

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



TESIS

**LA CULTURA TRIBUTARIA, EVASIÓN TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN
LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO, PERÍODO 2016**

PRESENTADA POR

ERIKA ESTEBA TIQUILLOCA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO PERU

2018

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

TESIS

LA CULTURA TRIBUTARIA, EVASIÓN TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN
LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO

LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO, PERÍODO 2016

PRESENTADA POR:

ERIKA, ESTEBA TIQUILLOCA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:



PRESIDENTE:

(Dr.) ALFREDO CRUZ VIDANGOS

PRIMER MIEMBRO:

(CPC.) JUAN LUIS MAMANI TICONA

SEGUNDO MIEMBRO:

(CPC.) JOSÉ LUIS MAMANI VARGAS

DIRECTOR / ASESOR:

(Dr.) GERMAN ALBERTO MEDINA COLQUE

LINEA : Sistema Tributario Nacional

TEMA: Cultura Tributaria

FECHA DE SUSTENTACION: 12/04/2018

DEDICATORIA

A Dios, por todas las bendiciones brindadas, por ofrecerme todo lo necesario para sonreír, además de la esperanza y fortaleza en el día a día

Con todo mi amor, gratitud, cariño y admiración a mis padres: Joaquín y Nilda por su infinito afecto y comprensión en cada etapa de mi vida además por el compromiso inusitado que han hecho con mi formación profesional, todos los logros que alcance durante mi vida siempre será gracias a ustedes ángeles que la vida me puso en el camino, estaré eternamente agradecida con ustedes, son inmejorables y lo mejor que tengo en mi vida.

A mis hermanos, Jhenry y Antony por animarme e incentivarme para que siga adelante pesar de los obstáculos, además de ser amigos eternos que siempre está ahí a pesar de todo.

A mis amigos con los cuales compartí momentos inolvidables, cuando comenzó el primer día de clases nunca pensé conocer personitas tan geniales los extrañare y siempre los recordare con mucha nostalgia

AGRADECIMIENTO

A todos quienes directa e indirectamente me alentaron y apoyaron en todo momento para la culminación de esta ardua tarea.

En forma particular y especial a los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables, quienes me guiaron por el camino del estudio y me inculcaron conocimientos, principios y valores.

Agradezco también a nuestra alma mater LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO, por cobijarnos e instruirnos, así del mismo modo al personal administrativo de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas que colaboran al desempeño tanto de nuestra carrera como de la institución.

Al Director de Investigación Dr. Percy Quispe Pineda, por su paciencia, consejos y enseñanzas que hicieron posible la concretización del presente trabajo de investigación.

MUCHAS GRACIAS.

ERIKA...!

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE GENERAL.....	iii
ÍNDICE DE CUADROS	vi
ÍNDICE DE GRAFICOS	vii
ÍNDICE DE ACRÓNIMOS.....	viii
INDICE DE ANEXOS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	xiv

CAPITULO I

**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE
LA INVESTIGACIÓN**

1.1. Planteamiento del problema	16
1.1.1. Formulacion del problema	18
1.1.2. Sistematizacion del problema.....	18
1.2. Antecedentes de la investigacion.....	19
1.3. Objetivos de la investigación.....	23
1.3.1. Objetivo general	23
1.3.2. Objetivos específicos.....	23

CAPITULO II**REVISIÓN DE LITERATURA**

2.1. Marco teorico	24
--------------------------	----

2.1.1.	Cultura.....	24
2.1.2.	Cultura tributaria.....	24
2.1.3.	Evasion tributaria.....	26
2.1.4.	Recaudacion tributaria.....	28
2.1.5.	El tributo.....	32
2.1.6.	Principales regímenes tributarios:.....	38
2.1.7.	Sistema tributario.....	40
2.1.8.	Obligacion tributaria.....	41
2.1.9.	Infraccion tributaria.....	44
2.1.10.	Comprobantes de pago.....	45
2.2.	Marco conceptual.....	49
2.3.	Hipótesis de la investigación.....	56

CAPITULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1.	Metodos.....	58
3.2.	Poblacion.....	60
3.3.	Muestra.....	60
3.4.	Tecnicas de recoleccion de informacion.....	61
3.5.	Tecnicas para el procesamiento de datos.....	61
3.6.	Localizacion del proyecto.....	62
3.7.	Ubicación.....	62
3.8.	Límites.....	63
3.9.	Conocimiento del mercado laykakota.....	64

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. Evaluacion de la influencia de la cultura tributaria en la evasión de los impuestos de los comerciantes del mercado laykakota de la ciudad de puno.	67
4.2. Determinacion del nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado laykakota de la ciudad de puno.	91
4.3. Propuesta de estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado laykakota de la ciudad de puno.....	110
4.4. Contrastacion de hipotesis.....	118
CONCLUSIONES	123
RECOMENDACIONES	124
BIBLIOGRAFIA	125
WEBGRAFIA	127
ANEXOS	128

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 01: Nivel de estudios de los comerciantes.....	67
CUADRO 02: Que entiende por impuestos.....	69
CUADRO 03: Conocimiento de impuestos que se pagan.....	71
CUADRO 04: informacion tributaria por la sunat.....	74
CUADRO 05: Quien debe de pagar impuestos.....	76
CUADRO 06: Destino de impuestos	78
CUADRO 07: Interes en recibir informacion tributaria.....	78
CUADRO 08: Te has sentido desmotivado por pagar tus impuestos.....	78
CUADRO 09: Cual es la razon por la se siente desmotivado por el pago de impuestos.....	80
CUADRO 10: Conciencia de evasion de impuestos	87
CUADRO 11: Grado de conciencia y responsabilidad	89
CUADRO 12: Base tributaria.....	91
CUADRO 13: Licencia municipal	94
CUADRO 14: Conocimiento de comprobantes de pago	96
CUADRO 15: Emision de comprobantes	98
CUADRO 16: Emision de comprobantes	100
CUADRO 17: Regimen tributario	102
CUADRO 18: Conocimiento del ruc.....	105
CUADRO 19: Inscripcion en el ruc.....	105
CUADRO 20: Deseo de formalizacion	108

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 01: Nivel de estudios.....	67
GRAFICO 02: Que entiende por impuestos	72
GRAFICO 03: Conocimientos de impuestos que se pagan	71
GRAFICO 04 : Informacion tributaria por la sunat.....	74
GRAFICO 05 : Quien debe de pagar los impuestos	76
GRAFICO 06: Destino de los impuestos.....	79
GRAFICO 07: Interes en recibir informacion tributaria por la sunat	82
GRAFICO 08: Te has sentido desmotivado para hacer el pago de impuestos	78
GRAFICO 09: cual es la razon por la que te has sentido desmotivado	80
GRAFICO 10: Conciencia de evasion de impuestos.....	87
GRAFICO 11: Grado de responsabilidad.....	89
GRAFICO 12: Base tributaria.....	91
GRAFICO 13: Pago de licencias.....	95
GRAFICO 14: Conocimiento de comprobantes de pago	96
GRAFICO 15: Emision de comprobantes de pago.....	98
GRAFICO 16: Comprobantes de pago que emite.....	100
GRAFICO 17: Conocimientos de regimenes tributarios.....	102
GRAFICO 18: Conocimiento del ruc	10804
GRAFICO 19: Inscripcion en el RUC	105
GRAFICO 20: Deseo de formalizacion	105

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

ISC	: Impuesto Selectivo al Consumo
IGV	: Impuesto General a las Ventas
LIR	: Ley del Impuesto a la Renta
SUNARP	: Superintendencia Nacional de Registros Públicos
TUO	: Texto Único Ordenado SUNAT: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 01: Ventas mensuales rubro abarrotes.....	128
ANEXO 02: Ventas mensuales rubro verduras.....	128
ANEXO 03: Ventas mensuales rubro jugos	129
ANEXO 04: Ventas mensuales rubro viandas.....	129
ANEXO 05: Ventas mensuales rubro pescados.....	130
ANEXO 06: Ventas mensuales rubro pan, mana y papa	130
ANEXO 07: Ventas mensuales rubro carnes y pollos	131
ANEXO 08: Ventas mensuales rubro quesos y especerías	131
ANEXO 09: Ventas mensuales rubro pasadizos.....	132
ANEXO 10: Ventas mensuales rubro lado norte	132
ANEXO 11: Ventas mensuales rubro lado sur	133
ANEXO 12: Ventas mensuales rubro lado este	134
ANEXO 13: Ventas mensuales rubro lado oeste	135
ANEXO 14: Ventas mensuales rubro plataforma	136
ANEXO 15: Ventas mensuales rubro pasaje San Roman	136
ANEXO 16: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado Laykakota de la ciudad de Puno	137
ANEXO 17: Matriz de consistencia	140

RESUMEN

La presente tesis titulada: LA CULTURA TRIBUTARIA, EVASIÓN TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO, PERIODO 2016, es un estudio que se realizó para evaluar la influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos, determinar el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria y proponer estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria. En la investigación realizada se determinó que es relevante y conveniente investigar un tema vigente e importante que cobra interés en estos tiempos en el Perú y en Latinoamérica. Se aplicó técnicas de recojo de datos a los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, periodo 2016, como es la técnica de la encuesta y entrevista mediante el uso del cuestionario, elaborado con preguntas vinculadas a los indicadores de las tres variables (Cultura tributaria, Evasión Tributaria y Recaudación tributaria), quienes con sus respuestas nos significaron aportes para clarificar nuestros objetivos planteados, a su vez nos facilitó su procesamiento estadístico y presentación gráfica; así como, las interpretaciones y análisis de cada una de las interrogantes, que ayudaron a determinar su alcance; para luego, presentar la exposición de resultados respectivos. Posteriormente se realizó la contrastación de nuestras hipótesis, llegando a su aceptación, es así que ya al finalizar nuestro trabajo se arribó a las siguientes conclusiones: las principales causas de la evasión tributaria es la falta de cultura tributaria, pues la mayoría de los comerciantes tienen un conocimiento tributario muy bajo, y a su vez no saben a qué se destinan los tributos en un 56%. El desconocimiento de normas tributarias, obligaciones tributarias hacen que el nivel de evasión sea en gran

medida esto debido a que en un 51% de comerciantes aduce que solo los empresarios deberían de pagar impuestos y un 32% los que tienen capacidad de pago, y en un 68% no tiene conciencia de evasión de impuestos, haciendo que aun sea más difícil la recaudación de tributos por la SUNAT. El nivel muy alto de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Laycakota repercute en la entidad de recaudación ya que no cumplen con pagar impuestos, no emiten comprobantes de pago, no declaran sus ventas y no están dispuestos a formalizarse; pues solo un 21% cumple con sus obligaciones tributarias y un 79% no cumple con sus obligaciones tributarias, asimismo según la investigación realizada se puede apreciar (según cuadro N° 12) que la evasión tributaria anual equivale a un total de S/. 338,040.00, con estos resultados obtenidos podemos determinar que el nivel de evasión tributaria es alta y esto afecta negativamente a la recaudación fiscal.

Palabras Clave: Cultura, evasión, recaudación, tributación, obligaciones.

ABSTRACT

This thesis entitled: TAX CULTURE, TAX EVASION AND ITS INFLUENCE ON THE TAX COLLECTION OF MERCHANTS OF THE LAYKAKOTA MARKET OF THE CITY OF PUNO, PERIOD 2016, is a study that was conducted to assess the influence of the tax culture in the evasion of taxes, determine the level of evasion and its impact on tax collection and propose strategies to raise the level of tax culture. In the investigation it was determined that is relevant and useful to investigate a topic of current and important that charges interest in these times in Peru and Latin America. Applied data collection techniques to the market traders Laykakota of the city of Puno, period 2016 , as is the technique of the survey and interview through the use of the questionnaire, prepared with questions related to the indicators of the three variables (Culture, tax evasion and tax collection), who with their answers we were meant to contribute to clarify our objectives, in turn provided us with their statistical processing and graphic presentation, as well as interpretations and analysis of each one of the questions, which helped to identify its scope; for then, submit the statement of respective results. Subsequently the comparison of our hypotheses, reaching its acceptance, so that at the end of our work is arrived at the following conclusions: the main causes of the tax evasion is the lack of tax culture, because the majority of the traders have a very low tax knowledge, and at the same time do not know to which the tributes in a 56%. The lack of tax rules, tax obligations make the level of evasion is to a large extent this is due to the fact that in a 51% of merchants argues that only employers should pay taxes and a 32% those that have the capacity to pay; and a 68% do not have awareness of tax evasion, making it even more difficult for the collection of taxes by the SUNAT. The very high level of tax evasion of the traders

in the market Laycakota has an impact on the fund raising entity, since it does not meet with paying taxes, they do not emit proof of payment, do not declare their sales and are not willing to be formalised; because only a 21% complies with their tax obligations and a 79% does not comply with their tax obligations, also according to the research carried out can be seen (according to box N°12) that the annual tax evasion is equivalent to a total of S/. 338,040.00, with these results we can determine that the level of tax evasion is high and this adversely affects the tax collection.

Key words: Culture, evasion, collection, taxation, obligations.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad podemos observar que muchos de los ciudadanos no cumplen con el pago respectivo de sus tributos, evadiéndolo de diferentes maneras como por ejemplo a través de la informalidad, no entregando comprobantes de pago o reteniendo el porcentaje del IGV. Todos tenemos una experiencia cotidiana sobre el pago de los impuestos. De hecho, al recibir tú boleta de pago cada fin de mes, te habrás fijado en la cantidad de dinero que se te descuenta por concepto de impuestos. Quizá hasta te hayas contrariado por ello más de una vez. Es probable también que alguna vez hayas adquirido un producto o servicio y éste no haya cubierto completamente tus expectativas, a pesar que la publicidad así lo señalaba, y ello te haya ocasionado una sensación de insatisfacción porque consideras que lo que tú pagaste no corresponde con aquello que recibiste. Asimismo, más de una vez habrás visto que en la vía pública se ofrecen libros, cassettes y C.D.s a menor precio del que se ofrecen en las librerías y disco centros.

A raíz de tales hechos, los que resultan perjudicados en última instancia es la misma sociedad, porque el estado al no disponer de los recursos suficientes para la satisfacción de las diversas necesidades públicas del país, muchas de las inversiones o la ejecución de obras son postergadas. Por ello, es que existen instituciones que fueron creadas fundamentalmente para la recaudación de impuestos, como la SUNAT.

La SUNAT es una institución pública que cumple un rol muy importante en la administración de los tributos en el Perú. Además podemos destacar uno de sus objetivos estratégicos institucionales que es liderar el desarrollo de la conciencia fiscal en la ciudadanía, desarrollando actividades formativas en el ámbito

nacional, promoviendo el cumplimiento voluntario de obligaciones tributarias. Debemos saber que al pagar lo que nos corresponde como ciudadanos hace que podamos gozar de una mejor calidad de vida con buenos servicios de educación, salud, etc.

La cultura tributaria tiene una estrecha relación con el pago de obligaciones de los contribuyentes, puesto que muchos de los contribuyentes piensan que como estos no son administrados de manera correcta, y por ello dejan de pagar los tributos. También el desconocimiento de este tema hace que las personas no tomen conciencia de lo que hacen al no cumplir con sus obligaciones.

En nuestra región, es necesario gestar toda una cultura que promueva la conciencia y responsabilidad de tributar. Para lo cual el presente trabajo de investigación busca determinar “LA CULTURA TRIBUTARIA, EVASION TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA RECAUDACION TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO, PERIDO 2016”.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, uno de los problemas que ha limitado las posibilidades de desarrollo de nuestra economía es que somos un país que financia el gasto público en mayor porcentaje con los ingresos provenientes de la recaudación tributaria, pero no ha podido avanzar de acuerdo a lo planificado, porque los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias, por tanto incurren en evasión de tributos, lo cual se convierte en un gran problema que ocasiona la disminución de la recaudación de los ingresos fiscales. A raíz de tales hechos punibles, los que resultan perjudicados en última instancia es la misma sociedad, porque el estado al no disponer de los recursos suficientes para la satisfacción de las diversas necesidades públicas del país, muchas de las inversiones o la ejecución de obras son postergadas. Por ello es necesario fomentar una cultura tributaria en los contribuyentes que promueva una mayor recaudación tributaria, asimismo coadyuvar a un

adecuado desempeño de los órganos administradores de los impuestos pues tienen una importancia fundamental para nuestro país.

En tal sentido, la evasión tributaria es un fenómeno complejo que tiene que ver con un tema cultural que está ligado con el sentido de relación que tiene el comerciante con el estado, ya que un elemento clave para una mayor recaudación es el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de estos. Para ello es necesario que las personas asuman la tributación como un compromiso que forma parte de sus deberes y derechos como miembros integrantes de una comunidad, como agentes activos del proceso y no en forma pasiva.

En la ciudad de Puno en el último Año 2016 se ha visto un incremento acelerado de comerciantes y aún más en los mercados y los alrededores donde se expenden mercaderías sin ningún tipo de comprobante de pago y en muchos de los casos productos de contrabando, lo cual hace suponer un incremento considerable de nuevos contribuyentes obligados al cumplimiento de la obligación tributaria anualmente; sin embargo en el 2016, los Ingresos Tributarios del Gobierno Central ascendieron a S/. 89375 millones, monto menor en S/. 887 millones con relación al año anterior. Este resultado representa una disminución de 0,98%, en términos reales. (SUNAT, 2017)

La cultura tributaria, forma parte de un proyecto del mismo nombre, cuyo objetivo es hacer que la ciudadanía comprenda la importancia de pagar tributos y utilizar los medios adecuados que proporciona la administración tributaria como son las charlas, orientaciones, etc. Por lo tanto en el presente trabajo de investigación se precisa si efectivamente la cultura tributaria,

evasión tributaria está asociada o influye en la recaudación tributaria de los comerciantes del mercado Laykakota de la Ciudad de Puno, Periodo 2016. Las razones por las que se eligió el presente estudio, es porque el tema de la cultura tributaria cobra cada día mayor importancia, así mismo observamos que este tema no ha sido suficientemente abordado a pesar de disponer de los elementos necesarios que lo hace factible y de gran utilidad. Por lo que en nuestro país es necesario gestar toda una cultura que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos; a través de la realización de capacitaciones, charlas, orientaciones que promuevan un mayor nivel de conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, esto permitirá al país disminuir los elevados índices de evasión, informalidad. Las grandes posibilidades de bienestar y desarrollo de nuestros pueblos tienen que ver con el hecho de que haya un cumplimiento responsable de todos aquellos que tienen un rol en el proceso de creación de riqueza.

1.1.1. FORMULACION DEL PROBLEMA

El trabajo de investigación pretende dar respuesta a la siguiente interrogante:

- ¿Cómo repercute la cultura tributaria y la evasión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno, Periodo 2016?

1.1.2. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Cómo influye la cultura tributaria en la evasión de los impuestos de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno?

- ¿Cuál es el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno?
- ¿Cuáles serían las estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno?

1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

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

TURPO, E. G. (2010): en su tesis “Influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca periodo 2009”, concluye:

Se establece 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 la cultura tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes tipos 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.

ALEJOS, V. Y CARRANZA, E. (2010), en su tesis “cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central De Huaraz Virgen De Fátima Periodo 2010” concluye: La cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de Huaraz “Virgen de Fátima” incide favorablemente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, sin embargo la valoración a los tributos por parte de los comerciantes no incide en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. El 19.60% de los comerciantes del mercado central de Huaraz “Virgen de Fátima” tienen cultura tributaria mientras que el 80.40% no lo tienen. Por otra parte el 43.30% de los comerciantes cumplen con sus obligaciones tributarias y el 56.70% no cumplen.

COLQUEHUANCA, R. (2010): en su tesis “la cultura tributaria de los contribuyentes y su incidencia en la recaudación del impuesto predial de la municipalidad provincial de san Román”, concluye:

En el conocimiento e información tributaria 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 dichos análisis indican que la mayoría de los contribuyentes tiene incidencia negativa, que representa el 40% debido al desconocimiento y carencia de

educación tributaria, por otro sentido 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 Municipalizada 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, 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.

MOGOLLÓN, V. (2012): en su tesis “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo, Perú”, concluye que:

El nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 es baja, ya que se pudo demostrar que el contribuyente Chiclayano no lleva arraigada su obligación de pago del tributo como algo inherente en la ciudadana. Asimismo la gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la administración tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados.

DIAZ, A. (2013): en su tesis “la cultura tributaria y su incidencia en la evasión del impuesto a la renta de profesionales independientes en la ciudad de Juliaca, periodo 2011”, concluye que:

El incumplimiento de las obligaciones tributarias de los profesionales independientes pertenecientes a la cuarta categoría del impuesto a la renta de la ciudad de Juliaca es por falta de cultura tributaria.

Las causa de la evasión tributaria que mayormente aplican los profesionales independientes perceptores de rentas de cuarta categoría en la ciudad de Juliaca son: el mal del formulario de suspensión de cuarta categoría – formulario 1609, la no omisión del recibo por honorarios, el desconocimiento de las normas tributarias y falta de confianza en la estabilizada total de las normas y leyes que regulan el pago de impuestos en nuestro país, siendo este las principales causas de la evasión tributaria.

El nivel de evasión tributaria para el periodo 2011 viene a ser un 28%. El monto estimado para el periodo 2011 fue s/ 2282(miles de nuevos soles) y

el monto real recaudado para dicho periodo fue s/1642.2 (miles de nuevos soles). Existiendo una diferencia de 640.60 (miles de nuevos soles).

1.3.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar y determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria, la evasión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno, Periodo 2016.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar la influencia de la cultura tributaria en la evasión de los impuestos de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.
- Determinar el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.
- Proponer estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. MARCO TEORICO

2.1.1. CULTURA

Gallardo, M. (2010) Etimológicamente el término Cultura tiene su origen en el latín. Al principio, significó cultivo, agricultura, instrucción y sus componentes eran: cultus (cultivado) y ura (resultado de una acción).

El Diccionario de la Real Academia Española la define así: “Sacar del estado salvaje a pueblos o personas”. Lo anterior no aporta mucho a las definiciones modernas del concepto en las que, con frecuencia, se expresan las diferentes aristas de la cultura.

Según la UNESCO (1996): La cultura es el conjunto de los rasgos definitivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

2.1.2. CULTURA TRIBUTARIA

Gallardo, M. (2010) La cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del

sistema tributario y sus respectivas funciones. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el estado en carácter administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto el estado se los debe devolver en bienes y servicios públicos como por ejemplo: los hospitales, carreteras, colegios, parques, universidades, educación, salud, seguridad, etc. La falta de cultura tributaria conlleva a la evasión tributaria y por ello al retraso en el desarrollo de nuestro país.

Valero y Ramírez (2009) La cultura tributaria “se refiere al conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como el nivel de conciencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de una relación tributaria”.

IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Armas, M. (2009) 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. Por lo tanto, hay que admitir en las obligaciones tributarias un dispositivo en pro del bien común y al estado como el ente facultado de alcanzar dicho propósito.

Asimismo, el cumplimiento de esas obligaciones lleva inherente el derecho y la legitimidad que tiene 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 que toma años alcanzar y desarrollar.

ELEMENTOS DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Armas, M. (2009) Se encuentran conformados por los atributos que caracterizan la cultura tributaria, estos son:

- Valores
- Normas legales y sanciones
- Símbolos
- Tecnología

2.1.3. EVASION TRIBUTARIA

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

La evasión tributaria asume un carácter encubierto y derivado de una conducta consciente y deliberada también, puede darse el caso de evasión en forma abierta como los vendedores ambulantes, y que se deriva de un acto inconsciente (error o falta). La intención o voluntad del infractor es un elemento importante en todas las legislaciones al momento de configurar la objetividad o subjetividad de la infracción y para efectos de determinar las sanciones que puedan corresponder. La evasión

tributaria no solo significa generalmente una pérdida de ingresos fiscales con su efecto consiguiente en la prestación de los servicios públicos, sino que implica una distorsión del sistema Tributario, fracturando la equidad vertical y horizontal de los impuestos, haciendo que el contribuyente evasor obtenga ventajas significativas frente al contribuyente cumplidor.

TAPIA, G. (2005)

CAUSAS DE LA EVASIÓN TRIBUTARIA

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

Entre las causas de la evasión tributaria según Cosulich, J. (2003), considera a las siguientes:

- **LA INFLACIÓN:**

La elevación permanente y constante del nivel general de precios afecta el cumplimiento tributario, porque reduce el ingreso real de los contribuyentes. En muchos casos el contribuyente pretende mantener su capacidad adquisitiva a través del no pago al fisco, para lo cual se vale de algunas acciones ilícitas. Así, el menor poder adquisitivo es cubierto con el monto evadido.

Durante los años de 1988 a 1991, se dieron las tasas de inflación más elevadas de la historia peruana de 66.7% a 75% los topes y en estos periodos los índices de evasión fueron del 78% al 92%; por lo que inflación y evasión, se encuentran estrechamente relacionados.

- **LA RECESIÓN DE LA ECONOMÍA:**

Se entiende por recesión la caída del PBI real, caída de la producción y aumento del desempleo. Del mismo modo, la reducción en el nivel de actividad por tanto en el nivel de ingresos, es financiada con atrasos al fisco, de esta forma, el incumplimiento de las obligaciones tributarias y la evasión son mecanismos utilizados por los contribuyentes para suavizar los impactos temporales negativos en su nivel de ingresos.

- **ACTITUD SOCIAL:**

Esta depende de las convicciones éticas de la sociedad acerca del cumplimiento tributario, lo que está directamente relacionado con el rol de las normas sociales en cada país, región o ciudad. La evasión prospera cuando la sociedad participa de ella perdonándola, de lo contrario quedara limitada a un reducido número de individuos.

- **EQUIDAD FISCAL:**

Basada en el Principio tributario, tiene que ver en lo que percibe cada individuo de acuerdo a su capacidad contributiva. Este aspecto tiene que ver con el proceso de la concientización tributaria.

- **USO DE LOS RECURSOS FISCALES:**

Se refiere a lo que los ciudadanos perciban de la utilización de sus impuestos. A la sociedad le interesa que sus impuestos financien obras sociales o productivas y no que se destinen al mantenimiento de

la burocracia y otros gastos improductivos; en consecuencia, la magnitud de la evasión dependerá de si el gasto público es destinado a la ejecución de proyectos y obras en los sectores productivos y sociales (educación, salud y vivienda).

- **EXONERACIONES:**

El establecimiento de exoneraciones para algunos sectores económicos o zonas geográficas que son utilizadas de manera incorrecta. Además, algunas experiencias demuestran que estas herramientas no han tenido los resultados esperados.

- **COMPLEJIDAD DE NORMAS:**

La emisión de normas tributarias que son complicadas y complejas, es lo que atenta contra la simplicidad y la neutralidad en la aplicación de los tributos y repercute en el pago de los impuestos y la inestabilidad tributaria.

Otra causas de evasión fiscal son: la falta de educación basada en la ética y moral, la insolidaridad con el Estado que necesita recursos y la idiosincrasia del pueblo cuando piensa que las normas han sido hechas para violarlas o incumplirlas, la desconfianza en cuanto al manejo de los recursos por parte del Estado y el no considerar que se recibe una adecuada prestación de servicios.

EFFECTOS DE LA EVASIÓN TRIBUTARIA

La evasión afecta al Estado y a la colectividad de diversas formas como son las siguientes:

- No permite que el Estado cuente con los recursos necesarios para brindar los servicios básicos a la población.

- Influye en la generación de un déficit fiscal, que origina nuevos tributos, mayores tasas o créditos externos.
- La creación de más tributos o el aumento de las tasas de los tributos ya existentes afectan a los que cumplen con sus obligaciones, cuando lo lógico sería ampliar la base contributiva con respecto a los que poco o nada tributan.
- De otro lado, por los préstamos externos hay que pagar intereses, lo que significa mayores gastos para el Estado; es decir, toda la sociedad debe hacer un esfuerzo para pagar los gastos ocasionados por quienes no cumplieron con sus obligaciones tributarias.
- Perjudica al desarrollo económico del país, no permitiendo que el Estado pueda redistribuir el ingreso a partir de la tributación.

En suma, la evasión tributaria nos perjudica a todos. Por este motivo, quienes formamos parte de la sociedad debemos hacer lo que esté a nuestro alcance para erradicarla.

2.1.4. RECAUDACION TRIBUTARIA

La administración Tributaria tiene como objetivo procurar el máximo de recaudación de tributos al mínimo costo dentro de las normas jurídicas establecidas.

La evasión representa el obstáculo fundamental que la administración tributaria debe enfrentar para cumplir con su objetivo esencial.

ESTRUCTURA DE LA RECAUDACION TRIBUTARIA EN EL PERU

De acuerdo al análisis de las estadísticas de Recaudación de SUNAT podemos concluir que muestra un alto grado de concentración;

es decir pocos contribuyentes aportan a la mayor parte del monto recaudado por concepto de impuestos.

CARACTERISTICA DEL SISTEMA DE RECAUDACION VIGENTE

Como consecuencia del alto grado de concentración en la recaudación, la SUNAT ha planteado como estrategia general de recaudación, otorgar un tratamiento diferenciado a un grupo reducido de contribuyentes, en función de la importancia de su recaudación en el proceso de recaudación y un tratamiento general para atender al resto de contribuyentes. Para ello se establecieron directorios que se actualizan periódicamente.

En relación a la estructura de la recaudación descrita se han establecido dos grandes sistemas y proceso de recaudación:

- Sistema de Principales contribuyentes
- Sistema de medianos y pequeños contribuyentes

FACTORES QUE INCIDEN EN LA RECAUDACION TRIBUTARIA

Los factores que inciden en la recaudación tributaria son de diferente naturaleza y configuran una realidad bastante compleja, pues concurren simultáneamente en el fenómeno tributario.

LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA Y LAS VARIABLES MACRO-ECONÓMICAS.

El Impuesto a la Renta, tanto de las Personas Jurídicas como de las Personas Naturales, depende directamente de la magnitud de las utilidades obtenidas en el ejercicio fiscal.

La recaudación por tributos a las importaciones está relacionada al valor total de las importaciones, principalmente del sector privado y del

tipo de cambio. La recaudación tributaria guarda mucha relación con el crecimiento de la actividad productiva. Por lo tanto es necesario fomentar el desarrollo de las actividades productivas.

2.1.5. EL TRIBUTO

El término tributo proviene de la palabra tribu, que significa conjunto de familias que obedecen a un jefe y que apoyan de alguna manera al sostenimiento de la tribu. En la edad media, el vasallo entregaba al señor feudal cierta cantidad de dinero o especies en reconocimiento por la carga que le significaba y por la protección que éste le brindaba. Con este tributo, el señor feudal mantenía el ejército, entre otras cosas. Es decir, el tributo existe desde nuestras primeras culturas y ha ido variando con el tiempo.

Arias, B. (2009) define al tributo mencionando que “El tributo puede ser definido como aquella obligación establecida por la ley consistente en una prestación de dar, generalmente en dinero, otorgada a favor del estado que no constituye sanción, y que para su determinación se considera la capacidad contributiva del sujeto obligado, resultando exigible coactivamente”.

Arancibia, M. (2004) doctrinalmente el termino tributo engloba a los impuestos, tasas y contribuciones: “los tributos son prestaciones pecuniarias en dinero o en especie que los entes públicos con potestad tributaria establecen en ejercicio de la misma”.

SUNAT, (2012). Define al tributo como “pago en dinero, establecido legalmente, que se entrega al estado para cubrir los gastos que demanda

el cumplimiento de sus fines, siendo exigible coactivamente ante su incumplimiento”.

COMPONENTES DEL TRIBUTO

Los componentes del tributo son el hecho generador, el contribuyente, la base de cálculo y la tasa.

- Hecho Generador: Es la acción o situación determinada en forma expresa por la Ley para tipificar un tributo y cuya realización da lugar al nacimiento de la obligación tributaria. También se conoce como hecho imponible.
- Contribuyente: Persona natural, jurídica, empresa o sucesión indivisa que realiza una actividad económica, que de acuerdo con la Ley, constituye un hecho generador, dando lugar al pago de tributos y al cumplimiento de obligaciones formales.
- Base de Cálculo: Se refiere a la cantidad numérica expresada en términos de medida, valor o magnitud sobre la cual se calcula el impuesto. También se conoce como base imponible.
- Tasa: También llamada alícuota. Es el valor porcentual establecido de acuerdo con la Ley para aplicarse a la base imponible, a fin de determinar el monto del tributo que el contribuyente debe pagar al Fisco. No se debe confundir con la tasa que es un tipo de tributo.

CLASIFICACIÓN DE LOS TRIBUTOS

A. SEGÚN SU NATURALEZA

1. Impuesto

El impuesto es un tributo cuya obligación no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del Estado.

Programa de Cultura Tributaria. (2009) Un impuesto no se origina porque el contribuyente reciba un servicio directo por parte del Estado, sino en un hecho independiente, como es la necesidad de que quienes conforman la sociedad aporten al sostenimiento del Estado para que cumpla con sus fines.

- Impuesto directo: Son aquéllos que inciden directamente sobre el ingreso o el patrimonio de las personas y empresas.

En el caso del impuesto directo, quien declara y lo paga es la persona que soporta la carga tributaria.

- Impuesto indirecto: Son aquéllos que inciden sobre el consumo, pero que los paga el consumidor del producto o servicio.

2. Contribución

Es el tributo cuya obligación es generada para la realización de obras públicas o actividades estatales en beneficio de un determinado grupo de contribuyentes (los que pagan la contribución).

3. Tasa

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

- Arbitrios: son tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público, como por ejemplo, el arbitrio municipal de limpieza pública, parques y jardines.
- Derechos: son tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes

públicos, como por ejemplo, el pago para obtener una partida de nacimiento.

- Licencias: son tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización. Por ejemplo, para abrir una bodega, se debe pagar dichos derechos al municipio para que le otorguen la licencia de funcionamiento.

B. SEGÚN SU ADMINISTRACIÓN

La administración tributaria recauda los tributos a través del Gobierno Central y de los Gobiernos Locales. Adicionalmente existen otros tributos que son administradas directamente por las entidades a las cuales se destinan esos fondos.

1. Tributos que recauda el gobierno central

- Impuesto a la renta
- Impuesto general a las ventas
- Impuesto selectivo al consumo
- Derechos arancelarios
- Régimen único simplificado
- Tasas por prestación de servicios públicos

2. Tributos que recaudan los gobiernos locales

TUO (2013) Los gobiernos locales administraran las contribuciones y tasa municipales, sean estas últimas, derechos, licencias o arbitrios, y por excepción los impuestos que la ley les asigne.

- Impuesto predial

Grava el valor de los predios urbanos y rústicos. La recaudación, administración y fiscalización corresponde a la municipalidad distrital donde se ubica el predio.

- Impuesto de alcabala

Grava las transferencias de urbanos y rústicos a título oneroso o gratuito, cualquiera sea su forma o modalidad, inclusive las ventas con reserva de dominio. La primera venta de inmuebles que realizan las empresas constructoras no está afecta al impuesto, salvo en la parte correspondiente al valor del terreno.

- Impuesto al patrimonio automotor

Impuesto de periodicidad anual que grava la propiedad de los vehículos, automóviles, camionetas, station wagons, camiones, buses y ómnibus, con una antigüedad no mayor de tres (3) años. Dicho plazo se computará a partir de la primera inscripción en el Registro de Propiedad Vehicular

- Impuesto a las apuestas

Impuesto de periodicidad mensual que grava los ingresos de las entidades organizadoras de eventos hípicas y similares, en los que se realice apuestas.

- Impuesto a los juegos

Impuesto de periodicidad mensual que grava la realización de actividades relacionadas con los juegos, tales como loterías, bingos y rifas, así como la obtención de premios en juegos de azar.

- Impuesto a los espectáculos públicos no deportivos

Impuesto que se aplica sobre el monto que abonan los asistentes por concepto de ingreso a espectáculos públicos no deportivos en locales y parques cerrados, con excepción de los espectáculos culturales debidamente calificados por el Instituto Nacional de Cultura.

- Contribuciones especiales para obras públicas

Tributo que grava los beneficios derivados de la ejecución de obras públicas por la municipalidad. En la determinación de la contribución especial por obras públicas, las municipalidades calcularán el monto, teniendo en consideración el mayor valor que adquiera la propiedad beneficiada por efecto de la obra municipal.

- Tasas sobre arbitrios, derechos y licencias.

Son los tributos creados por los concejos municipales cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por la municipalidad de un servicio público o administrativo, reservado a las municipalidades de acuerdo con la Ley Orgánica de Municipalidades.

3. Tributos nacionales creados a favor de los gobiernos locales

- Impuesto de promoción municipal

El Impuesto de Promoción Municipal grava con una tasa del 2% las operaciones afectas al régimen del Impuesto General a las Ventas y se rige por sus mismas normas. Se paga de manera conjunta con el IGV y es recaudado por la SUNAT, que destina lo correspondiente al Fondo de Compensación Municipal.

- Impuesto al rodaje
- Participación en rentas de aduanas
- Impuesto a las embarcaciones de recreo

2.1.6. PRINCIPALES REGÍMENES TRIBUTARIOS:

Por régimen tributario nos referimos al conjunto de normas que regulan el cumplimiento de las obligaciones sustanciales, vinculadas directamente al pago de tributos, y de las obligaciones formales, relacionadas con trámites, documentos o instrumentos que facilitan el pago de tributos, como por ejemplo, la presentación de declaraciones a la SUNAT, la entrega de comprobantes de pago o llevar libros contables, entre otros. (Programa de cultura tributaria, 2009).

Entonces, para poder regularlos y dar facilidad a los que tienen menos volumen de ingresos se han creado tres regímenes tributarios a saber:

A. RÉGIMEN GENERAL DEL IMPUESTO A LA RENTA- RGR

Es un régimen tributario, que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (aquellas provenientes del capital, trabajo o de la aplicación conjunta de ambos factores), y que están afectos a: Impuesto a la renta, IGV, ISC (impuesto selectivo al consumo).

Aquellos contribuyentes que provienen del nuevo régimen único simplificado (NRUS) o del régimen especial del impuesto a la renta (RER), que deseen incorporarse al régimen general, pueden realizarlo en cualquier momento del año mediante la presentación de la declaración pago correspondiente al mes en que se incorpore, utilizando el PDT N° 621 o el formulario N° 119 según corresponda.

B. REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO –RUS

El nuevo régimen único simplificado, es un régimen promocional de la pequeña y micro empresa, que consiste en el pago de una cuota única

en forma mensual, la cual se determinará sobre la base de la categoría en la cual se ubique el contribuyente.

Este régimen tributario promocional está dirigido a:

- Las persona naturales y sucesiones indivisas domiciliadas en el país, que exclusivamente obtengan rentas por la realización de actividades empresariales (actividades generadoras de rentas de tercera categoría de acuerdo con la ley del impuesto a la renta.
- Las personas naturales no profesionales, domiciliadas en el país, que perciban rentas de cuarta categoría únicamente por actividades de oficio.

C. RÉGIMEN ESPECIAL DE RENTA – RER

Es un régimen dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría proveniente de:

- 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.
- Actividades de servicios, entendiéndose por tales a cualquier otra actividad no señalada expresamente en el inciso anterior.

Arias et al. (2006) menciona que: “los sujetos que hubieran incitado actividades durante el ejercicio gravable, consideraran como ingresos netos anuales a los que resultan de dividir el total de ingreso netos entre el número de meses transcurridos” (pag.203).

2.1.7. SISTEMA TRIBUTARIO

Arias, Baldeón, Bernal, Brun, Espinoza, Rojas. (2006) Se refirieron al libro de Villegas mencionando: “Según Villegas nos dice que el sistema tributario consiste en el estudio del aconjunto de tributos tomado como un todo, y seguidamente lo define como el conjunto de tributos que establece un país en una determinada época”.

Realizada esta definición, podemos advertir que el sistema tributario al estar compuesto por los tributos vigentes en una época determinada, el mismo es de carácter cambiante, por lo que el sistema tributario debe ser estudiado tomando en consideración los cambios normativos que se producen en el tiempo.

El sistema tributario nacional peruano tiene una estructura básica, estándar a nivel internacional, y está orientado por:

- Ley del Sistema Tributario Nacional (D. Legislativo N° 771)
- Ley de Tributación Municipal (D. Legislativo N° 776)
- Código Tributario
- Ley del Impuesto a la Renta
- Ley del IGV e ISC

Comprende: Impuestos, Contribuciones y Tasas.

ELEMENTOS DEL SISTEMA TRIBUTARIO PERUANO

- Política tributaria

Conjunto de directrices, orientaciones, criterios y lineamientos para determinar la carga impositiva directa e indirecta para financiar la actividad del estado.

- Sistema tributario

Conjunto de dispositivos legales mediante los cuales se implementa la política tributaria. Destaca el código tributario como la norma más importante.

- Administración tributaria

Constituye la parte operativa del sistema tributario y en ella se definen, diseñan, programan, ejecutan y controlan las acciones concretas para alcanzar las metas trazadas en lo que a recaudación se refiere.

2.1.8. OBLIGACION TRIBUTARIA

TUO (2013). La obligación tributaria que es de derecho público es el vínculo entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente,

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

TUO (2013). Las obligaciones de los administrados son:

- Inscribirse en el RUC.
- Colocar su RUC en los documentos respectivos.
- Emitir, otorgar y portar los comprobantes de pago.
- Llevar todos los libros exigidos por diversas normas.
- Exhibir toda la documentación exigida.
- Proporcionar información propia y de terceros.

- Conservar libros y documentos por periodos no prescritos.
- Mantener operativos los sistemas informáticos por periodos no prescritos.
- Concurrir cuando sea citado a la administración.
- Entregar guía de remisión al remitir bienes.
- Sustentar posesión de bienes con documentos.
- Guardar absoluta reserva sobre información de terceros.
- Permitir la instalación de dispositivos de control.

ELEMENTOS DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

- **ACREEDOR TRIBUTARIO**

“Acreedor tributario es aquel a favor del cual se debe realizarse la prestación tributario”

- **DEUDOR TRIBUTARIO**

“Deudor tributario es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable”.

NACIMIENTO DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

TUO (2013). La obligación tributaria nace cuando se realiza el previsto en la ley, como generador de dicha obligación.

CIAT (ART. 13). La obligación tributaria surge entre el Estado y los sujetos pasivos en cuanto ocurre el supuesto de hecho previsto en la ley, constituye un vínculo de carácter personal aunque su cumplimiento se asegure mediante garantía real o con privilegios especiales.

EXIGIBILIDAD DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

TUO (2013). La obligación tributaria es exigible:

- Cuando deba ser determinada por el deudor tributario, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado por ley o reglamento y, a falta de este plazo, a partir del décimo sexto día del mes siguiente al nacimiento de la obligación.

Tratándose de tributos administrados por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT, desde el día siguiente al vencimiento del plazo fijado en el art. 29° de este código.

- Cuando deba ser determinada por la Administración Tributaria, desde el día siguiente al vencimiento del plazo para el pago que figure en la resolución que contenga la determinación de la deuda tributaria. A falta de este plazo, a partir del décimo sexto día del mes siguiente a su notificación.

DETERMINACION DE LA OBLIGACION TRIBUTARIA

Vara, J. (2010). La determinación de la obligación tributaria consiste en el acto o conjunto de actos emanados de la administración, de los particulares o de ambos coordinadamente, destinados a establecer en cada caso particular, la configuración del presupuesto de hecho, la medida de lo imponible y el alcance de la obligación.

Por la determinación de la obligación tributaria, el Estado provee la ejecución efectiva de su pretensión. Por el acto de la determinación de la obligación tributaria.

- El deudor tributario verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, señala la base imponible y la cuantía del tributo.

- La administración tributaria verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, identifica al deudor tributario, señala la base imponible y la cuantía del tributo.

2.1.9. INFRACCION TRIBUTARIA

“La infracción tributaria, toda acción u omisión que importe la violación de normas tributarias, tributarias, siempre que se encuentre tipificado como tal en el presente título o en otras leyes o decretos legislativos”. (DECRETO SUPREMO N° 133-13-EF, Texto Único Ordenado del Código Tributario, Art.164°)

CLASES DE INFRACCION TRIBUTARIA

- **INFRACCION SUSTANCIAL.**

Consiste en el no pago de los tributos dentro de los términos legales. Este incumplimiento tiene un carácter eminentemente objetivo, por lo que para la administración tributaria solo basta el no pago de tributo dentro del plazo de ley.

- **INFRACCION FORMAL.**

Son obligaciones formales aquellas que se refieren al incumplimiento de los deberes impuestos al contribuyente, responsable o tesorero, tendientes a la determinación de la obligación tributaria llamadas infracciones formales.

ELUSION TRIBUTARIA

“Al definir la elusión tributaria nos referimos a la evasión tributaria lícita, término que preferimos utilizar por ser más adecuado al momento de utilizarlo.

La elusión tributaria consiste en que mediante el empleo de la ley, el contribuyente busca la manera de pagar menos impuesto o de eludir la carga tributaria, no pagándola”.

