



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA  
FORMALIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES  
MINORISTAS DE COMPRA Y VENTA DE ABARROTES  
EN EL MERCADO MINORISTA LAS CAPULLANAS  
DEL DISTRITO VEINTISÉIS DE OCTUBRE DE LA  
CIUDAD DE PIURA EN EL AÑO 2015.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR

**NEYRA QUINDE, JEAN MARCOS  
ORCID: 0000-0003-0478-4722**

ASESOR

**GARCIA MANDAMIENTOS, EDME MARTHA  
ORCID: 0000-0003-0012-652X**

**PIURA – PERÚ  
2019**

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN  
LA FORMALIZACIÓN DE LOS  
COMERCIANTES MINORISTAS DE COMPRA Y  
VENTA DE ABARROTES EN EL MERCADO  
MINORISTA LAS CAPULLANAS DEL DISTRITO  
VEINTISÉIS DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE  
PIURA EN EL AÑO 2015.**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Neyra Quinde, Jean Marcos

ORCID: 0000-0003-0478-4722

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,  
Estudiante de Pregrado, Piura, Perú.

### **ASESOR**

García Mandamientos, Edme Martha

ORCID: 0000-0003-0012-652X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,  
Facultad de Ciencias Contables, Financiera y  
Administrativas, Escuela Profesional de  
Contabilidad, Piura, Perú.

### **JURADO**

Landa Machero, Víctor Manuel

ORCID: 0000-0003-4687-067X

Ulloque Carrillo, Víctor Manuel

ORCID: 0000-0002-5849-9188

Reto Gómez, Jannyna

ORCID: 0000-0002-2169-9741

**JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA**

**Dr. Víctor Manuel Landa Machero**  
**Presidente**

**Mgtr. Jannyna Reto Gómez**  
**Miembro**

**Dr. Víctor Manuel Ulloque Carrillo**  
**Miembro**

**Mgtr. Edme Martha García Mandamientos**  
**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme la vida y la fortaleza necesaria y así poder cumplir cada una de las metas trazadas.

A mi asesora Mgtr. Edme Martha García Mandamientos, quien con su profesionalismo, experiencia y paciencia, logró encaminarme hacia la investigación y concluir con éxito mi Tesis.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por haber sido mi apoyo moral, espiritual y económico para seguir adelante.

A Uladech Católica por la oportunidad de crecer y convertirme en un profesional al servicio de mi país.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las características de la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño No experimental, transversal, descriptivo. La población y muestra fueron calculadas en base a los negocios del sector en estudio ubicados en el distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura.

Los resultados demuestran que un 70% de los propietarios de los negocios encuestados conocen y tienen cultura tributaria, la mayoría de los propietarios han asistido a alguna capacitación de índole tributaria, sabe a qué tributos esta afecto, asimismo el 50% manifiesta que los tributos fueron creados para satisfacer las necesidades de la población y el 50% restante piensa que son creados para fines remunerativos de funcionarios estatales y otros fines. El 30% restante desconoce el significado de cultura tributaria, apreciándose la carencia de valores entre los propietarios de los negocios.

Finalmente se concluye que la mayoría de los comerciantes se han formalizado por la presión tributaria existente (SUNAT), es por esto que la mayoría de los comerciantes para evitar multas y contingencias tributarias prefieren emitir comprobantes de pago y declarar oportunamente.

**Palabras Clave:** Cultura tributaria, comerciantes minoristas, formalización.

## ABSTRACT

The general objective of the research was to: Describe the characteristics of the tax culture and its impact on the formalization of retailers buying and selling groceries in the retail market Las Capullanas of the district Twenty-sixth of October in the city of Piura in 2015. The methodology was of descriptive type, quantitative level, non-experimental, transversal, descriptive design. The population and sample were calculated based on the businesses of the sector under study located in the Twenty-sixth of October district of the city of Piura.

The results show that 70% of the owners of the businesses surveyed know and have a tax culture, most of the owners have attended some training of a tax nature, know what tribute is affected, also 50% state that the taxes were created to meet the needs of the population and the remaining 50% think that they are created for remunerative purposes of state officials and other purposes. The remaining 30% does not know the meaning of tax culture, appreciating the lack of values among the owners of the businesses.

Finally, it is concluded that most merchants have been formalized by the existing tax pressure (SUNAT), which is why most merchants prefer to issue payment receipts and declare timely to avoid fines and tax contingencies.

**Keywords:** Tax culture, retail merchants, formalization.



## CONTENIDO

TITULO .....	ii
EQUIPO DE TRABAJO.....	iii
JURADO EVALUADOR DE TESIS .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	viii
CONTENIDO .....	ix
INDICE DE TABLAS .....	xi
INDICE DE GRAFICOS .....	xii
CONTENIDO .....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	4
2.1 Antecedentes. ....	4
2.1.1 En el ámbito internacional .....	4
2.1.2 Nacionales.....	5
2.1.3 Locales .....	7
2.2 Bases teóricas.....	8
2.2.1 Teorías Tributarias .....	8
2.2.1.1. La Teoría de la Evasión y Elusión de Impuestos Indirectos .....	8
2.2.1.2 Teoría económica de la evasión fiscal.....	9
2.2.1.3 Teoría General de la Tributación y los Tributos.....	9
2.2.1.4 Teoría de Eheberg .....	9
2.2.1.5 Principios fundamentales de la Teoría de la Tributación: .....	10
2.2.1.6 La Conciencia Tributaria tiene dos dimensiones: .....	11
2.2.1.7 Teoría de la Cultura Tributaria .....	12
2.3 Marco Conceptual.....	12
2.3.1 Componentes de la tributación en el Perú. ....	12
2.3.1.1 La política tributaria: .....	12
2.3.1.2 El sistema tributario: .....	13
2.3.1.3 La administración tributaria:.....	13
2.3.2 Definición de tributos .....	13
2.3.2.1 Componentes del tributo .....	15
2.3.2.2 Funciones del tributo .....	15
2.3.2.3 Impuestos. ....	16
2.3.2.3.1 Definición de Impuestos. ....	16
2.3.2.3.2 Tipos de Impuestos. ....	16
2.3.2.4 Tasas.....	16
2.3.2.4.1 Los arbitrios municipales.....	17
2.3.2.4.2 Licencias .....	17
2.3.2.4.3 Los Derechos .....	17
2.3.2.5 Tributos que administra SUNAT.....	17
2.3.2.5.1 Impuesto General a las Ventas: .....	17
2.3.2.5.2 Impuesto a la Renta: .....	18
2.3.2.5.3 Régimen Especial del Impuesto a la Renta:.....	19
2.3.2.5.4 Nuevo Régimen Único Simplificado:.....	20

