

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

Facultad de Ciencias Contables y Administrativas

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



**“CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
INTERNACIONAL BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO Y SU INCIDENCIA EN
LA RECAUDACION TRIBUTARIA - PERIODO 2013”**

TESIS

PRESENTADO POR:

BACH. HELFFER VALOIS CALSINA AGUILAR

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PROMOCION 2012

PUNO - PERU

2015

"CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
INTERNACIONAL BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO Y SU INCIDENCIA EN LA
RECAUDACION TRIBUTARIA, PERIODO 2013"

TESIS PRESENTADO POR:
BACH. HELFFER VALOIS CALSINA AGUILAR

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PUBLICO

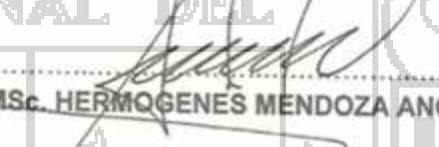
FECHA DE SUSTENTACION: 10 DE JULIO DEL 2015

APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

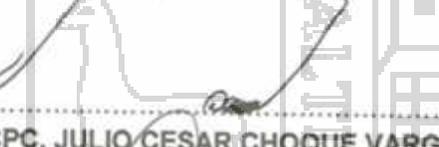
PRESIDENTE


DR. JUAN MOISES MAMANI MAMANI

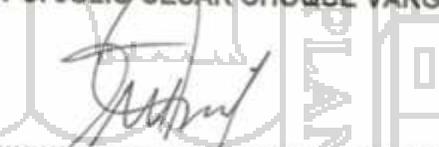
PRIMER MIEMBRO


MSc. HERMOGENES MENDOZA ANCCO

SEGUNDO MIEMBRO


CPC. JULIO CESAR CHOQUE VARGAS

DIRECTOR DE TESIS


DR. MARCO ANTONIO RUELAS HUMPIRI

ASESOR DE TESIS


MSc. ALCIDES S. PALACIOS SANCHEZ

AREA : TRIBUTARIA

TEMA : CULTURA TRIBUTARIA

DEDICATORIA

A Dios por iluminarme cada día y a mis padres, ya que gracias a sus consejos, valores y motivación constante me han permitido ser una persona de bien, cuyo esfuerzo ha hecho posible este logro y por el apoyo que me brindaron durante tantos años de estudio, por su cariño y comprensión.

A mis hermanos Yeffer, Lelis, Oliver, Ligorio, Betty, Marconi, Yuliza y mis sobrinos Fernando Y Gabriela quienes en todo momento me brindaron su apoyo incondicional, haciendo posible este logro.

A mis docentes, compañeros de estudio, Amigos y a todos aquellos que han contribuido directa e indirectamente a la realización de este trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

A DIOS

Agradezco principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional

A MI MADRE

Por demostrarme siempre su amor y hacerme sentir que mis hermanos y yo somos y seremos lo más maravilloso que le paso en la vida por su apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A MI PADRE

Por ser el pilar más importante de mi familia por su apoyo y darme nuevas perspectivas, visión de la vida y lo que ella trae consigo, demostrarme que siempre estuvo conmigo y su cariño infinito

A MIS HERMANOS

Por estar siempre conmigo, en quienes he encontrado respaldo y por quienes siento un cariño muy grande, pues me hace muy feliz tenerlos como hermanos.

Con admiración y respeto.

HELFFER VALOIS CALSINA AGUILAR

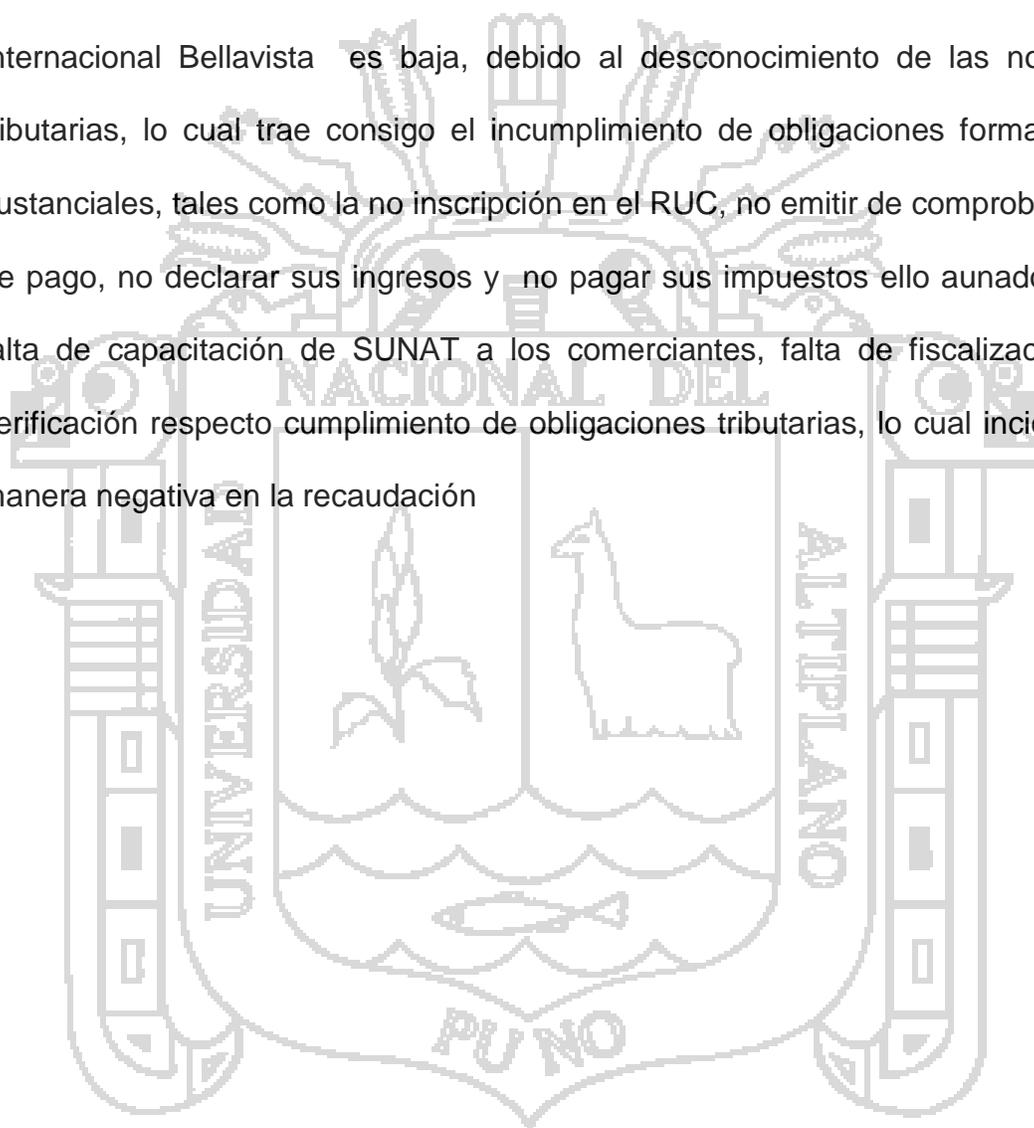
INDICE

RESUMEN	VI
INTRODUCCIÓN	VIII
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
CAPITULO II.....	10
MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
2.1. MARCO TEÓRICO	10
2.2. MARCO CONCEPTUAL	43
2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION	48
CAPITULO III.....	50
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.1. TIPO DE INVESTIGACION	50
3.2. NIVEL DE INVESTIGACION	50
3.3. DISEÑO DE INVESTIGACION.....	51
CAPITULO IV	58
CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN	58
4.1. AMBITO DE ESTUDIO	58
CAPITULO V	65
EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	65
CONCLUSIONES	103
BIBLIOGRAFÍA	107
ANEXOS.....	109

RESUMEN

Este trabajo tiene por objetivo general determinar la incidencia de la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno en la recaudación tributaria, en el periodo 2013. Para alcanzar los objetivos del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes métodos inductivo, deductivo y descriptivo. Las técnicas de recolección de datos que se usó fueron la revisión documental y encuesta estructurada (investigación de campo) y su respectivo instrumento, luego se procedió al análisis e interpretación de los datos y se llegaron a las siguientes conclusiones: Los conocimientos en tributación de los comerciantes del mercado internacional Bellavista es bajo debido al desconocimiento de las normas tributarias, En donde se observa que el 65% de los comerciantes no sabe el destino de los tributos que recauda la SUNAT y el 95% de los comerciantes indica no haber recibido capacitación en materia tributaria por parte de la SUNAT; por lo que el desconocimiento de las normas tributarias, aunado a la falta de capacitación en temas tributarios por parte de SUNAT a los comerciantes, induce al incumplimiento de sus obligaciones tributarias, lo cual incide de manera negativa en la recaudación tributaria por parte de la SUNAT. El incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno es por falta de cultura tributaria, ya que el 76% de los comerciantes desconocen el carácter imperativo del pago de impuestos, el 85% de los comerciantes no emite comprobantes por las ventas que realiza y el 93% de los comerciantes no paga sus impuestos por la

obtención de rentas de tercera categoría; por tanto El incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno incide negativamente en la recaudación tributaria. El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista es baja, debido al desconocimiento de las normas tributarias, lo cual trae consigo el incumplimiento de obligaciones formales y sustanciales, tales como la no inscripción en el RUC, no emitir de comprobantes de pago, no declarar sus ingresos y no pagar sus impuestos ello aunado a la falta de capacitación de SUNAT a los comerciantes, falta de fiscalización y verificación respecto cumplimiento de obligaciones tributarias, lo cual incide de manera negativa en la recaudación



INTRODUCCIÓN

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

Desde esta perspectiva, el tema de la informalidad no debe ser abordado en base a las personas sino, más bien a las actividades económicas que estas realizan. Al respecto es posible que una misma persona realice más de una actividad económica y actúe formalmente en una e informalmente en la otra. Así por ejemplo, se puede dar el caso de un profesional que trabaja de manera independiente y cumple con todas sus obligaciones tributarias, sin embargo adicionalmente, tiene un negocio de venta de ropa que no está registrado ni paga tributos. Este problema es un fenómeno social que tiene lugar en todas las actividades económicas y a su vez está relacionada con la falta de equidad, transparencia, legalidad del gasto público y con el empleo (absorción de la fuerza laboral). A través del presente trabajo de investigación damos a conocer el nivel de cultura tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, periodo 2013.

Esta investigación comprende 5 capítulos en donde se detalla lo siguiente:

CAPITULO I: En este capítulo se desarrolla el planteamiento del problema, antecedentes y objetivos de la investigación.

CAPITULO II: En este capítulo se detalla el marco teórico que sirve de guía para el trabajo de investigación. Definición de términos e Hipótesis de investigación.

CAPITULO III: En este capítulo se desarrolla la metodología de la investigación que se usó durante el trabajo de investigación y la muestra.

CAPITULO IV: En este capítulo, se describe el ámbito de estudio para la ejecución del presente trabajo de investigación.

CAPITULO V: Este capítulo se desarrolla la exposición y análisis de los resultados, mediante los cuadros y sus respectivos gráficos de los resultados obtenidos.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

La cultura tributaria es el valor más importante que posee un país debido a que los valores se cultivan durante años, los principales valores son el conocimiento la disciplina y la participación, sobre dichos valores se debe crear una cultura tributaria con bases sólidas, ya que esta forma parte de una cultura de un país. Una cultura solida conduce a que la población cumpla con sus deberes fiscales. Esto beneficia a la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria), debido a que facilita el control tributario y así recauda mayores tributos para el estado beneficiando a todo el país.

La baja cultura tributaria, es un problema que conlleva al incumplimiento total o parcial por parte de los contribuyentes en la declaración y pago de sus obligaciones tributarias al estado; y, consecuentemente este problema ha

venido preocupando a nuestro país en los últimos años, dificultando la aplicación de políticas fiscales efectivas buscando crear conciencia tributaria en la población y reducir sus altos niveles en procura de encausar a aquellos contribuyentes que no cumplen en forma debida con dichas obligaciones tributarias.

Por otro lado, cabe indicar que la política tributaria de nuestro país es diseñado por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), dentro del cual se contempla las decisiones de Política económica y Fiscal, que se refieren a la aplicación de los tributos, tales como: los impuestos, tasas, contribuciones, etc. todo ello aplicado con la finalidad de recaudar recursos para el estado.

En nuestro país la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), es el ente encargado de administrar, aplicar, fiscalizar y fundamentalmente recaudar los tributos internos con excepción de las Municipales, cabe destacar, que dentro de sus funciones y atribuciones está el de prevenir, perseguir y denunciar al contrabando, la defraudación de rentas de aduanas, la defraudación tributaria, el tráfico ilícito de mercancías, así como aplicar medidas en resguardo del interés fiscal.

Por ello, se desliza una pregunta que necesita ser investigado ¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria que se tiene en los comerciantes del mercado bellavista?; Al parecer ni los más adecuados Sistemas de control de la Administración tributaria parecen dar resultados con la informalidad y evasión creciente en nuestra ciudad.

La baja cultura tributaria de los comerciantes está directamente relacionada al aspecto social, económico, coyuntural, cultural, etc. Todo ello hace que muchas personas desconozcan las obligaciones tributarias que genera sus actividades comerciales, aspecto que también les genera un ingreso económico para solventar sus gastos familiares, pero también esto genera el crecimiento acelerado de la informalidad en el comercio, lo cual hace que al mismo ritmo también se agrande el problema en cuestión que es materia de investigación; Por todo lo mencionado, nos hemos planteado el presente proyecto de investigación titulado “CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACION TRIBUTARIA, PERIODO 2013”; del cual se deriva y define el problema, a través de las siguientes interrogantes a investigar y responder.

1.1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

1.1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera incide la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno en la recaudación tributaria, en el periodo 2013?

1.1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

1. ¿De qué manera incide los conocimientos de tributación de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno en la recaudación tributaria, en el periodo 2013?

2. ¿De qué manera incide la cultura tributaria en el incumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la Ciudad de Puno en la recaudación tributaria, Periodo 2013?

1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro del archivo académico de la facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, se ha identificado trabajos investigación que están relacionados con nuestro tema de investigación:

- **TURPO BELTRAN, Emerson; (2010).** “INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE JULIACA”. Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA - PUNO. El cual concluye que los comerciantes en su gran mayoría no poseen o no tienen una cultura tributaria acorde a un buen contribuyente lo que, influye negativamente en la formalidad comercial y hace que la informalidad comercial se incremente en el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca.

Por las entrevistas efectuadas y de la encuesta aplicada se concluye que, el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente

y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes tipos de rubros de negocios comerciales.

Es de necesidad coyuntural que los comerciantes tengan una cultura tributaria, para poder desarrollar buenos valores y actitudes de cambio para tributar y formalizarse en el sistema de tributación de nuestro país, lo cual ayudara en el desarrollo del país y así poder gozar de mejoras en la calidad de servicios que brinda el estado.

- **COLQUEHUANCA MAMANI Roger; (2010).** “LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CONTRIBUYENTES Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN”. Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA - PUNO. El cual concluye que de muestra de 245 contribuyentes, los resultados obtenidos de dichos análisis indican que la mayoría de los contribuyentes tiene incidencia negativa, que representa el 60% debido al desconocimiento y carencia de educación tributaria, por otro lado la falta de implementación en el diseño curricular nacional contenidos de cultura tributaria en sus diferentes niveles.

En los valores y actitudes en la recaudación del Impuesto Predial de los contribuyentes de la municipalidad provincial de San Román, según la muestra de 245 contribuyentes, los resultados obtenidos de dicho análisis muestran que la mayoría de los contribuyentes, 154 se obtuvo que está dentro de un nivel deficiente y tiene incidencia negativa, que representa 51%

debido a la falta de práctica de valores, por otro lado hay carencia de claridad en el destino del gasto público y por los inadecuados programas curriculares al sistema educativo.

La cultura tributaria en el nivel de recaudación del Impuesto Predial de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de San Román, según la muestra de 245 contribuyentes, los resultados obtenidos de dicho análisis indican que la mayoría de los contribuyentes, 159 promedios de los tres periodos no pagaron el impuesto predial, que está dentro del nivel deficiente, incide negativamente, que representa el 65% que no es proporcional a su base tributaria, debido al desconocimiento de la cultura tributaria, por otra parte la carencia de presión tributaria.

Si se incrementa en los programas curriculares del sistema educativo contenidos sobre educación tributaria basada en la práctica de valores, como lo indicamos en nuestra propuesta, los resultados a futuro serian favorables para el estado ya que el crecimiento de la recaudación seria paralela a la base tributaria.

- **QUISPE MAMANI, Juan. (2009).** “LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA INFORMALIDAD COMERCIAL DE LA PROVINCIA DE SAN ROMÁN”. Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA - PUNO. El cual concluye que los comerciantes en su gran mayoría no poseen o tienen una cultura tributaria acorde a un

contribuyente lo que, influye negativamente en la informalidad comercial de los comerciantes de la provincia de San Román.

Los comerciantes de la plaza internacional de San José de la ciudad de Juliaca, tienen un conocimiento medio respecto de los diferentes elementos estructurales del sistema tributario, como son los impuestos, tasas y contribuciones, lo que inciden relativamente en la informalidad comercial.

Son mínimas las diferentes formas de tributación por parte de comerciantes, como es el impuesto a la renta, IGV, los que determinan como factores condicionantes dentro de la informalidad comercial.

Por las entrevistas efectuadas y de la encuesta aplicada se concluye que, la cultura tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes tipos rubros de negocios comerciales.

- **CAYRO ROJAS, Juan Antonio; (2009).** “LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA DE RENTAS DE TERCERA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE PUNO – 2009” Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA – PUNO, concluye:

El incumplimiento de la obligación tributaria genera desequilibrio presupuestal del estado pues impide y limita la realización de importantes prestaciones por el estado, como salud, educación, alimentación entre otros; creando una bonanza irreal en el contribuyente, provocando la distorsión del sistema tributario, induciendo al gobierno en dictar medidas anti técnicas

elevando las tasas o creando nuevos tributos para aumentar la presión tributaria y cubrir lo dejado de pagar por los evasores.

- **MACEDO VILCA, Jhoselyn. (2003).** “EVALUACION DE LA RECAUDACIÓN Y EVASION TRIBUTARIA DEL REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO DEL DEPARTAMENTO DE PUNO” (2001- 2002), Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA – PUNO. Concluye:

La recaudación tributaria en los contribuyentes que se encuentran en el Régimen Único Simplificado, afecto relativamente a la disminución de la base tributaria de los contribuyentes del mismo régimen, en 18,17 % de disminución de la base tributaria de I semestre del año 2002, con relación al mismo semestre del año anterior, así como la recaudación cayó en 4.30% en relación a los mencionados semestres, ascendiendo a un importe en Nuevos Soles de 38,748.00.

Las modalidades de evasión más practicadas por los contribuyentes del Régimen Único Simplificado es el no otorgar comprobantes de pago, que se encuentran con un 68.06 %, seguido por el ocultamiento total o parcial de información 38.89%, obtención de crédito deducible indebido, 25% y por ultimo no cumpliendo con el pago de impuestos con un 19.44%.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la incidencia de la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno en la recaudación tributaria, en el periodo 2013.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Evaluar los conocimientos de tributación de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria, en el periodo 2013.
2. Determinar el nivel de incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria, en el periodo 2013.
3. Proponer alternativas que promuevan un mayor cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. CULTURA

Etimológicamente el termino Cultura tiene su origen en el latín, al principio significo cultivo, agricultura e instrucción y sus componentes eran el *cultus* (cultivado) y la *ura* (resultado de una acción). (MAMANI, 2009).

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

Según Microsoft Encarta (2009), define a la cultura como conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a

una sociedad o grupo social en un periodo determinado, el termino cultura engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano. Tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo. Cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden. (Microsoft Encarta, 2009).

Shiffman y Lazar (1991: 69), señalan sobre la cultura tributaria, dada la amplia y penetrante naturaleza de la cultura, su estudio generalmente requiere un examen global de carácter de la sociedad total, incluyendo factores tales como el lenguaje, conocimiento, leyes, religiones, costumbres alimenticias, música, arte, tecnología, patrones de trabajo, productos y otros artefactos que dan a la sociedad su sabor definitivo, en cierto sentido, la cultura es la personalidad de una sociedad.