2.1.10. COMPROBANTES DE PAGO

Se consideran comprobantes de pago a los documentos que acreditan la transferencia de bienes, entrega en uso o la prestación de servicios, siempre que:

- A. Reúnan todos los requisitos y las características mínimas establecidos por el RCP.
- B. Hayan sido impresos o importados por imprentas, empresas graficas o importadores que s encuentren inscritos en el registro de imprentas; y,
- C. Se trate de alguno de los siguientes documentos:
 - Facturas.
 - Recibo por honorario
 - Boletas de venta
 - Liquidaciones de compra
 - Guía de Remisión
 - Tickets o cintas emitidos por máquinas registradoras
 - Documentos autorizados conforme al num.6 del art.4º del reglamento
 - Otros documentos que por su contenido y sistema de emisión permitan un adecuado control tributario y se encuentren expresamente autorizados, por la Superintendencia de Administración Tributaria - SUNAT.

COMPROBANTES DE PAGO Y SU IMPORTANCIA

A pesar de los avances realizados en materia tributaria, un sector de la población no toma conciencia aún sobre el valor de los comprobantes de pago y la importancia de exigirlos.

La forma más común y simple de evasión es no entregar comprobante de pago. En la mayoría de casos, quienes evaden impuestos de esta manera encuentran a sus aliados involuntarios en las personas que, por no demorarse unos minutos o por desconocimiento, no les interesa exigir la entrega de su comprobante de pago. Esto ocurre porque no existe una cultura tributaria; es decir, no se comprende la real importancia de los comprobantes de pago, que son considerados simples “papelitos”.

Pues bien, esos “papelitos” son los primeros documentos en los que se registra una compra o venta de bienes, la prestación de un servicio, así como la entrega en uso, y asimismo señalan el impuesto que se debe pagar por dicha operación o transacción. En consecuencia, si el vendedor no emite el comprobante de pago respectivo, no habrá rastro de la operación o transacción realizada, pues no existirá un documento que la acredite, por ende no se cumplirá el ciclo del negocio, el cual desarrollaremos más adelante.

Siguiendo con el razonamiento, al no haber prueba de la transacción, no será necesario anotarla en los registros y libros contables. Por consiguiente, los ingresos obtenidos por el vendedor en dichas operaciones no serán declarados periódicamente. Ello supone que este

mal ciudadano declarará ingresos menores a los reales y no pagará o pagará un tributo menor al que le corresponde.

Muchas veces los consumidores finales no entendemos que al pagar por un bien o servicio prestado, ya estamos pagando también el Impuesto General a las Ventas (18% sobre el valor de venta) y que, al pagarlo, el comerciante no tendría por qué añadir un 18% más sobre este monto para entregarnos el comprobante de pago; y más aún, si no pedimos el comprobante de pago estamos colaborando con la evasión tributaria.

DOCUMENTOS CONSIDERADOS COMPROBANTES DE PAGO

El reglamento contiene una lista taxativa de Los documentos que son considerados comprobantes de pago, y además menciona expresamente sus efectos:

- Facturas.
- Boletas de venta.
- Recibo por honorarios.
- Liquidaciones de compra.
- Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras.
- Documentos autorizados. Deben contener el número de RUC del emisor y un número correlativo que los identifique, así como cualquier otro requisito que específicamente establezca la SUNAT.

FORMALIDADES DE LOS COMPROBANTES DE PAGO

Según el artículo 15º del reglamento de comprobantes de pago, a fin que los comprobantes de pago permitan sustentar costo o gasto o

crédito fiscal deben contar con los requisitos impresos y no necesariamente impresos (Arias et al., 2006, pag.75).

Por ello los requisitos específicos para cada tipo de comprobante son muy importantes, entre ellos mencionamos los siguientes.

- Dimensiones mínimas. Veintiún (21) centímetros de ancho y 14 centímetros de alto.
- Copias. La primera y segunda copias serán expedidas mediante el empleo de papel carbón, carbonato o autocopiado químico. El destino del original y copias deberá imprimirse en el extremo inferior derecho del comprobante de pago.

La leyenda relativa al no otorgamiento de crédito fiscal de las copias será impresa diagonal u horizontalmente y en caracteres destacados.

- Otros. El número de RUC, la denominación del comprobante de pago y su numeración estarán impresos en un recuadro de 4 centímetros de altura por 8 centímetros de largo, enmarcado por un filete. Dicho recuadro estará ubicado en el extremo superior derecho del documento.

El número de RUC y el nombre de documento deberán ser impresos en letras tipo "univers médium" con cuerpo 18 y en alta u otras que se les asemejen. En cuanto a la numeración del comprobante de pago, no podrá tener un tamaño inferior a 4 milímetros de altura.

En el caso de boletas de venta y recibos por honorarios, no existe obligación de cumplir con las características señaladas en los

párrafos anteriores, salvo en lo relativo a la manera de expedición de la copia, para lo cual se empleara papel carbón, carbonado o autocopiado químico.

- Numeración. La numeración de los comprobantes de pago, a excepción de los tickets emitidos por máquinas registradoras, constara de 10 dígitos, de los cuales:

Los 3 primeros números de izquierda a derecha, corresponden a la SERIE. Se emplearan para identificar el punto de emisión.

Los 7 números restantes, corresponden al NUMERO CORRELATIVO. Estarán separados de la SERIE por un guion o por el símbolo (Nº). Para cada serie establecida, el número correlativo comenzara sin excepción de 0000001, pudiendo omitirse la impresión de los ceros a la izquierda del correspondiente comprobante.

CONSERVACIÓN DE LOS COMPROBANTES DE PAGO

Las copias y, en su caso, los originales de los comprobantes de pago y demás documentos contable deben conservarse durante el periodo de prescripción de la acción fiscal.

2.2.MARCO CONCEPTUAL

ACREEDOR TRIBUTARIO

Aquel en favor del cual debe realizarse la prestación tributaria. El gobierno central, los gobiernos regionales y los gobiernos locales, son acreedores de la tributaria, así como las entidades de derecho público con personería jurídica propia cuando la ley les asigne esa calidad expresamente.

ADMINISTRACION TRIBUTARIA

La administración tributaria está conformada por los órganos del Estado que ejecutan la política tributaria que son la SUNAT y las Municipalidades. En nuestro medio la Administración Tributaria es ejercida por dos niveles de gobierno.

ALICUOTA

Corresponde a la parte o proporción fijada por la ley para la determinación de un derecho, impuesto u otra obligatoriedad tributaria.

ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS

Analizar e interpretar supone búsqueda de sentido y grado de significado de los datos recolectados, para ello es necesario respaldar este procedimiento en las interrogantes, en el marco teórico y las hipótesis de la investigación.

BASE IMPONIBLE

Corresponde a la cuantificación del hecho gravado, sobre la cual debe aplicarse de forma directa la tasa del tributo, con la finalidad de determinar el monto de la obligación tributaria.

BASE TRIBUTARIA

Se considera base tributaria a la cantidad de contribuyentes que se encuentran inscritos en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT y de esa manera están obligados al cumplimiento.

El conjunto de estos contribuyentes se incrementa cada periodo, por la misma razón de crecimiento natural de la sociedad y su desarrollo, por el transcurso del tiempo.

CAPACIDAD CONTRIBUTIVA

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

CAPACIDAD TRIBUTARIA

Es la aptitud que tiene una persona natural o jurídica para pagar impuestos y que está de acuerdo a la disponibilidad de recursos con los que cuenta.

CAPACITACION

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

COMERCIO

Actividad propia de intercambio; representa la negociación que hacen las personas físicas o jurídicas y los estados ya sea comprando, vendiendo o permutando toda clase de bienes. Para que sea reputado mercantil es preciso que medie ánimo y que persigue la intermediación de bienes y servicios en el mercado.

COMERCIANTE

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

CONTRABANDO

En su sentido general, es el comercio que se hace violando las leyes de un país. En su acepción del derecho aduanero, es un delito que consiste en la

introducción o internamiento en un país de mercadería prohibida o sin pago de derechos de importación ni paso legal por la ADUANAS.

CONTRIBUCION

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

CONTRIBUYENTES

Son las personas individuales, prescindiendo de su capacidad legal, según el derecho privado y las personas jurídicas, que realicen o respecto de las cuales se verifica el hecho generador de la obligación tributaria.

COMPROBANTE DE PAGO

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

CULTURA TRIBUTARIA

Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación.

DECLARACION JURADA

Es una declaración juramentada que se realiza por mandato legal y constitucional, en la que un funcionario público informa sobre todos los ingresos, bienes y rentas que posee o percibe.

DEUDA TRIBUTARIA

Es aquella compuesta por el tributo, las multas y/o intereses. A su vez, los intereses comprenden el interés moratorio por el pago extemporáneo del tributo a que se refiere el artículo 33°, el interés moratorio aplicable a las multas a que se refiere el artículo 181° y el interés por aplazamiento y/o fraccionamiento de pago previsto en el artículo 36° del código tributario.

DEUDOR TRIBUTARIO

Deudor tributario es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente y responsable.

ELUSION TRIBUTARIA

Consiste en sustraerse el pago de los impuestos, no realizando operaciones gravadas, o prefiriendo los catos de gravamen inferior. O sea el contribuyente busca la manera de pagar menos impuesto, o de eludir la carga tributaria, no pagándola. Su licitud resulta como consecuencia de que no se viola ningún precepto legal, es decir hay una actitud jurídicamente inobjetable.

ETICA TRIBUTARIA

La ética tributaria es lo que se debe hacer con el pago correcto de los impuestos.

EVASION

Acción que se produce cuando un contribuyente deja de cumplir con su declaración y pago de un impuesto según lo que señala la ley. Esta acción puede ser involuntaria (debido a ignorancia, error o distinta interpretación de la buena fe de la ley) o culposa (animo preconcebido de burlar la norma legal, utilizando cualquier medio que la ley prohíbe o sanciona).

EVASION TRIBUTARIA

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

FISCALIZACIÓN TRIBUTARIA

La fiscalización tributaria es la revisión, control y verificación que realiza la Administración Tributaria respecto de los tributos que administra, sin la necesidad de que el contribuyente lo solicite, verificando de esta forma, el correcto cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

FORMAL

Adjetivo relativo a la forma que es consecuente, juicioso/expreso, preciso.

GASTOS PUBLICOS

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

HECHO GENERADOR

También se le llama hecho imponible es el presupuesto establecido por la ley, para tipificar el tributo y cuya realización origina el nacimiento de la obligación tributaria.

IMPUESTO

Es una parte de la renta del ciudadano, que el estado percibe con el fin de proporcionarse los medios necesarios para la producción de los servicios públicos generales. Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del estado.

IMPUESTOS DIRECTOS

Son imposiciones que gravan el ingreso y el patrimonio de las unidades institucionales, dichos pagos obligatorios recibidos por las administraciones publicas comprenden el impuesto a la renta, al patrimonio por enajenación de bienes inmuebles, sujeción y otros.

IMPUESTOS INDIRECTOS

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

MERCADO

Existe un mercado cuando los compradores que desean intercambiar dinero por un bien o servicio, están en contacto con los vendedores que desean intercambiar bienes o servicios por dinero. Así el mercado se define en términos de las fuerzas fundamentales de la oferta y la demanda y no se refiere de manera necesaria a alguna localización geográfica determinada.

OBLIGACION FORMAL

Es el deber de los contribuyentes de cumplir con la presentación de las comunicaciones, declaraciones juradas, llevar libros de contabilidad y otras complementarias.

OBLIGACION SUSTANCIAL

Es el deber a cargo de un contribuyente o responsable de pagar un tributo correspondiente.

OBLIGACION TRIBUTARIA

La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, esto es el pago del tributo, siendo exigible coactivamente.

OMISION DEL PAGO

Se considera que un contribuyente es omiso al pago cuando no ha realizado ningún pago o el pago efectuado no cubre la totalidad de la deuda declarada, no obstante de haber presentado el formulario de declaración.

POLITICA FISCAL

Conjunto de orientaciones, pensamientos y decisiones que adopta el gobierno de un estado para conseguir sus objetivos económicos y sociales a través de medidas vinculadas al ingreso y gasto público. La política fiscal es el procedimiento que sigue el sector público relacionado con sus decisiones sobre el gasto, tributos y endeudamiento.

POLITICA TRIBUTARIA

Disciplina que determina, una vez acordado el principio de recaudación por ingreso fiscal, las características generales del tributo en función a la información económica y psicológica de la población. Estas tienen íntima conexión con la política presupuestaria y con la técnica fiscal.

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. HIPOTESIS GENERAL

El bajo nivel de la cultura tributaria y la práctica de la evasión influyen directamente en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno, Periodos 2016.

2.3.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS

- La baja cultura tributaria influye directamente en la evasión de los impuestos de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.
- Los altos niveles de evasión, repercuten en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.

CAPITULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. METODOS

Para el desarrollo del presente trabajo de Investigación titulado: “Influencia de la cultura tributaria, evasión tributara en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, período 2016” se utilizaron los métodos analítico, sintético, descriptivo e inductivo.

3.1.1. METODO ANALITICO

A través de este método se realizó un análisis detallado de acuerdo a la muestra presentada del problema de la cultura Tributaria, la evasión tributaria y la recaudación tributaria, descomponiéndolo del todo en sus partes en elementos para dar a conocer sus características, causas y factores que originan este problema, teniendo como base las variables presentadas y determinando así la recaudación tributaria de los comerciantes.

3.1.2. METODO SINTETICO

Este método nos permitió realizar el análisis detallado de acuerdo a la muestra presentada del problema de la influencia de la cultura tributaria, evasión tributaria en la recaudación tributaria de los

comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno, Período 2016, todo ello nos permitió obtener conclusiones parciales después del problema planteado. Asimismo nos servirá para realizar el marco teórico y el marco conceptual del problema de investigación.

3.1.3. METODO DESCRIPTIVO

Nos permitió buscar los conocimientos para explicar, discutir, evaluar y ordenar los datos e informaciones con el fin de conocer los detalles y las características de todo lo que se investiga. Este método descriptivo configura el modelo de investigación descriptiva, que es aquella que se lleva a cabo recoge las informaciones sobre situaciones o hechos actuales con el objeto de examinarlos, analizarlos y describirlos y con ello determinar su influencia y las relaciones que existe entre los mismos. En nuestra presente investigación nos permitió llegar a conocer la realidad de la situación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno

3.1.4. METODO INDUCTIVO

Se utilizó este método para cumplir con los objetivos planteados y para la formulación de conclusiones de la investigación en base a los resultados. La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén en “relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. A partir de verdades particulares, concluimos verdades generales”. La inducción nos permitió partir de la observación de las situaciones particulares de

los contribuyentes en estudio que enmarca el problema de investigación con el objeto de llegar a las conclusiones y premisas generales.

3.2. POBLACION

Para el presente trabajo de investigación, la población está comprendida por los comerciantes de los diferentes rubros, por las características del estudio y la mayor concentración de comerciantes informales y focalización se ha establecido como población a los comerciantes del mercado Laykakota de la ciudad de Puno, con 825 empadronados, distribuidos en diferentes rubros.

3.3. MUESTRA

La muestra para la presente investigación se calculó con la formula siguiente:

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

$$n = \frac{825 * 1.96^2 * 0.92 * 0.08}{0.05^2(825 - 1) + 1.96^2 * 0.92 * 0.08}$$

$$n = 99.567 = 100$$

Donde:

N = 825 = Población

n = Tamaño de la muestra

Z = 1.96 = Nivel de confianza 95%

p = 92% = Probabilidad de aciertos

$q = 8\%$ = Probabilidad de fracasos

$e = 5\%$ = Error estándar

3.4. TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION

3.4.1. CUESTIONARIOS

Los cuestionarios nos permitirán identificar la cultura tributaria, la evasión tributaria y conocer su influencia en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno.

3.4.2. ENTREVISTAS

Esta técnica nos guiara a conocer el pensamiento de los comerciantes del Mercado Laykakota, de cómo es su cultura tributaria. Será utilizada también para la obtención de la información mediante un diálogo sostenido entre el entrevistado y el entrevistador a través de un encuentro formal planificado basado en una cultura de ética requerida en todo el trabajo de investigación.

3.4.3. ANALISIS DOCUMENTAL

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

3.5. TECNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

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

- Recopilar información: La recopilación de información se realizara mediante la encuesta.

- Ordenamiento y clasificación de datos: Se procederá a clasificar manualmente a las encuestas realizadas.
- Tabulación de la información: Se realizara la tabulación mediante tablas con los resultados que se obtendrá.
- Elaboración de tablas y gráficos: Se realizara mediante el programa Excel.
- Análisis de información: Se procederá a analizar los resultados que se obtendrá Interpretación de la información: Se procederá a interpretar los resultados que se obtendrá.

3.6. LOCALIZACION DEL PROYECTO

La localización del proyecto de este trabajo de investigación se encuentra ubicada en el distrito, provincia y departamento de Puno, específicamente en el Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, situado en la Av. El sol cuadra N° 11 de la ciudad de Puno.

3.7. 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°48'46''	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 altiplano 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).

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 peruana como la agricultura y la ganadería respectivamente.

3.8. LÍMITES

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

SUR : Provincia del Collao y Departamento de Moquegua.

ESTE : Provincia del Collao y el Lago Titicaca.

OESTE: Departamento 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., el lago navegable más alto del mundo. Se encuentran en la región de la sierra a los 15°50'26" de la 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 Has., que representa el 0,24% del territorio de la Provincia de Puno.

3.9. CONOCIMIENTO DEL MERCADO LAYKAKOTA

El Mercado Laykakota se ubica al sur de la ciudad de Puno, y esta se encuentra en la meseta del altiplano. El mercado Laykakota se ubica al sur de la ciudad de Puno, a unos cuantos pasos del parque Dante Nava esto por el lado norte y por el sur está a una cuadra del cementerio central de Puno. Se encuentra entre la avenida el sol por el este y con la avenida Laykakota por el oeste. Se aprecia una especie de sala o mercado cubierto que ocupa el centro en cuyo interior se encuentran a vendedoras que realizan un pago por derecho al puesto, en estos puestos se expenden productos como carne, legumbres, productos de primera necesidad frutas, jugos entre otros.

En el exterior del mercado se aprecian pequeños puestos distribuidos por secciones de un espacio más o menos de dos metros de largo por dos metros de ancho, pintados de color celeste con un techo calaminado, en ella se puede encontrar productos como en el lado izquierdo se encuentran una fruteras, en la parte baja se encuentran puestos donde se venden discos, películas y golosinas, mientras que en la parte derecha del mercado se expende comida, como thimpo de trucha, entre otros. A parte de estos productos también se pueden encontrar otros

productos como plantas medicinales, ropa y zapatos, diversos accesorios. En la parte superior del mercado en las horas de la noche se ubican vendedoras de salchipollo y en la parte baja se vende pan. También se aprecian a pequeños comerciantes que no cuentan con un puesto asignado los cuales traen sus productos se ubican en un determinado lugar, así sea el suelo y ahí expenden sus productos que básicamente está constituido por productos como el cañihuaco, quispiño, habas tostada, cebada, entre otros.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

En el presente numeral se muestran los resultados de la aplicación de la encuesta a los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, se muestran los datos en tablas y gráficos y la correspondiente descripción y análisis de la información obtenida como resultado de aplicación de la técnica de la recolección de datos, como lo es la encuesta, entrevista simple y comprensión sobre impuestos.

Como punto de partida es necesario mencionar que al momento de la aplicación de nuestra encuesta tuvimos problemas como es, algunos de nuestros encuestados no estuvieron dispuestos a colaborar con nuestra investigación, incluso algunos se llegaron a molestar pensando que les estaba espiando a si brindar información a la Sunat, cabe decir también que solo fueron unas cuantas estas personas que no estuvieron dispuestos a colaborar pero la gran mayoría de nuestros encuestados nos brindó información para así llevar adelante esta presente investigación.

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

4.1. EVALUACION DE LA INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA EVASIÓN DE LOS IMPUESTOS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO.

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

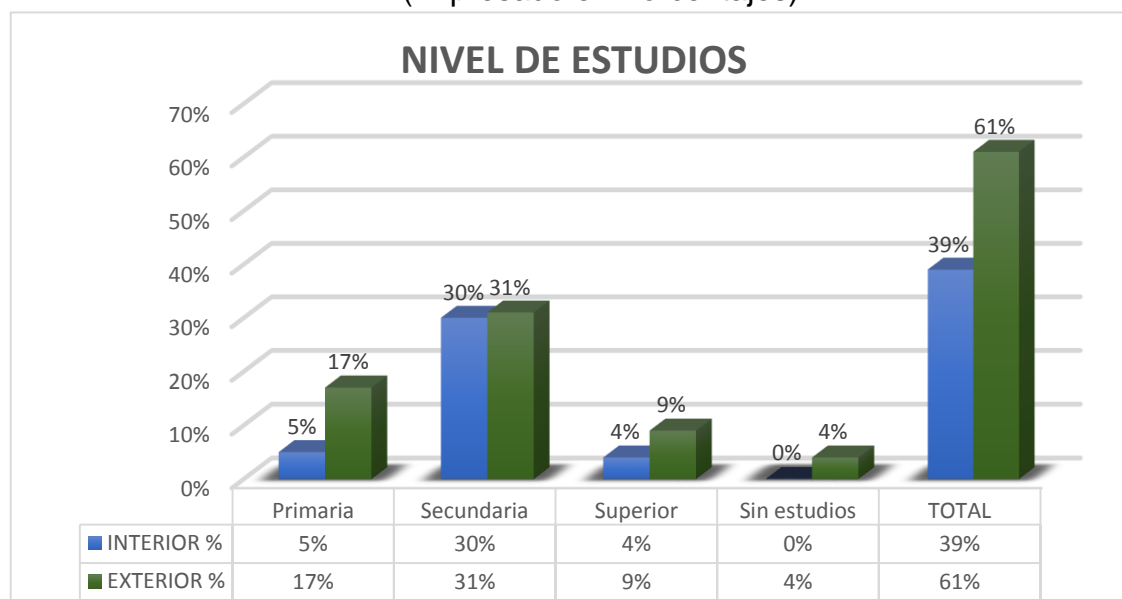
CUADRO 01
NIVEL DE ESTUDIOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAYKAKOTA
INDICADOR: NIVEL DE ESTUDIO
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

NIVEL DE ESTUDIOS	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Primaria	5	5%	17	17%	22	22%
Secundaria	30	30%	31	31%	61	61%
Superior	4	4%	9	9%	13	13%
Sin estudios	0	0%	4	4%	4	4%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 01

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 01

DESCRIPCION:

Según el cuadro 01 y gráfico 01, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno a la pregunta planteada ¿Cuál es su nivel de estudios?

