en cuanto a la conciencia tributaria se puede apreciar que los comerciantes poseen una escasa conciencia lo cual sería uno de los motivos de su incumplimiento según el siguiente resultado donde 46 comerciantes que representa el 55% afirmo que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorios, solo 22 comerciantes que representa el 26% señalan que un poco cumplirían con el pago de estos, esta pregunta va relacionado con el nivel de percepción que tienen en cuanto al motivo del porque no cumplirían con el pago de los impuestos en el cual 33 comerciantes que representa el 39% aseveraron que es por la malversación de fondos por parte del Estado y 23 comerciantes que representa el 27% por que disminuye sus ganancias (según Tabla N° 4,5 y Figura N° 2,3 respectivamente).

Asimismo se puede percibir que 82 comerciantes que representa el 98% no se encuentran inscritos en el Régimen Único de Contribuyentes y solo 2 comerciantes que representa el 2% si se encuentran inscritos en el Régimen Único de Contribuyentes (según Tabla N° 9 y Figura N° 7), con este resultado se deduce que los comerciantes realizan sus operaciones dentro de la informalidad; como se puede observar (según Tabla N° 12 y Figura N° 10), que 82 comerciantes que representa el 98% indican que no declaran ni pagan impuestos y 2 comerciantes que representa el



2% si las realizan, cabe explicar que los que efectúan las declaraciones y pagos que son 2 comerciantes que representa el 2%, estarían acogidos en el Nuevo Régimen Único Simplificado (según Tabla N° 10 y Figura N° 8). Podemos observar que la falta de atención adecuada a la conciencia tributaria de los comerciantes del Mercado Progreso de la ciudad de Puno conlleva al bajo nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias según la Tabla N° 12 y Figura N° 10, que al no efectuar la declaración y pago podemos afirmar que hay un **BAJO CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**, por lo tanto, **SE VALIDA** la hipótesis específica N° 01.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2:

La falta de educación tributaria repercute negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.

De una población de 328 comerciantes se tomó como muestra la cantidad de 84 comerciantes, los cuales fueron objeto de una encuesta y los resultados que obtuvimos fueron los siguientes, en cuanto a la educación tributaria donde se puede apreciar que 75 comerciantes que representa el 89% afirmaron que no recibieron capacitación por parte de la SUNAT (según Tabla N° 14 y Figura N° 12), es decir las charlas que realiza la SUNAT u otra institución no está llegando a toda la población interesada, en efecto la población comercial del Mercado Progreso de la ciudad de Puno se encuentra más propenso a la práctica de la evasión; así mismo en la encuesta realizada se preguntó que si es importante que se impartan cursos de educación cívica tributaria en los colegios, la población comercial respondió lo siguiente; 78 comerciantes que representa el 93% considera que si es importante que



se impartan cursos de educación tributaria, y del mismo modo 76 comerciantes que representa el 90% consideran que si genera conciencia tributaria (según Tabla N° 16,17 y Figura N° 14,15 respectivamente), por ello es indispensables la realización de eventos de capacitación e inclusión de cursos tributarios para cultivar conocimientos sólidos y formar alumnos que a futuro cumplan con sus deberes u obligaciones tributarias.

Así mismo el escaso conocimiento tributario que poseen los comerciantes es uno de los motivos de su incumplimiento por lo que se puede apreciar que 43 comerciantes que representa el 51% conocen como comprobantes a la nota de venta y nota de pedido (según Tabla N° 18 y Figura N° 16), del mismo modo dicen que 77 comerciantes que representa el 92% no exige comprobantes de pago y solo 7 comerciantes que representa el 8% a veces lo exige (según Tabla N° 20 y Figura N° 18), alegando que carecen de información en cuanto a la importancia de exigir. En cuanto al conocimiento de las sanciones 76 comerciantes que representa en 90% afirman que no conocen (según Tabla N° 21 y Figura N° 19). Esto nos hace concluir que una baja educación tributaria hace que exista mayor evasión y a su vez esta influye en la recaudación tributaria, haciendo que los ingresos tributarios para el Estado sean muy bajos.

Por lo tanto, **SE VALIDA** la hipótesis específica N° 02, donde se evidencia que la falta de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Progreso de la ciudad de Puno, es debido a una débil educación frente al conocimiento en cuanto a materia tributaria, en donde la capacitación y orientación tributaria se hace necesaria, ya que un bajo nivel de conocimiento implica que dé comienzo al incumplimiento de sus obligaciones tributarias.