“la cultura es un todo complejo que abarca conocimientos, creencias, artes, normas morales, leyes, costumbres, otras capacidades y hábitos que el hombre adquiere por ser miembro de la sociedad”. (LOUDON & DELLA, 1995)

Según el Diccionario de Real Academia Española, la cultura es el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época, grupo social, etc.

La cultura es una manera de vivir juntos, moldea nuestro pensamiento, nuestra imagen y nuestro comportamiento.

La cultura debe verse como un conjunto de condiciones de creación y recepción de mensajes y de significaciones mediante los cuales el individuo se apropia de las formas que le permiten estructurar su lenguaje y su visión del mundo. Por esta razón tiene un doble rol en la estructuración de los sistemas sociales y de las lógicas institucionales, pues ofrece representaciones generales que sirven como instrumentos de interpretación para todos los temas relacionados con la agenda pública o la vida político institucional. (LOUDON & DELLA, 1995)

CLASIFICACION DE LA CULTURA TRIBUTARIA

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

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

ELEMENTOS DE LA CULTURA

La cultura forma todo lo que implica transformar y seguir un modelo de vida se divide en:

1. CONCRETOS O MATERIALES: fiestas, alimentos, ropa (moda), arte plasmado, construcciones arquitectónicas, instrumentos de trabajo (herramientas).
2. SIMBOLICOS O ESPIRITUALES: creencias (filosofía, espiritualidad/religión), valores (ética, actos humanitarios), normas y sanciones (jurídicas, morales, convencionalismos de creencias y valores, arte (apreciación), lenguaje (un sistema de comunicación simbólica), tecnología y ciencia.

Para efectos de esta investigación se define cultura como aquel rasgo que caracteriza a una sociedad en específica en cuanto a su comportamiento y modo de pensar. (LOUDON & DELLA, 1995)

TRIBUTO

Señala que la palabra tributo viene del latín *tributum*, cuya traducción en idioma español significa “**contribución**”. La contribución en el vocabulario común u ordinario, es aquella acción de hacer o dar algo para una ayuda, auxilio, aporte, etc. (Maciel, 2010)

El termino tributo viene del latín **Tributum**, que significa carga continua en dinero o en especie que debe entregar el vasallo al señor en reconocimiento a su señorío, o el súbdito al estado para la atención de las llamadas cargas públicas. Tienen también el sentido de ofrenda o manifestación en calidad de obsequio, veneración, respeto, admiración o gratitud. (DIEP, 2003)

DEFINICIONES

Tributo es “toda prestación pecuniaria exigible coactivamente por el estado en virtud de leyes dictadas en ejercicio de su poder tributario”. (FIGUEROA, 2004)

Los tributos “son las prestaciones comúnmente en dinero que el estado exige en 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”. (VILLEGAS, 2002)

El tributo como “una obligación jurídica pecuniaria es lege, que no constituye sanción de acto ilícito, cuyo sujeto pasivo es alguien puesto por esa situación por la voluntad de la ley”. (ATALIBA, 1987)

“Los tributos son prestaciones en dinero que el estado en ejercicio de su poder de imperio exige con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines” (MCTAL). Implica los términos generales. Tributo es una prestación obligatoria a favor del estado o de las personas jurídicas indicadas por este, que afectan al patrimonio de los obligados, cuyo destino es el financiamiento de los fines estatales. (MCTAL, 1958)

DEFINICION DE TRIBUTO EN EL PERU

Zuzunaga y Vega León (2006) señalan que el derecho positivo peruano no contempla una definición del término tributo, limitándose a acoger su clasificación tripartita en la norma II del título preliminar del Texto Único Ordenado del Código Tributario. (ZUZUNAGA DEL PINO & VEGA LEON, 2006)

El Tribunal Constitucional ha hecho suyo el concepto doctrinario planteado por el maestro Geraldo Ataliba, al establecer que el tributo es la obligación jurídicamente pecuniaria. Ex lege que no constituye sanción de acto ilícito. Cuyo sujeto activo, es en principio una persona pública y cuyo sujeto pasivo es alguien puesto en esa situación por voluntad de la ley.

El Tribunal Fiscal del Perú, da una definición de tributo como “toda prestación en dinero que el estado exige en ejercicio de la potestad tributaria, para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines”. De ello se advierte que constituye un elemento esencial del tributo la coacción, es decir la facultad de compeler al pago de la prestación requerida en ejercicio de la facultad de imperio, la que se manifiesta esencialmente en prescindencia de la voluntad del obligado en cuanto a la creación del tributo que le será exigible. (ZUZUNAGA DEL PINO & VEGA LEON, 2006)

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

CARACTERÍSTICAS DEL TRIBUTO

▣ CARÁCTER PECUNIARIO.-

CRESPO (2010), cuando se habla de pecuniario, señala que en el caso específico de los tributos, prestación consiste generalmente en dar sumas de dinero al estado, continua, “ es posible que en algunos países si concurren los demás elementos caracterizantes del tributo y la legislación pertinente no

dispone lo contrario, baste que la prestación sea pecuniariamente valuable para considerarla un tributo. (CRESPO, 2010)

Una característica de nuestra economía monetaria que las prestaciones sean en dinero, aunque no es forzoso que así suceda. Así, por ejemplo en México y Brasil, sus códigos tributarios admiten que la prestación tributaria sea en especie. Si bien normal es que la prestación sea dineraria, el hecho de que ella sea in natura no altera la estructura jurídica básica del tributo. Es suficiente que la prestación sea valuable pecuniariamente para que constituya un tributo, siempre que concurren los otros elementos que lo caracterizan y siempre que la legislación de determinado país no disponga lo contrario". (VILLEGAS, 2002).

CARÁCTER COACTIVO.-

El carácter coactivo de los tributos está presente en su naturaleza desde los orígenes de esta figura. Supone que el tributo se impone unilateralmente por los entes públicos, de acuerdo con los principios constitucionales y reglas jurídicas aplicables, sin que concorra la voluntad del obligado tributario, al que cabe impeler coactivamente el pago. (VILLEGAS, 2002)

El elemento primordial del tributo es la coacción que el estado ejerce en virtud de su poder de imperio o poder tributario, el cual es de naturaleza política y expresión de soberanía. Se trata pues de una prestación obligatoria y no facultativa que se manifiesta esencialmente en la prescindencia de la voluntad del obligado en cuanto a la creación del tributo que le será exigible. (CRESPO, 2010)

El elemento esencial del tributo es la coacción ósea la facultad de compeler al pago de la prestación requerida y que el estado ejerce en virtud de su poder de imperio (potestad tributaria). (VILLEGAS, 2002)

CREADO EN VIRTUD DE UNA LEY.-

Doctrinariamente el termino tributo engloba a los impuestos Tasas y contribuciones. “los tributos son las prestaciones en dinero o en especie que los entes públicos con potestad tributaria establecen en ejercicio de la misma. (Arancibia, 2004: 19).

El tributo es la prestación comúnmente en dinero que el estado exige, en ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva, en virtud de una ley para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines. (VILLEGAS, 2002)

Para legislación tributaria peruana, el termino tributo es un concepto genérico susceptible de reunir o acoger aun sin número de ingresos de naturaleza coactiva con nombre propio y otros que el bien no tienen denominación preestablecida participan de la naturaleza y elementos constitutivos del tributo (impuestos, tasas y contribuciones). Sin embargo el Código Tributario vigente acoge una conceptualización tríplico al precisar el término genérico tributo comprende: impuesto, contribuciones y tasas.

 **PARA CUBRIR GASTOS QUE DEMANDA EL CUMPLIMIENTO DE LOS FINES DEL ESTADO.-** El tributo fiscal “que su cobro tiene razón de ser en la necesidad de obtener ingresos para cubrir los gastos que le demanda la satisfacción de las necesidades públicas”. (VILLEGAS, 2002)

El fin esencial del tributo es fiscal, es decir la obtención de ingresos por parte del estado para cubrir gastos que le demanda la satisfacción de las necesidades públicas. (CRESPO, 2010)

CAPACIDAD CONTRIBUTIVA.-

Los tributos deben ser exigidos tomando como base la capacidad contributiva del contribuyente, y esta debe constituirse en un límite sustancial de racionalidad y justicia para el estado que exige un tributo. Esta característica tiene doble significado: Primero “quien no tenga determinado nivel de capacidad contributiva no debe contribuir”. Es decir el tributo debe ser exigido solo a quienes tienen disponibilidad económica para efectuar el pago. En Segundo lugar, el sistema de tributación debe estructurarse de forma tal que “los que manifiestan mayor capacidad contributiva, tengan una mayor participación tributaria hacia el estado”. (VILLEGAS, 2002)

Clasificación del tributo en el Perú

(ORTEGA , CASTILLO, PACHERRES, & MORALES, 2013) Al respecto el código tributario, en la norma II, señala que el término genérico de tributo comprende:

Impuesto.- Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del estado peruano.

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

Tasa.- Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.

Clasificación de las tasas:

Arbitrios: son tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público.

Derechos: son tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes públicos.

Licencias: son tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización.

CULTURA TRIBUTARIA

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”. (Valero y Ramírez, 2009,)

“Es el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de valores de ética personal respecto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes” (www.sat.gob.pe).

La Cultura Tributaria; es el conocimiento reflexivo del ser humano en cuanto a la bondad del pago de los tributos, lo que lleva a cumplir natural y voluntariamente con sus obligaciones tributarias. (CIAT, 1977)

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

La cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tiene los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean un fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos (como por ejemplo los hospitales, colegios, etc.). La falta de cultura tributaria lleva a la evasión.

La cultura tributaria está hecha de un conjunto heterogéneo de informaciones, prácticas y acontecimientos de referencia vinculados entre sí por la forma en que se articulan alrededor de una representación dominante.

Desde que se descubrió su rentabilidad, hablar de cultura tributaria se ha convertido en una moda; cultura de mercado, informática, rendición de cuentas, capital, tributos, etc. Pero basta solo una introducción. Para que las políticas y proyectos sean exitosos, hay que tener cultura tributaria, es decir, saber que

impuestos pagar, según donde se desenvuelva la persona, para que servirán los impuestos, hay que saber qué ocurriría si no se paga o se deja de pagarlos y si se paga, que destino tienen.

Los peruanos somos humanos, hasta resistentes para pagar los impuestos. Por ello, se hace necesario desarrollar una Cultura Tributaria, porque, sino sabemos las razones de tributar, no tendremos éxito en las reformas tributarias y fiscales que hagamos.

A efectos de nuestro interés se considera cultura tributaria, aquella cultura que deben tener o poseer los ciudadanos de un determinado entorno para concebir las obligaciones tributarias para con la nación, como un deber propio, es decir, se refleja en la percepción que tienen las personas del cumplimiento fiel de sus obligaciones tributarias contraídas bien sea con la república, el estado o los municipios.

Para obtener una cultura tributaria que logre cambios en el comportamiento de los contribuyentes, se necesita tiempo; es por ello, que no se puede hablar de rapidez o de éxitos en el corto plazo, ya que la adquisición de un determinado comportamiento cultural en aspectos económicos, sociales y políticos es lento, por lo tanto, si la cultura no se cultiva durante años, no se puede improvisar ni suponer.

Los valores matriciales más importantes y sobre los cuales hay que crear y acumular una cultura tributaria son:

- ❖ **Pacto social:** Las instituciones sociales, los estados, los poderes, los gobiernos, los sistemas tributarios, que no se mueven en la dirección de crear un nuevo modelo de sociedad, se ven así mismo crecientemente aislados, faltos de credibilidad y legitimidad, ya que los ciudadanos comunes se resisten a solo ser administrados y aspiran ser actores responsables de una nueva sociedad.
- ❖ **La sociedad como proyecto:** Un segundo rasgo estructural creciente, estrechamente relacionado con el anterior es la percepción creciente de la sociedad como proyecto, puesto que a la misma se le percibe como proyecto de todos sus miembros sin exclusión.
- ❖ **Dinámica:** Percibir la realidad como un proyecto es percibirla como una realidad no construida, sino en continua construcción. La dinámica de la información, del control de la gestión y de la participación no se detendrá y esto es lo que hace ver que la sociedad como proyecto tenga una nueva dinámica.
- ❖ **La información y el conocimiento:** Los anteriores rasgos estructurales no se darían sin la existencia de la multiplicación de la información y del conocimiento, puesto que los ciudadanos modernos demandan tener más y mejor información y conocimientos.
- ❖ **Participación:** Tiene que ver con la participación que deben tener los ciudadanos en la concepción, diseño, planeación y conducción de la sociedad como proyecto, así como, en la definición y elaboración de políticas tributarias y en la decisión del sistema tributario que se necesita.

IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA

La importancia de la cultura tributaria está en la propia persona quien es la que acepta el sitio que le corresponde en la sociedad, por lo cual, desarrolla un sentido de solidaridad para con los demás. (DIAZ, 2013)

Por lo tanto, hay que admitir en las obligaciones tributarias un dispositivo en pro del bien común y al Estado como un ente facultado de alcanzar dicho propósito. Así mismo, el cumplimiento de esas obligaciones lleva inherente el derecho y la legitimidad que tienen todos los ciudadanos de exigir al Estado el cumplimiento de sus obligaciones, sin embargo hay que admitir que esta tarea es un proceso a largo plazo y toma años alcanzar y desarrollar.

Finalmente, se puede decir que con la Cultura Tributaria se pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa colectividad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que este cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes.

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA (SUNAT)

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) es, de acuerdo a su ley de creación, Ley N° 24829 y a su Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501, una institución pública descentralizada del Sector Economía y Finanzas, dotada de personería jurídica de derecho público,

patrimonio propio y autonomía económica, administrativa, funcional, técnica y financiera que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, correspondían a esta entidad.

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

FINALIDAD

La SUNAT, con las facultades y prerrogativas que le son propias en su calidad de administración tributaria y aduanera, tiene por finalidad:

- a. Administrar, fiscalizar y recaudar los tributos internos, con excepción de los municipales, y desarrollar las mismas funciones respecto de las aportaciones al Seguro Social de Salud (ESSALUD) y a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), a las que hace referencia la norma II del Título Preliminar del Texto Único Ordenado del Código Tributario y, facultativamente, respecto también de obligaciones no tributarias de ESSALUD y de la ONP, de acuerdo a lo que por convenios interinstitucionales se establezca.

- b. Administrar y controlar el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero y recaudar los tributos aplicables conforme a ley.
- c. Facilitar las actividades económicas de comercio exterior, así como inspeccionar el tráfico internacional de personas y medios de transporte y desarrollar las acciones necesarias para prevenir y reprimir la comisión de delitos aduaneros.
- d. Proponer la reglamentación de las normas tributarias y aduaneras y participar en la elaboración de las mismas.
- e. Proveer servicios a los contribuyentes y responsables, a fin de promover y facilitar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.
- f. Las demás que señale la ley.

(Artículo 14° del Reglamento de Organización y Funciones de la SUNAT, aprobado mediante D.S. 115-2002-PCM publicado el 28-10-02).

TRIBUTOS QUE ADMINISTRA

Con el fin de lograr un sistema tributario eficiente, permanente y simple se dictó la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional (Decreto Legislativo N° 771), vigente a partir del 1 de enero de 1994.

La ley señala los tributos vigentes e indica quiénes son los acreedores tributarios: el Gobierno Central, los Gobiernos Locales y algunas entidades con fines específicos. Tratándose de los tributos correspondientes al Gobierno Central, los entes administradores son la SUNAT (tributos internos) y

ADUANAS (derechos arancelarios). (ORTEGA , CASTILLO, PACHERRES, & MORALES, 2013)

Los principales tributos que administra la SUNAT son los siguientes:

a. 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.

b. 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.

c. 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.

d. 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.

e. Impuesto Extraordinario de Solidaridad: a partir del 1 de setiembre de 1998, este impuesto sustituyó a la Contribución al Fondo Nacional de Vivienda (FONAVI). La tasa vigente es 2%, y se aplica sobre las remuneraciones que

abonan los empleadores y sobre las rentas que perciben los trabajadores y profesionales independientes.

f. Impuesto de Solidaridad en favor de la Niñez Desamparada: son sujetos de este impuesto las personas que soliciten la expedición o revalidación de pasaportes.

g. 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).

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

i. Derechos Específicos: son los derechos fijos aplicados a las mercancías de acuerdo a cantidades específicas dispuestas por el Gobierno.

Regímenes tributarios

Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS

Es un régimen que facilita a los pequeños contribuyentes contribuir de una manera sencilla con el Perú. Consta de un solo pago mensual, que se calcula de acuerdo al monto de sus ingresos y compras.

Pueden tributar en el NRUS:

- ✓ Las personas naturales que tienen un negocio cuyos clientes son consumidores finales. Por ejemplo: puesto de mercado, zapatería bazar, bodega, pequeño restaurante, juguería, sandwichería, entre otros.

- ✓ sucesiones indivisas que tienen negocio
- ✓ Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.) debidamente inscritas en los Registros Públicos cuyos clientes son consumidores finales.

Es necesario comentar que algunas personas, sucesiones indivisas y E.I.R.L. no pueden tributar en el NRUS por su actividad económica, giro de negocio y otros motivos previstos en las normas legales.

Categorías del Nuevo RUS – NRUS

Cada contribuyente paga la cuota mensual del NRUS según los montos mínimos y máximos de ingresos brutos y de adquisiciones mensuales.

CATEGORÍA	INGRESOS BRUTOS O ADQUISICIONES MENSUALES	CUOTA MENSUAL EN S/.
1	HASTA S/. 5,000	20
2	MÁS DE S/. 5,000 HASTA S/.8,000	50
3	MÁS DE S/. 8,000 HASTA S/. 13,000	200
4	MÁS DE 13,000 HASTA 20,000	400
5	MÁS DE 20,000 HASTA 30,000	600

Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER.-

El RER es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de:

- a) Actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo.
- b) Actividades de servicios, entendiéndose por tales a cualquier otra actividad no señalada expresamente en el inciso anterior.

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

Régimen General – RG.-

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

Son Contribuyentes del régimen general:

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

IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS.-

El IGV o también conocido en otros países como Impuesto al Valor Agregado - IVA, dentro de la clasificación de los impuestos es considerado como uno indirecto ya que quien soporta la carga económica del mismo no es obligado tributario (vendedor de bienes o prestador de servicios), sino un tercero (comprador o consumidor final) que viene a ser el "obligado económico".

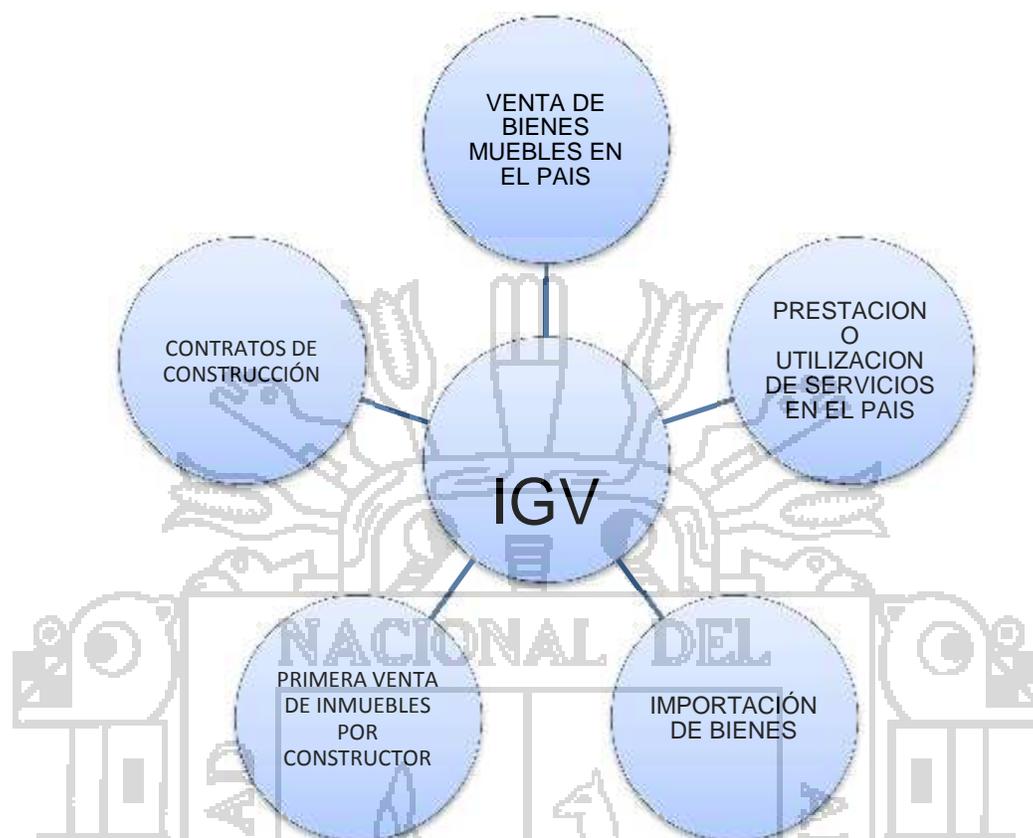
En este sentido, en el IGV, el sujeto pasivo del impuesto **traslada** la carga económica del tributo a un tercero, entendiéndose por traslación al fenómeno por el cual el contribuyente de jure (sujeto pasivo) consigue transferir el peso del impuesto sobre otra persona quien soporta la carga del mismo.