Respondieron lo siguiente:

- 22 comerciantes tiene educación primaria lo que representa el 22% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 5% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 17% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 61 comerciantes tiene educación secundaria lo que representa el 61% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 30% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 31% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 13 comerciantes tiene educación superior lo que representa el 13% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 4% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 9% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 4 comerciantes no cuenta con estudios (analfabeta) lo que representa el 4% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 0% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana

y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 4% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que el nivel de educación con que cuentan los Comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno es un factor determinante de la cultura tributaria, ya que el bajo nivel de conocimientos tributarios que poseen es debido a que en la curricula nacional de la educación básica regular: primaria y secundaria no están incluidos temas acerca del sistema tributario nacional, tributos, entre otros; o si lo están no se toman en cuenta en la enseñanza pues según la entrevista nos mencionaron que jamás les inculcaron temas tributarios en las instituciones educativas. Por ello podemos mencionar que el nivel de estudios con que cuenta una persona hace que esta sea más instruida.

CUADRO 02

¿QUÉ ENTIENDE USTED POR IMPUESTOS?

INDICADOR: CONOCIMIENTOS TRIBUTARIOS

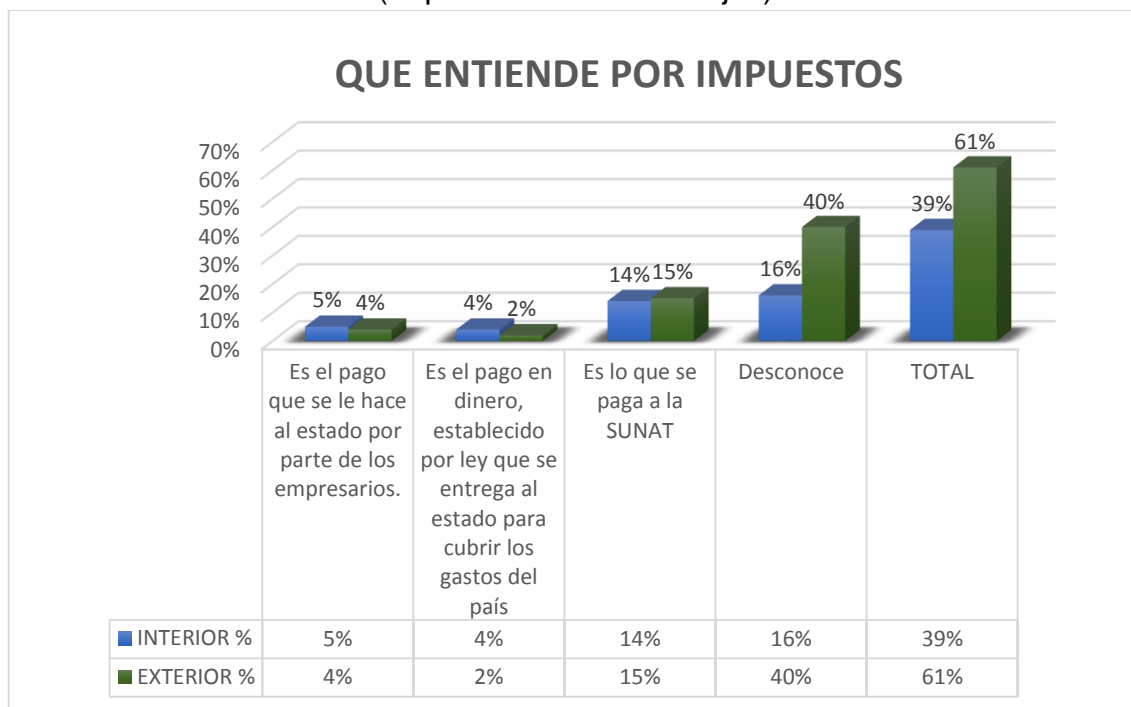
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

QUE ENTIENDE USTED POR IMPUESTOS	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Es el pago que se le hace al estado por parte de los empresarios.	5	5%	4	4%	9	9%
Es el pago en dinero, establecido por ley que se entrega al estado para cubrir los gastos del país	4	4%	2	2%	6	6%
Es lo que se paga a la SUNAT	14	14%	15	15%	29	29%
Desconoce	16	16%	40	40%	56	56%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 02

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 02

DESCRIPCION:

Según el cuadro 02 y gráfico 02, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, respondieron a la pregunta ¿Qué entiende usted por impuestos? lo siguiente:

- 9 comerciantes afirman que los impuestos son el pago que se hace al estado por parte de los empresarios; y esta representa el 9% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 5% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 4% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 6 comerciantes tienen idea o creen que los impuestos son el pago en dinero, establecido por ley que se entrega al estado para cubrir los gastos del país; y estos representan el 6% del total de la muestra estudiada, de

los cuales el 4% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 2% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 29 comerciantes afirman que es lo que se paga a la SUNAT y esto representa el 29% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 14% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 15% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 56 comerciantes mencionan que desconoce acerca de que es el impuesto; y esto representa el 56% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 16% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 40% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno en su mayoría desconoce acerca de que son los impuestos exactamente pues muchos de los comerciantes encuestados no tenían un concepto definido acerca de este término o incluso lo desconocen, esto es por falta de conocimientos tributarios básicos como el sistema tributario nacional, los tributos y demás; asimismo por falta de orientación por parte de los entes administradores de tributos como la Sunat. Es por ello que solo una minoría mencionaba que los impuestos es el dinero que el contribuyente paga a SUNAT.

CUADRO 03

¿CONOCE USTED QUE IMPUESTOS SE PAGAN AL ESTADO?

INDICADOR: CONOCIMIENTOS TRIBUTARIOS

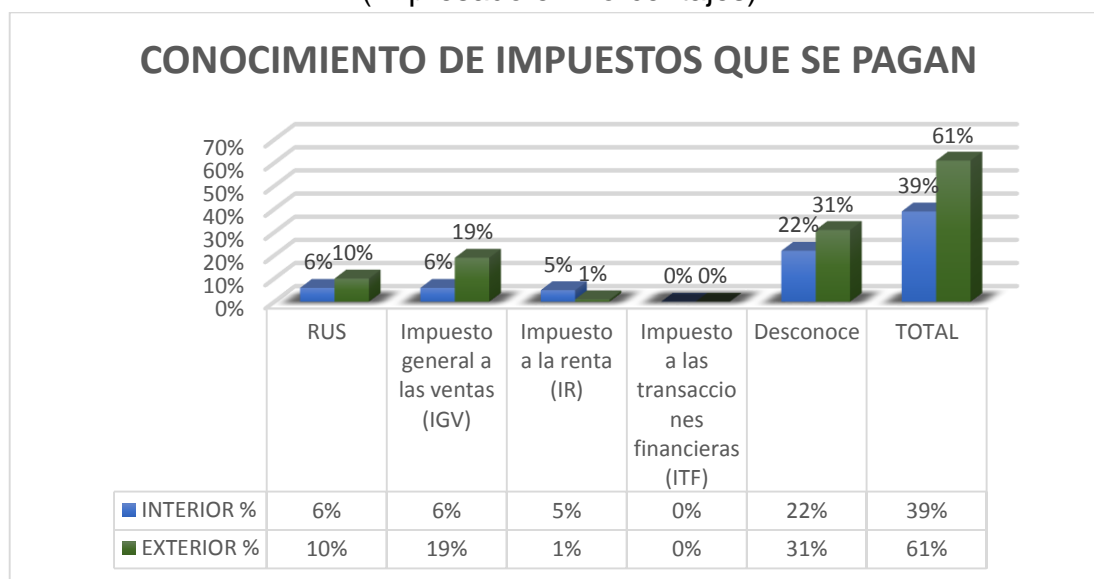
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

CONOCIMIENTO DE IMPUESTOS QUE SE PAGAN AL ESTADO	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
RUS	6	6%	10	10%	16	16%
Impuesto general a las ventas (IGV)	6	6%	19	19%	25	25%
Impuesto a la renta (IR)	5	5%	1	1%	6	6%
Impuesto a las transacciones financieras (ITF)	0	0%	0	0%	0	0%
Desconoce	22	22%	31	31%	53	53%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 03

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 03

DESCRIPCION:

Según el cuadro 03 y gráfico 03, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, respondieron a la pregunta ¿Conoce usted que impuestos se pagan al estado? lo siguiente:

- 16 comerciantes mencionan que conoce el Régimen Único Simplificado; y esta representa el 16% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6% son del sector interior (abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 10% son del sector exterior (lado este, lado oeste, lado sur, lado norte, plataforma, pasaje San Román).
- 25 comerciantes mencionan que conoce el Impuesto General a las Ventas - IGV; y esta representa el 25% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 6% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 19% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 6 comerciantes mencionan que conoce el Impuesto a la Renta - IR; y esta representa el 6% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 5% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 1% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 0 comerciantes mencionan que conoce el Impuesto a la Transacciones financieras - ITF; y esta representa el 0% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 0% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 0% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 53 comerciantes mencionan que desconocen los impuestos que se pagan al estado; y esta representa el 53% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 22% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 31% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, en su mayoría desconocen cuáles son los impuestos que se pagan al estado, esto a causa de la falta de conocimientos tributarios y la desinformación que estos tienen por parte de la administración tributaria como la Sunat o demás instituciones, es por ello que muchos de los comerciantes no tienen conocimientos básicos y jamás escucharon acerca de temas como el sistema tributario nacional, tributos, tributación o cultura tributaria y por ende nunca le tomaron interés para aprender acerca de estos temas, mucho menos para poder cumplir con sus obligaciones tributarias básicas.

CUADRO 04

¿ALGUNA VEZ ASISTIERON A LAS CHARLAS QUE OFRECE LA SUNAT?

INDICADOR: CONOCIMIENTOS TRIBUTARIOS

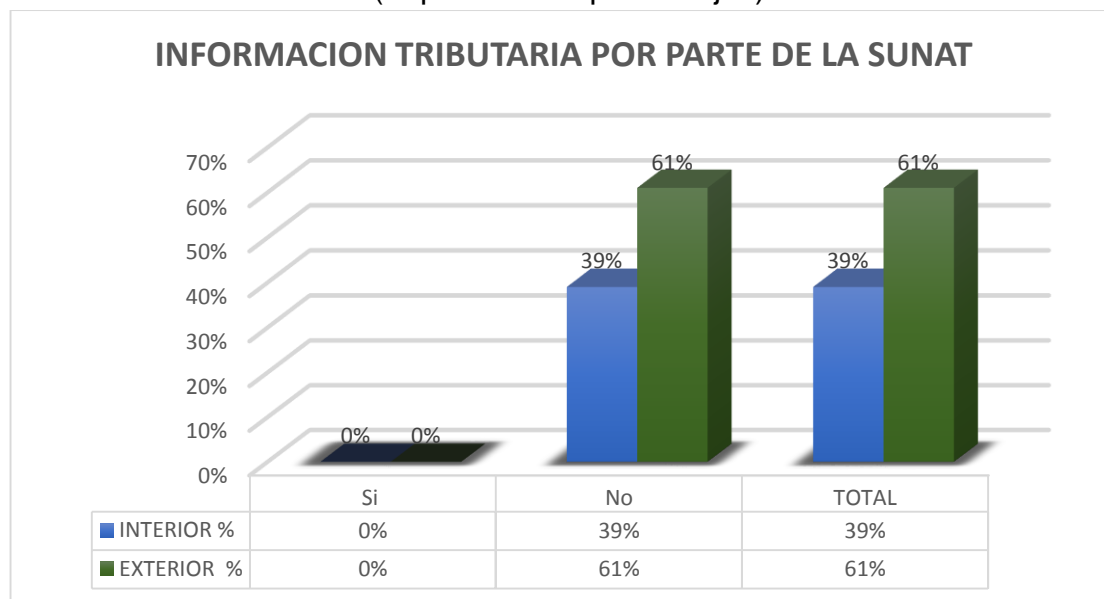
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

INFORMACION TRIBUTARIA POR PARTE DE LA SUNAT	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Si	0	0%	0	0%	0	0%
No	39	39%	61	61%	100	100%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 04

(Expresado en porcentajes)



Fuente: CUADRO 04

DESCRIPCION:

Según el cuadro 04 y gráfico 04 podemos observar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno a la pregunta planteada ¿Alguna vez asistieron a las charlas que ofrece la Sunat? Respondieron lo siguiente:

- 0 comerciantes mencionan que si asistieron a alguna charla de parte de la SUNAT; y esta representa el 0% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 0% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 19% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 100 comerciantes mencionan que nunca asistieron a alguna charla de parte de la SUNAT; y esta representa el 100% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 39% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos,

quesos y especerías, pasadizos), el 61% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar lo siguiente: la totalidad de comerciantes según nuestra muestra tomada respondieron que NO asistieron a ninguna charla que ofrece la Sunat y según nuestra entrevista nos mencionaron que en el mercado nunca hubo charlas por parte de la Sunat u otras instituciones, incluso mencionaron que desconocen de cualquier charla que haya brindado la Sunat pues sostienen que si tendrían conocimiento de la realización de alguna orientación o si la Sunat se apersonaría al mercado ellos estarían muy gustosos de asistir y así poder capacitarse y aprender pero lastimosamente la administración tributaria no está realizando estas actividades por lo cual sería una deficiencia de la misma pues una de las finalidades de la Sunat es fomentar la cultura tributaria a través de distintos medios por lo que tiene que tratar de llegar a los contribuyentes de manera más cercana y una de las posibilidades es brindar charlas de orientación.

CUADRO 05

¿QUIÉN DEBE DE PAGAR IMPUESTOS?

INDICADOR: DEBERES Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

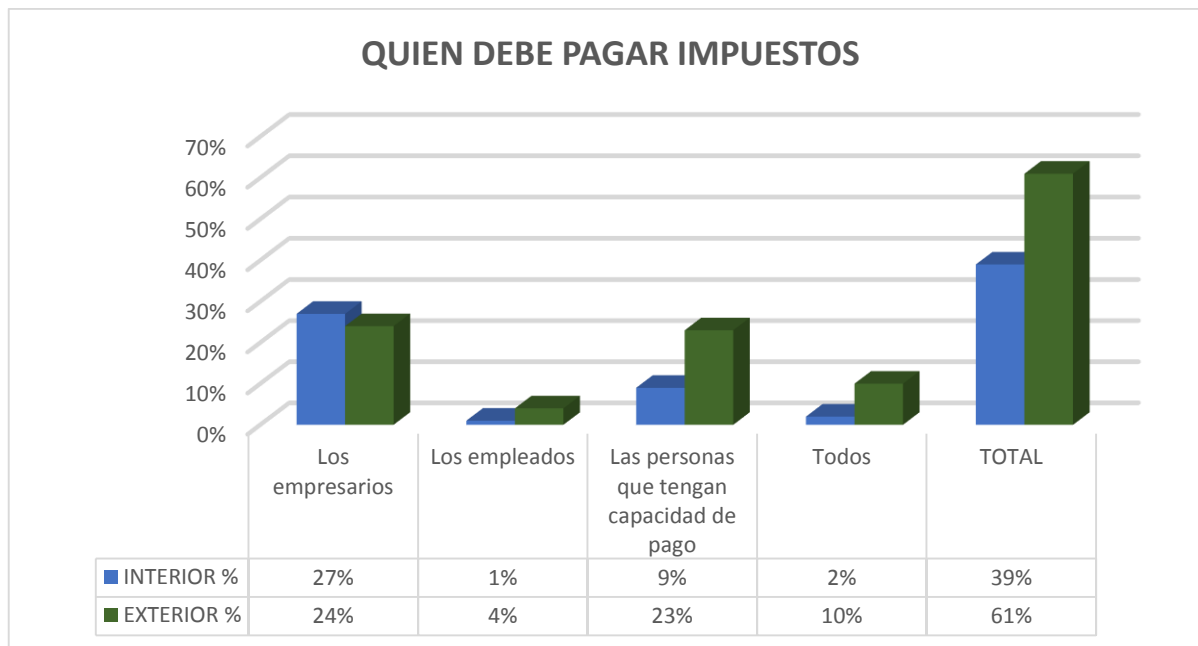
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

QUIEN DEBE PAGAR IMPUESTOS	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Los empresarios	27	69%	24	39%	51	51%
Los empleados	1	3%	4	7%	5	5%
Las personas que tengan capacidad de	9	23%	23	38%	32	32%
Todos	2	5%	10	16%	12	12%
TOTAL	39	100%	61	100%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 05

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 05

DESCRIPCION:

Según el cuadro 05 y gráfico 05 los comerciantes de Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, responden a la pregunta formulada ¿Quién debe de pagar impuestos? lo siguiente:

- 51 comerciantes opinan que los impuestos deben pagar los empresarios; y esta representa el 51% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 27% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 24% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 5 comerciantes manifiestan que deben de pagar los empleados; y esta representa el 5% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías,

pasadizos), el 4% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 32 comerciantes opinan que deben pagar las personas que tengan capacidad de pago; y esta representa el 32% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 9% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 23% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 12 comerciantes opinan que deben pagar todas las personas; y esta representa el 12% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 10% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar según nuestra encuesta y entrevista realizada que los comerciantes en un porcentaje alto de 51% aducen que deben de pagar los empresarios, pues mencionan que ellos son los que ganan más y por ende deben de contribuir al estado pagando sus impuestos; en un promedio de 32 aducen que lo deben pagar aquellas personas que tienen capacidad de pago es decir aquellas que tienen un ingreso considerable y seguro; en un 12% mencionan que lo debemos de pagar todos ya que es una obligación que tenemos como ciudadanos y como generadores de riqueza con mayor razón y en un promedio de 5% mencionan que los empleados deberían de pagar impuestos al estado ya que son ellos los que cuentan con una remuneración fija por ende tienen la posibilidad de pagar sus tributos.

CUADRO 06

¿SABE USTED A QUE SE DESTINA LOS IMPUESTOS?

INDICADOR: CONOCIMIENTOS DE NORMAS

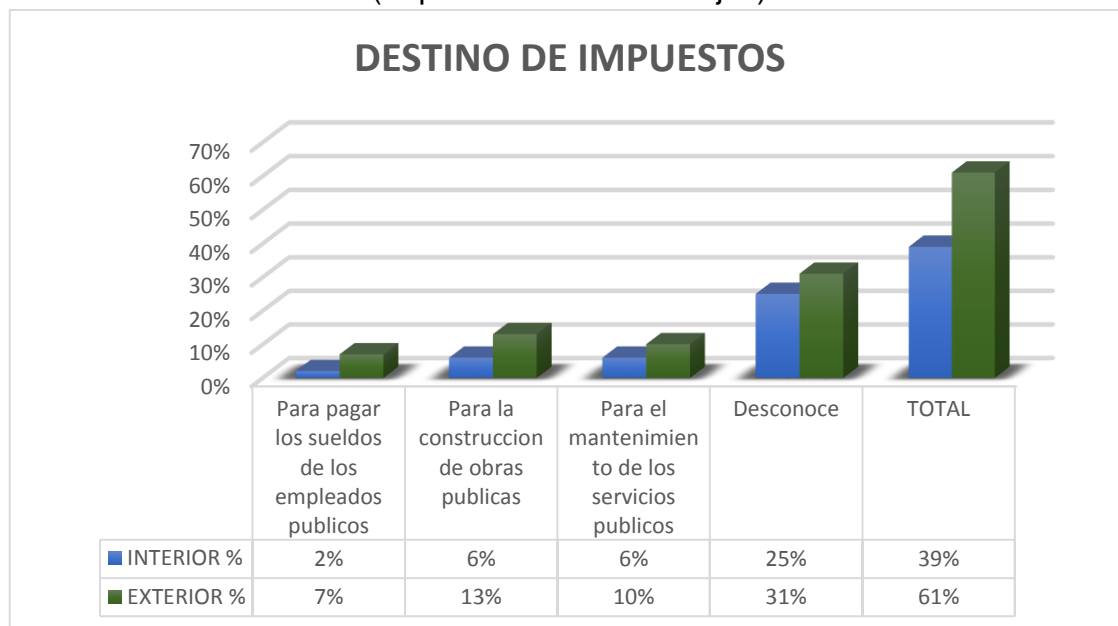
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

DESTINO DE IMPUESTOS	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Para pagar los sueldos de los empleados publicos	2	2%	7	7%	9	9%
Para la construccion de obras publicas	8	8%	15	15%	23	23%
Para el mantenimiento de los servicios publicos	7	7%	13	13%	20	20%
Desconoce	22	22%	26	26%	48	48%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 06

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 06

DESCRIPCION:

Según el cuadro 06 y gráfico 06, podemos observar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, responden a la pregunta ¿Sabe usted a que se destina los impuestos? Lo siguiente:

- 9 comerciantes responde que se destinan para pagar los sueldos de los empleados; y esta representa el 9% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 7% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 23 comerciantes responde que se destina a la construcción de obras públicas; y esta representa el 23% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 8% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 15% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 20 comerciantes responde que se destina al mantenimiento de servicios públicos; y esta representa el 20% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 7% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 13% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 48 comerciantes responde que desconoce el destino de los impuestos que se contribuyen al estado; y esta representa el 48% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 22% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 26% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, no tienen conocimientos tributarios a cerca del destino de nuestros impuestos, la mayor parte de nuestros encuestados en un promedio de 48% desconoce el destino de los impuestos que cobra el Estado a través de su ente rector de la administración tributaria que es la SUNAT, seguidamente en un promedio de 23% responden que es para la construcción de obras públicas aduciendo según nuestra entrevista que es para construcción de hospitales, carreteras, colegios, jardines entre otros, el 20% aduce que el destino de los impuestos es utilizado para el mantenimiento de servicios públicos básicos por ejemplo está el agua, luz, saneamiento básico y finalmente de un promedio de 9% responde que el destino de los impuestos es para el sueldo de empleados públicos y/o privados, aduciendo según nuestra entrevista que los impuestos son utilizados para el pago de remuneraciones de personas que trabajan en las entidades del estado ya sean funcionarios o servidores públicos.

CUADRO 07

¿TIENE INTERÉS EN RECIBIR INFORMACIÓN TRIBUTARIA SOBRE PAGO DE IMPUESTOS?