V. CONCLUSIONES

Luego de haber expuesto y analizado los resultados y a su vez alcanzado los objetivos y su respectiva contrastación de hipótesis planteados, llegamos a las siguientes conclusiones:

PRIMERA: Se concluye que los comerciantes del mercado Plaza variedades del Mercado Progreso de Puno poseen bajo nivel de conciencia tributaria, el cual incide negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, ya que el 55% afirmó que no pagarían los impuestos si estos no fueran obligatorios a pagar al Estado donde el 71% manifiesta porque no es utilizado en beneficio de los ciudadanos, ya que sostienen que hay malversación de fondos, debido a ello solo el 2% se encuentra inscrito en el RUC, en consecuencia el 98% de ellos no efectúa la declaración y pago de impuestos frente a la SUNAT, esto evidencia el bajo nivel de conciencia tributaria de parte de los comerciantes.

SEGUNDA: Se concluye que los comerciantes del mercado Plaza variedades del Mercado Progreso de Puno tienen un bajo nivel de educación tributaria, ya que el 89% de los comerciantes no recibieron capacitación por parte de la SUNAT, agregando que no conocen sobre la realización de seminarios gratuitos, en consecuencia el 51% de los comerciantes conocen como comprobantes de pago a la nota de venta y nota de pedido y el 90% no conoce sobre las sanciones en cuanto al incumplimiento de sus obligaciones, por lo tanto llegamos a la conclusión que la falta de capacitación y orientación no especializada incide desfavorablemente en el cumplimiento de obligaciones tributarias, es decir los conocimientos básicos que tienen los comerciantes no son suficientes para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.



TERCERA: Se concluye que para incrementar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes se debe implementar una carpa móvil en los mercados para que así tengan una atención personalizada, capacitaciones con herramientas tecnológicas idóneas y así mismo darse su difusión para que sean partícipes los comerciantes, consumidores e hijos de los antes mencionados, del mismo modo se debe incorporar asignaturas de tributación en los centros educativos con la participación de la SUNAT, con esto buscar que desde la niñez tomen conciencia y conocimiento sobre la importancia del cumplimiento de obligaciones tributarias y así fortalecer la percepción de la imagen de Administración Tributaria. De igual manera se debe premiar a los contribuyentes, nuevos contribuyentes y consumidores, para crear un ambiente contagioso con valores y ciudadanos consientes que puedan cumplir voluntariamente con sus obligaciones tributarias.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA: Para incrementar la conciencia tributaria el Estado a través de acciones específicas debe promover la confianza de los contribuyentes frente a ellos y al ente recaudador (concientizarlos), de tal manera que pueda incrementar el número de contribuyentes cumplidores y así el Estado pueda generar ingresos para cumplir con su función, dando una mejor calidad de servicios y responder a las necesidades de la población.

SEGUNDA: Para incrementar la educación tributaria se recomienda que el Estado con el apoyo de la SUNAT implementen en la educación la enseñanza en materia tributarias, creando así conciencia tributaria en los educandos sobre la responsabilidad de los mismos para que los que decidan hacer comercio conozcan las obligaciones tributarias que deben cumplir, y los que sean consumidores asuman la tarea de exigir su cumplimiento. Asimismo, organizar seminarios, logrando difundir y divulgar informaciones tributarias en revistas, folletos, diarios de circulación nacional con la presencia constante y permanente en los medios de comunicación masivos como la radio y la televisión, de esa forma coadyuve en mejorar la cultura, conciencia tributaria y producir un importante efecto positivo en el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.

TERCERA: Para incrementar la cultura tributaria se sugiere que el Estado a través del ente recaudador, deben implementar carpas móviles con el objetivo de brindar atención personalizada a los comerciantes y que permita absolver cualquier duda y fomentar a través de cursos de capacitación, charlas, premios y actividades lúdicas ya que es mucho más fácil que una persona aprenda haciendo que escuchando, Este sería un plan a medio plazo para ir capacitando y concientizando a los comerciantes sobre los temas



correspondientes, así mismo implementar cursos de educación tributaria ya que para los comerciantes incidiría mucho en la conciencia tributaria.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Actualícese. (08 de Abril de 2014). *Actualícese*. Recuperado el 13 de Febrero de 2020, de <https://actualícese.com/>

Alvarado, L. (21 de Junio de 2018). *La educación tributaria como herramienta recaudatoria: Ruiz Healy Times*. Obtenido de Ruiz Healy Times: <https://www.ruizhealytimes.com/economía-y-negocios/la-educación-tributaria-como-herramienta-recaudatoria>

Armas, M., & Colmenares, M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *Revista electrónica de humanidades, educación y comunicación social (REDHECS)*.