OPERACIONES GRAVADAS CON EL IGV.-

El IGV o Impuesto General a las Ventas es un impuesto al valor agregado de tipo **plurifásico** (grava todas las fases del ciclo de producción y distribución) **no acumulativo** (solo grava el valor añadido), y que se encuentra estructurado bajo el **método de base financiera de impuesto contra impuesto** (débito contra crédito).

Se rige por el principio de neutralidad económica y el de afectación de la carga económica al consumidor final o utilizador final de bienes y servicios gravados.

De conformidad al artículo 1° de la Ley del IGV se encuentran gravadas las siguientes operaciones:



TASA DEL IMPUESTO

18% (16 % + 2% de Impuesto de Promoción Municipal)

IMPUESTO A LA RENTA

RENDA DE PRIMERA CATEGORIA

Son aquellas rentas de personas naturales, sucesiones indivisas o sociedades conyugales que optaran tributar como tales, que obtengan rentas producto del arrendamiento, sub arrendamiento o cesión temporal de bienes (predios, muebles e inmuebles) o derechos sobre estos.

En ese sentido se encuentran gravadas con rentas de primera categoría las siguientes actividades:

- ✓ **Arrendamiento de predios.-** se encuentra gravado el integro de lo percibido por el arrendamiento de predios (terrenos o edificaciones), incluidos sus accesorios, así como el importe pactado por los servicios suministrados por el arrendador y el monto del impuesto predial o arbitrios que sean asumidos por el arrendatario.
- ✓ **Subarrendamiento.-** Constituye renta de primera categoría la diferencia entre el importe recibido por el arrendatario (por el subarrendamiento), y el que éste deba abonar al propietario.

Ejemplo: Juan le alquila a Pedro una casa por el importe de S/. 2000 soles mensuales, Pedro lo subarrienda a Luis por un importe de S/. 2500, entonces la renta gravada por concepto de subarrendamiento es S/. 500 soles mensuales.

- ✓ **Valor de las mejoras.-** También constituye renta de primera categoría el valor de las mejoras introducidas al predio por el arrendatario o subarrendatario en tanto constituyan un beneficio para el propietario y en la parte que éste no se encuentre obligado a reembolsar; en el ejercicio en que se devuelva el bien y al valor determinado para el pago de tributos municipales, o a falta de éste, al valor del mercado a la fecha de devolución.
- ✓ **Cesión de bienes y derechos.-** Constituye renta de primera categoría el alquiler o cesión de bienes muebles o inmuebles distintos a predios, así

como los derechos que recaigan sobre éstos, e inclusive los derechos que recaigan sobre predios.

- ✓ **Cesión gratuita de predios.-** La cesión gratuita de predios (terrenos o edificaciones) o a precio no determinado se encuentra gravada con una Renta Ficta equivalente al 6% del valor del predio declarado en el autoavalúo correspondiente al Impuesto Predial. Dicho importe será considerado como renta bruta del año.

Renta de Segunda Categoría.-

Son rentas de segunda categoría:

- ✓ Los intereses originados en la colocación de capitales así como los incrementos, reajustes de capital, cualquiera sea su denominación o forma de pago, tales como los producidos por títulos, cedulas, debentures, bonos, garantías y créditos privilegiados o quirografarios en dinero o en valores.
- ✓ Los intereses, excedentes y cualesquiera otros ingresos que reciban los socios de las cooperativas como retribución por sus capitales aportados, con excepción de los percibidos por socios de cooperativas de trabajo.
- ✓ Las regalías.
- ✓ El producto de la sesión definitiva o temporal de derechos de llave, marcas, patentes, regalías similares.
- ✓ Las rentas vitalicias.

- ✓ Las sumas o derechos recibidos en pago de obligaciones de no hacer, salvo que dichas obligaciones consistan en no ejercer actividades comprendidas en la tercera, cuarta o quinta categoría correspondiente.
- ✓ La diferencia entre el valor actualizado de las primas o cuotas pagadas por los asegurados y las sumas que los aseguradores entreguen a aquellos al cumplirse el plazo estipulado en los contratos dotes del seguro de vida y los beneficios o participaciones en seguros sobre la vida que obtengan los asegurados.
- ✓ Los dividendos y cualquier otra ganancia de distribución de utilidades.
- ✓ Las ganancias de capital.
- ✓ Cualquier otra ganancia o ingresos que provenga de operaciones realizadas con instrumentos financieros derivados.

Rentas gravadas con tercera categoría.-

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

Actividades que generan rentas de tercera categoría:

- a) Las rentas que resulten de la realización de actividades que constituyan negocio habitual, tales como las comerciales, industriales y mineras; la explotación agropecuaria, forestal, pesquera o de otros recursos naturales; la prestación de servicios profesionales, financieros, industriales, transportes, etc.

- b) También se encuentran gravadas con este impuesto, entre otras las generadas por:
- ✓ Los agentes mediadores de comercio, tales como corredores de seguros y comisionistas mercantiles.
 - ✓ Los rematadores y martilleros.
 - ✓ Los notarios.
 - ✓ El ejercicio en asociación o en sociedad civil de cualquier profesión, arte, ciencia u oficio.
- c) Además constituye renta gravada con tercera categoría cualquier otra ganancia o ingreso obtenido por las personas jurídicas.

Rentas de Cuarta categoría.-

Son Rentas de cuarta categoría (Rentas Brutas):

- ✓ Los ingresos que provienen de realizar cualquier trabajo individual, de una profesión, arte, ciencia u oficio cuyo cobro se realiza sin tener relación de dependencia. Se incluyen las contraprestaciones que obtengan las personas que prestan servicios bajo la modalidad de Contrato Administrativo de Servicios (CAS), las mismas que son calificadas como rentas de cuarta categoría, conforme a lo estipulado en el Decreto Legislativo N° 1057 y en el Decreto Supremo N° 075-2008-PCM y normas modificatorias.
- ✓ No incluye las rentas obtenidas por personas naturales no profesionales, domiciliadas en el país, que perciban ingresos por la realización de actividades de oficios, que se hubieran acogido al régimen del Nuevo RUS.
- ✓ Las obtenidas por el desempeño de funciones de:

- **Director de empresas:** Persona integrante del directorio de las sociedades anónimas y elegido por la Junta General de Accionistas.
- **Síndico:** Funcionario encargado de la liquidación del activo y pasivo de una empresa en el caso de quiebra o de administrar temporalmente la masa de la quiebra cuando se decide la continuación temporal de la actividad de la empresa fallida.
- **Mandatario:** Persona que en virtud del contrato consensual, llamado mandato, se obliga a realizar uno o más actos jurídicos, por cuenta y en interés del mandante.
- **Gestor de negocios:** Persona que, careciendo de facultades de representación y sin estar obligado, asume conscientemente la gestión de los negocios o la administración de los bienes de otro que lo ignora, en beneficio de éste último.
- **Albacea:** Persona encargada por el testador o por el juez de cumplir la última voluntad del fallecido, custodiando sus bienes y dándoles el destino que corresponde según la herencia.
- **Actividades similares:** Entre otras el desempeño de las funciones de regidor municipal o consejero regional por las dietas que perciban.

RENTAS DE QUINTA CATEGORIA

Son rentas de quinta categoría las siguientes:

- ✓ El trabajo personal prestado en relación de dependencia, incluidos cargos públicos, electivos o no como sueldos, salarios, asignaciones emolumentos,

primas, dietas, gratificaciones, bonificaciones, aguinaldos, comisiones, compensaciones en dinero o en especie, gastos de representación y en general toda retribución por servicios personales.

- ✓ Las participaciones de los trabajadores, ya sea que provengan de las asignaciones anuales o de cualquier otro beneficio otorgado en sustitución de aquellas.
- ✓ Los ingresos provenientes de cooperativas de trabajo que perciban los socios.
- ✓ Los ingresos obtenidos por el trabajo prestado en forma independiente con contratos de prestación de servicios normados por la legislación civil, cuando el servicio sea prestado en el lugar y horario designado por el empleador y este le proporcione los elementos de trabajo y asuma los gastos que la prestación del servicio demanda.
- ✓ Los ingresos obtenidos por la prestación de servicios considerados como renta de cuarta categoría efectuados para un contratante con el cual se mantenga simultáneamente una relación laboral de dependencia; es decir, cuando reciba adicionalmente rentas de quinta categoría del mismo empleador.

Comprobantes de Pago

El comprobante de pago es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. (BUSTAMANTE, 2012)

Para ser considerado como tal debe ser emitido y/o impreso conforme a las normas del Reglamento de Comprobantes de Pago (Resolución de Superintendencia N° 007-99-SUNAT).

Conforme el Reglamento de Comprobantes de Pago existen los siguientes tipos:

Factura

Casos en los cuales se emitirán facturas:

- ✓ En las operaciones entre empresas o personas que necesitan acreditar costo o gasto para efecto tributario, sustentar el pago del IGV por la operación efectuada y poder ejercer, de esta manera, el derecho al crédito fiscal.
- ✓ En operaciones con sujetos del Nuevo Régimen Único Simplificado
- ✓ En la operaciones de exportación.
- ✓ En los servicios de comisión mercantil prestados a sujetos no domiciliados, conforme los incisos e) y g) del artículo 4 del Reglamento de Comprobantes de Pago.

Boleta de Venta

Casos en los cuales se emitirán Boletas de Venta:

- ✓ En las operaciones con consumidores o usuarios finales.

- ✓ En operaciones realizadas por los sujetos del Nuevo Régimen Único Simplificado, incluso en las de exportación que puedan efectuar dichos sujetos.

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

Ticket o cinta emitida por máquina registradora

Casos en los cuales se emitirán tickets o cinta emitida por máquina registradora:

- ✓ 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

Estos comprobantes permitirán ejercer el derecho al crédito fiscal, sustentar gasto o costo para efecto tributario, siempre que contengan:

- El número de RUC, apellidos y nombres o denominación o razón social del adquirente o usuario
- Se emitan como mínimo en original y una copia además de la cinta testigo.
- Se discrimine el monto del impuesto.

Recibo por Honorarios

Casos en los cuales se emitirán recibos por honorarios:

- ✓ Por la prestación de servicios a través del ejercicio individual de cualquier profesión, arte, ciencia u oficio.
- ✓ Por todo servicio que genere rentas de cuarta categoría, salvo los casos en que exista excepción de emitir el recibo por honorarios.

Liquidación de Compra

Casos en los que se emitirán Liquidación 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.

Podrán ser empleadas para sustentar gasto o costo para efecto tributario. Asimismo es preciso señalar que permitirán ejercer el derecho al crédito fiscal y debe considerarse que el impuesto deberá ser retenido y pagado por el comprador, quien queda designado como agente de retención.

Comprobante de Operaciones - Ley N° 29972

Casos en los que se emitirá el Comprobante de Operaciones - Ley N° 29972:

- ✓ Se emitirán por las cooperativas agrarias, si adquieren de sus socios bienes muebles y/o servicios, de conformidad con la Ley N° 29972
- ✓ Permitirán sustentar costo o gasto para efecto tributario.

Recaudación tributaria

La primera acepción de recaudar que consigna el diccionario de la lengua española señala “cobrar o percibir dinero”; en la voz recaudación el mencionado diccionario indica: “acción de recaudar. Il cantidad recaudada. Il función de cobro de los distintos tributos. Il órgano que tiene encomendada legalmente dicha función. Il personas adscritas a ese órgano.

Recaudar es percibir por la hacienda pública las cantidades debidas por los contribuyentes por el pago de impuestos o tasas. Por su parte Cabanellas indica que recaudar es cobrar contribuciones, impuestos y otras rentas públicas. Para Calvo Ortega, la recaudación es una actividad que tiene por finalidad hacer efectiva la obligación tributaria. Mediante ella el acreedor tributario ve satisfecho su crédito en la forma establecida por ley. (Tamanaes y Gallego, 2003)

Considerando lo dispuesto por el código y lo reseñado en los párrafos anteriores, queda claro que la administración tributaria tiene como facultad y función administrativa fundamental recaudar (percibir y cobrar) tributos; y ampliando cobrar deudas tributarias (tributos, multas e intereses). Así su labor está directamente vinculada a lo desarrollado en el libro primero del Código Tributario (obligación tributaria: nacimiento, exigibilidad, transmisión; el pago y

las demás formas de extinción de la obligación tributaria; la prescripción; la deuda tributaria; los obligados al cumplimiento de la prestación tributaria, etc.

Para desplegar las actividades destinadas a obtener el recaudo o deuda tributaria, sustentadas en la facultad de recaudación, la Administración Tributaria se constituye como el órgano de recaudación y control; como tal ha de recurrir a diversos mecanismos legales y operativos, sea en periodo voluntario (habitualmente facilitando el ingreso vía convenios con entidades financieras o bancarias y luego con la llamada reliquidación efectuada por la Administración Tributaria sobre la liquidación o determinación practicada por los deudores y su notificación) o en periodo ejecutivo (procedimiento de cobranza coactiva de deudas exigibles en tal procedimiento, desde la notificación de la Resolución de Ejecución Coactiva). (HUAMANI, 2011)

Se debe incluir dentro de las funciones de recaudación la actuación de la administración tributaria en procedimientos concursales y en procedimientos de ejecución. Ahora bien, como se ha anotado, para que el tributo (o la deuda tributaria) efectivamente ingrese a las arcas del acreedor tributario, además de percibir el pago voluntario de los deudores tributarios – vía entidades colaboradoras (bancos entidades financieras y otras)-, quien ejerce la competencia tributaria debe de realizar, y lo hace, diversas actividades relacionadas con la gestión de recaudación en la que se incluyen los procedimientos y mecanismos para habilitar la liquidación y el pago por los deudores tributarios; para el registro y control de los administrados, y de la deuda tributaria, y sus garantías. (HUAMANI, 2011)

2.2. MARCO CONCEPTUAL

CULTURA TRIBUTARIA

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

CONCIENCIA TRIBUTARIA

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

ACREEDOR TRIBUTARIO

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.

CONTRIBUYENTE

Es la persona natural o jurídica que tiene patrimonio, ejerce actividades económicas y hace uso de un derecho que, conforme a ley, le genera la obligación tributaria. La persona que abona o satisface las contribuciones o impuestos del Estado, la Región o el Municipio. Es aquel que realiza o respecta del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria.

EDUCACION TRIBUTARIA

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

ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Es la entidad facultada por el estado para la administración de los tributos. Son órganos de la Administración: la SUNAT, ADUANAS y los gobiernos Regionales y Locales.

BASE IMPONIBLE.

Valor numérico sobre el cual se aplica la tasa del tributo para determinar el monto a pagar.

BASE TRIBUTARIA.

Número de personas naturales y personas jurídicas que están obligadas al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

COMPROBANTE DE PAGO.

Documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso, o la prestación de servicios. Sólo se consideran comprobantes de pago, siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos por

la normatividad vigente a los siguientes: facturas, recibos por honorarios, boletes de venta, liquidaciones de compra, Tickets o cintas emitidos por máquinas registradoras, y otros documentos que por su adecuado control tributario y se encuentren expresamente autorizados, de manera previa, por la SUNAT.

COMERCIO:

Negociación que se hace comprando, vendiendo o permutando unas cosas por otras.

CONSUMIDOR FINAL.

Persona Natural que recibe directamente un bien o servicio por parte del vendedor o de la persona que presta el servicio.

DEUDOR TRIBUTARIO.

Es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable. Persona natural o jurídica que no ha cumplido con cancelar su deuda tributaria.

NORMAS TRIBUTARIAS.

Comprende el conjunto de dispositivos legales a través de los cuales se regula la Política Tributaria.

OBLIGACION TRIBUTARIA

Es el vínculo entre el acreedor (estado) y el deudor tributario (contribuyente) establecido por la ley y el derecho público, que tiene por objeto el cumplimiento

de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley como generador de dicha obligación. 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.

POLÍTICA FISCAL.

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

POLITICA TRIBUTARIA

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

RECAUDACIÓN.

Es una de las funciones de la administración tributaria y consiste en recibir los pagos por tributos de los contribuyentes.

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

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

REGIMEN TRIBUTARIO

Reglas que imponen tributos sin armonía, sin orden o sin investigación sobre la capacidad contributiva, con el sólo fin de lograr mayores ingresos para el Tesoro Público (Fisco) Imposición de Reglas o seguimientos inorgánicos, sin orden y sin investigación de causas, con el sólo propósito de lograr más fondos.

TRIBUTACION

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

TRIBUTO

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

UNIDAD IMPOSITIVA TRIBUTARIA

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

2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

2.3.1. HIPOTESIS GENERAL

El bajo nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, incide negativamente en la recaudación tributaria.

2.3.2. HIPOTESIS ESPECÍFICA

1. El bajo conocimiento de tributación de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno incide negativamente en la recaudación tributaria.
2. El incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes el Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, incide negativamente en la recaudación tributaria.

2.4. VARIABLES DE LA INVESTIGACION

- **VARIABLE INDEPENDIENTE:** Cultura Tributaria (X)
 - X1** = Conocimiento de tributación
 - X2** = Incumplimiento de Obligaciones Tributarias.
- **VARIABLE DEPENDIENTE:** Recaudación tributaria (Y)

Indicadores:

- Inscripción en el RUC
- Régimen tributario al que pertenece
- Días de trabajo a la semana
- Ingreso económico promedio diario

- Tiempo que se dedica al comercio
- Paga impuesto por las ventas que realiza

2.4.1. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLES		INDICADORES	SUB INDICADORES	INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE	X: Cultura Tributaria (CT)	X1 = Conocimiento tributario (Ct)	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de tipos de comprobante. - Pago de impuestos es de carácter obligatorio. - Capacitación tributaria por parte de la SUNAT. 	Encuesta
		X2 = Incumplimiento de Obligaciones Tributarias (IOt)	<ul style="list-style-type: none"> - Emite comprobantes de pago. - Pago de impuestos. 	
VARIABLE DEPENDIENTE	Y: Recaudación Tributaria (RT)	Y = Recaudación Tributaria (RT)	<ul style="list-style-type: none"> - Inscripción en el RUC - Régimen tributario al que pertenece - Días de trabajo a la semana - Ingreso económico promedio diario - Tiempo que se dedica al comercio - Paga impuesto por las ventas que realiza 	Encuesta

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACION

El presente trabajo de investigación es de carácter básico. Para Hernández Sampieri (1998: 54), las investigaciones básicas se caracterizan porque, los resultados de la investigación son conocimientos que incrementan, recrean o instituyen la teoría existente sobre el tema de investigación. Por tanto con la presente investigación se busca ampliar los conocimientos existentes acerca de cultura tributaria y recaudación tributaria.