INDICADOR: VALORES Y ACTITUDES

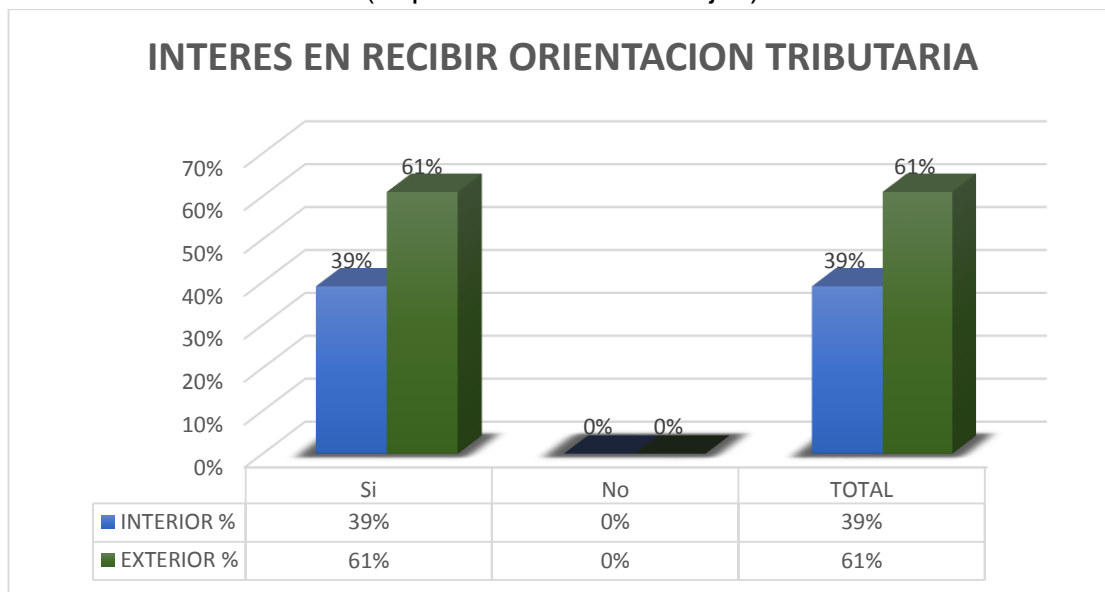
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

INTERES EN RECIBIR ORIENTACION TRIBUTARIA	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Si	39	39%	61	61%	100	100%
No	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 07

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 07

DESCRIPCION:

En el cuadro 07 y gráfico 07, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, respondieron a la pregunta planteada ¿Tiene interés en recibir información tributaria sobre pago de Impuestos? Lo siguiente:

- 100 comerciantes mencionan si tiene interés en recibir información tributaria sobre impuestos; y esta representa el 100% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 39% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 61% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 0 comerciantes mencionan que no tiene interés en recibir información tributaria sobre impuestos; y esta representa el 0% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 0% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos,

quesos y especerías, pasadizos), el 0% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que la totalidad de comerciantes si tienen interés en recibir orientación tributaria aduciendo que es importante informarse para así llevar el desarrollo de nuestro país y también para que aumente sus conocimientos tributarios.

CUADRO 08

¿TE HAS SENTIDO DESMOTIVADO POR PAGAR TUS IMPUESTOS?

INDICADOR: VALORES Y ACTITUDES

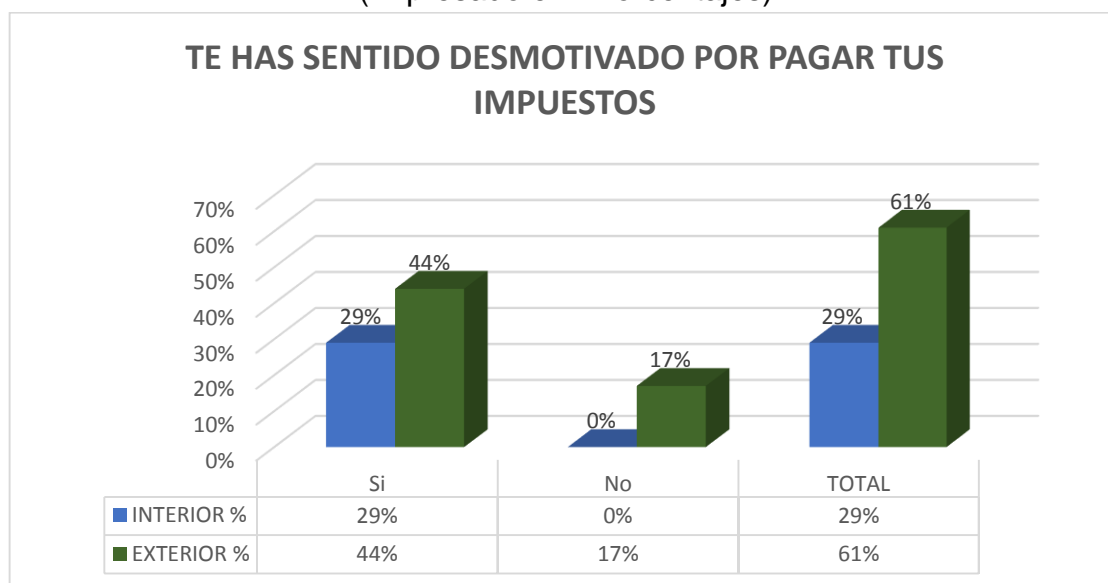
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

TE HAS SENTIDO DESMOTIVADO POR PAGAR TUS IMPUESTOS	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Si	29	29%	44	44%	73	73%
No	10	0%	17	17%	27	27%
TOTAL	39	29%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 08

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 08

DESCRIPCION:

Según el cuadro 08 y gráfico 08 los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, a nuestra pregunta planteada ¿Te has sentido desmotivado por pagar tus impuestos? Nos respondieron lo siguiente:

- 73 comerciantes indican que SI se sintieron desmotivados por pagar los impuestos y esto a causa de distintos factores que se mencionaron en la siguiente interrogante; y esta representa el 73% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 29% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 44% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 27 comerciantes NO se sintieron desmotivados por pagar sus impuestos ya que lo consideran como una obligación como contribuyentes generadores de riqueza y como parte de seres conformantes de la sociedad peruana; y esta representa el 27% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 10% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 17% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que la mayoría de los comerciantes del mercado Laycakota de la ciudad de Puno por muchas razones que se mostraron en el cuadro siguiente si se han sentido desmotivados para realzar el pago de sus impuestos de manera voluntaria y más por los antecedentes que se ven en el estado y la administración pública.

CUADRO 09

¿CUÁL ES LA RAZÓN POR LA QUE SE HA SENTIDO DESMOTIVADO POR PAGAR SUS IMPUESTOS?

INDICADOR: VALORES Y ACTITUDES

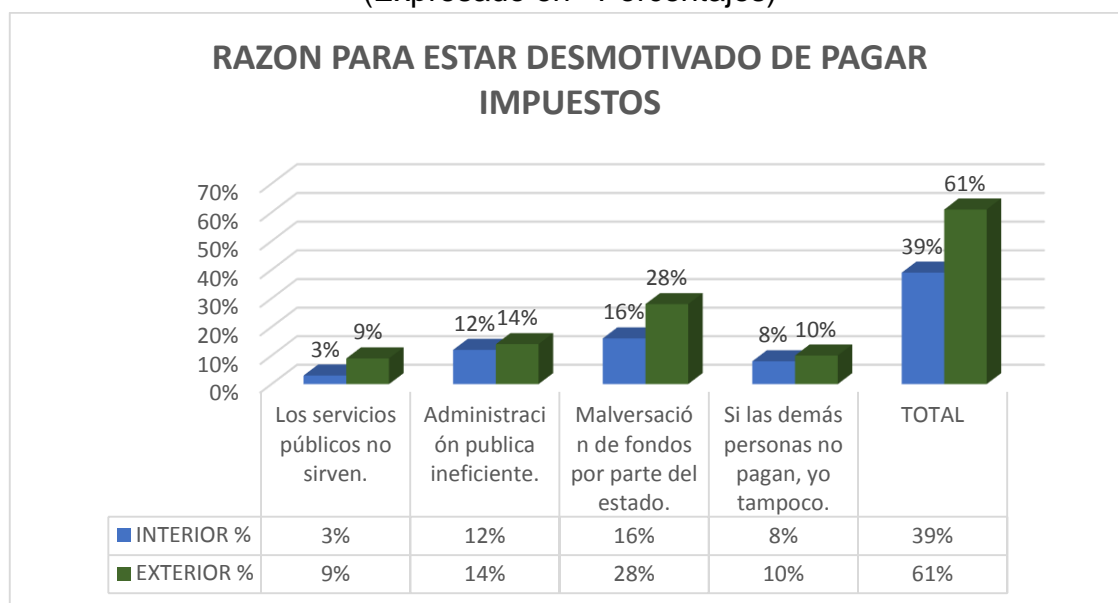
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

CUAL ES LA RAZON POR LA QUE SE HA SENTIDO DESMOTIVADO POR PAGAR SUS IMPUESTOS	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Los servicios públicos no sirven.	3	3%	9	9%	12	12%
Administración pública ineficiente.	12	12%	14	14%	26	26%
Malversación de fondos por parte del estado.	16	16%	28	28%	44	44%
Si las demás personas no pagan, yo tampoco.	8	8%	10	10%	18	18%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 09

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 09

DESCRIPCION:

Según el cuadro 09 y gráfico 09 los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, a nuestra pregunta planteada ¿Cuál es la razón por la que

se ha sentido desmotivado por pagar sus impuestos? Nos respondieron lo siguiente:

- 12 comerciantes indican que la razón por la que se siente desmotivado es porque los servicios públicos no sirven ya que no son de calidad; y esta representa el 12% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 9% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 26 comerciantes indican que la razón por la que se siente desmotivado es porque la administración pública es ineficiente por lo que no sabe gastar de manera correcta el dinero que se paga a través de los impuestos; y esta representa el 26% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 12% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 14% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 44 comerciantes indican que la razón por la que se siente desmotivado es por la malversación que hace el estado con los recursos recaudados a través de los; y esta representa el 44% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 16% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 18% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 18 comerciantes indican que la razón por la que se siente desmotivado es porque si nadie de los conozco paga por lo tanto yo tampoco debo de pagar impuestos; y esta representa el 18% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 8% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 10% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que la mayoría de los comerciantes del mercado Laycakota de la ciudad de Puno se sintió desmotivado para cumplir de manera responsable con el pago de sus impuestos como contribuyentes por la desconfianza existente hacia los entes del estado esto debido a que en la actualidad se puede ver la malversación de fondos que se da en las entidades de la administración pública pues los bienes, servicios y obras públicas realizadas por estas instituciones no están hechas de manera correcta pues muchas están sobrevaloradas incluso no cumplen con los fines para los que fueron realizados o adquiridos, por ende no satisfacen las expectativas de la población usuaria.

CUADRO 10

¿ES CONSCIENTE QUE USTED EVADE IMPUESTOS?

INDICADOR: VALORES Y ACTITUDES

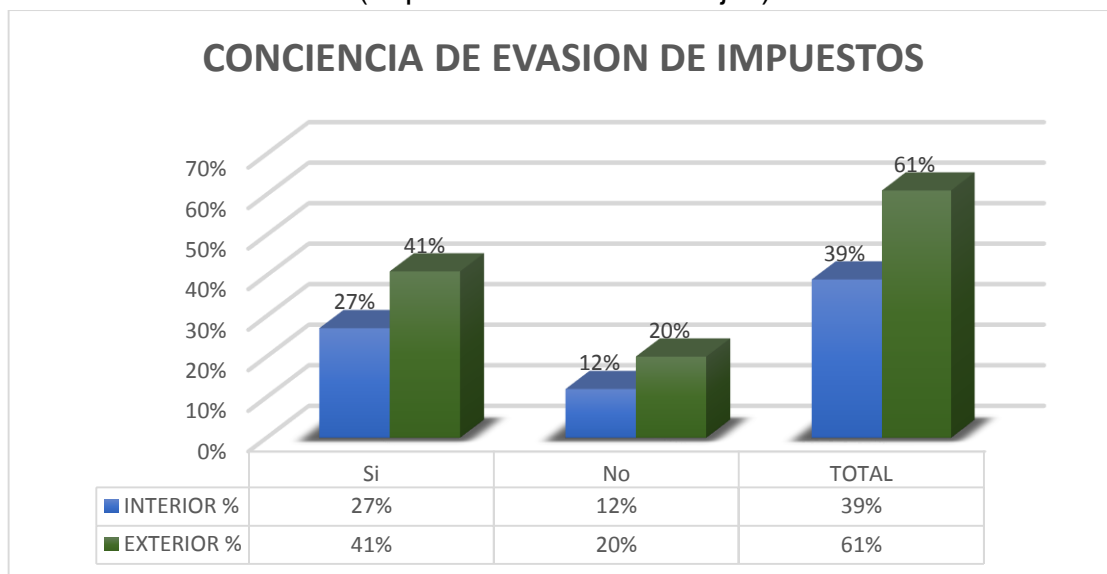
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

CONCIENCIA DE EVASION DE IMPUESTOS	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Si	27	69%	41	67%	68	68%
No	12	31%	20	33%	32	32%
TOTAL	39	100%	61	100%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 10

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 10

DESCRIPCION:

Según el cuadro 10 y gráfico 10 los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, a nuestra pregunta planteada ¿Es consciente que usted evade impuestos? Nos respondieron lo siguiente:

- 68 comerciantes mencionan que si es consciente que evade impuestos al estado; y esta representa el 68% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 27% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 41% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 32 comerciantes mencionan que no es consciente que evade impuestos al estado; y esta representa el 32% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 12% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y

especerías, pasadizos), el 20% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar según nuestra encuesta y entrevista realizada a los comerciantes del mercado Laycakota de la ciudad de Puno que en un promedio de 32% no es consciente de que evade impuestos al estado, aduciendo que no saben que es lo que se tiene que pagar al estado como contribuyentes de acuerdo a lo que venden. Y en un promedio de 68%, la persona si es consciente de que evade impuestos al Estado al no cumplir sus obligaciones como contribuyentes, aduciendo que ellos si tienen interés en recibir información acerca de impuestos a pagar, pero mencionan que además de la desinformación existente, las cuotas que se pagan son muy altas y que muchos tendrían la dificultad de pagarlas pues sus ingresos no son muy altos y es difícil llevar un sol a la casa para alimentar a su familia.

CUADRO 11

¿EN QUÉ GRADO SE CONSIDERA USTED UNA PERSONA CONSIENTE Y RESPONSABLE?

INDICADOR: VALORES Y ACTITUDES

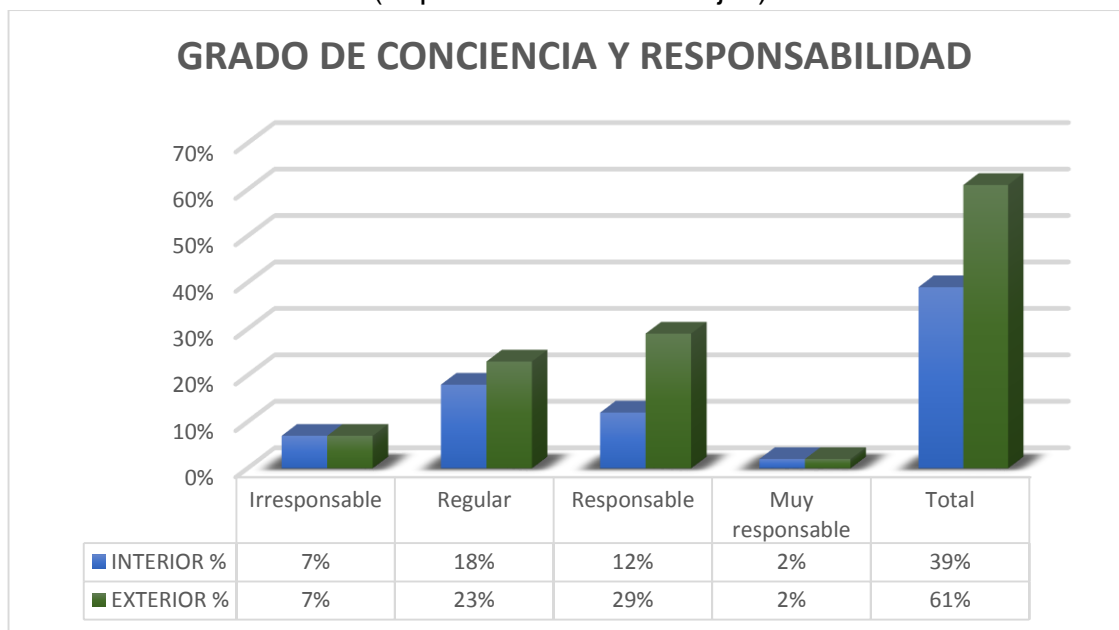
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

GRADO DE CONCIENCIA Y RESPONSABILIDAD	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Irresponsable	7	7%	7	7%	14	14%
Regular	18	18%	23	23%	41	41%
Responsable	12	12%	29	29%	41	41%
Muy responsable	2	2%	2	2%	4	4%
Total	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 11

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 11

DESCRIPCION:

En el cuadro 11 y gráfico 11, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, según la encuesta y entrevista realizada a la pregunta ¿En qué grado se considera usted una persona consiente y responsable? Respondieron lo siguiente:

- 14 comerciantes mencionan que se consideran una persona irresponsable; y esta representa el 14% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 7% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 7% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 41 comerciantes mencionan que se consideran una persona de regular responsabilidad; y esta representa el 41% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 18% son de la zona interior (rubro: abarrotes,

verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 23% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 41 comerciantes mencionan que se consideran una persona responsable; y esta representa el 41% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 12% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 29% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 4 comerciantes mencionan que se consideran una persona muy responsable; y esta representa el 4% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 2% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, en su mayoría se consideran personas regulares en responsabilidad y responsables aduciendo que cumplen con todo lo que se necesitan en la familia como también en la sociedad.

4.2. DETERMINACION DEL NIVEL DE EVASIÓN Y SU REPERCUSIÓN EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO.

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

CUADRO 12

COMERCIANTES DEL MERCADO LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO

INDICADOR: BASE TRIBUTARIA

CUADRO 12.1. VENTAS DIARIAS

VENTAS DIARIAS	N	%	n (muestra)	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES POR RUBRO (SEGÚN ANEXOS)	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES POR COMERCIANTE	ESTIMADO DE VENTAS DIARIAS POR COMERCIANTES	FUENTE
INTERIOR							
RUBRO ABARROTÉS	36	4.36%	4	S/. 5,370.00	S/. 1,342.50	S/. 44.75	ANEXO Nº A
RUBRO VERDURAS	36	4.36%	4	S/. 33,540.00	S/. 8,385.00	S/. 279.50	ANEXO Nº B
RUBRO JUGOS	18	2.18%	3	S/. 4,505.00	S/. 1,501.67	S/. 50.06	ANEXO Nº C
RUBRO VIANDAS	50	6.06%	6	S/. 36,020.00	S/. 6,003.33	S/. 200.11	ANEXO Nº D
RUBRO PESCADOS	35	4.24%	4	S/. 43,900.00	S/. 10,975.00	S/. 365.83	ANEXO Nº E
RUBRO PAN, MANA Y PAPA	35	4.24%	4	S/. 15,880.00	S/. 3,970.00	S/. 132.33	ANEXO Nº F
RUBRO CARNES Y POLLOS	65	7.88%	8	S/. 46,656.00	S/. 5,832.00	S/. 194.40	ANEXO Nº G
RUBRO QUESO	25	3.03%	3	S/. 10,220.00	S/. 3,406.67	S/. 113.56	ANEXO Nº H
RUBRO PASADIZOS	18	2.18%	3	S/. 3,203.00	S/. 1,067.67	S/. 35.59	ANEXO Nº I
PROMEDIO DE VENTA POR COMERCIANTES PARTE INTERIOR						S/. 157.35	
EXTERIOR							
SECTOR LADO NORTE	52	6.30%	26	S/. 6,900.00	S/. 265.38	S/. 8.85	ANEXO Nº J
SECTOR LADO SUR	215	26.06%	6	S/. 24,150.00	S/. 4,025.00	S/. 134.17	ANEXO Nº K
SECTOR LADO ESTE	80	9.70%	10	S/. 32,400.00	S/. 3,240.00	S/. 108.00	ANEXO Nº L
SECTOR LADO OESTE	88	10.67%	11	S/. 69,960.00	S/. 6,360.00	S/. 212.00	ANEXO Nº M
SECTOR PLATAFORMA	36	4.36%	4	S/. 14,700.00	S/. 3,675.00	S/. 122.50	ANEXO Nº N
SECTOR PJS. SAN ROMAN	36	4.36%	4	S/. 15,350.00	S/. 3,837.50	S/. 127.92	ANEXO Nº O
PROMEDIO DE VENTA POR COMERCIANTES PARTE EXTERIOR						S/. 118.90	
TOTALES	825	100%	100				

Fuente: Entrevista y cuestionario.