Avalos, K. J., & Loyola, J. A. (2019). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del distrito de Chaupimarca - 2018. (*tesis de pregrado*). Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Cerro de Pasco.

Blogger. (31 de Octubre de 2011). *Fundamentos de la Obligación Tributaria*. Obtenido de <http://fundamentosdelaobligacióntributaria.blogspot.com/>

Bravo, F. (Junio de 2011). los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria. *administración tributaria*(31).

Cáceres, S. L. (22 de Agosto de 2018). *Educación tributaria SET*. Recuperado el 11 de Febrero de 2020, de <https://www.set.gov.py/portal/edufis/overview/areajuvenil/materialesgenerales>

Carrillo, M. (7 de Abril de 2018). *Cuales son los regímenes tributarios del Impuesto a la Renta?* Obtenido de



<http://blog.pucp.edu.pe/blog/miguelcarrillo/2018/04/07/cuales-son-los-regimenes-tributarios-del-impuesto-a-la-renta/>

Chavez, M. C., & Tadeo, V. E. (2014). *Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el Mercado Modelo Huancayo. (tesis de pregrado)*. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.

Concepto Definición. (s.f.). Recuperado el 13 de Enero de 2020, de Concepto Definición: <https://conceptodefinición.de/educación/>

Contraloría General de la República. (2002). *El sistema tributario Costarricense* (Segunda ed.). Costa Rica: Publicaciones, CGR.

Cuellar, J. M. (s.f.). *El Perú en educación: Pulso Tributaria*. Recuperado el 12 de Febrero de 2020, de Pulso Tributaria: <https://www.pqs.pe/pulso-tributario/Perú-educación-tributaria>

Debitoor. (s.f.). *debitoor*. Recuperado el 11 de junio de 2020, de <https://debitoor.es/glosario/definición-evasión-fiscal>

Decreto Legislativo N° 776. (1993). *Ley de Tributación Municipal*. Lima.

Decreto Supremo N° 133-2013-EF. (2013). *Texto Único Ordenado del Código Tributario*. Perú.

Delgado, M. L. (2001). *La experiencia educativa de la administración tributaria Española*. España: Instituto de Estudios Fiscales.

Diccionario Real Academia, E. (2006). *Real academia española* (Vigésima Segunda Edición ed.). España. Obtenido de <http://lema.rae.es/desen/?key=cultura>



- Dirección General Impositiva. (s.f.). *Importancia de los Impuestos*. Recuperado el 22 de Febrero de 2020, de Dirección General Impositiva: <https://www.dgi.gub.uy/wdgi/page?2,educación,dgi--educación-tributaria-la-importancia-de-los-impuestos,O,es,0>,
- Emprender SUNAT. (2018). *Emprender SUNAT*. Recuperado el 20 de Octubre de 2020, de <https://emprender.sunat.gob.pe/tributando/declaro-pago/impuesto-general-las-ventas>
- Gallardo, L. M. (2008). La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo Peruano. *Sistema tributario y educativo*.
- Gerencie.com. (19 de Octubre de 2017). *Diferencia entre obligación sustancial y formal*. Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencie.com/diferencia-entre-obligación-sustancial-y-formal.html>
- Guzmán, C. (20 de Mayo de 2021). *La voz del Emprendedor*. Obtenido de <https://pqs.pe/emprendimiento/que-es-un-comprobante-de-pago-cuantos-tipos-hay/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Huanes, J. d. (19 de Enero de 2010). *La relación jurídico tributaria*. Recuperado el 5 de Febero de 2021, de <http://juandedioshuanestovar.blogspot.com/2010/01/la-relación-jurídico-tributaria.html>
- Iberley. (26 de Marzo de 2020). *Iberley*. Obtenido de La extinción de la deuda tributaria: <https://www.iberley.es/temas/extinción-deuda-tributaria-63233>



- Las administraciones tributarias de América Latina y de la Unión Europea. (s.f.). *¿Qué es la educación fiscal?: Red de educación fiscal*. Recuperado el 12 de Febrero de 2020, de Red de educación fiscal: <http://www.educaciónfiscal.org/página/que-es-la-educación-fiscal>
- Mamani, M. A. (2017). Estrategias que incrementen el nivel de cultura tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Ilave 2015-2016. (*tesis de pregrado*). Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Manayay, J. C., & Quesquén, V. D. (2019). Estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo – 2019. (*tesis de pregrado*). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque.
- Matteucci, M. A. (05 de Marzo de 2010). *La definición de la conciencia tributaria y los mecanismos para crearla*. Recuperado el 11 de Enero de 2020, de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definición-de-conciencia-tributaria-y-los-mecanismos-para-crearla/>
- Merino, O. (8 de Marzo de 2021). *Rankia*. Recuperado el 3 de Junio de 2021, de Impuesto a la Renta: <https://www.rankia.pe/blog/sunat-impuestos/2496526-que-impuesto-renta>
- Mestas, F. K. (2017). Nivel de cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca periodo 2015. (*tesis de pregrado*). Universidad Nacional del Altiplano, Puno.