3.2. NIVEL DE INVESTIGACION

La investigación es de nivel descriptivo causal. “el propósito de esta investigación es que el investigador describe situaciones y eventos, es decir, como es y cómo se manifiesta determinados fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

Miden o evalúan con la precisión posible diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar” (HERNANDEZ, 1997)

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACION

El diseño No experimental descriptivo causal, utilizando el modelo estadístico de Chi cuadrada para analizar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria, periodo 2003; cuyo modelo esquema es como sigue:

$$Y=f(X)$$

Fuente: (CHARAJA, 2004)

Dónde:

Y = Variable Dependiente (VD)

X = Variable Independiente (VI)

F = Función

Este modelo significa que: la recaudación tributaria (Y) depende de la cultura tributaria (X). Los datos recogidos a través de los instrumentos correspondientes, se utilizó para demostrar esta relación causal.

3.4. METODOS DE INVESTIGACION

Para el desarrollo del trabajo de investigación realizado se utilizó los siguientes métodos:

✓ METODO INDUCTIVO

Este método parte de los particular a los general. En nuestra investigación nos permitió estudiar los factores como son la conciencia y conocimiento

tributario que inciden negativamente en la recaudación tributaria entre los comerciantes del mercado internacional Bellavista de la ciudad de Puno.

✓ **METODO DEDUCTIVO**

Este método parte de lo general a lo particular. Este método se usó para poder plantear nuestras hipótesis sustentadas con el marco teórico de la investigación además nos permitió explicar cómo la falta de cultura tributaria afecta a la recaudación tributaria.

✓ **METODO DESCRIPTIVO**

Este método nos permitió la recopilación de información sobre un hecho real, nos permitió organizar, resumir, presentar, analizar y generalizar los resultados tendientes a una interpretación correcta sobre la base de datos conseguidos.

3.5. POBLACION Y MUESTRA DE ESTUDIO

3.5.1. Población

Es la totalidad de fenómenos a estudiar, grupo de entidades, elementos o elementos cuya situación se investigó, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de investigación.

La población de la investigación está compuesto por 340 comerciantes ubicados y debidamente organizados en la Asociación de comerciantes Acomídeme del Mercado Internacional Bellavista.

(Fuente: Padrón oficial de la Asociación de comerciantes Acomídeme del Mercado Internacional Bellavista)

MUESTRA

Es la parte de la población que se selecciona y de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaron las mediciones y la observación de las variables objeto de estudio.

Para determinar el tamaño de la muestra para nuestro estudio y considerando que es la parte de la población más representativa que nos permitió llegar a los resultados y conclusiones. Se tomó en cuenta un nivel de confianza del 95% y con un error estimado del 8%, siendo el tamaño de la población de 340 comerciantes para lo cual se utilizó la siguiente fórmula estadística propuesta por

Nuestra muestra básicamente está centrado en el área comercial del Mercado Santa Rosa, específicamente de los locales comerciales que se encuentran ubicados en dicho mercado.

3.5.2. Marco Muestral

El marco muestral está constituido por la relación de comerciantes que pertenecen al mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno. (Fuente: Padrón oficial de la Asociación de Comerciantes Minoristas del Mercado Bellavista, periodo 2013).

3.5.3. Unidad de Análisis

La unidad de análisis es cada uno de los comerciantes formales e informales que están ubicados dentro del mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno., periodo 2013.

3.5.4. Muestra

Para determinar el tamaño de muestra se aplicó la fórmula que corresponde al diseño descriptivo correlacional, para lo cual se utilizó el muestreo Aleatorio Simple, cuya fórmula es:

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

Fuente: Santiago Valderrama Mendoza: "Pasos Para Elaborar Proyectos y Tesis de Investigación científica",2002: 185

Dónde:

n = *Tamaño de la muestra (n)*

N = *Población (N)*

Z = *Margen de confiabilidad o número de unidades de desviación estándar en la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza.*

E = *Error o diferencia máxima entre la media muestral y la media de la población que está dispuesto a aceptar con el nivel de confianza que se ha definido.*

P = *Probabilidad de ocurrencia del evento*

Q = *Probabilidad de ocurrencia del evento (Q)*

TAMAÑO DE LA MUESTRA ESTIMADA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO, PERIODO 2013.

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

Muestra Preliminar:

<i>Dónde:</i>		
<i>Tamaño de la muestra (n)</i>		= ¿ ?
<i>Población (N)</i>		= 340
<i>Nivel de Confianza</i>		= 95%
<i>Nivel de significancia</i>		= 5% (0.05)
<i>Valor asociado al nivel de confianza si es 95% (Z)</i>		= 1.96
<i>Margen de error (D)</i>		= 0.08
<i>Probabilidad de ocurrencia del evento (P)</i>		= 0.5
<i>Probabilidad de ocurrencia del evento (Q)</i>		= 0.5

Entonces teniendo un Nivel de Confianza del 95%, una varianza de 0.25 ($PQ=0.25$) y un error de muestreo del 8% ($D=0.08$) y una población de 340 comerciantes, de donde se obtiene una muestra de 104 comerciantes.

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

$$n = \frac{340 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(340 - 1) * 0.08^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 104.32 = 104$$

Por tanto, la muestra es constituido por **104 comerciantes del mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.**

3.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

3.6.1. TÉCNICA DE RECOLECCION DE DATOS

ENCUESTAS:

La encuesta nos permitió identificar la cultura tributaria con que cuenta cada uno de los comerciantes y conocer su incidencia en la recaudación tributaria en los comerciantes del mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.

ANALISIS DOCUMENTAL: (Investigación de Campo)

Información que nos permitió reconocer información teórica - científica para nuestro marco teórico y esta información fue de utilidad para sustentar la hipótesis.

3.6.2. INSTRUMENTOS: GUÍA DE CUESTIONARIO

El instrumento cuestionario, donde se formuló 18 Ítems, que se respondían a los indicadores de nuestra variable. Es el formulario de preguntas, el mismo que se elaboró en forma específica e inédita para el

presente trabajo de investigación, tomando en cuenta para el caso de operacionalización de variables respectivos. Dirigida a los comerciantes del mercado internacional Bellavista conformantes del tamaño de la muestra.

3.7. TECNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

3.7.1. CUADRO O TABLAS ESTADÍSTICAS:

Los cuadros estadísticos nos permitieron estructurar los resultados obtenidos en cuadros y/o tablas estadísticas las que se analizaron e interpretaron con los resultados obtenidos con el instrumento de las encuestas.

3.7.2. GRÁFICOS ESTADÍSTICAS:

Los gráficos estadísticos nos permitieron estructurar los resultados obtenidos en gráficos estadísticos las que se analizaron e interpretaron con los resultados obtenidos con el instrumento de las encuestas.

3.7.3. PRUEBA DE INDEPENDENCIA DE CRITERIOS:

Nos permitió demostrar la hipótesis y determinar que la recaudación tributaria depende de la cultura tributaria es aplicando LA PRUEBA DE LA CHI CUADRADO para la independencia de factores. Si $P < 0.05$ existirá asociación confirmando la hipótesis propuesta.

CAPITULO IV

CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

4.1. AMBITO DE ESTUDIO

El ámbito de estudio de este trabajo de investigación se encuentra ubicado en el distrito, provincia y departamento de Puno, específicamente en el Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, situado en la avenida el Sol cuadra N° 2 de la ciudad de Puno.

4.2. Ubicación.

El departamento de Puno se encuentra ubicado en la zona sur Oriental de la República del Perú, entre las siguientes coordenadas geográficas:

ORIENTACION	NORTE	ESTE	SUR	OESTE
Latitud sur	13°00'00"	16°19'00"	17°17'30"	14°42'47"
Longitud oeste	68°58'35"	68°48'46"	69°43'48"	71°06'46"

En el centro meridional de esta región se ubica la **provincia de Puno**, ocupando un área de 6,492.60 km², dentro del denominado ecosistema

Altiplánico entre los ramales Occidental y Oriental de la Cordillera de los Andes, donde se distingue un área de influencia del Lago Titicaca constituido en 60% por pampas, llanuras o praderas y en 40% por pendientes y quebradas. Su formación ecológica predominante es el bosque húmedo montano (pajonal andino).

Mapa N° 02

MAPA DE UBICACION DE PUNO



La zona circunlacustre alrededor del Lago Titicaca presenta condiciones favorables para el agro en terrenos de poca pendiente; el área de pradera tiene grandes extensiones de pastos que incentivan la actividad pecuaria.

4.3. Límites:

Norte : Provincia de San Román, Huancané y parte del Lago Titicaca

Sur : Provincia de El Collao y Dpto. Moquegua

Este : Provincia de El Collao y el lago Titicaca

Oeste : Dpto. de Moquegua y Provincia de San Román

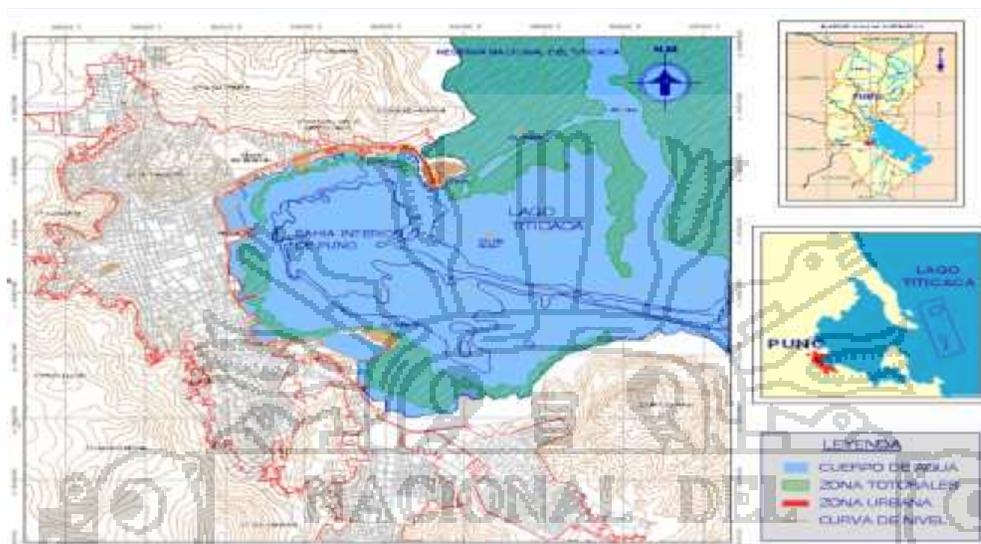
La ciudad de Puno, capital del departamento, provincia y distrito de Puno, está ubicada a orillas del Lago Titicaca a 3827 m.s.n.m., lago navegable más alto del Mundo. Se encuentra en la región de la sierra a los 15° 50'26" de latitud sur, 70° 01' 28" de longitud Oeste del meridiano de Greenwich; ocupa una extensión de 460.63 Km² y alberga una población distrital de 123,906 habitantes al año 2005.

La ciudad de Puno, capital del Departamento, Provincia y Distrito del mismo nombre, está ubicada entre las coordenadas geográficas 15° 50' 15" latitud sur y 70° 01' 18" longitud oeste del Meridiano de Greenwich. Su extensión urbana actual es de 1,566.64 Hás., que representa el 0.24% del territorio de la provincia de Puno.

4.4. Superficie

La provincia tiene una superficie aproximada de 6,492.60 km², distribuidos entre distritos, comunidades campesinas, centros poblados y parcialidades.

Está conformado por 15 distritos: Puno, Acora, Amantani, Atuncolla, Capachica, Chucuito, Coata, Huata, Mañazo, Paucarcolla, Pichacani, Platería, San Antonio, Tiquillaca y Vilque.

Mapa N° 02**MAPA DE SUPERFICIE DE LA PROVINCIA DE PUNO****4.5. Morfología**

Las zonas más bajas y próximas al lago son zonas favorables para la agricultura. La influencia climática del Titicaca cuyas fuentes de humedad modifican la extrema sequedad de la puna, es la determinante para el desarrollo de la actividad agrícola que es predominantemente de subsistencia, con presencia de extensos pastizales que sirven de alimento principal para el desarrollo de la ganadería.

El relieve del suelo es accidentado, con una menor proporción semiplano sobre todo en las cercanías del Lago. La ciudad capital se encuentra al pie del cerro Azoguine y a orillas del Lago Titicaca.

4.6. Topografía.

La altitud es un factor decisivo en la geografía puneña. El plano más bajo es el que está en los contornos del Titicaca cuyas riberas están a 3,812 m.s.n.m.,

desde donde empieza a elevarse en un plano inclinado suave alcanzando rápidamente altitudes graduales hasta los 3,900 y los 4,000 m.s.n.m. que puede ser considerado el límite máximo. Dentro del rango de menor altitud es posible el desarrollo de las actividades agrícolas y de las actividades pecuarias; a esta zona se denomina circunlacustre; continúa una zona intermedia con quebradas, cuencas propicia para desarrollar actividades agropecuarias y finalmente una zona alta donde solo es posible desarrollar la actividad de ganadería alto andina donde predomina la crianza de alpacas y llamas.

4.7. Morfología

Las zonas más bajas y próximas al lago son zonas favorables para la agricultura. La influencia climática del Titicaca cuyas fuentes de humedad modifican la extrema sequedad de la puna, es la determinante para el desarrollo de la actividad agrícola que es predominantemente de subsistencia, con presencia de extensos pastizales que sirven de alimento principal para el desarrollo de la ganadería.

El relieve del suelo es accidentado, con una menor proporción semiplano sobre todo en las cercanías del Lago. La ciudad capital se encuentra al pie del cerro Azoguine y a orillas del Lago Titicaca.

4.8. Topografía.

La altitud es un factor decisivo en la geografía puneña. El plano más bajo es el que está en los contornos del Titicaca cuyas riberas están a 3,812 m.s.n.m., desde donde empieza a elevarse en un plano inclinado suave alcanzando rápidamente altitudes graduales hasta los 3,900 y los 4,000 m.s.n.m. que puede

ser considerado el límite máximo. Dentro del rango de menor altitud es posible el desarrollo de las actividades agrícolas y de las actividades pecuarias; a esta zona se denomina circunlacustre; continúa una zona intermedia con quebradas, cuencas propicia para desarrollar actividades agropecuarias y finalmente una zona alta donde solo es posible desarrollar la actividad de ganadería alto andina donde predomina la crianza de alpacas y llamas.

4.9. Clima e Hidrografía.

El clima del departamento se caracteriza por ser frío y seco, debido a su localización geográfica y altitud, además se beneficia con el efecto termorregulador del lago Titicaca. Las precipitaciones pluviales se presentan entre los meses de diciembre a marzo y varían frente a la influencia de fenómenos naturales como la presencia del Niño, que induce sequía en el Sur peruano. Los anticiclones del Atlántico y el avance de los casquetes polares influyen sobre las precipitaciones y la temperatura, originando inundaciones o sequías.

Las temperaturas fluctúan entre 0.4 a 15.4 °C y las precipitaciones están con un promedio anual de 650 mm. Las precipitaciones son los agentes que desarrollan los actuales procesos erosivos más importantes en el micro cuenca.

4.10. VIALIDAD

El Sistema de Carreteras (Red Vial)

La región Puno cuenta con una extensión superficial de 71,999.00 Km², está atendida por el conjunto de vías con diferentes roles, funciones y

jerarquías. Así mismo, estas se definen de acuerdo al tipo de construcción vías asfaltadas, vías afirmadas, vías sin afirmar, y trochas carrozables.

La Región presenta un total de 5,082.35 Km. de vías construidas, de las cuales, 646.97 Km. se encuentran asfaltadas, 1,426.83 son afirmadas, 59,848 Km. sin afirmar y 2,410.07 Km. son trochas carrozables². Constituido por cuatro ejes o circuitos:

El primero, es el eje Cusco-Juliaca-Puno-La Paz, el cual es el circuito turístico, de servicios y comercio.

El segundo, es Cusco-Juliaca-Arequipa, especialmente comercial.

El Tercero, es el eje Juliaca -Puno - Moquegua, que se relaciona internamente con desaguadero cuyo objetivo es la salida a Tacna y los puertos de Ilo y Matarani, para la actividad comercial.

El Cuarto, finalmente en los últimos 10 años tomo importancia el eje Arequipa-Juliaca-Tilali-La Paz, circuito del comercio informal y potencial Ecoturístico.

CAPITULO V

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se muestra la presentación, el análisis, interpretación y los comentarios de los resultados obtenidos, en base a los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación.

5.1. EVALUACION LOS CONOCIMIENTOS DE TRIBUTACION DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA, EN EL PERIODO 2013.

Para alcanzar el objetivo específico N° 1: “Evaluar los conocimientos de tributación de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de puno y su incidencia en la recaudación tributaria, en el periodo 2013”, a fin de evaluar los conocimientos de tributación de los comerciantes se ha aplicado como técnica de recolección de datos la encuesta, siendo el instrumento N° 1 (Guía de Cuestionario), que se muestra en los anexos del presente trabajo de investigación.

La Guía de Cuestionario Estructurada se ha empleado con la finalidad de evaluar los conocimientos de tributación de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria, en el periodo 2013.

DIMENSION N° 01: CULTURA TRIBUTARIA

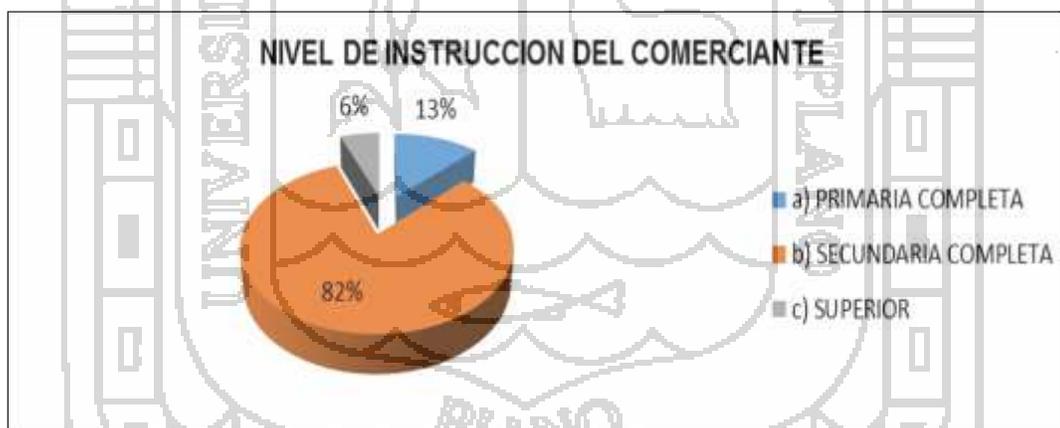
CUADRO N° 01

NIVEL DE INSTRUCCIÓN DEL COMERCIANTE

¿Con que nivel de instrucción cuenta usted?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) PRIMARIA COMPLETA	13	0.13	13%
b) SECUNDARIA COMPLETA	85	0.82	82%
c) SUPERIOR	6	0.06	6%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 01



Fuente: Cuadro N° 01

Del cuadro N° 01: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 82% cuenta con el nivel de estudios de secundaria completa, 13% cuenta el nivel de estudios de primaria completa y un 6% cuenta con el nivel de estudios superiores, esto nos

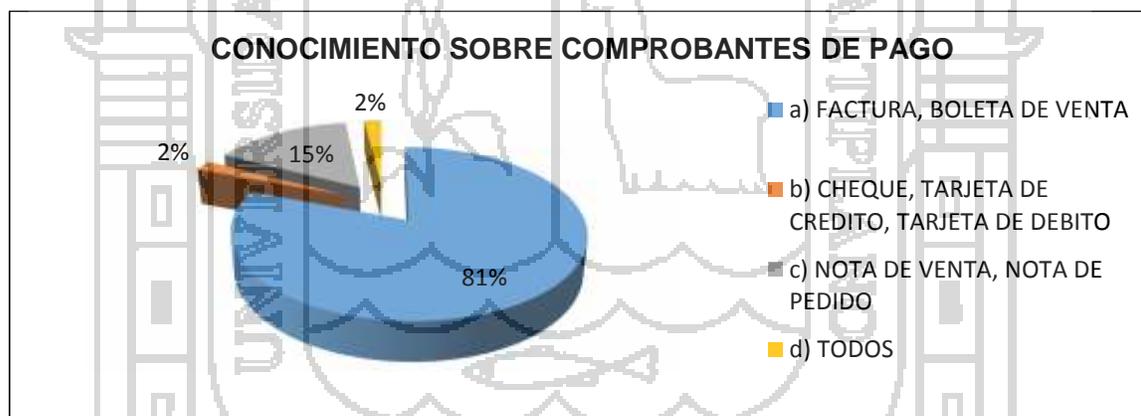
demuestra que el nivel de conocimiento sobre el objeto de estudio de los comerciantes es de un nivel regular, debido a que la gran mayoría de los comerciantes tienen un nivel de estudios de secundaria completa.