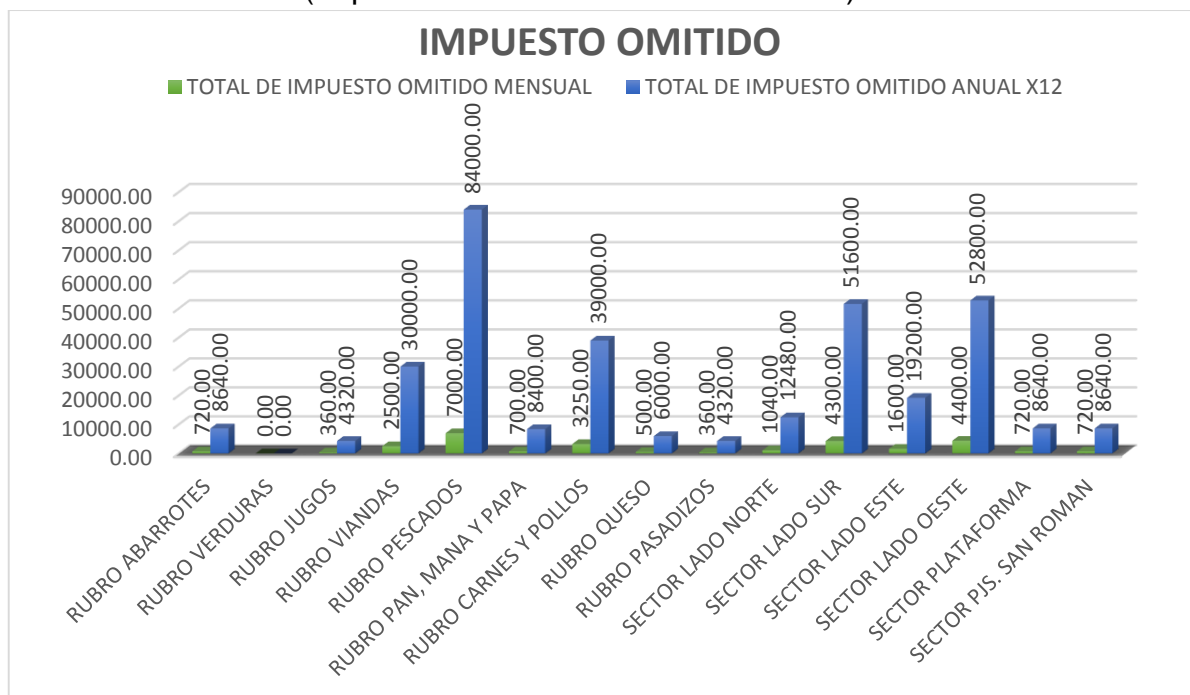
CUADRO 12.2. RESUMEN DE TRIBUTO OMITIDO

RESUMEN TRIBUTO OMITIDO	FUENTE	MUESTRA DE COMERCIANTES ANTES POR	VENTAS ESTIMADA DE LA MUESTRA	VENTA ESTIMADA POR COMERCIANTE	CATEGORIA SEGÚN RUS	PAGO AL RUS SEGÚN CATEGORIA	TOTAL DE COMERCIANTES DEL MERCADO LAYKAKOTA	TOTAL DE IMPUESTO OMITIDO MENSUAL	TOTAL DE IMPUESTO OMITIDO ANUAL X12
INTERIOR									
RUBRO ABARROTÉS	ANEXO Nº A	4	S/. 5,370.00	S/. 1,342.50	1	20	36	720.00	8,640.00
RUBRO VERDURAS	ANEXO Nº B	4	S/. 33,540.00	S/. 8,385.00	3	0	36	0.00	0.00
RUBRO JUGOS	ANEXO Nº C	3	S/. 4,505.00	S/. 1,501.67	1	20	18	360.00	4,320.00
RUBRO VIANDAS	ANEXO Nº D	6	S/. 36,020.00	S/. 6,003.33	2	50	50	2,500.00	30,000.00
RUBRO PESCADOS	ANEXO Nº E	4	S/. 43,900.00	S/. 10,975.00	3	200	35	7,000.00	84,000.00
RUBRO PAN, MANA Y PAPA	ANEXO Nº F	4	S/. 15,880.00	S/. 3,970.00	1	20	35	700.00	8,400.00
RUBRO CARNES Y POLLOS	ANEXO Nº G	8	S/. 46,656.00	S/. 5,832.00	2	50	65	3,250.00	39,000.00
RUBRO QUESO	ANEXO Nº H	3	S/. 10,220.00	S/. 3,406.67	1	20	25	500.00	6,000.00
RUBRO PASADIZOS	ANEXO Nº I	3	S/. 3,203.00	S/. 1,067.67	1	20	18	360.00	4,320.00
SUB TOTAL (INTERIOR)								15,390.00	184,680.00
EXTERIOR									
SECTOR LADO NORTE	ANEXO Nº J	6	S/. 6,900.00	S/. 1,150.00	1	20	52	1,040.00	12,480.00
SECTOR LADO SUR	ANEXO Nº K	26	S/. 24,150.00	S/. 928.85	1	20	215	4,300.00	51,600.00
SECTOR LADO ESTE	ANEXO Nº L	10	S/. 32,400.00	S/. 3,240.00	1	20	80	1,600.00	19,200.00
SECTOR LADO OESTE	ANEXO Nº M	11	S/. 69,960.00	S/. 6,360.00	2	50	88	4,400.00	52,800.00
SECTOR PLATAFORMA	ANEXO Nº N	4	S/. 14,700.00	S/. 3,675.00	1	20	36	720.00	8,640.00
SECTOR PJS. SAN ROMAN	ANEXO Nº O	4	S/. 15,350.00	S/. 3,837.50	1	20	36	720.00	8,640.00
SUB TOTAL (EXTERIOR)								12,780.00	153,360.00
TOTALES								S/. 28,170.00	S/. 338,040.00
TRIBUTO OMITIDO O EVADIDO									

Fuente: Entrevista y cuestionario.

CUADRO 12

(Expresado en Cantidades Mensuales)



Fuente: CUADRO 12

DESCRIPCION:

Según el cuadro 12 y gráfico 12, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno según nuestra fuente que es la encuesta y entrevista lograda se obtuvo el siguiente resultado: en la sección abarrotes se evaden un impuesto anual que asciende a s/. 8640.00 soles; en la sección verduras se evaden un impuesto anual que asciende a s/. 0.00 soles este es un caso especial ya que si estos comerciantes se formalizan se ubicarían en la categoría especial y no pagarían nada; en la sección jugos se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 4320.00; en la sección viandas se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 30000.00 soles; en la sección pescados se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 84000.00 soles; en la sección pan, mana y papa se evaden un impuesto anual que asciende a s/. 8400.00 soles; en la sección carnes y pollos se evaden un impuesto anual que

asciende a la suma de s/. 39000.00 soles; en la sección quesos y especerías se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 6000.00 soles; en la sección pasadizos se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 4320.00 soles; en la sección lado norte se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 12480.00 soles; en la lado sur se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 51600.00 soles; en la sección lado este se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 19200.00 soles; en la sección lado oeste se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 52800.00 soles, en la sección plataforma se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 8640.00 soles y en la sección plataforma San Román se evaden un impuesto anual que asciende a la suma de s/. 8640.00 soles.

Según el gráfico 12 (ver anexo 01, anexo 02, anexo 03, anexo 04, anexo 05, anexo 06, anexo 07, anexo 08, anexo 09, anexo 10, anexo 11, anexo 12, anexo 13, anexo 14, anexo 15), los Comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno haciendo un exhaustivo resumen a través de entrevista y encuesta directa se obtuvo los siguiente resultado; podemos observar el cálculo del tributo estimado por parte de 825 comerciantes del Mercado Laykakota del total de la población que no cumplen con sus obligaciones tributarias, dichos comerciantes los hemos categorizado de acuerdo a sus ventas que hacen en el mercado, el resultado se obtuvo de acuerdo a la entrevista y encuesta directa haciendo por días y un resumen mensual. El estimado obtenido de evasión tributaria mensual según nuestra población de 825 comerciantes es de S/. 28170.00 soles mensuales y un anual de S/. 338040.00 soles, con estos resultados obtenidos podemos determinar qué nivel de evasión tributaria es alta y afectando negativamente la recaudación tributaria (SUNAT) en la región Puno.

CUADRO 13

¿USTED REALIZA EL PAGO DE SU LICENCIA MUNICIPAL?

INDICADOR: LICENCIA MUNICIPAL

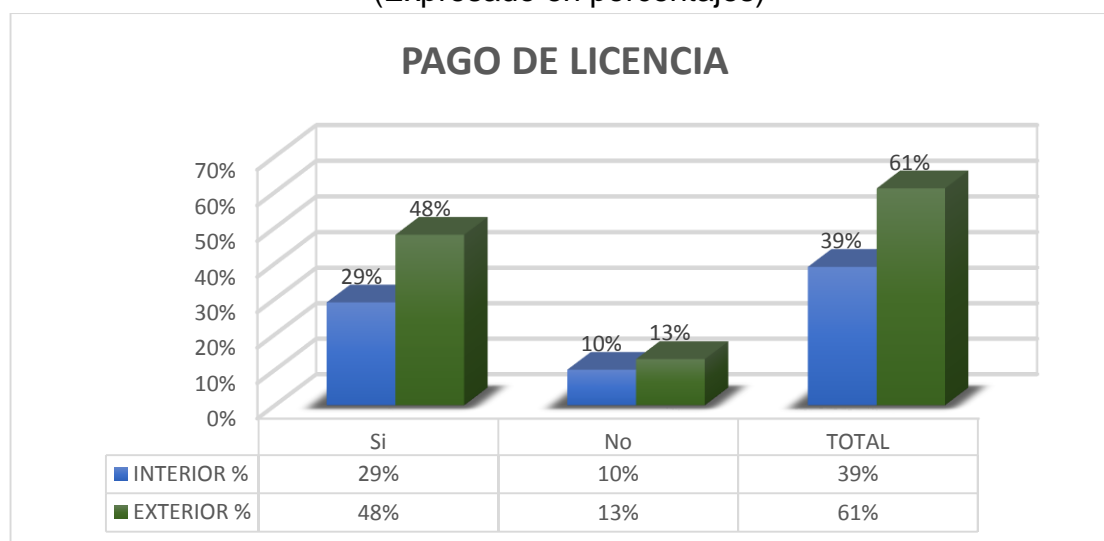
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

PAGO DE LICENCIA	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Si	29	29%	48	48%	77	77%
No	10	10%	13	13%	23	23%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Entrevista y encuesta.

GRAFICO 13

(Expresado en porcentajes)



Fuente: CUADRO 13

DESCRIPCION:

Según el cuadro 13 y gráfico 13, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, según la encuesta y entrevista realizada a la pregunta ¿Usted realiza el pago de su licencia municipal? Respondieron lo siguiente:

- 77 comerciantes mencionan que si realizan el pago de su licencia municipal; y esta representa el 77% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 29% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras,

jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 48% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 23 comerciantes mencionan que no realizan el pago de su licencia municipal; y esta representa el 23% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 10% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 13% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno en su mayoría trata de hacer el pago obligatorio de su licencia municipal ya que es obligatorio según su junta directiva, y los que no la realizan es porque se olvidan de pagarlo y también según conversación con la presidenta del mercado nos menciona que los socios que aún no están empadronados son los que carecen de licencia y además no cuentan con un puesto fijo dentro o fuera del mercado.

CUADRO 14

¿CUÁL DE ESTOS COMPROBANTES DE PAGO CONOCE?

INDICADOR: COMPROBANTES DE PAGO

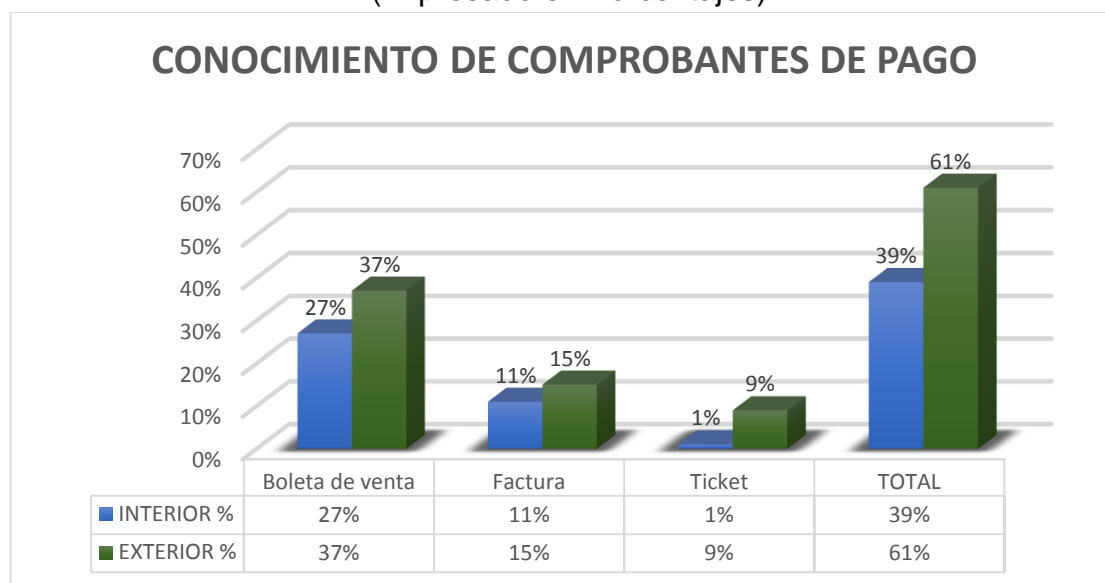
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

CONOCIMIENTO DE COMPROBANTES DE PAGO	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Boleta de venta	27	27%	37	37%	64	64%
Factura	11	11%	15	15%	26	26%
Ticket	1	1%	9	9%	10	10%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 14

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 14

DESCRIPCION:

Según el cuadro 14 y gráfico 14, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno a la pregunta ¿Cuál de estos comprobantes de Pago conoce? Respondieron lo siguiente:

- 64 comerciantes mencionan que si conoce la Boleta de Venta; y esta representa el 64% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 27% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 37% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 26 comerciantes mencionan que si conoce la Factura; y esta representa el 26% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 11% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 15%

son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 10 comerciantes mencionan que si conoce la Ticket; y esta representa el 10% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 1% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 9% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno conocen más la Boleta de Venta aduciendo que reciben en algunas compras que hacen, otros mencionan conocer la factura aduciendo que alguna vez recibieron o vieron a algún familiar o amigo que la estaba solicitando, y solamente algunos conocen los tickets aduciendo que alguna vez recibieron en algún supermercado o vieron que sus hijos lo trajeron. Finalmente podemos agregar que la mayoría de los comerciantes en un porcentaje alto solo conoce la Boleta de Venta.

CUADRO 15

¿USTED EMITE COMPROBANTES DE PAGO?

INDICADOR: COMPROBANTES DE PAGO

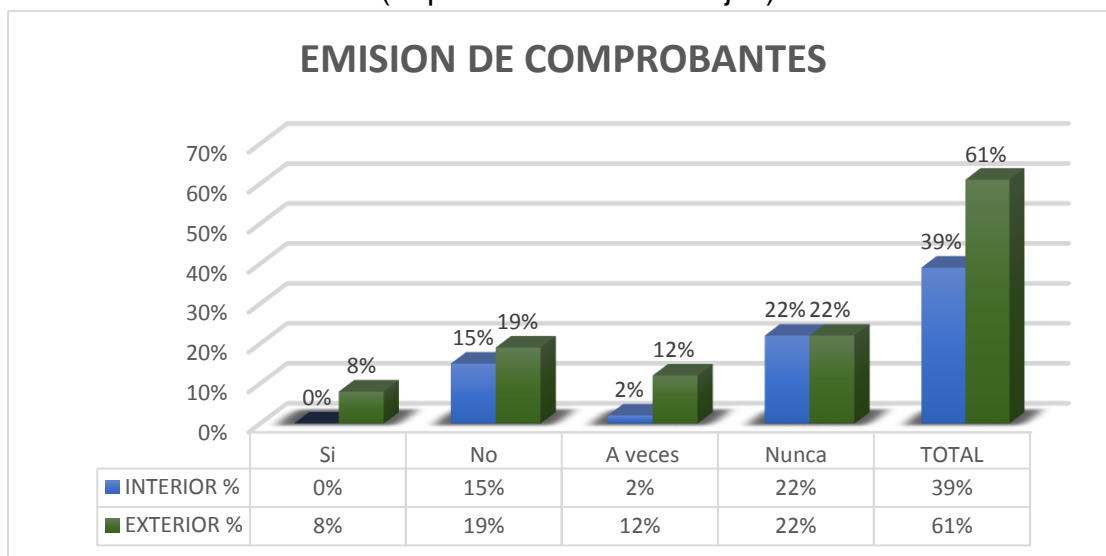
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

EMISION DE COMPROBANTES DE PAGO	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Si	0	0%	8	8%	8	8%
No	15	15%	19	19%	34	34%
A veces	2	2%	12	12%	14	14%
Nunca	22	22%	22	22%	44	44%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 15

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 15

DESCRIPCION:

Según el cuadro 15 y grafico 15, los comerciantes del Mercado Laycakota de la ciudad de Puno a la pregunta planteada ¿Usted emite Comprobantes de Pago? Respondieron lo siguiente:

- 8 comerciantes mencionan que si emiten comprobantes de pago; y esta representa el 8% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 0% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 8% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 34 comerciantes mencionan que no emiten comprobantes de pago; y esta representa el 34% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 15% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías,

pasadizos), el 19% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 14 comerciantes mencionan que a veces emiten comprobantes de pago; y esta representa el 14% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 12% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 44 comerciantes mencionan que nunca emitieron comprobantes de pago; y esta representa el 44% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 22% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 22% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos concluir que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno en su gran mayoría no emiten comprobantes de pago, aduciendo que es difícil solicitar la inscripción en la Sunat por lo que no están inscritos en ningún régimen tributario, que no necesitan emitir ya que no tienen muchas ventas pues muchos de ellos solo llegan a una venta mínima durante el día y ganan poco, y que el emitir comprobantes de pago les generara otro gasto en cuanto a la impresión, asimismo porque no tienen la suficiente información y conocimientos acerca del sistema tributario nacional, los tributos y las obligaciones que tienen con el estado como agentes generadores de riqueza, por ende pudimos notar que solo una cantidad muy mínima de comerciantes solo emite Boleta de venta.

CUADRO 16

¿CUÁL DE ESTOS COMPROBANTES DE PAGO EMITE USTED?

INDICADOR: COMPROBANTES DE PAGO

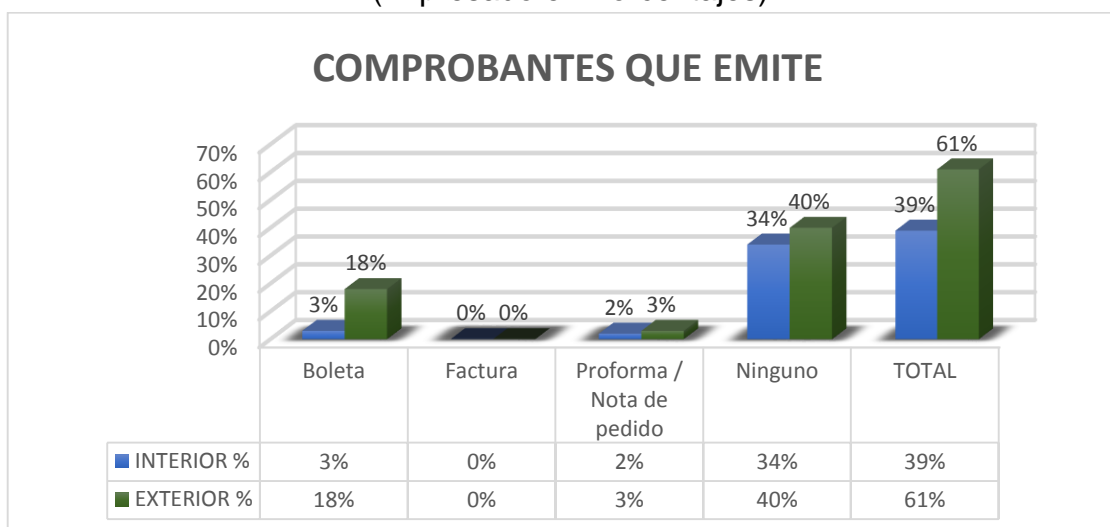
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

COMPROBANTES QUE EMITE	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Boleta	3	3%	18	18%	21	21%
Factura	0	0%	0	0%	0	0%
Proforma / Nota de pedido	2	2%	3	3%	5	5%
Ninguno	34	34%	40	40%	74	74%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

GRAFICO N° 16

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 16

DESCRIPCION:

Según el cuadro 16 y gráfico 16, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno a la pregunta planteada ¿Cuál de estos comprobantes de pago emite usted? respondieron lo siguiente:

- 21 comerciantes mencionan que emiten Boleta de venta; y esta representa el 21% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas,

pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 18% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 0 comerciantes mencionan que emiten Factura; y esta representa el 0% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 0% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 0% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 5 comerciantes mencionan que emiten Proformas o notas de pedido; y esta representa el 5% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 2% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 3% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 74 comerciantes mencionan que nunca emitieron comprobantes de pago; y esta representa el 74% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 34% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 40% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los Comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, en su mayoría no emite ningún tipo de comprobante de pago esto debido a que no se encuentran inscritos en ningún régimen tributario.

CUADRO 17

¿QUÉ REGÍMENES TRIBUTARIOS CONOCE?

INDICADOR: REGIMEN TRIBUTARIO

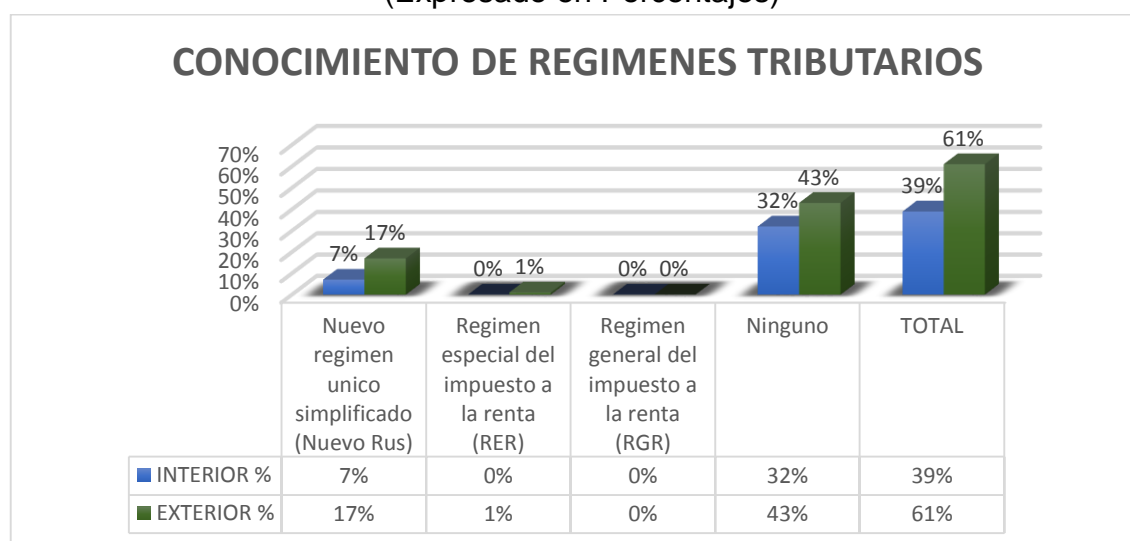
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

CONOCIMIENTO DE REGIMENES TRIBUTARIOS	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Nuevo regimen unico simplificado (Nuevo Rus)	7	7%	17	17%	24	24%
Regimen especial del impuesto a la renta (RER)	0	0%	1	1%	1	1%
Regimen general del impuesto a la renta (RGR)	0	0%	0	0%	0	0%
Ninguno	32	32%	43	43%	75	75%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

GRAFICO 17

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 17

DESCRIPCION:

Según el cuadro 16 y gráfico 16, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno a la pregunta planteada ¿Qué regímenes Tributarios conoce? Respondieron lo siguiente:

- 24 comerciantes mencionan que conoce el Régimen Único Simplificado; y esta representa el 24% del total de la muestra estudiada, de los cuales

el 7% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 17% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

- 1 comerciante menciona que conoce el Régimen Especial de Renta; y esta representa el 1% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 0% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 1% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 0 comerciantes mencionan que conoce el Régimen General de Renta; y esta representa el 0% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 0% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 0% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 75 comerciantes mencionan que no conoce ningún Régimen Tributario; y esta representa el 75% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 32% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 43% son la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno en su mayoría no conocen ningún régimen tributario esto debido al desconocimiento y la falta de cultura tributaria

(conocimientos acerca de tributación, conciencia tributaria, valoración del tributo), por ende a causa de ello evaden los impuestos que les corresponde pagar como contribuyentes.

CUADRO 18

¿SABE USTED QUE ES EL REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE (RUC)?