- Muñoz, X. V. (2019). Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el centro comercial Golden Plaza - Huaraz, 2018. (*tesis de pregrado*). Universidad César Vallejo, Huaraz.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1996). Nuestra diversidad creativa.
- Panta, O. (28 de Agosto de 2018). *El blog del contador.pe*. Obtenido de <https://elblogdelcontador.com/infracción-y-sanción-tributaria/>
- Parra, F. (22 de Abril de 2019). *La Auditoría Tributaria Preventiva: Grupo Verona*. Recuperado el 10 de Febrero de 2020, de Grupo Verona: <https://grupoverona.pe/la-auditoría-tributaria-preventiva/>
- Peralta, C. E. (2015). Tributación y derechos fundamentales los principios constitucionales como límite al poder tributario . *Revista de Ciencias Jurídicas*. Obtenido de <http://www.corteidh.or.cr/tablas/r35092.pdf>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (20 de Enero de 2021). *Gob.pe plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de <https://www.gob.pe/664-impuesto-a-la-renta>
- Roca, C. (2008). Estrategias para la formación de la cultura. Obtenido de https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Español/Guatemala42_2008_tema1_Guatemala.pdf
- Rodríguez, J. C. (2011). *Cultura Tributaria* (Primera ed.). Paraguay: Servicios Gráficos SV.
- Roldán, P. N. (2020). *Tributo*. Recuperado el 11 de Febrero de 2020, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tributo.html>



Ruelas, M., & Espillico, A. (2011). *Comercio y documentación contables*. Puno: Altipano E.I.R.L.

Servicios de Impuestos Internos. (s.f.). *Diccionario básico tributario contable*. Recuperado el 3 de 11 de 2020, de https://www.sii.cl/diccionario_tributario/dicc_r.htm

Solórzano, D. L. (2008). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)

Superintendencia de Administración Tributaria. (02 de Enero de 2020). *SAT*. Obtenido de <https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria . (2016). *Tributos que administra*. Recuperado el 11 de Febrero de 2020, de SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/tributosadministra.html>

Tacillo Yauli, E. F. (2016). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Universidad Jaime Bausate y Meza. Obtenido de http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/36/Tacillo_Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Toninelli, Á. R. (2010). *Cumplimiento Tributaria* (Sexta ed.). Argentina. Obtenido de https://www.ciat.org/Biblioteca/SerieTematica/Español/2010_n6_dic_cumplimiento_trib.pdf

Victoria, C. L., & Gildemeister, A. (1 de Enero de 2019). Conoce por qué debes tributar y cuáles son las implicancias de no hacerlo. *Perú 21*, 5. Obtenido de



<https://Perú21.pe/economía/conoce-debes-tributar-son-implicancias-hacerlo-456577-noticia/?ref=p21r>

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
PG. ¿De qué manera la cultura tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018?	HG. El bajo nivel de cultura tributaria repercute negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.	VI. Cultura tributaria	<ul style="list-style-type: none"> - interiorización de los deberes tributarios - Conciencia de pago voluntario - Conocimientos tributarios - Capacitaciones tributarias 	OG. Determinar en nivel de cultura tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.	<p>Tipo de Investigación: Es explicativa causal</p> <p>Diseño de Investigación: No experimental,</p> <p>Población La población de estudio está constituida por 328 comerciantes de prendas de vestir de la Asociación Mercado Unificada Plaza Variedades del Mercado Progreso de Puno.</p> <p>Muestra La muestra la constituyen 84 comerciantes de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso de Puno.</p> <p>Técnicas: Análisis documental Encuesta Observación</p>
PE1. ¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria y cómo repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018?	HE1. En bajo nivel de conciencia tributaria repercute negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.	VI. Conciencia tributaria	<ul style="list-style-type: none"> - interiorización de los deberes tributarios. - Conciencia de pago voluntario. - Conciencia de beneficio común. 	OE1. Evaluar el nivel conciencia tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.	
PE2. ¿Cómo la educación tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018?	HE2. La falta de educación tributaria repercute negativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.	VI. Educación tributaria	<ul style="list-style-type: none"> - Inscripción en el RUC. - sanciones de las obligaciones. - Declaración y Pago del Impuesto. - Inscripción en el RUC. - comprobantes de pago. - Declaración y Pago del Impuesto 	OE2. Determinar como la educación tributaria repercute en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso de Puno.	



Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018?	cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Asociación Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.	VD. Cumplimiento de las obligaciones tributarias	- Inclusión de temas tributarios en los colegios. - Inscripción en el RUC. - comprobantes de pago. - sanciones de las obligaciones.	obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018. OE3. Proponer estrategias para mejorar la cultura tributaria y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018.	<p>Instrumentos El cuestionario</p> <p>Análisis de datos: Se utiliza como soporte el programa Excel.</p>
---	--	---	--	---	--



ANEXO 2: Cuestionario aplicado a los comerciantes de la Asociación Unificada

Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso de la ciudad de Puno.

ENCUESTA

Señor(a) tenga Ud. Un buen día; Se viene desarrollando un estudio de investigación con fines netamente académicas sobre la **Cultura Tributaria y su repercusión en el cumplimiento de las obligaciones Tributarias de la Asociación Unificada Mercado Plaza Variedades del Mercado Progreso Puno-2018**, Para lo cual se le pide a Ud. Contestar las preguntas con la mayor veracidad posible y en forma clara cada pregunta planteada.

INSTRUCCIONES:

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

1. ¿Ud. Cumple con declarar todos sus ingresos reales que tiene?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

2. ¿Ud. cumpliría con pagar sus impuestos, si estos no fueran obligatorios a pagar al Estado?

- a) Sí
- b) No
- c) Un Poco
- d) No les interesa

3. ¿Por qué no cumplirías con pagar los impuestos?

- a) Disminuye mi ganancia
- b) Mala Administración Pública
- c) Malversación de fondos por parte del Estado.
- d) Son muy difíciles de entender y declarar.

4. ¿Desde su percepción, cree que el dinero de los tributos es utilizado en beneficio de los ciudadanos?

- a) Sí
- b) No

5. ¿Usted es consiente que pagando sus impuestos contribuye al desarrollo del país?

- a) Si contribuye
- b) No contribuye

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

- a) Sí
- b) No



- 7. ¿Está Ud. inscrito en el Registro Único de Contribuyentes?**
- Sí cuento
 - No cuento
- 8. ¿En qué régimen se encuentra usted?**
- Nuevo RUS
 - Régimen especial
 - Régimen Mype tributario
 - Régimen general
 - Ninguna de las anteriores
- 9. ¿Emite Ud. Comprobante de pago en las ventas que realiza?**
- Sí
 - No
 - A veces
- 10. ¿Ud. efectúa sus declaraciones y pagos de impuesto en la SUNAT?**
- Sí
 - No
- 11. ¿Sabe usted para qué se destinan los impuestos?**
- Para construir carreteras, colegios y hospitales
 - Para el pago de funcionarios (alcaldes, gobernadores, congresistas, etc.)
 - A y b son correctos
 - Desconozco el destino
- 12. ¿Alguna vez ha recibido capacitación por parte de la SUNAT?**
- Sí
 - No
- 13. ¿Sabe usted qué SUNAT realiza seminarios gratuitos?**
- Sí
 - No
 - Un poco
- 14. ¿Cree usted qué es importante que se impartan cursos de Educación cívica tributaria en los Colegios?**
- Sí
 - No
- 15. ¿Considera usted que la educación tributaria puede generar una conciencia tributaria?**
- Sí genera conciencia
 - No genera conciencia
- 16. ¿Qué Comprobantes de pago conoce?**
- Nota de venta, nota de pedido
 - Factura, boleta de venta, liquidación de compra
 - Cheque, tarjeta de crédito, tarjeta de debito
 - Desconoce



17. ¿Conoce alguno de estos impuestos?

- a) Impuesto Selectivo al Consumo
- b) Impuesto General a las Ventas (IGV)
- c) Impuesto a la Renta
- d) Desconoce

18. Al momento de realizar una compra de mercaderías. ¿Exige usted algún comprobante?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

19. ¿Conoce las sanciones en cuanto a no cumplir con sus obligaciones tributarias?