CUADRO N° 02
CONOCIMIENTO SOBRE COMPROBANTES DE PAGO

¿Cuáles son comprobantes de pago?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) FACTURA, BOLETA DE VENTA	45	0.43	43%
b) CHEQUE, TARJETA DE CREDITO, TARJETA DE DEBITO	2	0.02	2%
c) NOTA DE VENTA, NOTA DE PEDIDO	53	0.51	51%
d) TODOS	4	0.04	4%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 02



Fuente: Cuadro N° 02

Del cuadro N° 02: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 81% sostiene que un comprobante de pago es Factura y Boleta de venta, el 15% sostiene que un comprobante de pago es nota de venta y nota de pedido, el 2% sostiene que un

comprobante de pago es cheque, tarjeta de crédito y tarjeta de débito y un 2% sostiene que un comprobante de pago son: Factura, Boleta de venta, nota de venta, nota de pedido, cheque, tarjeta de crédito y tarjeta de débito, esto nos demuestra que la gran mayoría de comerciantes si tiene conocimiento sobre lo que es un comprobante de pago, por tanto los comerciantes del mercado bellavista si tienen conocimiento sobre lo que son comprobantes de pago.

CUADRO N° 03

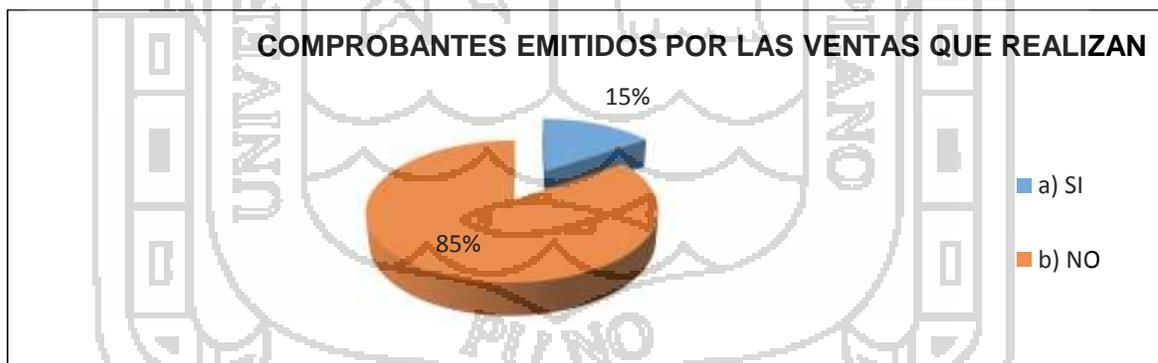
COMPROBANTES EMITIDOS POR LAS VENTAS QUE REALIZAN

¿Emite usted comprobantes de pago en las ventas que realiza?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) SI	16	0.15	15%
b) NO	88	0.85	85%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.

Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 03



Fuente: Cuadro N° 03

Del cuadro N° 03: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 85% indican que **no emiten** comprobantes de pago por las ventas que realizan, 15% indican que **si emiten** comprobantes de pago por las ventas que realizan. Esto demuestra que la gran

mayoría de comerciantes del mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno tienen un nivel de cultura bajo para tributar, lo cual implica el no pago de impuestos a la SUNAT.

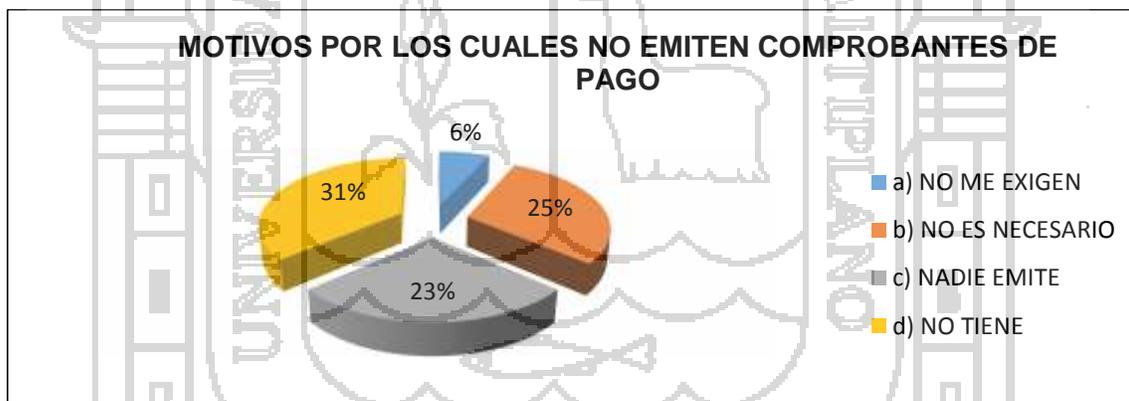
CUADRO N° 04

MOTIVOS POR LOS CUALES NO EMITEN COMPROBANTES DE PAGO

¿Cuáles son los motivos por el cual no emite comprobantes de pago?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) NO ME EXIGEN	6	0.07	6%
b) NO ES NECESARIO	26	0.30	25%
c) NADIE EMITE	24	0.27	23%
d) NO TIENE	32	0.36	31%
TOTAL	88	1.00	85%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 04



Fuente: Cuadro N° 04

Del cuadro N° 04: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 31% indican que el motivo por el cual no emiten comprobantes de pago es **porque no tienen**, el 25% indican que el motivo por el cual no emiten comprobantes de pago es **porque no es necesario**, el 23% indican que el motivo por el cual no emiten comprobantes de

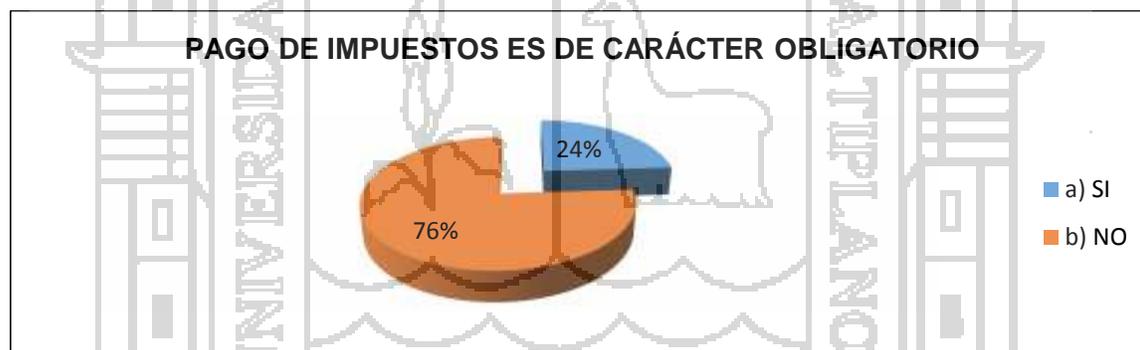
pago es **porque nadie las emite** y el 6% indican que el motivo por el cual no emiten comprobantes de pago es **porque nadie lo exige**, de donde podemos deducir que el 85% de comerciantes no les interesa emitir comprobantes de pago aduciendo que no tienen, no es necesario, nadie las emite y nadie exige.

CUADRO N° 05
PAGO DE IMPUESTOS ES DE CARÁCTER OBLIGATORIO

¿El pago de los impuestos es de carácter obligatorio?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) SI	25	0.24	24%
b) NO	79	0.76	76%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 05



Fuente: Cuadro N° 05

Del cuadro N° 05: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 76% indican que no es de carácter obligatorio el pago de impuestos y el 25% indican que si es de carácter obligatorio el pago de impuestos, esto nos demuestra que la gran mayoría de comerciantes piensa que el pago de impuestos no es de carácter obligatorio y de aquí podemos deducir la falta de conciencia tributaria por parte de los

comerciantes siendo causa de la no recaudación tributaria por parte de la SUNAT.

CUADRO N° 06
MOTIVOS POR EL CUAL PIENSAN QUE EL PAGO DE IMPUESTOS NO ES OBLIGATORIO

¿Cuáles son los motivos por el cual piensan que el pago de impuestos no es obligatorio?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) NO ES IMPORTANTE	15	0.19	14%
b) NO ME BENEFICIA EN NADA	35	0.44	34%
c) NADIE PAGA	19	0.24	18%
d) DESCONOZCO	10	0.13	10%
TOTAL	79	1.00	76%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 06



Fuente: Cuadro N° 06

Del cuadro N° 06: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 34% indican que el motivo por el cual piensan que el pago de impuestos no es obligatorio porque no les beneficia en nada, el 18% indican que el motivo por el cual piensan que el pago de impuestos no es obligatorio porque nadie paga ningún tipo de impuesto, el 14% indican que el motivo por el cual piensan que el pago de impuestos no es

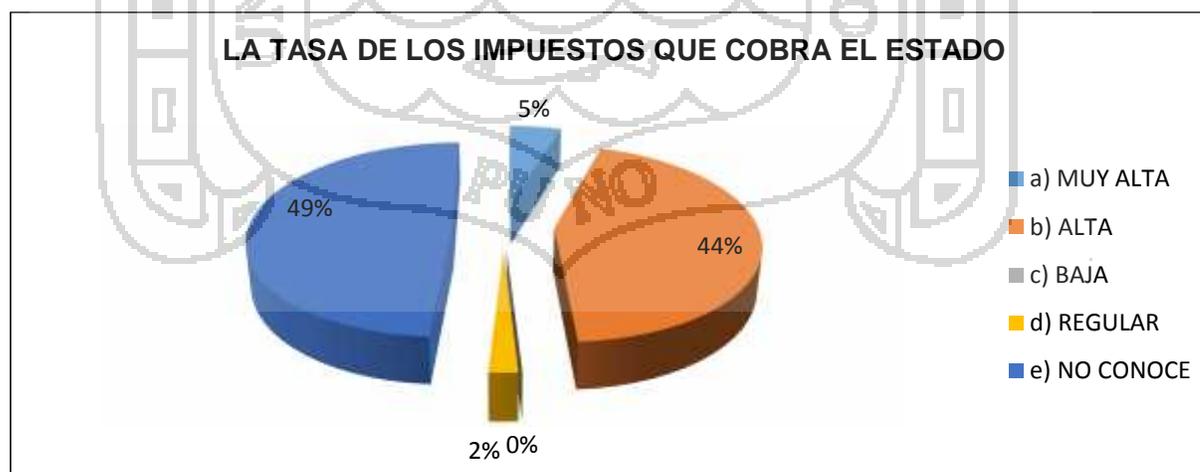
obligatorio porque no es importante, el 10% indican que el motivo por el cual piensan que el pago de impuestos no es obligatorio porque desconocen que se debería pagar. De aquí el 76% de los comerciantes indican que el pago de impuestos no es obligatorio porque no les benefician en nada, nadie paga, no es importante y desconocen las normas tributarias, con lo cual podemos concluir la falta de cultura tributaria de los comerciantes.

CUADRO N° 07
LA TASA DE LOS IMPUESTOS QUE COBRA EL ESTADO

¿Qué le parece la tasa de los impuestos que cobra el estado?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) MUY ALTA	5	0.05	5%
b) ALTA	46	0.44	44%
c) BAJA	0	0.00	0%
d) REGULAR	2	0.02	2%
e) NO CONOCE	51	0.49	49%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 07



Fuente: Cuadro N° 07

Del cuadro N° 07: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 49% piensa que la tasa de impuesto que cobra el estado no lo conoce, el 44% piensa que la tasa de impuesto que cobra el estado es alta, el 5% piensa que la tasa de impuesto que cobra el estado es muy alta y el 2% piensa que la tasa de impuesto que cobra el estado es regular. De aquí podemos deducir que el 49% de comerciantes no tienen idea de cuánto es el impuesto que deberían contribuir al estado, con esto podemos concluir la falta de cultura tributaria, lo cual es una causa principal de la escasa recaudación tributaria.

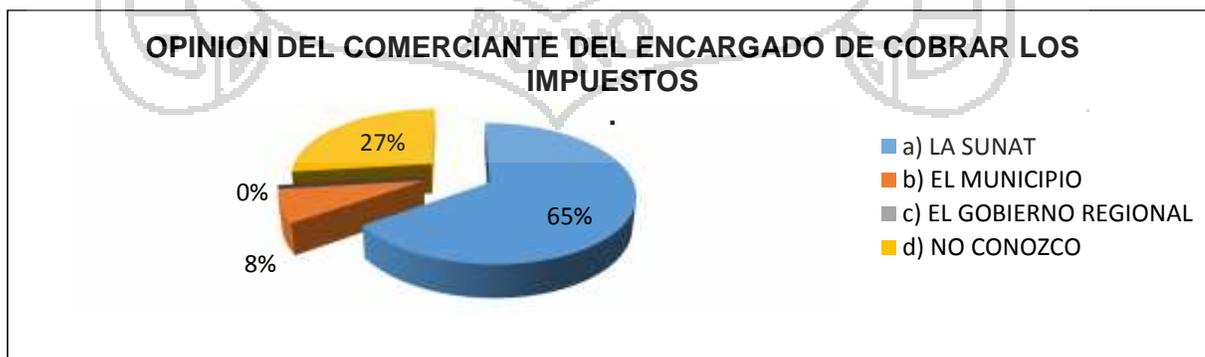
CUADRO N° 08

OPINION DEL COMERCIANTE DEL ENCARGADO DE COBRAR LOS IMPUESTOS

¿Sabe usted quien es el encargado de cobrar los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) LA SUNAT	68	0.65	65%
b) EL MUNICIPIO	8	0.08	8%
c) EL GOBIERNO REGIONAL	0	0.00	0%
d) NO CONOZCO	28	0.27	27%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor

GRÁFICO N° 08



Fuente: Cuadro N° 08

Del cuadro N° 08: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 65% indican que el encargado de cobrar los impuestos es la SUNAT, el 27% indican que el encargado de cobrar los impuestos no conocen, el 8% indican que el encargado de cobrar los impuestos es el Municipio. De aquí podemos decir que el 65% de los comerciantes sabe que el ente recaudador de impuestos es la SUNAT.

CUADRO N° 09

DESTINO DE USO DE LOS IMPUESTOS

¿Sabe usted para que se destinan los impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) PARA CONSTRUIR CARRETERAS	3	0.03	3%
b) PARA CONSTRUIR COLEGIOS	4	0.04	4%
c) PARA CONSTRUIR HOSPITALES	5	0.05	5%
d) PARA EL PAGO DE EMPLEADOS	16	0.15	15%
e) TODOS LOS ANTERIORES	8	0.08	8%
f) NO TIENE IDEA	68	0.65	65%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 09



Fuente: Cuadro N° 09

Del cuadro N° 09: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 65% piensan que el destino de uso de los impuestos que se pagan no tienen idea a donde se destinan, el 15% piensan que el destino de uso de los impuestos que se pagan es para el pago de empleados, el 3% piensan que el destino de uso de los impuestos que se pagan es para construir carreteras, el 5% piensan que el destino de uso de los impuestos que se pagan es para construir hospitales, el 4% piensan que el destino de uso de los impuestos que se pagan es para construir colegios y el 8% piensan que el destino de uso de los impuestos que se pagan es para construir carreteras, colegios, hospitales y para el pago de los empleados del estado.

CUADRO N° 10
CAPACITACION TRIBUTARIA POR PARTE DE LA SUNAT

¿Ha recibido capacitación tributaria por parte de la SUNAT?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) SI	5	0.05	5%
b) NO	99	0.95	95%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 10



Fuente: Cuadro N° 10

Del cuadro N° 10: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 95% indica no haber recibido capacitación tributaria por parte de la SUNAT y el 5% indica si haber recibido capacitación tributaria por parte de la SUNAT. Esto nos demuestra que la mayoría de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno no han recibido capacitación tributaria alguna por parte de la SUNAT, y por tanto los comerciantes necesitan orientación y capacitación tributaria por parte de la SUNAT para poder tener conocimiento de las normas tributarias y así poder contribuir con los impuestos como se debe.

De donde concluimos que la falta de conciencia tributaria por parte de los comerciantes estudiados en el presente trabajo de investigación, es por la falta de cultura tributaria el cual se ve reflejado en la encuesta realizada ya que el 85% indican que no emiten comprobantes de pago por las ventas que realizan aduciendo que no tienen, no es necesario y nadie emite, teniendo conocimiento el 81% de los comerciantes que un comprobante de pago es una Factura o una Boleta de venta, además un 79% indica que el pago de impuesto no es obligatorio, indicando que no les beneficia en nada, nadie paga y no es importante pagar impuestos, también indican que un 49% de encuestados no conoce sobre la tasa de impuestos que cobra el estado y un 46% indica que es alta la tasa de los impuestos, el 65% indica que el encargado de cobrar los impuestos es la SUNAT y un 35% no sabe, el 65% de los encuestados indica que no tiene idea para que se destinan los impuestos que cobra el estado y el 35% indica que es para construir carreteras, colegios, hospitales y para el pago

de empleados y el 95% indica que no ha recibido capacitación alguna por parte de la SUNAT, por tanto la falta de conciencia tributaria se da por la baja cultura tributaria por parte de los comerciantes, siendo este la principal causa de la no recaudación tributaria por parte de la SUNAT.

5.2. DETERMINACION DEL NIVEL DE INCUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO, Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA, EN EL PERIODO 2013.

Para alcanzar el objetivo específico N° 2: “Determinar la incidencia de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de puno en la recaudación tributaria, en el periodo 2013”, a fin de Determinar la incidencia de la conciencia tributaria de los comerciantes en la recaudación tributaria se ha aplicado como técnica de recolección de datos la encuesta, siendo el instrumento N° 1 (Guía de Cuestionario), que se muestra en los anexos del presente trabajo de investigación.

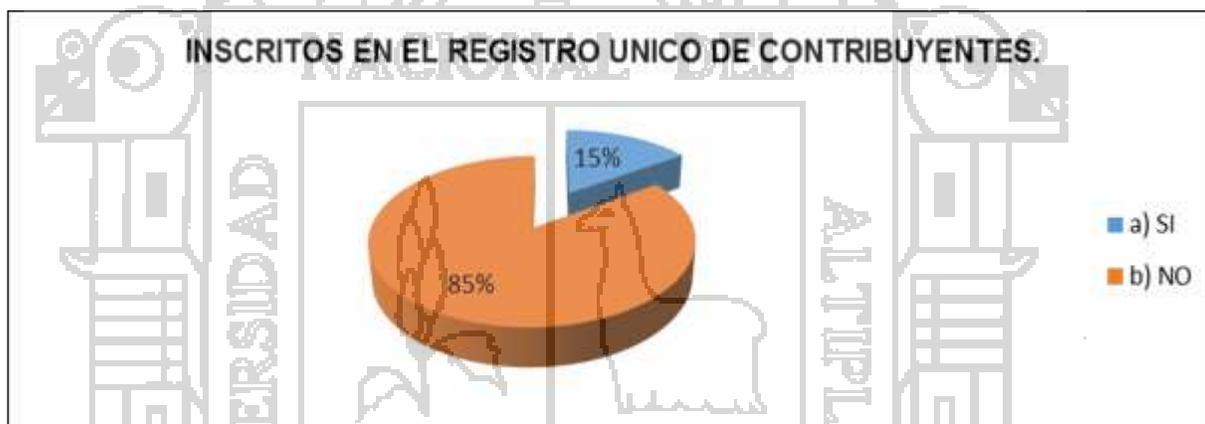
La Guía de Cuestionario Estructurada se ha empleado con la finalidad de Determinar la incidencia de la conciencia tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria, periodo 2013.

DIMENSION N° 02: RECAUDACION TRIBUTARIA

CUADRO N° 11**INSCRITOS EN EL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES**

¿Está usted inscrito en el Registro Único de Contribuyentes RUC?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) SI	16	0.15	15%
b) NO	88	0.85	85%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 11

Fuente: Cuadro N° 11.