INDICADOR: DECLARACION Y PAGO

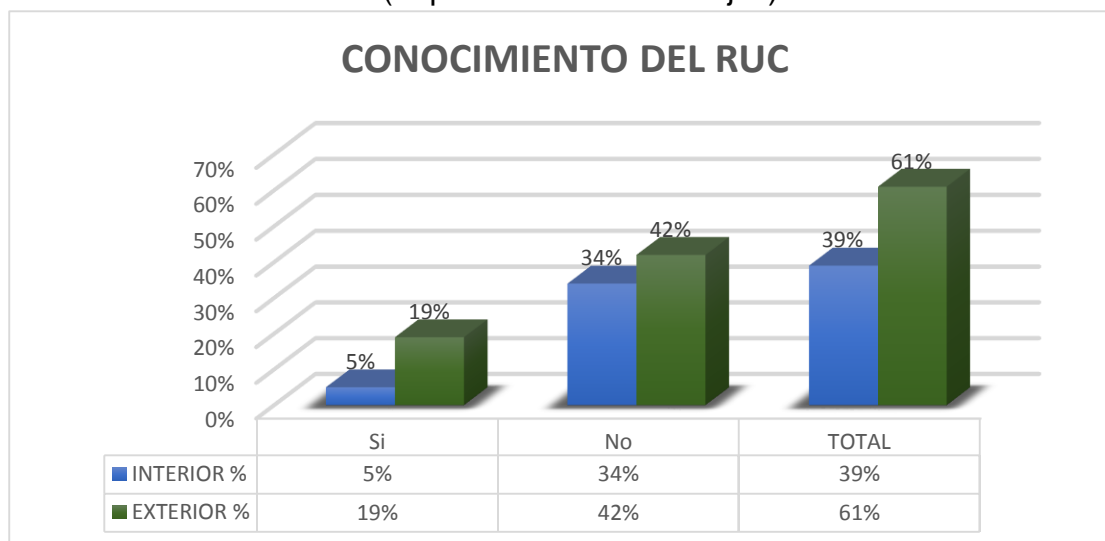
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

CONOCIMIENTO DEL RUC	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Si	5	5%	19	19%	24	24%
No	34	34%	42	42%	76	76%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 18

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 18

DESCRIPCION:

Según el cuadro 18 y gráfico 18, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, a la pregunta planteada ¿Sabe usted que es el Registro Único del Contribuyente (RUC)? respondieron lo siguiente:

- 24 comerciantes mencionan que si tiene conocimiento del Registro Único del Contribuyente (RUC); y esta representa el 24% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 5% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 19% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 76 comerciantes mencionan que no tiene conocimiento del Registro Único del Contribuyente (RUC); y esta representa el 76% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 34% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 42% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos concluir que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno en su mayoría no saben ni tienen conocimiento acerca del Régimen Único del Contribuyente esto debido a que no tiene información adecuada acerca de temas tributarios.

CUADRO 19

¿ESTÁ USTED INSCRITO EN EL REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE (RUC)?

INDICADOR: DECLARACION Y PAGO

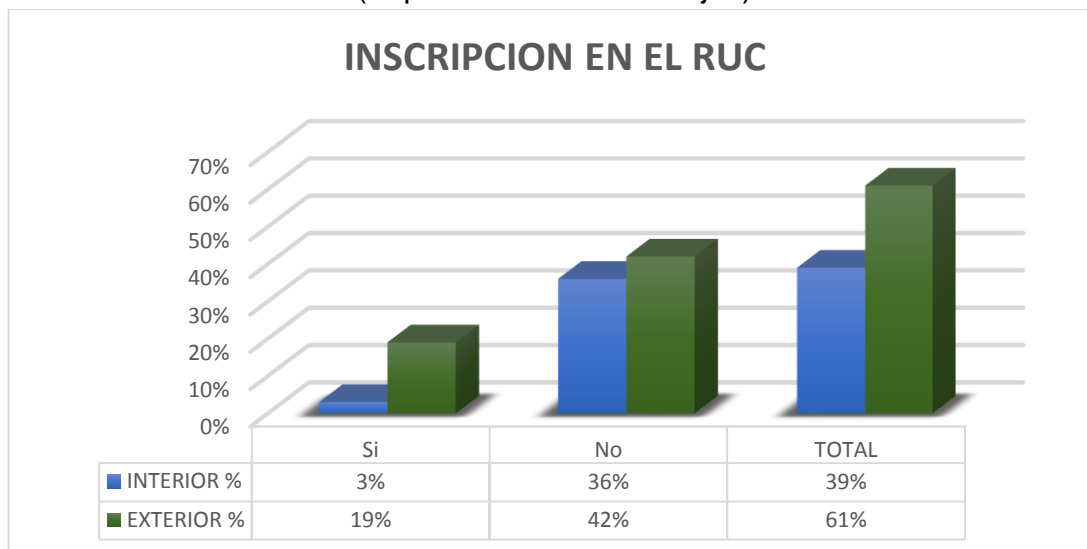
(Expresado en Cantidades y Porcentajes)

INSCRIPCION EN EL RUC	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Si	3	3%	19	19%	22	22%
No	36	36%	42	42%	78	78%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 19

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 18

DESCRIPCION:

Según el cuadro 19 y gráfico 19, los Comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, a la pregunta planteada ¿Está usted inscrito en el Registro Único del Contribuyente (RUC)? respondieron lo siguiente:

- 22 comerciantes mencionan que si están inscritos en el Registro Único del Contribuyente (RUC); y esta representa el 22% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 3% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 19% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 78 comerciantes mencionan que no están inscritos en el Registro Único del Contribuyente (RUC); y esta representa el 78% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 36% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos,

quesos y especerías, pasadizos), el 42% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno no están inscritos en la SUNAT por lo cual no poseen el Registro Único del Contribuyente (RUC).

CUADRO 20

¿USTED DESEA FORMALIZARSE PARA CONTRIBUIR AL ESTADO

MEDIANTE IMPUESTO?

INDICADOR: DECLARACION Y PAGO

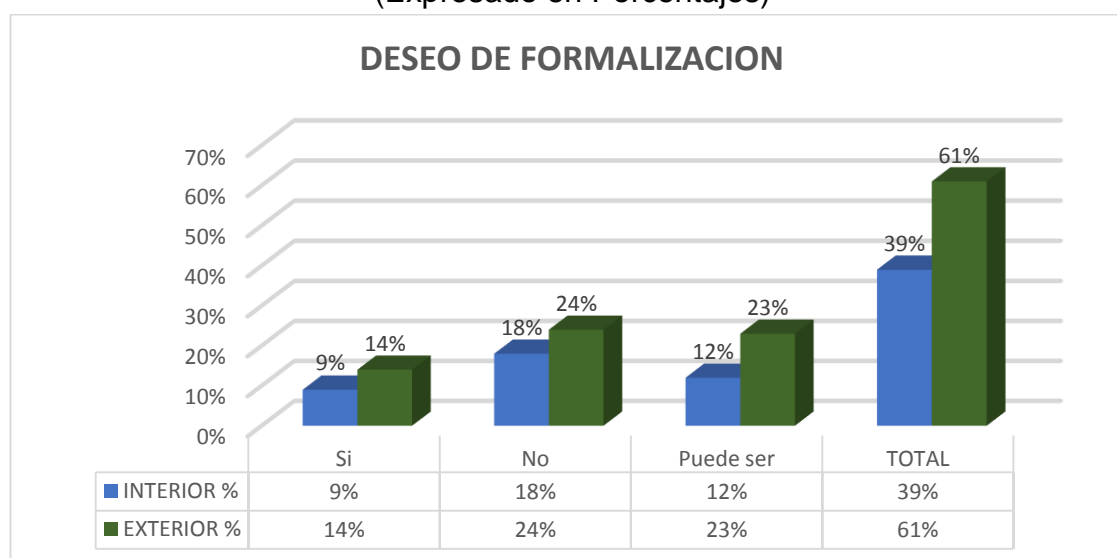
(Cantidades y Porcentajes)

DESEO DE FORMALIZACION	INTERIOR		EXTERIOR		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Si	9	9%	14	14%	23	23%
No	18	18%	24	24%	42	42%
Puede ser	12	12%	23	23%	35	35%
TOTAL	39	39%	61	61%	100	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

GRAFICO 20

(Expresado en Porcentajes)



Fuente: CUADRO 20

DESCRIPCION:

Según el cuadro 20 y gráfico 20, los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno a la pregunta formulada ¿Usted desea formalizarse para contribuir al Estado mediante Impuesto? respondieron lo siguiente:

- 23 comerciante menciona que sí está dispuesto a formalizarse; y esta representa el 23% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 9% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 14% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 42 comerciantes mencionan que no está dispuesto a formalizarse; y esta representa el 42% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 18% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 24% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).
- 35 comerciantes mencionan que puede ser que esté dispuesto a formalizarse; y esta representa el 35% del total de la muestra estudiada, de los cuales el 12% son de la zona interior (rubro: abarrotes, verduras, jugos, viandas, pescados, (pan, mana y papa), carnes y pollos, quesos y especerías, pasadizos), el 23% son de la zona exterior (sector: este, oeste, sur, norte, plataforma, pasaje San Román).

En resumen, podemos afirmar que los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno en su mayoría menciona que no quiere formalizarse esto debido a que ellos apenas gana para sobrevivir y no les

alcanza para estar pagando al estado de sus ganancias y solo una minoría desea formalizarse, esto debido a que en los últimos meses tuvieron problemas en vender su mercadería ya que algunos les pedían comprobantes. En conclusión según nuestra encuesta deducimos que los Comerciantes se encuentran en un grado de formalizarse y también como de no formalizarse.

4.3. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA ELEVAR EL NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO.

Luego de haber dado respuestas a nuestros dos primeros objetivos a continuación proponemos lo siguiente:

La cultura tributaria es muy importante para elevar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias de parte de los contribuyentes. Se ha demostrado que uno de los elementos principales causante de estos problemas a la economía nacional es la falta de conciencia y cultura tributaria de los ciudadanos, es por este motivo que el mayor reto es implantar una cultura tributaria sólida en todas las esferas sociales desde los estudiantes, los comerciantes, los clientes y toda persona que asiste a los mercados para incentivar los valores ciudadanos y conocimiento de la tributación, y asegurar el pago justo y a tiempo de los impuestos por parte de todos los contribuyentes y darles a conocer que proporcionándoles información y asistencia oportuna que fomente en ellos una cultura tributaria adecuada.

Desarrollar dicha cultura no es, una tarea fácil, pues requiere la convergencia de políticas de control con políticas de carácter educativo.

Para la implementación de una cultura tributaria se tiene que tener los siguientes aspectos:

- Analizar la percepción de la imagen de la Administración Tributaria.

Para llevar a cabo este proyecto se debe tener en cuenta que la imagen institucional de la Administración Tributaria juega un papel muy importante ya que es el ejemplo que se da a los ciudadanos para que estos cumplan con sus obligaciones voluntariamente. La Administración Tributaria debe demostrar en todo momento como una entidad honesta, equitativa, libre de la corrupción, eficiente, etc. Con un programa de fiscalización efectivo que genere riesgo y sea aplicado a todos los contribuyentes.

Si vemos lo contrario, y vemos que la Administración Tributaria es una entidad deshonesto e ineficiente, con que moral se podría exigir a los contribuyentes a que cumplan con sus obligaciones tributarias.

- Analizar las percepciones del Sistema Tributario.

Otro análisis que se tiene que tener en cuenta es la percepción que los ciudadanos le dan al Sistema Tributario, en otras palabras que este sistema sea de aceptación de los contribuyentes, que cumplan y satisfagan sus expectativas como por ejemplo, sea justo, contribuya al desarrollo del país, redistribución efectivamente el ingreso, etc.

- Analizar el sistema educativo de las políticas públicas.

Para obtener un cumplimiento voluntario por parte de los ciudadanos, en los cuales los contribuyentes paguen sus

obligaciones sin necesidad que la administración aplique continua y sostenidamente una presión directa sobre ellos, la educación en forma general tiene un rol muy importante y es considerada como uno de los procesos socializadores que mayor impacto tiene en la formación y desarrollo de la sociedad.

Una sociedad con una educación adecuadamente orientada generará en el mediano y largo plazo cambios sustanciales en la economía del país y el bienestar de los ciudadanos.

- Elaboración de estrategias.

Ante el análisis de las percepciones de los puntos anteriores: de la Imagen institucional, sistema tributario y sistema educativo en el caso peruano se podría decir que de alguna manera cumple con estos requisitos, excepto del sistema educativo, siendo este el factor determinante para obtener una Cultura Tributaria, por este motivo es que se pueden elaborar una serie de estrategias, consideraremos una que en nuestra opinión sería la más importante de aplicar.

A. ESTRATEGIA PARA INCREMENTAR LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL MERCADO LAYKAKOTA

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

- Desarrollar conciencia ciudadana y tributaria en los comerciantes del Mercado Laykakota para promover el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias

- Sensibilizar a los comerciantes y al público en general para que incentiven el uso de los comprobantes de pago cuando realizan una compra para así promover el pago de impuestos.
- Contribuir en la formación de valores ciudadanos.

PROGRAMAS ESTRATEGICOS:

- Programa de creación de un puesto de información
 - Solicitar la creación de un puesto de información que se encuentre cerca o dentro del Mercado Laykakota para que los comerciantes puedan acudir a subsanar sus dudas o para pedir información acerca de cualquier tema tributario que desconozcan o del cual requieran información.
 - El puesto de información de la SUNAT brindara capacitación sobre los tributos para que los comerciantes conozcan la importancia de pagar sus impuestos. Asimismo del cómo pagarlos ante las instancias correspondientes.
 - Programar capacitaciones mensuales acerca de temas de tributación, estos programados de acuerdo a los rubros por los cuales está dividido el mercado, los mismos que se realizaran los días viernes por las tardes a partir de las 3 p.m. hasta las 6 p.m. según cronograma.
 - Hacer capacitación y seguimiento personal de cada comerciante para que este pueda pagar sus tributos de manera responsable y puntual.
- Programa de fomento del uso de los comprobantes de pago

- Brindar capacitación a los comerciantes acerca de cuáles son los comprobantes de pago, su importancia, etc.
- Orientar a los comerciantes para que puedan realizar un uso correcto de los comprobantes de pago.
- Emisión de folletos que incentiven a la población en general a pedir sus comprobantes de pago al momento de realizar una compra.
- Programa de fomento de la cultura tributaria
 - Brindar capacitación a los hijos de los comerciantes del Mercado Laykakota para que estos puedan desde niños formar una cultura tributaria que les permita ser mejores contribuyentes en un futuro. Esto a través de juegos lúdicos, como teatro, pintura, etc.
 - Emisión de revistas y folletos mensuales acerca de temas tributarios que fomenten el pago de impuestos de manera responsable y voluntaria.
 - Fomentar un sorteo de comprobantes de pago interno en el mismo Mercado Laykakota para fomentar el uso de los comprobantes de pago en todas las compras que realizan los clientes o compradores.

B. ESTRATEGIA EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE UNA CULTURA TRIBUTARIA

De los análisis realizados en los capítulos anteriores a cerca de la cultura tributaria, evasión tributaria y recaudación tributaria. Es conveniente que la Administración Tributaria del Perú implante un

sistema educativo de Cultura Tributaria a través de la capacitación de docentes y estos a su vez impartan sus conocimientos en los centros educativos como es inicial, primaria y secundaria.

La capacitación de docentes es un programa de mediano y largo plazo, que permitirá desarrollar en los escolares conciencia sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, como zona del rol ciudadano en una sociedad democrática.

ADOPCIÓN DE ESTRATEGIAS:

El objetivo de la cultura tributaria es el de crear una cimentación de conductas para el cumplimiento tributario, contrarias a las actitudes defraudadoras, a través de la transmisión de ideas y valores que sean asimilados en lo individual y valorados en lo social, lo cual conlleva un cambio cultural que explica la condición de largo plazo que suele ser una de las características más importantes de toda estrategia para la formación de cultura tributaria.

Desarrollar dicha cultura no es, una tarea fácil, pues requiere la convergencia de políticas de control con políticas de carácter educativo.

Para la implementación de una cultura tributaria en un país de acuerdo a sus características se tiene que tener los siguientes aspectos:

Analizar la percepción de la imagen de la Administración Tributaria y analizar el sistema educativo del Perú.

C. ESTRATEGIA PARA LA FORMACIÓN DE VALORES CIUDADANOS A TRAVÉS DE LA EDUCACIÓN TRIBUTARIA EN LA EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR.

Esta estrategia está orientada a desarrollar proyectos participativos que deben ser trabajados de una metodología que incentive las buenas prácticas ciudadanas al interior de las instituciones educativas, propiciando un clima democrático en la escuela como condición para el desarrollo de la conciencia ciudadana y tributaria de las instituciones educativas, pero para ello la estrategia comprende la capacitación de docentes de la Educación Básica Regular es una propuesta que la Administración Tributaria (SUNAT) plantearía a las Direcciones Regionales de Educación (DRE), Unidades de Gestión Educativas de Gestión Locales (UGELs), de las distintas regiones y localidades del Perú.

Para llevar a cabo el programa de capacitación se debe tener en cuenta las siguientes etapas de trabajo:

- Planificación.- programación de las actividades en cada región u localidad.
- Capacitación Docente.- convocatoria, selección e inscripción de docentes que participarán en el programa. Formación de coordinadores o supervisores que serán los docentes que serán los encargados de ejecutar el programa en la formación tributaria en sus diferentes centros educativos.
- Ejecución de las actividades educativas por parte de los docentes.- puesta en práctica de las actividades en las aulas por parte de los docentes capacitados. Seguimiento de las actividades por parte de las Unidades de Gestión Educativas de Gestión Locales (UGELs).

- Evaluación.- evaluación de las actividades desarrolladas por los docentes y evaluación de las actividades desarrolladas a los estudiantes que recibieron la enseñanza.
- Medición de resultados.- se puede medir a través de una evaluación a los docentes mediante un pre y post test donde demostrarán la capacitación adquirida; en cuanto a los alumnos esta puede darse a través de la Ficha de Observación en clase, otra forma sería la evaluación a través del concurso entre colegios demostrando sus capacidades en trabajos y proyectos tributarios.

D. ESTRATEGIA TRIBUTARIA POR PARTE DE LA SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA

Las motivaciones y temores que tienen los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, para pagar o evadir los impuestos son tan variadas que se requiere de una gran diversidad de estímulos e incentivos para reducir sustancialmente la evasión. Es necesario que la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, busque desarrollar programas de cultura tributaria que sean descentralizadas y no llevarse solo a cabo de capitales de departamento, cabe mencionar que no solo existe negocios en capitales de departamento sino en cada distritos y provincias a nivel de nuestro país, descentralizarse en lugares alejados de capitales departamento ayudaría a concientizar y también hacer programas de charlas y así estar más cerca del contribuyente y logran así a que contribuyan al estado para buscar un mejor desarrollo.

SEGÚN NUESTRA INVESTIGACIÓN:

Para un eficaz cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del Mercado Laykakota se propone como un inicio de contribución hacia el estado es que se acojan al NUEVO RUS ya que este régimen no exige llevar libros contables obligatorios y así sería una manera fácil de empezar a cumplir con sus obligaciones tributarias. La mejor forma de reprimir el incumplimiento de las obligaciones tributarias, consiste principalmente en atacar las causas y los factores que lo originan, para así en un futuro ampliar la base tributaria, incrementar la recaudación y reducir la evasión.

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, debe de realizar y desarrollar programas de cultura tributaria, informar sobre los regímenes tributarios y otros, con la finalidad de concientizar y así buscar que contribuyan al estado, de igual manera debe de buscarse confianza con el contribuyente y los funcionarios de SUNAT, y así buscar e inculcar que el contribuyente pague sus impuestos de manera voluntaria.

4.4. CONTRASTACION DE HIPOTESIS

- **CON REFERENCIA A LA HIPOTESIS ESPECIFICA N° 1**

“La baja cultura tributaria incide directamente en la evasión de impuestos de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno - Periodo 2016.”

De una población de 825 comerciantes se tomó como muestra la cantidad de 100 comerciantes, los cuales fueron objeto de una encuesta

y los resultados que obtuvimos fueron los siguientes, 29 comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno que representa el 29% de la muestra refieren que los impuestos es el pago que se le hace al estado por parte de los empresarios y 56 comerciantes que representa el 56% de la muestra de la población bajo estudio NO CONOCEN lo que son los impuestos (Según CUADRO02 y 03), existe una diferencia considerable lo que claramente hace notorio el desconocimiento de las normas tributarias de la gran parte de la población comercial del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno y por ende se constituye como una causa que da lugar a la evasión de tributos.

La falta de capacitación y orientación tributaria a los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno se hace evidente con los resultados que nos proporciona la encuesta, en donde nos indica que 0 comerciantes que representa el 0% de la muestra si recibieron capacitación y orientación tributaria acerca de los impuestos, es decir hay una ausencia de las charlas que realiza la SUNAT ya que no está llegando a la población interesada, la cifra es alarmante respecto a la capacitación y orientación, donde la mayor parte de la población comercial no recibe capacitación alguna en efecto la población comercial del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno se encuentra más propenso a la práctica de la evasión tributaria; asimismo en la encuesta realizada se preguntó que si los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno necesitan capacitación y orientación en temas tributarios, la población comercial respondió de la siguiente manera, 100 comerciantes que representa el 100% de la muestra

coinciden en que si necesitan capacitaciones y orientación en temas tributarios; (según CUADRO 7), podemos apreciar que la gran parte de comerciantes requieren capacitación y orientación en temas tributarios, es indispensable porque con la realización de estos eventos de capacitación tributaria la población comercial tendrá un conocimiento sólido sobre los procedimientos que se debe seguir para el pago de sus tributos y así también podrán evitar futuras contingencias tributarias y en consecuencia la evasión tributaria se practicara menos.

Asimismo la falta de conciencia tributaria en un 32% es uno de los factores que coadyuva a la evasión de impuestos, uno de los motivos es que muchos de los comerciantes no saben el destino de los impuestos en un 48% y también porque se sienten desmotivados en hacer el pago en un 73% ya que no ven resultados favorables en el desarrollo del país esto nos hace concluir que una baja cultura tributaria hace que exista mayor evasión de impuestos y a su vez esta influye en la recaudación tributaria, haciendo que los ingresos tributarios para el Estado sean muy bajos.

Por lo tanto SE VALIDA la hipótesis específica N° 01, en donde se hace notorio el desconocimiento de las normas tributarias y en donde la capacitación y orientación tributaria se hace necesaria, y la ausencia de la conciencia tributaria se hace evidente, por lo tanto se constituyen como causas que originan la evasión tributaria.

- **CON REFERENCIA A LA HIPOTESIS ESPECIFICA N° 2**

“Los altos niveles de evasión, repercuten en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laycakota de la ciudad de Puno.”