- a) Sí conoce
- b) No conoce



ANEXO 3: Cuadro de recojo de información

CALZADO Y CINTURONES

DETALLE	pregunta 1			pregunta 2			pregunta 3			pregunta 4		pregunta 5		pregunta 6		pregunta 7					pregunta 8					pregunta9			pregunta 10					
	a)	b)	c)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	e)	a)	b)	c)	a)	b)	c)	a)	b)				
1°com		X		X				X				X		X			X		X					X		X					X			
2°com		X			X			X				X	X			X		X						X		X						X		
3°com		X			X			X				X		X		X								X		X						X		
4°com		X			X				X			X	X		X		X		X					X		X						X		
5°com		X			X			X				X	X		X		X		X					X		X						X		
6°com		X			X					X		X	X		X		X		X					X		X						X		
7°com		X			X			X			X	X		X		X		X						X		X						X		
8°com		X			X				X			X	X		X		X		X					X		X						X		
9°com		X			X			X			X	X		X		X		X						X		X						X		
10°com		X			X			X			X	X		X		X		X						X		X						X		

DETALLE	pregunta 11				pregunta 12		pregunta 13			pregunta 14		pregunta 15		pregunta 16				pregunta 17				pregunta 18			pregunta 19									
	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	c)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	a)	b)	c)	a)	B)					
1°com			X		X			X		X		X			X		X						X							X			X	
2°com				X		X		X		X		X		X		X						X		X								X		X
3°com			X			X		X		X		X		X		X						X		X								X		X
4°com	X					X		X		X		X		X		X						X		X								X		X
5°com				X		X		X		X		X		X		X						X		X								X		X
6°com	X					X		X		X		X					X					X		X								X		X
7°com	X					X		X			X		X		X		X				X				X						X		X	
8°com		X				X		X		X		X		X		X					X					X					X		X	
9°com				X		X		X		X		X		X		X					X				X						X		X	
10°com		X				X		X		X		X		X		X					X			X							X		X	

PRENDAS DE CABEZA

DETALLE	pregunta 1			pregunta 2			pregunta 3			pregunta 4		pregunta 5		pregunta 6		pregunta 7		pregunta 8					pregunta9			pregunta 10								
	a)	b)	c)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	e)	a)	b)	c)	a)	b)							
1°com		X			X			X				X		X		X		X					X		X					X			X	
2°com		X			X			X				X		X		X		X					X		X							X		X
3°com		X			X			X				X		X	X		X						X		X							X		X
4°com		X			X			X		X		X		X		X		X					X		X							X		X
5°com		X			X			X		X		X		X		X		X					X		X							X		X
6°com		X			X			X		X		X		X		X		X					X		X							X		X
7°com		X			X			X		X		X		X		X		X					X		X							X		X

DETALLE	pregunta 11				pregunta 12		pregunta 13			pregunta 14		pregunta 15		pregunta 16				pregunta 17				pregunta 18			pregunta 19									
	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	c)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	a)	b)	c)	a)	B)					
1°com			X			X		X		X		X			X		X					X				X					X		X	
2°com	X					X		X		X		X		X		X						X		X								X		X
3°com	X					X		X		X		X		X		X						X		X								X		X
4°com			X			X		X		X		X		X		X						X				X						X		X
5°com	X					X		X		X		X		X		X						X		X								X		X
6°com	X					X		X			X		X		X		X					X				X						X		X
7°com	X					X		X		X		X		X		X						X				X						X		X



PRENDAS MUJERES

DETALLE	pregunta 1			pregunta 2				pregunta 3				pregunta 4		pregunta 5		pregunta 6		pregunta 7		pregunta 8					pregunta 9			pregunta 10		
	a)	b)	c)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	e)	a)	b)	c)	a)
1°com		X		X				X				X		X			X		X					X		X				X
2°com		X			X			X				X	X			X		X						X		X				X
3°com		X			X			X				X	X		X			X						X		X				X
4°com		X			X			X				X	X			X		X						X		X				X
5°com		X			X			X	X			X		X			X		X					X		X				X
6°com		X		X				X				X		X			X		X					X		X				X
7°com		X			X			X				X	X			X		X						X		X				X
8°com	X				X			X				X	X		X		X		X			X					X	X		
9°com		X			X			X				X		X		X		X						X		X				X
10°com		X		X				X				X		X		X		X						X		X				X
11°com		X			X			X				X	X		X		X		X					X		X				X
12°com		X			X			X				X	X			X		X						X		X				X
13°com		X			X			X				X		X			X		X					X		X				X
14°com		X		X				X				X	X		X			X						X		X				X
15°com		X			X			X				X		X			X		X					X		X				X
16°com		X			X			X				X	X			X		X						X		X				X
17°com		X			X			X				X	X			X		X						X		X				X
18°com		X			X	X		X				X			X		X		X					X		X				X
19°com		X			X			X				X	X			X		X						X		X				X
20°com		X			X			X				X	X			X		X						X		X				X