Del cuadro N° 11: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 85% manifiestan no estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes y el 15% manifiestan estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes, esto nos demuestra que en el mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, aun prima la informalidad, por lo que se origina una situación de desigualdad y competencia desleal entre actividades formales e informales ya que el costo de la formalidad no es asumido por quienes realizan actividades informales. Por tal motivo, estos

últimos pueden reducir sus precios y competir deslealmente con quienes venden los mismos productos o prestan los mismos servicios respetando todas las obligaciones establecidas por nuestra legislación. Por tanto se concluye que existe una competencia desleal respecto de aquellos comerciantes que son formales.

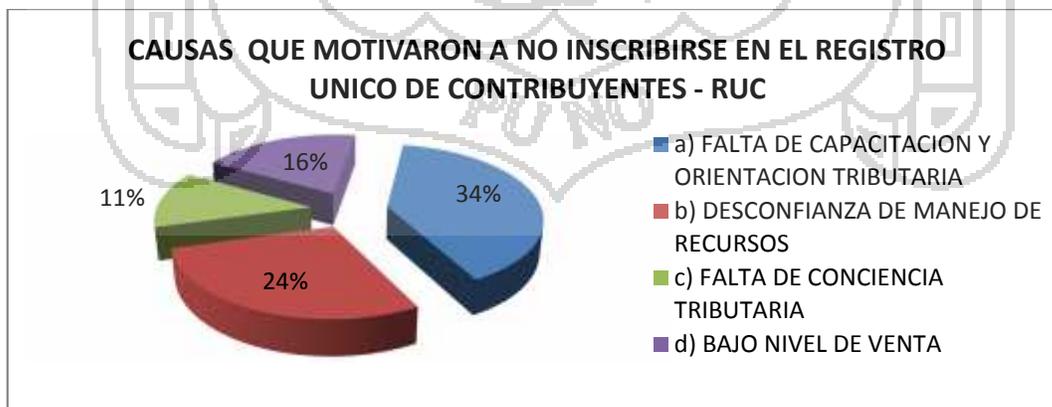
CUADRO Nº 12
CAUSAS QUE MOTIVARON A NO INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES – RUC

¿Cuáles son las causas que le motivaron a no inscribir en Registro Único de Contribuyentes - RUC?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
FALTA DE CAPACITACION Y ORIENTACION TRIBUTARIA	35	0.34	34%
DESCONFIANZA DE MANEJO DE RECURSOS	25	0.24	24%
FALTA DE CONCIENCIA TRIBUTARIA	11	0.11	11%
BAJO NIVEL DE VENTA	17	0.16	16%
TOTAL	88	0.85	85%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

⚠ Aquí solo se considera a los comerciantes que no están inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la SUNAT.

GRÁFICO Nº 12



Fuente: Cuadro Nº 12

Del cuadro N° 12: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 34% del total de la submuestra no se inscribieron en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la SUNAT por falta de capacitación y orientación tributaria, debido a que desconocen la legislación pertinente para acogerse a uno de estos regímenes Tributarios. El 24% del total de la submuestra no se inscribieron RUC por tener desconfianza en el manejo de los recursos recaudados por el gobierno. El 11% del total de la submuestra no se inscribieron en el RUC, por falta de consciencia tributaria, esto debido al poco interés mostrado durante la entrevista. Y el 16% del total de la submuestra no se inscribieron en el RUC, por tener escasas ventas.

CUADRO N° 13
REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE PERTENECEN

¿A qué régimen tributario pertenece usted?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) RUS	11	0.11	8%
b) REGIMEN ESPECIAL	0	0.00	3%
c) REGIMEN GENERAL	0	0.00	0%
d) NINGUNO	93	0.89	89%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 13



Fuente: Cuadro N° 13

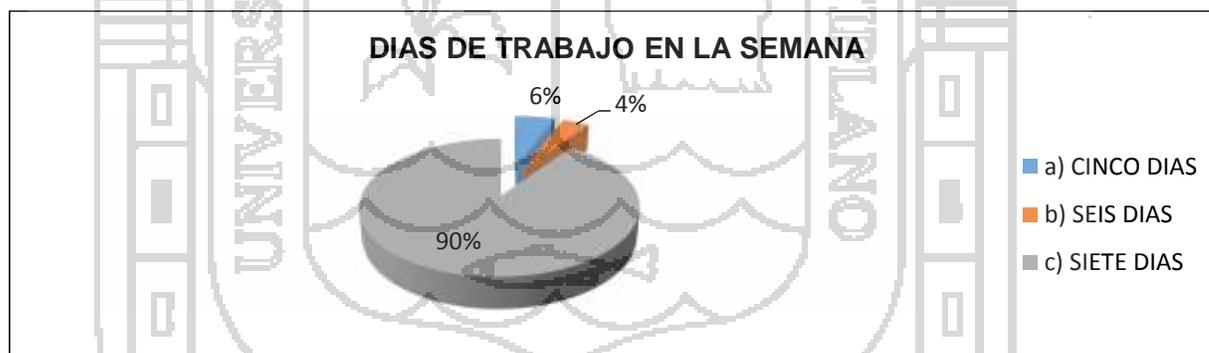
Del cuadro N° 13: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 89% indica que no pertenece a ninguno régimen tributario, el 11% indica que pertenece al RUS. De aquí podemos decir que el 89% de comerciantes incumplen con sus obligaciones tributarias.

CUADRO N° 14
DIAS DE TRABAJO EN LA SEMANA

¿Cuántos días a la semana trabaja?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) CINCO DIAS	6	0.06	6%
b) SEIS DIAS	4	0.04	4%
c) SIETE DIAS	94	0.90	90%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 14



Fuente: Cuadro N° 14

Del cuadro N° 14: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 90% indican que trabajan siete días a la semana, el 6% indican que trabajan cinco días a la semana y el 4% indican que trabajan seis días a la semana, de aquí podemos decir que el 90%

de comerciantes trabajan los siete días de la semana, estos datos proporcionados por el comerciante nos servirán para determinar la cantidad aproximada de ingresos mensuales que tiene los comerciantes, sustentado bajo estudio del presente trabajo de investigación.

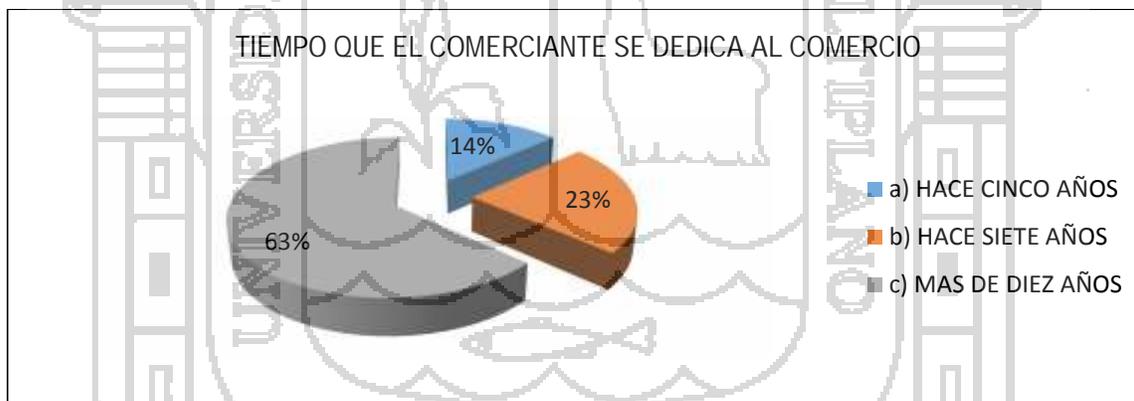
CUADRO N° 15

TIEMPO QUE EL COMERCIANTE SE DEDICA AL COMERCIO

¿Hace cuánto tiempo se dedica al comercio?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) HACE CINCO AÑOS	14	0.13	13%
b) HACE SIETE AÑOS	24	0.23	23%
c) MAS DE DIEZ AÑOS	66	0.63	63%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 15



Fuente: Cuadro N° 15

Del cuadro N° 15: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 63% indica que se dedica al comercio más de diez años, el 23% indica que se dedica al comercio hace siete años, el 14% indica que se dedica al comercio hace 5 años, aquí se puede

apreciar la antigüedad de los comerciantes del mercado internacional Bellavista de la ciudad de Puno durante el periodo 2013.

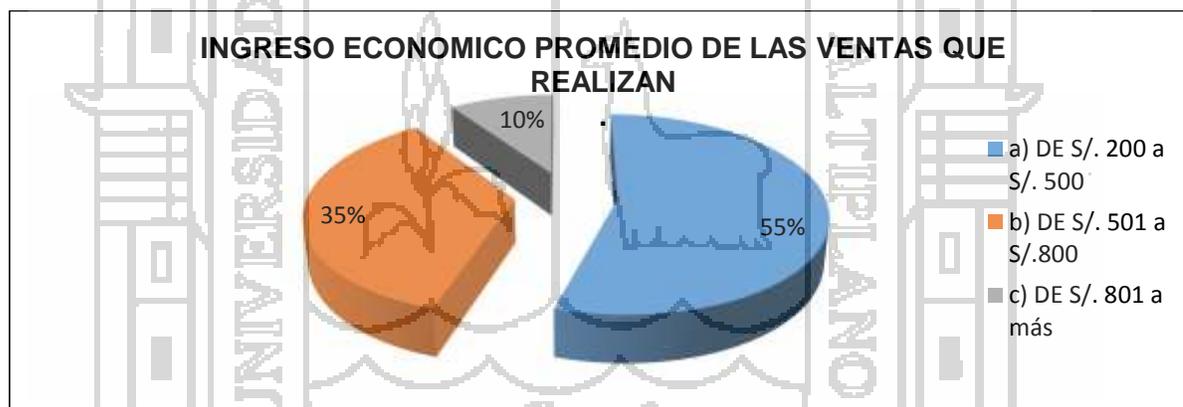
CUADRO N° 16

INGRESO ECONOMICO PROMEDIO DE LAS VENTAS QUE REALIZAN

¿Cuál es su Ingreso Económico promedio de las Ventas diarias que Realiza?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) DE S/. 200 a S/. 500	57	0.55	55%
b) DE S/. 501 a S/. 800	37	0.35	35%
c) DE S/. 801 a más	10	0.10	10%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 16



Fuente: Cuadro N° 16

Del cuadro N° 16: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 55% indica que su ingreso Económico promedio de las ventas diarias están entre S/. 200.00 y S/. 500.00, el 35% indica que su ingreso Económico promedio de las ventas diarias están entre S/. 501.00 y S/. 800.00 y el 10% indica que su ingreso Económico

promedio de las ventas diarias son de S/. 801.00 a más. Estos datos proporcionados por el comerciante nos servirán para determinar el régimen tributario al que deben pertenecer, sustentados bajo estudio del presente trabajo de investigación.

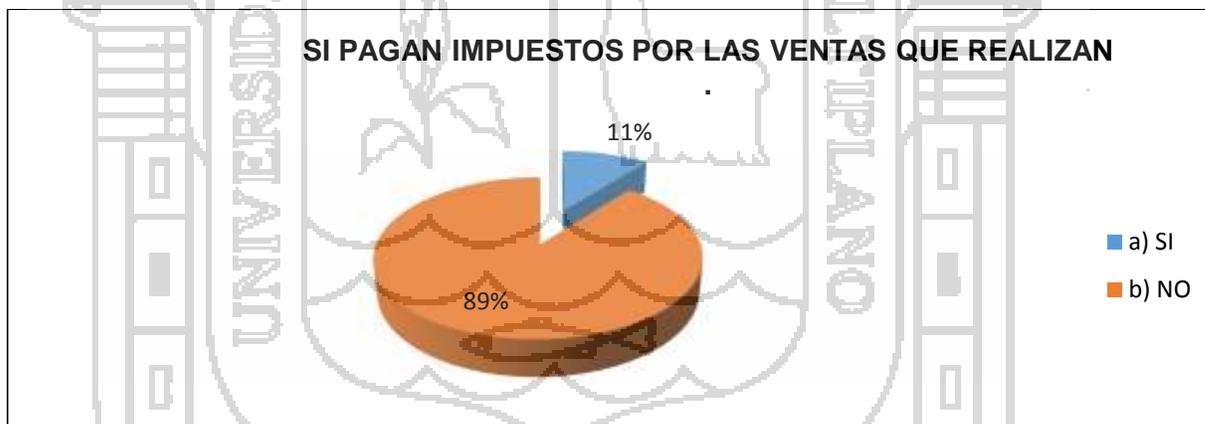
CUADRO N° 17

SI PAGAN IMPUESTOS POR LAS VENTAS QUE REALIZAN

¿Paga algún impuesto por las ventas que realiza?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) SI	11	0.11	11%
b) NO	93	0.89	89%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 17



Fuente: Cuadro N° 17

Del cuadro N° 17: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 89% indican que no pagan impuestos por las ventas que realizan y 11% indican que si pagan impuestos por las ventas que realizan. De aquí podemos concluir que debido a que el 89%

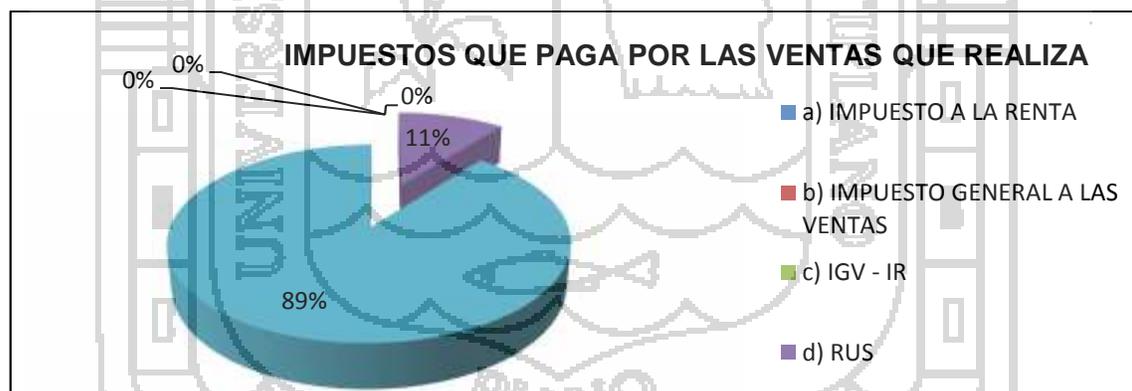
de comerciantes no pagan impuestos por las ventas que realizan incide en el incumplimiento de obligaciones tributarias y por tanto no se realiza la recaudación tributaria a dichos comerciantes.

CUADRO N° 18
IMPUESTOS QUE PAGA POR LAS VENTAS QUE REALIZA

¿Qué impuestos paga por las ventas que realiza?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) IMPUESTO A LA RENTA	0	0.00	0%
b) IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	0	0.00	0%
c) IGV - IR	0	0.00	0%
d) RUS	11	0.11	11%
e) NINGUNO	93	0.89	89%
TOTAL	104	1.00	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 18



Fuente: Cuadro N° 18

Del cuadro N° 18: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 89% indica que no paga ninguno tipo de impuesto por las ventas que realiza, el 11% indica que el tipo de impuesto que pagan por las ventas que realizan es el RUS, de aquí podemos

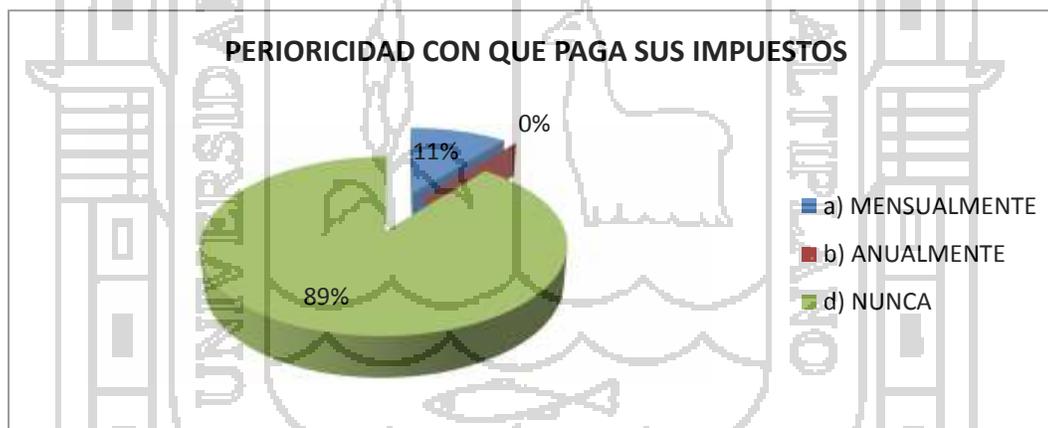
concluir que la gran mayoría de comerciantes no pagan impuesto alguno por las ventas que realizan, por lo cual la gran mayoría de comerciantes son informales.

CUADRO N° 19
PERIODICIDAD CON QUE PAGAN SUS IMPUESTOS

¿Con que periodicidad paga sus impuestos?	Frecuencia absoluta (f)	Frecuencia Relativa (h)	Porcentaje (%)
a) MENSUALMENTE	11	0.50	11%
b) ANUALMENTE	0	0.19	0%
d) NUNCA	0	0.31	0%
TOTAL	11	1.00	11%

Fuente: Encuesta aplicada a los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno.
Elaboración: Ejecutor.

GRÁFICO N° 19



Fuente: Cuadro N° 19

Del cuadro N° 19: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 11% del total de comerciantes encuestados indican que pagan sus impuestos mensualmente, el 89% del total de comerciantes encuestados nunca pagan sus impuestos por las ventas que realizan.

CUADRO Nº 20

ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES Y A QUE REGIMEN TRIBUTARIO DEBEN PERTENECER LOS

COMERCIANTE DEL MERCADO BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO, PERIODO 2013.

INGRESO ECONOMICO DIARIO	FRECUENCIA ABSOLUTA (Fa)	Fa (%)	INGRESO ECONOMICO PROMEDIO DIARIO (S/.)	CANTIDAD DE DIAS QUE TRABAJA A LA SEMANA (días)	INGRESO ECONOMICO MENSUAL (S/.)	INGRESO ECONOMICO ANUAL (S/.)	REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE DEBEN PERTENECER	CATEGORIA	INGRESOS MENSUALES HASTA S/.	CUOTA MENSUAL S/.
a) De S/. 200 a S/. 500	57	55%	350.00	7	9,800.00	117,600.00	RUS	3	13,000	200
b) De S/. 501 a S/. 800	37	35%	650.00	7	18,200.00	218,200.00	RUS	4	20,000	400
c) De S/. 801 a más	10	10%	1,000.00	5 y 6	22,000.00	264,600.00	RUS	5	30,000	600
TOTAL	104	100%								

Fuente: CUADRO 9, CUADRO 11 y SUNAT.

Elaboración: Ejecutor.

Del cuadro Nº 20: Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno:

- EL 55% manifestaron que sus ventas diarias promedio están entre S/. 200 a S/. 500 y realizando un estimado promedio de ventas mensuales sus ventas ascienden a S/. 9,800, de aquí podemos concluir que el 55% de comerciantes pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 3 y deben pagar una cuota mensual de S/. 200.
- EL 35% manifestaron que sus ventas diarias promedio están entre S/. 501 a S/. 800 y realizando un estimado promedio de ventas mensuales sus ventas ascienden a S/. 18,200, de aquí podemos concluir que el 35% de comerciantes pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 4 y deben pagar una cuota mensual de S/. 400.
- EL 10% manifestaron que sus ventas diarias promedio están son de S/. 801 a más y realizando un estimado promedio de ventas mensuales sus ventas ascienden a S/. 22,000, de aquí podemos concluir que el 10% de comerciantes pertenecen al régimen tributario del Nuevo RUS a la categoría 5 y deben pagar una cuota mensual de S/. 600.

Por tanto, se hará una estimación de cuanto debió recaudar la SUNAT de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno, periodo 2013, para lo cual la muestra determinada del presente trabajo de investigación es representativa de la población de comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno, por lo tanto es posible estimar el monto de la recaudación tributaria para el presente trabajo de investigación. La población de estudio para el presente trabajo de investigación es de **340 comerciantes**.