A través de las tablas y gráficos que se ha diseñado podemos demostrar que de la población comercial que tomamos como muestra, es decir de los 100 comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, 22 comerciantes que representa el 22% de la muestra cuenta con número de RUC por lo tanto realizan sus operaciones comerciales dentro del marco normativo vigente, 78 comerciantes que representa el 78% de la muestra no cuentan con número de RUC y se puede entender que realizan sus operaciones comerciales dentro de la informalidad.

Asimismo sobre la emisión de comprobantes de pago en las operaciones comerciales que realizan los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno, 8 comerciantes que representa el 8% de la muestra de la población bajo estudio Si emite el comprobante de pago en las ventas que realiza, 34 comerciantes que representa el 34% de la muestra No emiten comprobante de pago alguno, 14 comerciantes que representa el 14% de la muestra emiten el comprobante de pago solo cuando el cliente lo exige y 44 comerciantes que representa el 44% de la muestra nunca emitieron comprobante de pago alguno. (Según CUADRO 14).

La cuantía de evasión tributaria anual estimada en el periodo 2016 se dio en S/. 338,040.00 nuevos soles, (CUADRO 12.2) monto obtenido tomando en cuenta los parámetros establecidos por el régimen único simplificado y además considerando la población informal total del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno. Podemos apreciar la magnitud de evasión tributaria que existe dentro de este centro de comercio. Los resultados son claros y nos muestra un ALTO NIVEL de

evasión tributaria que existe por parte de los comerciantes del Mercado Laykakota de la ciudad de Puno y por lo tanto si repercuten en la recaudación tributaria y por lo tanto SE VALIDA la hipótesis específica N° 02.

CONCLUSIONES

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

PRIMERA: La baja cultura tributaria es una de las principales causas de la evasión tributaria de los comerciantes del mercado Laycakota, pues la mayoría de los ellos tiene un conocimiento tributario muy bajo, y a su vez no saben a qué se destinan los tributos en un 56%. El desconocimiento de normas tributarias, obligaciones tributarias hacen que el nivel de evasión sea en gran medida esto debido a que en un 51% de comerciantes aduce que solo los empresarios deberían de pagar impuestos y un 32% los que tienen capacidad de pago, y en un 68% no tiene conciencia de evasión de impuestos, haciendo que aun sea más difícil la recaudación de tributos por la SUNAT.

SEGUNDA: El nivel muy alto de evasión tributaria de los comerciantes del Mercado Laycakota repercute en la entidad de recaudación ya que los comerciantes no cumplen con pagar impuestos, no emiten comprobantes de pago, no declaran sus ventas y no están dispuestos a formalizarse; pues solo un 21% cumple con sus obligaciones tributarias y un 79% no cumple con sus obligaciones tributarias, asimismo según la tabla N° 12 se pudo determinar que la evasión tributaria anual equivale a un total de S/. 338,040.00, con estos resultados obtenidos podemos afirmar que el nivel de evasión tributaria es alta y esto afecta negativamente a la recaudación fiscal.

RECOMENDACIONES

Luego de haber expuesto nuestras conclusiones a continuación daremos las siguientes recomendaciones:

PRIMERA: La Administración Tributaria debe realizar e implementar cada vez y con mayor frecuencia, actividades tendientes a educar, difundir conocimientos, informar y orientar. Realizar programas de tributación en la escuela a nivel primario y secundario creando conciencia tributaria en los educandos, de manera que sea más fácil cuando sean mayores de edad asumir esta obligación y así se disminuya la evasión de los impuestos, Asimismo organizar seminarios universitarios, logrando difundir y divulgar informaciones tributarias en revistas, folletos, diarios de circulación nacional, realizar charlas, foros, talleres, conferencias de temas tributarios, presencia constante y permanente en los medios de comunicación masivos como la radio y la televisión y en fin; realizar todas aquellas actividades que coadyuven en mejorar la cultura tributaria en el país y producir un importante efecto positivo en el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.

SEGUNDA: La Administración Tributaria debe efectuar un mayor y mejor control de las obligaciones tributarias tanto formales (entrega de comprobantes de pago por sus ventas) como sustanciales, que permita generar riesgo en los contribuyentes a efectos de disminuir la evasión tributaria en el sector comercial.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alejos, V. & Carranza, E. (2010). TESIS “cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central De Huaraz Virgen De Fátima Periodo 2010”. Huaraz.
- Andrade, S. & Durán, L. (2005b). Código tributario (2da ed.). Lima, Perú: Aele.
- Arancibia, M. (2005b). Manual del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo. Lima, Perú: Pacifico.
- Arias, C., Baldeón, A., Bernal, J., Brun, H., Espinoza, C., Rojas, S. (2006). Manual tributario. Lima, Perú: instituto pacífico.
- Arias, L. (2009) “La tributación directa en América Latina, equidad y desafíos. El caso de Perú” Serie Macroeconomía del Desarrollo 95, CEPAL.
- Armas A., María Elena, y Colmenares, M. (2009).”Educación para el desarrollo de la cultura tributaria”, Edición N°6 – Año 4; Venezuela.
- Calsina, H.V. (2015). TESIS: “La cultura tributaria de los comerciantes del mercado bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria Periodo – 2013”. Puno.
- Chavez, P. (1996). Impuesto a la Renta. Lima, Peru: Ediciones Lima.
- Chávez, P. (1994). Auditoria tributaria (tm.2). Lima, Perú: San Marcos.
- Colquehuanca, R. (2010).TESIS: “la cultura tributaria de los contribuyentes y su incidencia en la recaudación del impuesto predial de la municipalidad provincial de San Román”. Puno.
- Cosulich Ayala, J. (2003). La evasión tributaria. Proyecto Regional de política Fiscal, 70.

- Díaz, A. (2013). TESIS: “La cultura tributaria y su incidencia en la evasión del impuesto a la renta de profesionales independientes en la ciudad de Juliaca, periodo 2011”. Puno.
- Flores, J. (2000). Teoría y metodología de la investigación. Lima, Perú
- Flores, J. (2004). Tributación teoría y práctica. Lima, Perú: Editorial centro de especialización en contabilidad y Finanzas E.I.R.L.
- García, D. (2004). EL delito tributario. Lima, Perú: El Buho E.I.R.L.
- Gómez, A. (2013). fiscalización tributaria. Lima, Perú: el Buho E.I.R.L.
- Hanco, O. B. (2013). TESIS: “Nivel de cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca periodos 2012 - 2013”. Puno.
- Mogollón, V. (2012). TESIS: “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo, Perú”. Chiclayo.
- Real Academia Española (2001), Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Vigésima Segunda Edición 2001.
- Tapia Medina, G. (2005). La Evasión Tributaria en el Perú. Lima: Santa Rosa.
- TUO, (2013). Código tributario. Lima, Perú: El Peruano.
- Turpo B., E. G. (2010). TESIS: Influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca periodo 2009. Puno
- UNESCO. (1996). Nuestra diversidad creativa. Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO.

WEBGRAFIA

PERUANO, E. (15 de diciembre del 2017). ELPERUANO.PE. Obtenido de ELPERUANO.PE: WWW.ELPERUANO.PE

SUNAT. (14 de diciembre del 2017). *SUNAT* . Obtenido de SUNAT: <http://orientacion.sunat.gob.pe>

Superintendencia nacional de administración tributaria. (2009). Programa de cultura tributaria. En <http://www.sunat.gob.pe/index.html>

ANEXOS

ANEXO 01: VENTAS MENSUALES RUBRO ABARROTES

MUESTRA	VENTA DIARIA (L - S)	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DOMINGO	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	30.00	26	780.00	45.00	4	180.00	960.00	RUS	1	20.00
2° Comerciante	45.00	26	1170.00	60.00	4	240.00	1410.00	RUS	1	20.00
3° Comerciante	36.00	26	936.00	51.00	4	204.00	1140.00	RUS	1	20.00
4° Comerciante	60.00	26	1560.00	75.00	4	300.00	1860.00	RUS	1	20.00
SUBTOTAL			4446.00			924.00	5370.00			80.00

ANEXO 02: VENTAS MENSUALES RUBRO VERDURAS

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	250.00	26	6500.00	300.00	4	1200.00	7700.00	RUS	Especial	0.00
2° Comerciante	300.00	26	7800.00	400.00	4	1600.00	9400.00	RUS	Especial	0.00
3° Comerciante	200.00	26	5200.00	310.00	4	1240.00	6440.00	RUS	Especial	0.00
4° Comerciante	320.00	26	8320.00	420.00	4	1680.00	10000.00	RUS	Especial	0.00
SUBTOTAL			31616.00			15040.00	33540.00			0.00

ANEXO 03: VENTAS MENSUALES RUBRO JUGOS

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	52.50	26	1365.00	60.00	4	240.00	960	RUS	1	20.00
2° Comerciante	45.00	26	1170.00	52.50	4	210.00	840	RUS	1	20.00
3° Comerciante	48.00	26	1248.00	52.50	4	200.00	840	RUS	1	20.00
SUBTOTAL			3783.00			450.00	2600.00			60.00

ANEXO 04: VENTAS MENSUALES RUBRO VIANDAS

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	170.00	26	4420.00	400.00	4	1600.00	6020.00	RUS	2	50.00
2° Comerciante	190.00	26	4940.00	480.00	4	1920.00	6860.00	RUS	2	50.00
3° Comerciante	130.00	26	3380.00	440.00	4	1760.00	5140.00	RUS	2	50.00
4° Comerciante	140.00	26	3640.00	420.00	4	1680.00	5320.00	RUS	2	50.00
5° Comerciante	200.00	26	5200.00	240.00	4	960.00	6160.00	RUS	2	50.00
6° Comerciante	180.00	26	4680.00	460.00	4	1840.00	6520.00	RUS	2	50.00
SUBTOTAL			26260.00			9760.00	36020.00			300.00

ANEXO 05: VENTAS MENSUALES RUBRO PESCADOS

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	400	26	10400.00	450	4	1800.00	12200.00	RUS	3	200.00
2° Comerciante	300	26	7800.00	350	4	1400.00	9200.00	RUS	3	200.00
3° Comerciante	450	26	11700.00	450	4	1800.00	13500.00	RUS	3	200.00
4° Comerciante	300	26	7800.00	300	4	1200.00	9000.00	RUS	3	200.00
SUBTOTAL			37700.00			6200.00	43900.00			800.00

ANEXO 06: VENTAS MENSUALES RUBRO PAN, MANA Y PAPA

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	180	26	4680.00	120	4	480.00	5160.00	RUS	2	50.00
2° Comerciante	90	26	2340.00	100	4	400.00	2740.00	RUS	1	20.00
3° Comerciante	150	26	3900.00	110	4	440.00	4340.00	RUS	1	20.00
4° Comerciante	120	26	3120.00	130	4	520.00	3640.00	RUS	1	20.00
SUBTOTAL			14040.00			1840.00	15880.00			110.00

ANEXO 07: VENTAS MENSUALES RUBRO CARNES Y POLLOS

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	250	26	6500.00	250	4	1000.00	7500.00	RUS	2	50.00
2° Comerciante	350	26	9100.00	350	4	1400.00	10500.00	RUS	3	200.00
3° Comerciante	200	26	5200.00	200	4	800.00	6000.00	RUS	2	50.00
4° Comerciante	180	26	4680.00	180	4	720.00	5400.00	RUS	2	50.00
5° Comerciante	320	26	8320.00	320	4	1280.00	9600.00	RUS	3	200.00
6° Comerciante	250	26	6500.00	250	4	1000.00	7500.00	RUS	2	50.00
7° Comerciante	200	26	5200.00	200	4	800.00	6000.00	RUS	2	50.00
8° Comerciante	300	26	7800.00	300	4	1200.00	9000.00	RUS	3	200.00
SUBTOTAL			31616.00			15040.00	46656.00			850.00

ANEXO 08: VENTAS MENSUALES RUBRO QUESOS Y ESPECERIAS

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	100	26	2600	200	4	800	3400	RUS	1	20
2° Comerciante	120	26	3120	190	4	760	3880	RUS	1	20
3° Comerciante	90	26	2340	150	4	600	2940	RUS	1	20
SUBTOTAL			8060.00			2160.00	10220.00			60.00

ANEXO 09: VENTAS MENSUALES RUBRO PASADIZOS

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	40	26	1040	40	4	160	1200	RUS	1	20
2° Comerciante	35	26	910	35	4	35	945	RUS	1	20
3° Comerciante	35	26	910	37	4	148	1058	RUS	1	20
SUBTOTAL			1950.00			343.00	3203.00			60.00

ANEXO 10: VENTAS MENSUALES RUBRO LADO NORTE

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	30	26	780	30	4	120	900	RUS	1	20
2° Comerciante	50	26	1300	50	4	200	1500	RUS	1	20
3° Comerciante	40	26	1040	40	4	160	1200	RUS	1	20
4° Comerciante	35	26	910	35	4	140	1050	RUS	1	20
5° Comerciante	30	26	780	30	4	120	900	RUS	1	20
6° Comerciante	45	26	1170	45	4	180	1350	RUS	1	20
SUBTOTAL			5980			920	6900			120

ANEXO 11: VENTAS MENSUALES RUBRO LADO SUR

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
2° Comerciante	25	26	650	25	4	100	750	RUS	1	20
3° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
4° Comerciante	25	26	650	25	4	100	750	RUS	1	20
5° Comerciante	30	26	780	30	4	120	900	RUS	1	20
6° Comerciante	35	26	910	35	4	140	1050	RUS	1	20
7° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
8° Comerciante	15	26	390	15	4	60	450	RUS	1	20
9° Comerciante	25	26	650	25	4	100	750	RUS	1	20
10° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
11° Comerciante	35	26	910	35	4	140	1050	RUS	1	20
12° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
13° Comerciante	15	26	390	15	4	60	450	RUS	1	20
14° Comerciante	35	26	910	35	4	140	1050	RUS	1	20
15° Comerciante	30	26	780	30	4	120	900	RUS	1	20
16° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
17° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
18° Comerciante	50	26	1300	50	4	200	1500	RUS	1	20
19° Comerciante	100	26	2600	100	4	400	3000	RUS	1	20
20° Comerciante	50	26	1300	50	4	200	1500	RUS	1	20

21° Comerciante	40	26	1040	40	4	160	1200	RUS	1	20
22° Comerciante	60	26	1560	60	4	240	1800	RUS	1	20
23° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
24° Comerciante	25	26	650	25	4	100	750	RUS	1	20
25° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
26° Comerciante	30	26	780	30	4	120	900	RUS	1	20
SUBTOTAL			20930			3220	24150			520

ANEXO 12: VENTAS MENSUALES RUBRO LADO ESTE

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	90	26	2340	90	4	360	2700	RUS	1	20
2° Comerciante	80	26	2080	80	4	320	2400	RUS	1	20
3° Comerciante	150	26	3900	150	4	600	4500	RUS	1	20
4° Comerciante	130	26	3380	130	4	520	3900	RUS	1	20
5° Comerciante	60	26	1560	60	4	240	1800	RUS	1	20
6° Comerciante	80	26	2080	80	4	320	2400	RUS	1	20
7° Comerciante	200	26	5200	200	4	800	6000	RUS	1	20
8° Comerciante	70	26	1820	70	4	280	2100	RUS	1	20
9° Comerciante	150	26	3900	150	4	600	4500	RUS	1	20
10° Comerciante	70	26	1820	70	4	280	2100	RUS	1	20
SUBTOTAL			28080			4320	32400			200

ANEXO 13: VENTAS MENSUALES RUBRO LADO OESTE

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	200	26	5200	300	4	1200	6400	RUS	2	50
2° Comerciante	300	26	7800	400	4	1600	9400	RUS	3	200
3° Comerciante	150	26	3900	250	4	1000	4900	RUS	1	20
4° Comerciante	200	26	5200	250	4	1000	6200	RUS	2	50
5° Comerciante	150	26	3900	200	4	800	4700	RUS	1	20
6° Comerciante	150	26	3900	200	4	800	4700	RUS	1	20
7° Comerciante	300	26	7800	400	4	1600	9400	RUS	3	200
8° Comerciante	200	26	5200	300	4	1200	6400	RUS	2	50
9° Comerciante	150	26	3900	290	4	1160	5060	RUS	2	50
10° Comerciante	200	26	5200	300	4	1200	6400	RUS	2	50
11° Comerciante	200	26	5200	300	4	1200	6400	RUS	2	50
SUBTOTAL			57200			12760	69960			760

ANEXO 14: VENTAS MENSUALES RUBRO PLATAFORMA

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	100	26	2600	100	4	400	3000	RUS	1	20
2° Comerciante	150	26	3900	150	4	600	4500	RUS	1	20
3° Comerciante	130	26	3380	130	4	520	3900	RUS	1	20
4° Comerciante	110	26	2860	110	4	440	3300	RUS	1	20
SUBTOTAL			12740			1960	14700			80

ANEXO 15: VENTAS MENSUALES RUBRO PASAJE SAN ROMAN

MUESTRA	VENTA DIARIA	VENTAS TOTAL DIAS	VENTAS TOTALES	VENTA DIARIA	VENTAS DIAS DOMINGOS TOTAL	VENTA TOTALES	ESTIMADO DE VENTAS MENSUALES	REGIMEN TRIBUTARIO	CATEGORIA	CUOTA ESTIMADA
1° Comerciante	400	26	10400	450	4	1800	12200	RUS	5	600
2° Comerciante	20	26	520	20	4	80	600	RUS	1	20
3° Comerciante	50	26	1300	50	4	200	1500	RUS	1	20
4° Comerciante	35	26	910	35	4	140	1050	RUS	1	20
SUBTOTAL			13130			2220	15350			660

**ANEXO 16: CUESTIONARIO APLICADO A LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO****CUESTIONARIO**

Estimado(a) Señor (a) estoy desarrollando un estudio relacionado con la cultura tributaria, evasión tributaria y la recaudación tributaria. Por lo cual le pido encarecidamente me proporcione mediante las respuestas la información que me ayude a desarrollar satisfactoriamente dicho estudio.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con una (x) la alternativa que crea que es correcta y completa según sea el caso.

1. ¿Cuál es su nivel de estudios?

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

2. ¿Conoce usted que impuestos se pagan al Estado?

- a) RUS
- b) IGV
- c) Impuesto a la Renta
- d) ITF

3. ¿Alguna vez usted asistió a las charlas que ofrece la SUNAT?

- a. Si
- b. No

4. ¿Quién cree usted que debe de pagar Impuestos al Estado?

- a) Los Empresarios
- b) Los que trabajan en el sector privado o publico
- c) Los que tienen capacidad de pago
- d) Todos

5. ¿Sabe usted a que se destinan los Impuestos?

- a. Para pagar los sueldos de los empleados públicos
- b. Para construcción de obras públicas.
- c. Para mantenimiento de servicios públicos
- d. Desconoce

6. ¿Le gustaría recibir información tributaria sobre pago de Impuestos?

- a. Si
 - b. No
- 7. Ha tenido alguna vez la sensación de sentirse desmotivado para cumplir con el pago de sus impuestos?**
- a. Si
 - b. No
- 8. ¿cuál es la razón por la que se sintió desmotivado de pagar sus impuestos?**
- a. Los servicios públicos no sirven
 - b. Administración publica ineficiente
 - c. Malversación de fondos por parte del estado
 - d. Si las demás personas no pagan, yo tampoco
- 8. ¿Es consciente usted que evade Impuestos al Estado?**
- a. Si
 - b. No
- 9. En general, ¿En qué grado se considera Ud. una persona consciente y responsable?**
- a. Irresponsable
 - b. Regular
 - c. Responsable
 - d. Muy responsable
- 10. ¿Cuánto es su estimado de ventas?**
- a. De lunes a sábado (diario) S/.....
 - b. Solo domingos S/.....
- 11. ¿Pago su licencia municipal correspondiente al año 2016?**
- a. Si
 - b. No
- 12. ¿Qué Comprobantes de Pago conoce?**
- a. Boleta de venta
 - b. Factura
 - c. Ticket
- 13. ¿Usted al realizar una venta emite comprobantes de pago?**
- a. Si
 - b. No
 - c. Debes en cuando

d. Nunca

14. ¿Cuál de los siguientes comprobantes de pago emite usted?

- a. Boleta de venta
- b. Factura
- c. Ticket
- d. ninguno

15. ¿Cuál de los siguientes regímenes tributarios conoce?

- a. Nuevo régimen único simplificado
- b. Régimen especial del impuesto a la renta
- c. Régimen general del impuesto a la renta
- d. Ninguno

16. ¿Usted desea formalizarse para contribuir al Estado mediante los impuestos?

- a. Sí
- b. No
- c. Puede ser

17. ¿Sabe usted que es el registro único del contribuyente (RUC)?

- a. Sí
- b. No

18. Se encuentra Ud. Inscrito en el Registro Único del Contribuyente (RUC)?

- a. Sí
- b. No

19. ¿En qué régimen se encuentra usted?

- a. Nuevo régimen único simplificado
- b. Régimen especial del impuesto a la renta
- c. Régimen general del impuesto a la renta
- d. No está inscrito.

ANEXO 17: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: “LA CULTURA TRIBUTARIA, EVASIÓN TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO LAYKAKOTA DE LA CIUDAD DE PUNO, PERÍODO 2016”.

PROBLEMA	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	OBJETIVOS
PG. ¿Cómo repercute la cultura tributaria y la evasión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno, Periodo 2016?	HG. El bajo nivel de la cultura tributaria y la practica de la evasión influyen directamente en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno, Periodo 2016.	VI. Cultura tributaria Evasión tributaria	- Nivel de estudios - Conocimientos tributarios - Base tributaria - Licencia municipal	OG. Evaluar y determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria, la evasión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno, Periodo 2016.
		VD. Recaudación tributaria.	- Deberes y obligaciones tributarias - Conocimiento de normas - Valores y actitudes - Comprobantes de pago - Regímenes tributarios - Declaración y pago	
PE1. ¿Cómo influye la cultura tributaria en la evasión de los impuestos de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno?	HE1. La baja cultura tributaria influye directamente en la evasión de los impuestos de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.	VI. Cultura tributaria	- Nivel de estudios - Conocimientos tributaries	OE1. Evaluar la influencia de la cultura tributaria en la evasión de los impuestos de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.
		VD. Evasión tributaria	- Deberes y obligaciones - Conocimiento de normas - Valores y actitudes	
PE2. ¿Cuál es el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno?	HE2. Los altos niveles de evasión, repercuten en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.	VI. Evasión tributaria	- Base tributaria - Licencia municipal	OE2. Determinar el nivel de evasión y su repercusión en la recaudación tributaria de los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.
		V.D. Recaudación tributaria	- Comprobantes de pago - Regímenes tributarios - Declaración y pago	
PE3. ¿Cuáles serían las estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno?				OE3. Proponer estrategias para elevar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Laykakota de la Ciudad de Puno.