DETALLE	pregunta 11				pregunta 12				pregunta 13				pregunta 14		pregunta 15				pregunta 16				pregunta 17				pregunta 18			pregunta 19	
	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	a)	B)
1°com			X				X			X			X		X			X					X						X		
2°com			X				X			X			X		X			X					X						X		
3°com	X						X			X			X		X			X					X						X		
4°com			X		X			X				X		X		X			X				X		X		X				
5°com	X						X			X			X		X			X					X						X		
6°com			X				X			X			X		X			X					X						X		
7°com			X				X			X			X		X			X					X						X		
8°com			X		X					X	X			X			X						X				X	X			
9°com				X			X			X			X				X					X		X					X		
10°com			X				X			X			X		X			X					X						X		
11°com				X			X			X			X		X			X					X						X		
12°com	X						X			X			X				X						X		X				X		
13°com		X					X			X			X		X			X					X		X				X		
14°com	X				X					X			X		X			X					X				X	X			
15°com				X			X			X			X		X			X					X		X				X		
16°com			X				X			X			X				X						X						X		
17°com				X			X			X			X		X			X					X		X				X		
18°com			X				X			X			X		X			X					X						X		
19°com		X					X			X			X				X						X		X				X		
20°com				X			X			X			X				X						X		X				X		



PRENDAS VARONES

DETALLE	pregunta 1			pregunta 2			pregunta 3			pregunta 4		pregunta 5		pregunta 6		pregunta 7		pregunta 8					pregunta 9			pregunta 10			
	a)	b)	c)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	e)	a)	b)	c)	a)	b)
1°com		X			X			X				X		X		X		X					X		X				X
2°com			X	X					X			X		X	X		X						X		X				X
3°com		X			X			X				X	X		X		X						X		X				X
4°com		X				X				X	X		X		X		X			X						X	X		
5°com		X			X				X			X	X		X		X						X		X				X
6°com		X			X					X			X		X		X						X		X				X
7°com		X			X				X			X		X		X							X		X				X
8°com		X		X				X					X	X									X		X				X
9°com		X				X			X			X	X		X		X						X		X				X
10°com		X			X				X			X	X		X		X						X		X				X
11°com		X			X				X			X	X		X		X						X		X				X
12°com		X			X			X				X		X		X		X					X		X				X
13°com		X			X				X	X			X	X		X		X					X		X				X
14°com		X			X					X			X		X		X						X		X				X
15°com		X			X				X			X	X		X		X						X		X				X

DETALLE	pregunta 11				pregunta 12		pregunta 13			pregunta 14		pregunta 15				pregunta 16				pregunta 17				pregunta 18			pregunta 19		
	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	c)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	a)
1°com		X				X		X		X		X		X		X					X				X				X
2°com			X			X		X		X		X		X		X					X				X				X
3°com	X					X		X		X		X		X		X					X				X				X
4°com			X		X				X	X		X		X		X		X			X				X	X			
5°com			X			X		X		X		X		X		X		X			X				X				X
6°com		X				X		X		X		X		X		X					X				X				X
7°com			X			X		X		X		X		X		X					X				X				X
8°com			X			X		X		X		X		X		X		X			X				X				X
9°com				X			X		X		X		X		X		X				X				X				X
10°com	X					X		X		X		X		X		X		X			X	X			X				X
11°com				X			X		X		X		X		X		X				X				X				X
12°com				X			X		X		X		X		X		X				X				X				X
13°com		X				X			X	X		X		X		X					X				X		X		
14°com			X			X		X		X		X		X		X		X			X				X				X
15°com	X					X		X		X		X		X		X		X			X				X				X

INTERIORES Y CALCETERÍA

DETALLE	pregunta 1			pregunta 2			pregunta 3			pregunta 4		pregunta 5		pregunta 6		pregunta 7		pregunta 8					pregunta 9			pregunta 10		
	a)	b)	c)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	e)	a)	b)	c)	a)	b)	
1°com		X			X			X			X	X		X		X						X		X				X
2°com		X			X			X	X			X		X		X						X		X				X
3°com		X			X			X			X		X		X		X					X		X				X
4°com		X			X			X			X		X		X		X					X		X				X
5°com		X			X			X	X		X		X		X		X					X		X				X
6°com		X			X			X			X		X		X		X					X		X				X
7°com		X			X			X			X	X		X		X						X		X				X
8°com		X			X			X			X		X		X		X					X		X				X