CUADRO Nº 21
ESTIMADO DE LA RECAUDACION MENSUALES DE ACUERDO AL REGIMEN TRIBUTARIO QUE PERTENECEN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO, PERIODO 2013.

INGRESO ECONOMICO DIARIO	(%)	FREC. ABS. (fa)	INGRESO ECONOMICO PROMEDIO DIARIO (S/.)	INGRESO ECONOMICO MENSUAL (S/.)	REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE DEBEN PERTENECER	CATEGORIA	CUOTA (S/.)	RECAUDACION TRIBUTARIA MENSUAL POR PARTE DE LA SUNAT (S/.)
a) DE S/. 200 a 500	55%	187	350.00	9,800.00	RUS	3	200	37,400.00
b) DE S/. 501 a 800	35%	119	650.00	18,200.00	RUS	4	400	47,600.00
c) DE S/. 801 a más	10%	34	1,000.00	22,000.00	RUS	5	600	20,400.00
TOTAL	100%	340						105,400.00
RECAUDACION TRIBUTARIA ANUAL S/.								1'264,800.00

Fuente: CUADRO 20 y SUNAT.

Elaboración: Ejecutor.

Del cuadro Nº 21: podemos concluir que la Recaudación tributaria Mensual Estimada del total de la población estudiada en el presente trabajo de investigación asciende a S/. 105,400.00 y la recaudación tributaria anual estimada es de **S/. 1'264,800.00**, todo ello hemos calculado tomando como base el Nuevo Régimen Único Simplificado.

5.3 OBJETIVO N° 03: PROPUESTA DE ALTERNATIVAS QUE PROMUEVAN UN MAYOR CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS POR PARTE DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO.

En el ejercicio de sus funciones, la SUNAT recauda y administra los tributos que pagan los contribuyentes por sus obligaciones tributarias, y los canaliza hacia el gobierno central, a fin de que estos los asigne adecuadamente a los diferentes programas de inversión y gasto público. A través de dichos programas se da prioridad a aquellos sectores de mayor interés social (infraestructura, educación, salud, promoción del empleo y seguridad ciudadana y social). De esta manera, la administración tributaria busca asegurar el logro de su principal objetivo a largo plazo, cual es la satisfacción de las necesidades públicas, un mayor crecimiento económico y una mejor distribución del ingreso nacional.

- La sunat debe realizar charlas y/o capacitaciones a las personas que realizan actividades económicas en el Mercado Internacional Bellavista respecto a los derechos y obligaciones que tienen al realizar actividades económicas gravadas con IGV e Impuesto a la renta, la importancia de emitir los comprobantes de pago por las ventas que realizan y el destino de los tributos que pagan, ello con la finalidad de generar conciencia tributaria en los comerciantes.
- La sunat debe realizar las verificaciones y fiscalizaciones, las cuales deberán ser efectuadas por los Fedatarios Fiscalizadores, quienes en

primera instancia deberán informar e inducir a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes y en segunda instancia realizar verificaciones de entrega de comprobantes de pago y otras obligaciones conexas y ante el incumplimiento hacer efectivas las sanciones de cierre temporal de establecimiento y multas esto con la finalidad de generar riesgo y sunat tenga presencia en dicho mercado; asimismo SUNAT tendría mayor recaudación tributaria y por ende mayores recursos para el estado para poder satisfacer necesidades de la población y brindar servicios públicos de calidad.

- La sunat debe fomentar la cultura y conciencia tributaria, a través de la difusión de temas tributarios relacionados con el cumplimiento de obligaciones tributarias en los centros educativos de nivel primario, secundario y superior con la inclusión de asignaturas de tributación que tengan el carácter de permanente y obligatorio; asimismo divulgar informaciones tributarias en revistas, folletos, encartes, diarios de circulación nacional, realizar charlas, foros, talleres conferencias de temas tributarios, tener presencia constante y permanente en los medios de comunicación masivos como la radio y televisión y en fin, realizar todas aquellas actividades que coadyuven en mejorar la cultura tributaria del país y producir un importante efecto positivo en el cumplimiento voluntario.

- Atender las consultas y tramites tributarios de todos los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista en los mismos establecimientos comerciales e instalar una carpa móvil en los alrededores del mercado con la finalidad de brindar información y orientación en materia tributaria; ello con la finalidad de simplificar los trámites para la inscripción en el Ruc y autorizar inmediatamente la impresión de sus comprobantes de pago y absolver consultas en materia tributaria.

5.4. RESULTADOS DE LAS VARIABLES

CUADRO N° 22

X: CULTURA TRIBUTARIA (VI)

VARIABLE INDEPENDIENTE	SI	NO
X1: CONOCIMIENTO DE TRIBUTACION	35.00%	65.00%
X2: CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	11.00%	89.00%
CULTURA TRIBUTARIA	15.00%	85.00%

Fuente: Cuadro N° 09, Cuadro N° 05 y Cuadro N° 03

Del cuadro N° 22 haciendo un análisis precio se concluyó que, el 35% de comerciantes encuestados si tienen conocimiento de tributación porque saben que los impuestos que se cobran se destinan para la construcción de carreteras, colegios, hospitales y pago de empleados y el 65% de comerciantes encuestados no tienen conocimiento de tributación porque no saben el destino de los impuestos que se cobran. Según la encuesta realizada a los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, el 89% indican que no pagan impuestos por las ventas que realizan y 11% indican que si pagan impuestos

por las ventas que realizan. De aquí podemos concluir que debido a que el 89% de comerciantes no pagan impuestos por las ventas que realizan incide en el incumplimiento de obligaciones tributarias y por tanto no se realiza la recaudación tributaria a dichos comerciantes. El 15% de comerciantes demuestran que si tienen cultura tributaria porque si emiten comprobantes de pago por las ventas que realizan además tienen conocimientos de tributación y piensan que el pago de impuestos es de carácter obligatorio y el 85% de comerciantes encuestados demuestran que no tienen cultura tributaria porque no emiten comprobantes de pago por las ventas que realizan.

CUADRO N° 23

Y: RECAUDACION TRIBUTARIA (VD)

VARIABLE DEPENDIENTE	SI	NO
RECAUDACION TRIBUTARIA	11.00%	89.00%

Fuente: Cuadro N° 17

Del cuadro N° 23 haciendo un análisis precio se concluyó que, el 11% de comerciantes encuestados si pagan impuestos por las ventas que realizan, de donde si pagan impuestos entonces si hay recaudación tributaria y el 89% de comerciantes encuestados no pagan impuestos por las ventas que realizan, de donde si no pagan impuestos entonces no hay recaudación tributaria.

Atender las consultas y tramites tributarios de todos los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista en los mismos establecimientos comerciales e instalar una carpa móvil en los alrededores del mercado con la finalidad de brindar información y orientación en materia tributaria; ello con la finalidad de

simplificar los trámites para la inscripción en el Ruc y autorizar inmediatamente la impresión de sus comprobantes de pago y absolver consultas en materia tributaria.

5.5. PRUEBA DE HIPOTESIS

5.5.1. CON REFERENCIA AL OBJETIVO N° 01, CONTRASTACION DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA N° 01

El bajo conocimiento de tributación de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno incide negativamente en la recaudación tributaria.

CUADRO N° 24
FRECUENCIAS OBSERVADAS

CONOCIMIENTO DE TRIBUTACION	RECAUDACION TRIBUTARIA				TOTAL	
	SI		NO		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%		
Si	9	8.65	27	25.96	36	34.62
No	2	1.92	66	63.46	68	65.38
TOTAL	11	10.58	93	89.42	104	100.00

Fuente: Cuadro N° 09, Cuadro N° 17 y encuesta aplicada

Elaboración: el ejecutor

En el cuadro N° 24 se muestra las frecuencias observadas según la encuesta realizada a los comerciantes se observa haciendo una relación entre las variables de conocimiento de tributación y recaudación tributaria que, el 8.65% de comerciantes si tienen conocimientos de tributación y si pagan impuestos, y el 25.96% de comerciantes si tienen conocimientos de tributación y no pagan impuestos. El 1.92% de comerciantes no tienen conocimientos de tributación y

si pagan impuestos y el 63.46% de comerciantes no tienen conocimientos de tributación y no pagan impuestos.

CUADRO N° 24a

CÁLCULO DE LAS FRECUENCIAS ESPERADAS

CONOCIMIENTO DE TRIBUTACION	RECAUDACION TRIBUTARIA				TOTAL	
	SI		NO		fo	hi%
	fo	fe	fo	fe		
SI	9	3.81	27	32.19	36	34.62
NO	2	7.19	66	60.81	68	65.38
TOTAL	11	10.58	93	89.42	104	100.00

Fuente: Cuadro N° 24

Elaboración: el ejecutor

En el cuadro N° 24a se muestra el cálculo de las frecuencias esperadas en relación a las variables de conocimiento de tributación y recaudación tributaria.

CUADRO N° 24b

Criterio Chi Cuadrado

fo	fe	fo-fe	(fo-fe) ²	((fo-fe) ²)/fe
9	3.81	5.19	26.96	7.08
2	7.19	-5.19	26.96	3.75
27	32.19	-5.19	26.96	0.84
66	60.81	-5.19	26.96	0.44
TOTAL(Xc2)				12.11

Fuente: Cuadro N° 24a

Elaboración: el ejecutor

En el cuadro N° 24b se muestra el cálculo de los factores necesarios para aplicar el criterio Chi Cuadrado en relación a las variables de conocimiento de tributación y recaudación tributaria, resultando el X_c^2 calculado 12.11

PRUEBA DE INDEPENDENCIA DE CRITERIOS CHI CUADRADA

HIPOTESIS:

Hipótesis Nula (Ho): No existe relación entre conocimiento de tributación y recaudación tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista.

Hipótesis Alternativa (Ha): Si existe relación entre conocimiento de tributación y recaudación tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista.

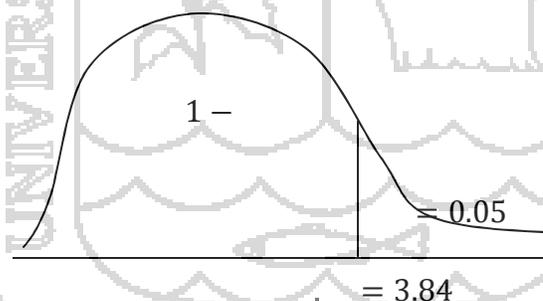
ESTADISTICA DE PRUEBA CHI CUADRADO:

$$\chi^2_c = \frac{\sum(f_o - f_c)^2}{f_c} = 12.11$$

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

GRADOS DE LIBERTAD: $g = (2 - 1)(2 - 1) = 1$

REGIONES:



CONCLUSION: Como $\chi^2_c > \chi^2_f$ se rechaza H_0 y por tanto, se acepta H_a . Lo que nos permite afirmar que el bajo conocimiento de tributación incide negativamente en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Bellavista de la ciudad de puno.

5.5.2. CON REFERENCIA AL OBJETIVO N° 02, CONTRASTACION DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA N° 02

- El incumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes el Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, incide negativamente en la recaudación tributaria.

CUADRO N° 25
FRECUENCIAS OBSERVADAS

INCUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	RECAUDACION TRIBUTARIA				TOTAL	
	SI		NO			
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Si	11	10.58	14	13.46	25	24.04
No	0	0.00	79	75.96	79	75.96
TOTAL	11	10.58	93	89.42	104	100.00

Fuente: Cuadro N° 05, Cuadro N° 17 y encuesta aplicada

Elaboración: el ejecutor

En el cuadro N° 25 se muestra las frecuencias observadas según la encuesta realizada a los comerciantes se observa haciendo una relación entre las variables de incumplimiento de obligaciones tributarias y recaudación tributaria que, 10.58% de comerciantes si tienen conciencia tributaria y si pagan impuestos, 13.46% comerciantes si tienen conciencia tributaria y no pagan impuestos. El 75.96% de comerciantes no tienen conciencia tributaria y no pagan impuestos.

CUADRO N° 25a

Cálculo de las Frecuencias Esperadas

INCUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	RECAUDACION TRIBUTARIA				TOTAL	
	SI		NO		fo	hi%
	fo	fe	fo	fe		
Si	11	2.64	14	22.36	25	24.04
No	0	8.36	79	70.64	79	75.96
TOTAL	11	28.00	93	76.00	104	100.00

Fuente: Cuadro N° 25

Elaboración: el ejecutor

En el cuadro N° 25a se muestra el cálculo de las frecuencias esperadas en relación a las variables de incumplimiento de obligaciones tributarias y recaudación tributaria.

CUADRO N° 25b

Criterio Chi Cuadrado

fo	fe	fo-fe	(fo-fe) ²	((fo-fe) ²)/fe
11	2.64	8.36	69.82	26.40
0	8.36	-8.36	69.82	8.36
14	22.36	-8.36	69.82	3.12
79	70.64	8.36	69.82	0.99
TOTAL(Xc2)				38.87

Fuente: Cuadro N° 25a

Elaboración: el ejecutor

En el cuadro N° 25b se muestra el cálculo de los factores necesarios para aplicar el criterio Chi Cuadrado en relación a las variables de cumplimiento de obligaciones tributarias y recaudación tributaria, resultando el X_c^2 calculado 38.87.

PRUEBA DE INDEPENDENCIA DE CRITERIOS CHI CUADRADA

HIPOTESIS:

Hipótesis Nula (H₀): No existe relación entre incumplimiento de obligaciones tributarias y recaudación tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista.

Hipótesis Alternativa (H_a): Si existe relación entre incumplimiento de obligaciones tributarias y recaudación tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista.

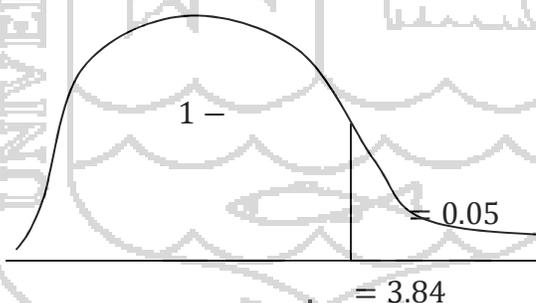
ESTADISTICA DE PRUEBA CHI CUADRADO:

$$X_C^2 = \frac{\sum(f_o - f_e)^2}{f_e} = 38.87$$

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

GRADOS DE LIBERTAD: $g = (2 - 1)(2 - 1) = 1$

REGIONES:



CONCLUSION: Como $X_C^2 > X_F^2$ se rechaza H₀ y por tanto, se acepta H_a. Lo que nos permite afirmar que el incumplimiento de obligaciones tributarias incide negativamente en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Bellavista de la ciudad de puno.

5.5.3. CON REFERENCIA AL OBJETIVO GENERAL, CONTRASTACION DE LA HIPOTESIS GENERAL

- El bajo nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, incide negativamente en la recaudación tributaria.

CUADRO N° 26
FRECUENCIAS OBSERVADAS

CULTURA TRIBUTARIA	RECAUDACION TRIBUTARIA				TOTAL	
	SI		NO		fi	hi%
	fi	hi%	fi	hi%		
Si	11	10.58	5	4.81	16	15.38
No	0	0.00	88	84.62	88	84.62
TOTAL	11	10.58	93	89.42	104	100.00

Fuente: Cuadro N° 03, Cuadro N° 17 y encuesta aplicada

Elaboración: el ejecutor

En el cuadro N° 26 se muestra las frecuencias observadas según la encuesta realizada a los comerciantes se observa haciendo una relación entre las variable independiente CULTURA TRIBUTARIA y la variable dependiente RECAUDACION TRIBUTARIA que, el 10.58% de comerciantes si tienen cultura tributaria y si generan recaudación tributaria, el 4.81% de comerciantes si tienen cultura tributaria y no generan recaudación tributaria. El 84.62% de comerciantes no tienen cultura tributaria y no generan recaudación tributaria.

CUADRO N° 26a

Cálculo de las Frecuencias Esperadas

CULTURA TRIBUTARIA	RECAUDACION TRIBUTARIA				TOTAL	
	SI		NO		fo	hi%
	fo	fe	fo	fe		
Si	11	1.69	5	14.31	16	15.38
No	0	9.31	88	78.69	88	84.62
TOTAL	11	11.00	93	93.00	104	100.00

Fuente: Cuadro N° 26
Elaboración: el ejecutor

En el cuadro N° 26a se muestra el cálculo de las frecuencias esperadas en relación a las variables de cultura tributaria y recaudación tributaria.

CUADRO N° 26b

Criterio Chi Cuadrado

fo	fe	fo-fe	(fo-fe) ²	((fo-fe) ²)/fe
11	1.69	9.31	86.63	51.19
0	9.31	-9.31	86.63	9.31
5	14.31	-9.31	86.63	6.06
88	78.69	9.31	86.63	1.10
TOTAL(Xc2)				67.66

Fuente: Cuadro N° 26a
Elaboración: el ejecutor

En el cuadro N° 25b se muestra el cálculo de los factores necesarios para aplicar el criterio Chi Cuadrado en relación a las variables de cultura tributaria y recaudación tributaria, resultando el X_{c2} calculado 67.66.

PRUEBA DE INDEPENDENCIA DE CRITERIOS CHI CUADRADA**HIPOTESIS:**

Hipótesis Nula (H₀): No existe relación entre cultura tributaria y recaudación tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista.

Hipótesis Alternativa (H_a): Si existe relación entre cultura tributaria y recaudación tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista.

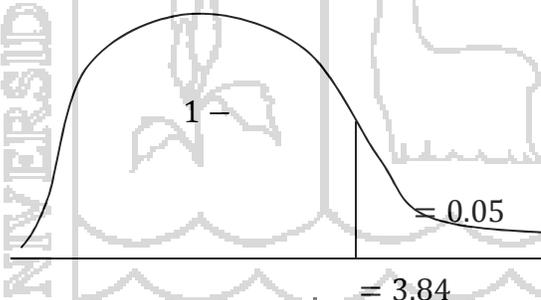
ESTADISTICA DE PRUEBA CHI CUADRADO:

$$X_C^2 = \frac{\sum (f_o - f_e)^2}{f_e} = 67.66$$

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

GRADOS DE LIBERTAD: $g = (2 - 1)(2 - 1) = 1$

REGIONES:



CONCLUSION: Como $X_C^2 > X_T^2$ se rechaza H₀ y por tanto, se acepta H_a. Lo que nos permite afirmar que el bajo nivel de cultura tributaria incide negativamente en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Internacional Bellavista de la ciudad de puno.

CONCLUSIONES

Luego de haber desarrollado el trabajo de investigación llegamos a las siguientes conclusiones:

PARA EL OBJETIVO E HIPOTESIS ESPECIFICA Nº 01.

PRIMERA: Los conocimientos en tributación de los comerciantes del mercado internacional Bellavista es bajo debido al desconocimiento de las normas tributarias, En donde se observa que el 65% de los comerciantes no sabe el destino de los tributos que recauda la SUNAT y el 95% de los comerciantes indica no haber recibido capacitación en materia tributaria por parte de la SUNAT; por lo que el desconocimiento de las normas tributarias, aunado a la falta de capacitación en temas tributarios por parte de SUNAT a los comerciantes, induce al incumplimiento de sus obligaciones tributarias, lo cual incide de manera negativa en la recaudación tributaria por parte de la SUNAT.

PARA EL OBJETIVO E HIPOTESIS Nº 02.

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

mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno incide negativamente en la recaudación tributaria.

PARA EL OBJETIVO E HIPOTESIS N° 03.

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

PARA EL OBJETIVO GENERAL E HIPOTESIS GENERAL

CUARTA: El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista es baja, debido al desconocimiento de las normas tributarias, lo cual trae consigo el incumplimiento de obligaciones formales y sustanciales, tales como la no inscripción en el RUC, no emitir de comprobantes de pago, no declarar sus ingresos y no pagar sus impuestos ello aunado a la falta de capacitación de SUNAT a los comerciantes, falta de fiscalización y verificación respecto cumplimiento de obligaciones tributarias, lo cual incide de manera negativa en la recaudación tributaria por parte de la SUNAT.

RECOMENDACIONES

PARA EL OBJETIVO E HIPOTESIS ESPECÍFICA N° 1.