DETALLE	pregunta 11				pregunta 12		pregunta 13			pregunta 14		pregunta 15		pregunta 16				pregunta 17				pregunta 18			pregunta 19				
	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	c)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	a)
1°com			X			X		X		X		X		X		X					X				X				X
2°com			X			X		X		X		X		X		X					X				X				X
3°com	X					X		X		X		X		X		X					X				X				X
4°com				X		X		X		X		X		X		X					X				X				X
5°com			X		X			X		X		X		X		X		X			X				X				X
6°com				X		X		X		X		X		X		X		X			X				X				X
7°com	X					X		X		X		X		X		X					X				X				X
8°com	X					X		X		X		X		X		X					X				X				X



DEPORTIVAS UNISEX

DETALLE	pregunta 1			pregunta 2				pregunta 3				pregunta 4		pregunta 5		pregunta 6		pregunta 7		pregunta 8					pregunta 9			pregunta 10	
	a)	b)	c)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	e)	a)	b)	c)	a)	b)
1°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
2°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
3°com		X		X					X				X	X			X		X					X			X		X
4°com		X			X				X				X			X		X						X			X		X
5°com		X		X					X	X			X	X			X	X						X			X		X
6°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
7°com		X			X		X						X	X			X		X					X			X		X
8°com		X			X				X				X	X		X		X						X			X		X
9°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
10°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X

DETALLE	pregunta 11				pregunta 12		pregunta 13			pregunta 14		pregunta 15				pregunta 16				pregunta 17				pregunta 18			pregunta 19		
	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	c)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	a)
1°com		X				X		X		X		X		X		X							X		X			X	
2°com				X		X		X		X		X		X		X							X		X			X	
3°com	X					X		X		X		X		X		X							X		X			X	
4°com		X				X		X		X		X		X		X					X			X				X	
5°com			X		X			X		X		X		X		X		X			X			X		X	X		
6°com				X		X		X		X		X		X		X							X		X			X	
7°com		X				X		X		X				X		X					X			X		X		X	
8°com			X			X		X		X		X		X		X					X			X		X		X	
9°com				X		X		X		X		X		X		X					X			X		X		X	
10°com	X					X		X		X		X		X		X							X		X			X	

NIÑOS Y BEBES

DETALLE	pregunta 1			pregunta 2				pregunta 3				pregunta 4		pregunta 5		pregunta 6		pregunta 7		pregunta 8					pregunta 9			pregunta 10	
	a)	b)	c)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	e)	a)	b)	c)	a)	b)
1°com		X				X			X				X	X			X		X					X			X		X
2°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
3°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
4°com		X		X					X				X	X			X		X					X			X		X
5°com		X		X					X				X	X			X		X					X			X		X
6°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
7°com		X		X					X				X	X			X		X					X			X		X
8°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
9°com		X			X				X				X	X		X								X			X		X
10°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
11°com		X		X					X	X			X	X			X		X					X			X		X
12°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
13°com		X			X				X				X	X			X		X					X			X		X
14°com		X				X			X				X	X			X		X					X			X		X

DETALLE	pregunta 11				pregunta 12		pregunta 13			pregunta 14		pregunta 15				pregunta 16				pregunta 17				pregunta 18			pregunta 19		
	a)	b)	c)	d)	a)	b)	a)	b)	c)	a)	b)	a)	b)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	d)	a)	b)	c)	a)
1°com	X					X		X		X		X		X									X		X			X	
2°com		X				X		X		X		X		X		X							X		X			X	
3°com		X				X		X		X		X		X		X							X		X			X	
4°com			X			X		X		X		X		X		X		X					X		X			X	
5°com			X			X		X		X		X		X		X		X					X		X		X		
6°com		X				X		X		X				X		X							X		X			X	
7°com		X				X		X		X		X		X		X							X		X			X	
8°com			X			X		X		X		X		X		X							X		X			X	
9°com		X			X				X	X		X		X		X							X			X	X		
10°com			X			X		X		X		X	X										X		X			X	
11°com			X			X		X		X		X		X									X		X			X	
12°com		X				X		X		X		X		X			X						X		X			X	
13°com			X			X		X		X		X		X		X							X		X			X	
14°com		X				X		X		X		X		X		X							X		X			X	