PRIMERA: La administración tributaria debe incidir en la capacitación, orientación y difusión de la información respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias para lograr que los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno, se inscriban en el registro único de contribuyentes, y luego acogerse al régimen tributario que les corresponde, poniendo énfasis en el NUEVO RUS en vista de que la presente investigación determinó que el 100% de los comerciantes pertenecen a dicho régimen tributario. Además esta recomendación debe realizarse, teniendo en cuenta que en el código tributario especifica como deber de la administración tributaria la orientación al contribuyente.

PARA EL OBJETIVO E HIPOTESIS ESPECÍFICA N° 2.

SEGUNDA: La SUNAT deberá concientizar a los comerciantes, de que la tributación no solo es una obligación legal, sino un deber formal de cada persona ante la sociedad. Además, cumplir con tal responsabilidad le confiere la autoridad moral necesaria para exigir al Estado, que haga uso correcto y transparente de los recursos públicos; se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.

PARA EL OBJETIVO E HIPOTESIS ESPECÍFICA N° 3

TERCERA: Para aumentar la recaudación tributaria de tributos administrados por SUNAT, se deberá crear cultura tributaria en los comerciantes del Mercado

Internacional Bellavista de la ciudad de Puno, con la finalidad de difundir a través de charlas y capacitaciones por parte de la SUNAT, temas referidos al cumplimiento de Obligaciones tributarias formales y sustanciales e inducirlos a los comerciantes a inscribirse el Registro Único de Contribuyentes – RUC, como consecuencia de ello aumentara el universo de contribuyentes y por ende también la recaudación tributaria.

PARA EL OBJETIVO E HIPOTESIS GENERAL

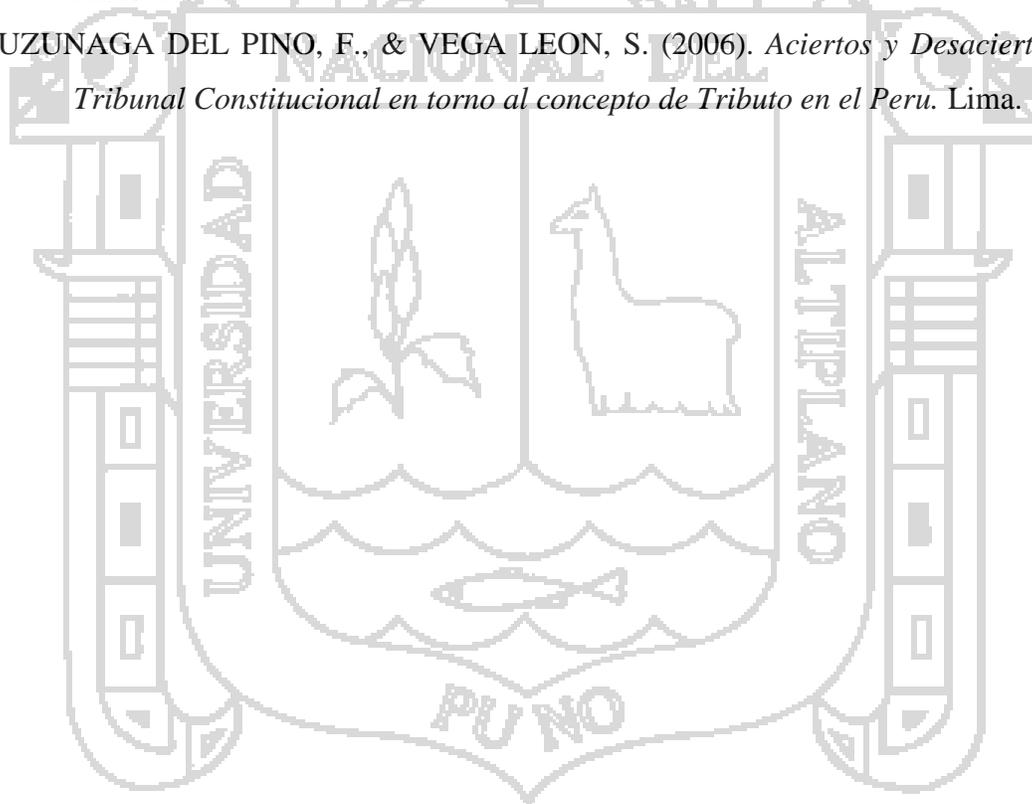
CUARTA: Para crear una sólida cultura tributaria y promover de manera sostenida el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias la SUNAT en coordinación con el ministerio de educación deben implementar estrategias de generación de cultura tributaria, insertando en el diseño curricular de todos los niveles educativos, otorgándoles sentido de responsabilidad y civismo; porque ellos serán los futuros contribuyentes del país.

Atender las consultas y tramites tributarios de todos los Comerciantes del Mercado Internacional Bellavista en los mismos establecimientos comerciales e instalar una carpa móvil en los alrededores del mercado con la finalidad de brindar información y orientación en materia tributaria; ello con la finalidad de simplificar los trámites para la inscripción en el Ruc y autorizar inmediatamente la impresión de sus comprobantes de pago y absolver consultas en materia tributaria.

BIBLIOGRAFÍA

- ATALIBA, G. (1987). *Hipotesis de Incidencia Tributaria*. Lima: Instituto de Derecho Tributario.
- BARRIOS, R. (1998). *Teoria general del Impuesto*. Lima: Editorial cultural Cusco S.A.
- BUSTAMANTE, E. C. (2012). *COMPROBANTES DE PAGO*. LIMA: Editorial ECB Ediciones S.A.C.
- CAMARGO, D. (2008). *Evasion Fiscal*. Lima: Editorial San Marcos.
- CHARAJA, F. (2004). *Investigacion Cientifica*. Puno: Editorial Nuevo Mundo.
- CRESPO, M. (2010). *Derecho Financiero Mexicano*. Ciudad de Mexico: Editorial Porrúa.
- DE LA CRUZ, N. (2011). *Glosario Tributario*. Lima: Imprenta editorial el Buho E.I.R.L.
- DE LA ROCA, J. (2013). *Evasion Tributaria e Informalidad en el Peru*. Lima: Imprenta Editorial el Buho E.I.R.L.
- DIAZ, A. (2013). *TESIS: La cultura Tributaria y su incidencia en la evasion del impuesto a la renta de profesionales independientes en la ciudad de Juliaca periodo 2011*. Puno.
- FIGUEROA, V. (2004). *Derecho tributario I, apuntes de clases*. Valparaiso.
- GARCIA, D. (1975). *El delito tributario*. Lima: Villanueva Talleres Graficos.
- HERNANDEZ, R. (1997). *Metodologia de la Investigacion*. Ciudad de Mexico: McGRAW - HILL.
- HUAMANI, R. (2011). *CODIGO TRIBUTARIO COMENTADO*. LIMA: Editorial Jurista Editores E.I.R.L.
- LOUDON, D., & DELLA, A. (1995). *Comportamiento y consumidor Mexico*. Ciudad de Mexico: Editorial Mc Graw Hill.
- MACEDO, J. (2003). *TESIS: Evaluacion de la recaudacion y evasion tributaria del Regimen Unico simplificado del Departamento de Puno 2001 - 2002*. Puno.
- MAMANI, J. (2009). *TESIS "La cultura tributaria y su influencia en la informalidad comercial de la provincia de San Roman"*. Juliaca.
- MCTAL. (1958). *Modelo deCodigo Tributario para America Latina*. Mexico.

- MENDEZ, C. (1998). *Guia para elaborar diseños de investigacion en ciencias economicas, contables y administrativas*. Bogota: Vinni Editorial Ltda.
- MURO, M., ODAR, B., & CASTILLO, P. (2014). *Pioner Tributario*. Miraflores: Imprenta Editorial El Buho E.I.R.L.
- ORTEGA , R., & MORALES, J. (2012). *Reforma Tributaria*. San Borja: Editorial Tinco S.A.
- ORTEGA , R., CASTILLO, J., PACHERRES, A., & MORALES, J. (2013). *Manual Tributario 2013*. Chorrillos: Tinco S.A.
- PACO, E. (1993). *Constitucion Politica del Peru*. Lima: Reedipca S.A.
- VILLEGAS, H. (2002). *Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario*. Buenos Aires: Astrea.
- ZUZUNAGA DEL PINO, F., & VEGA LEON, S. (2006). *Aciertos y Desaciertos del Tribunal Constitucional en torno al concepto de Tributo en el Peru*. Lima.



ANEXOS



ANEXO N° 01

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

CUESTIONARIO

ENCUESTA:

Estimado(a) Señor(a) se viene desarrollando un estudio de investigación sobre **“la cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de puno y su incidencia en la recaudación tributaria”**

OBJETIVO:

Determinar la incidencia de la Cultura Tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno en la recaudación Tributaria - Período 2013.

INSTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente cada una de las interrogantes y marque con una (X) o de ser el caso responda lo que considere pertinente; por favor responda todo el cuestionario.

NOTA:

Toda la información recolectada será utilizada con fines estrictamente Académicos.

1.- **¿CON QUE NIVEL DE INSTRUCCIÓN CUENTA USTED?**

- a) PRIMARIA COMPLETA
- b) SECUNDARIA COMPLETA
- c) SUPERIOR

2.- **¿CUÁLES SON COMPROBANTES DE PAGO?**

- A) FACTURA, BOLETA DE VENTA
- B) CHEQUE, TARJETA DE CREDITO, TARJETA DEBITO
- C) NOTA DE VENTA, NOTA DE PEDIDO
- D) TODOS

3.- **¿EMITE USTED COMPROBANTES DE PAGO EN LAS VENTAS QUE REALIZA?**

- a) SI
- b) NO

4.- **¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS POR EL CUAL NO EMITE COMPROBANTES DE PAGO?**

- A) NO ME EXIGEN
- B) NO ES NECESARIO
- C) NADIE EMITE
- D) NO TIENE

5.- **¿EL PAGO DE LOS IMPUESTOS ES DE CARÁCTER OBLIGATORIO?**

- a) SI
- b) NO

6.- ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS POR EL CUAL PIENSAN QUE EL PAGO DE IMPUESTOS NO ES OBLIGATORIO?

- A) NO ES IMPORTANTE
- B) NO ME BENEFICIA EN NADA
- C) NADIE PAGA
- D) DESCONOZCO

7.- ¿QUÉ LE PARECE LA TASA DE LOS IMPUESTOS QUE COBRA EL ESTADO?

- A) MUY ALTA
- B) ALTA
- C) BAJA
- D) REGULAR
- E) NO CONOCE

8.- ¿SABE USTED QUIEN ES EL ENCARGADO DE COBRAR LOS IMPUESTOS?

- A) LA SUNAT
- B) EL MUNICIPIO
- C) EL GOBIERNO REGIONAL
- D) NO CONOZCO

9.- ¿SABE USTED PARA QUE SE DESTINAN LOS IMPUESTOS?

- A) PARA CONSTRUIR CARRETERAS
- B) PARA CONSTRUIR COLEGIOS
- C) PARA CONSTRUIR HOSPITALES
- D) PARA EL PAGO DE EMPLEADOS
- E) TODOS LOS ANTERIORES
- F) NO TIENE IDEA

10.- ¿HA RECIBIDO CAPACITACIÓN TRIBUTARIA POR PARTE DE LA SUNAT?

- a) SI
- b) NO

11.- ¿ESTÁ USTED INSCRITO EN EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES RUC?

- a) SI
- b) NO

12.- ¿CUÁLES SON LAS CAUSAS QUE LE MOTIVARON A NO INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES RUC?

- a) FALTA DE CAPACITACION Y ORIENTACION TRIBUTARIA
- b) DESCONFIANZA DE MANEJO DE RECURSOS

- c) FALTA DE CONCIENCIA TRIBUTARIA
- d) BAJO NIVEL DE VENTA

13.- ¿A QUÉ RÉGIMEN TRIBUTARIO PERTENECE?

- a) RUS
- b) REGIMEN ESPECIAL
- c) REGIMEN GENERAL
- D) NINGUNO

14.- ¿CUÁNTOS DÍAS A LA SEMANA TRABAJA?

- a) CINCO DIAS
- b) SEIS DIAS
- c) SIETE DIAS

15.- ¿HACE CUÁNTO TIEMPO SE DEDICA AL COMERCIO?

- a) HACE CINCO AÑOS
- b) HACE SIETE AÑOS
- c) MAS DE DIEZ AÑOS

16.- ¿CUÁL ES SU INGRESO ECONÓMICO PROMEDIO DE LAS VENTAS DIARIAS QUE REALIZA?

- A) DE S/. 200 A S/. 500
- B) DE S/. 501 A S/. 800
- C) DE S/. 801 A MÁS

17.- ¿PAGA ALGÚN IMPUESTO POR LAS VENTAS QUE REALIZA?

- a) SI
- b) NO

18.- ¿QUÉ IMPUESTOS PAGA POR LAS VENTAS QUE REALIZA?

- A) IMPUESTO A LA RENTA
- B) IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS
- C) IGV - IR
- D) RUS
- E) NINGUNO

19.- ¿CON QUE PERIODICIDAD PAGA SUS IMPUESTOS?

- A) MENSUALMENTE
- B) ANUALMENTE
- C) NUNCA



ANEXO N° 02

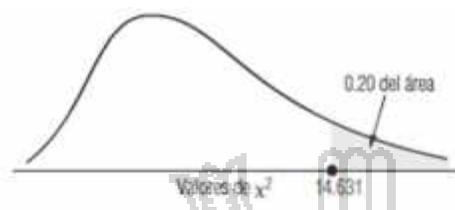
CONCEPTOS	NUEVO RUS				REGIMEN ESPECIAL	REGIMEN GENERAL
PERSONA NATURAL ³	Si pueden acogerse				Si pueden acogerse	Si pueden acogerse
PERSONA JURIDICA	Solo las EIRL ¹				Si pueden acogerse	Si pueden acogerse
LIMITE DE INGRESOS	Hasta S/. 360,000 anuales o S/. 30,000 mensuales				Hasta S/. 525,000 de ingresos netos	Sin limite
LIMITE DE COMPRAS	Hasta S/. 360,000 anuales o S/. 30,000 mensuales				Hasta S/. 525,000 anuales	Sin limite
COMPROBANTES DE PAGO QUE PUEDEN EMITIR	<ul style="list-style-type: none"> Boleta de venta Tickets que no generan crédito fiscal, gasto o costo 				Factura, Boleta de venta y los demás permitidos.	Factura, Boleta de venta y los demás permitidos.
DECLARACIÓN ANUAL - RENTA	NO				NO	SI
PAGO DE TRIBUTOS	categoria	Ingresos hasta S/.	Compras hasta S/.	Couta S/.	<ul style="list-style-type: none"> Renta: Couta de 1.5% de ingresos netos mensuales. IGV: 18% (incluye el impuesto de Promoción Municipal) 	<ul style="list-style-type: none"> Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulta mayor entre: coeficiente o 1.5% sobre ingresos netos y un pago de regularización anual. IGV: 18% (incluye el impuesto de Promoción Municipal)
	1	5,000	5,000	20		
	2	8,000	8,000	50		
	3	13,000	13,000	200		
	4	20,000	20,000	400		
5	30,000	30,000	600			
LIBROS OBLIGADOS A LLEVAR ⁴	ninguno				Registro de compras y Registro de ventas	<ol style="list-style-type: none"> Hasta 150 UIT² de ingresos anuales llevan: <ul style="list-style-type: none"> Registro de compras Registro de ventas Libro diario simplificado. Desde 150 hasta 500 UIT² de ingresos anuales, llevan: <ul style="list-style-type: none"> Libro diario Libro mayor Registro de compras Registro de ventas Desde 500 hasta 1700 UIT² de ingresos anuales, llevan: <ul style="list-style-type: none"> Libro de inventarios y balances Libro diario Libro mayor Registro de compras Registro de ventas Más de 1700 UIT² de ingresos anuales llevan: contabilidad completa.

1. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.
2. El monto de la UIT se regula anualmente. Para el año 2014 la UIT es de S/. 3,800.
3. Incluye a las sucesiones indivisas.
4. Los libros deben ser legalizados ante Notario Público o Juez de Paz antes de uso.

ANEXO N° 03

Apéndice tabla 5

*Área correspondiente al extremo derecho de una distribución ji-cuadrada (χ^2)



Ejemplo:	Grados de libertad	Área en el extremo derecho				
		0.99	0.975	0.95	0.90	0.800
Para encontrar ji-cuadrada correspondiente a 0.20 del área bajo la curva (la parte sombreada del extremo derecho), en una distribución ji-cuadrada con 11 grados de libertad, busque bajo la columna del 0.20 y en el renglón que corresponde a 11 grados de libertad; el valor ji-cuadrada apropiado es 14.631.	1	0.00016	0.00098	0.00398	0.0158	0.0642
	2	0.0201	0.0506	0.103	0.211	0.446
	3	0.115	0.216	0.352	0.584	1.005
	4	0.297	0.484	0.711	1.064	1.649
	5	0.554	0.831	1.145	1.610	2.343
	6	0.872	1.237	1.635	2.204	3.070
	7	1.239	1.690	2.167	2.833	3.822
	8	1.646	2.180	2.733	3.490	4.594
	9	2.088	2.700	3.325	4.168	5.380
	10	2.558	3.247	3.940	4.865	6.179
	11	3.053	3.816	4.575	5.578	6.989
	12	3.571	4.404	5.226	6.304	7.807
	13	4.107	5.009	5.892	7.042	8.634
	14	4.660	5.629	6.571	7.790	9.467
	15	5.229	6.262	7.261	8.547	10.307
	16	5.812	6.908	7.962	9.312	11.152
	17	6.408	7.564	8.672	10.085	12.002
	18	7.015	8.231	9.390	10.865	12.857
	19	7.633	8.907	10.117	11.651	13.716
	20	8.260	9.591	10.851	12.443	14.578
	21	8.897	10.283	11.591	13.240	15.445
	22	9.542	10.982	12.338	14.041	16.314
	23	10.196	11.689	13.091	14.848	17.187
	24	10.856	12.401	13.848	15.658	18.062
	25	11.524	13.120	14.611	16.473	18.940
	26	12.198	13.844	15.379	17.292	19.820
	27	12.879	14.573	16.151	18.114	20.703
	28	13.565	15.308	16.928	18.939	21.588
	29	14.256	16.042	17.708	19.768	22.475
	30	14.953	16.791	18.493	20.599	23.364

*Tomado de la tabla IV de Fisher y Yates, *Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research*, publicada por Longman Group Ltd., Londres (publicada anteriormente por Oliver & Boyd, Edimburgo) y con licencia de los autores y de los editores.



Área en el extremo derecho					Grados de libertad
0.20	0.10	0.05	0.25	0.01	
1.642	2.706	3.841	5.024	6.635	1
3.219	4.605	5.991	7.378	9.210	2
4.642	6.251	7.815	9.348	11.345	3
5.989	7.779	9.488	11.143	13.277	4
7.289	9.236	11.070	12.833	15.086	5
8.558	10.645	12.592	14.449	16.812	6
9.803	12.017	14.067	16.013	18.475	7
11.030	13.362	15.507	17.535	20.090	8
12.242	14.684	16.919	19.023	21.666	9
13.442	15.987	18.307	20.483	23.209	10
14.631	17.275	19.675	21.920	24.725	11
15.812	18.549	21.026	23.337	26.217	12
16.985	19.812	22.362	24.736	27.688	13
18.151	21.064	23.685	26.119	29.141	14
19.311	22.307	24.996	27.488	30.578	15
20.465	23.542	26.296	28.845	32.000	16
21.615	24.769	27.587	30.191	33.409	17
22.760	25.989	28.869	31.526	34.805	18
23.900	27.204	30.144	32.852	36.191	19
25.038	28.412	31.410	34.170	37.566	20
26.171	29.615	32.671	35.479	38.932	21
27.301	30.813	33.924	36.781	40.289	22
28.429	32.007	35.172	38.076	41.638	23
29.553	33.196	36.415	39.364	42.980	24
30.675	34.382	37.652	40.647	44.314	25
31.795	35.563	38.885	41.923	45.642	26
32.912	36.741	40.113	43.194	46.963	27
34.027	37.916	41.337	44.461	48.278	28
35.139	39.087	42.557	45.722	49.588	29
36.250	40.256	43.773	46.979	50.892	30