2.3.2.5.6 Impuesto Temporal a los Activos Netos: .....	20
2.3.2.5.7 Impuesto a las Transacciones Financieras: .....	21
2.3.2.5.8 Impuesto Especial a la Minería:.....	21
2.3.2.5.9 Casinos y Tragamonedas: .....	21
2.3.3 Definición de Evasión tributaria. ....	21
2.4 Terminología .....	22
III.- HIPÓTESIS .....	25
IV.- METODOLOGÍA .....	26
4.1 Diseño de la investigación .....	26
4.2 Población y muestra:.....	26
4.2.1 Población: .....	26
4.2.2 Muestra .....	26
4.3 Operacionalización de variables .....	27
4.4 Técnicas e instrumentos .....	32
4.4.1 Técnica.....	32
4.4.2 Instrumento: .....	32
4.5 Plan de análisis.....	32
4.6 Matriz de consistencia .....	33
4.7 Principios éticos .....	35
V. RESULTADOS .....	36
5.1 Resultados.....	36
5.1.1 Respecto al objetivo específico 1.....	36
5.1.2 Respecto al objetivo específico 2.....	40
5.1.3 Respecto al objetivo específico 3.....	42
5.1.4 Respecto al objetivo específico 4.....	54
5.2 Análisis de los Resultados.....	66
5.2.1 Respecto al objetivo específico 1.....	66
5.2.2 Respecto al objetivo específico 2.....	67
5.2.3 Respecto al objetivo específico 3.....	68
5.2.4 Respecto al objetivo específico 4.....	70
VI. CONCLUSIONES .....	73
6.1 Conclusiones.....	73
6.1.1 Respecto al objetivo específico 1.....	73
6.1.2 Respecto al objetivo específico 2.....	74
6.1.3 Respecto al objetivo específico 3.....	74
6.1.4 Respecto al objetivo específico 4.....	76
VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS .....	78
Recomendaciones .....	78
Referencias bibliográficas.....	79
Anexos .....	85

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1: Cargo que ocupa en el negocio .....	36
TABLA 2: Edad de los propietarios y/o trabajadores .....	37
TABLA 3: Grado de instrucción del propietario.....	38
TABLA 4: Sexo del propietario .....	39
TABLA 5: Tiempo de constitución del negocio .....	40
TABLA 6: Personal que trabaja en el negocio.....	41
TABLA 7: Cultura tributaria .....	42
TABLA 8: Nivel de cultura tributaria .....	43
TABLA 9: Capacitación de cultura tributaria .....	44
TABLA 10: Formación de la cultura tributaria.....	45
TABLA 11: Fomentación y difusión de la cultura tributaria .....	46
TABLA 12: Cursos de tributación en los colegios.....	47
TABLA 13: Tributos .....	48
TABLA 14: Tributos afectos.....	49
TABLA 15: La importancia de tributar.....	50
TABLA 16: Pagos de tributos .....	51
TABLA 17: Sistema tributario en el Perú .....	52
TABLA 18: Retribución de tributos.....	53
TABLA 19: Formalización .....	54
TABLA 20: Capacitación por SUNAT .....	55
TABLA 21: Régimen tributario .....	56
TABLA 22: Presentación de declaraciones.....	57
TABLA 23: Cumplimiento en el pago de tributos .....	58
TABLA 24: Comprobantes de pago.....	59
TABLA 25: Asesoramiento contable .....	60
TABLA 26: Gestión tributaria .....	61
TABLA 27: Obligaciones tributarias .....	62
TABLA 28: Sanciones tributarias .....	63
TABLA 29: Motivo de la sanción.....	64
TABLA 30: Sanciones aplicadas por SUNAT .....	65

## INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1: Cargo que ocupa en el negocio .....	36
GRAFICO 2: Edad de los propietarios y/o trabajadores .....	37
GRAFICO 3: Grado de instrucción del propietario .....	38
GRAFICO 4: Sexo del propietario .....	39
GRAFICO 5: Tiempo de constitución del negocio .....	40
GRAFICO 6: Personal que trabaja en el negocio .....	41
GRAFICO 7: Cultura tributaria .....	42
GRAFICO 8: Nivel de cultura tributaria .....	43
GRAFICO 9: Capacitación de cultura tributaria .....	44
GRAFICO 10: Formación de la cultura tributaria .....	45
GRAFICO 11: Fomentación y difusión de la cultura tributaria.....	46
GRAFICO 12: Cursos de tributación en los colegios. ....	47
GRAFICO 13: Tributos .....	48
GRAFICO 14: Tributos afectos .....	49
GRAFICO 15: La importancia de tributar .....	50
GRAFICO 16: Pagos de tributos .....	51
GRAFICO 17: Sistema tributario en el Perú .....	52
GRAFICO 18: Retribución de tributos .....	53
GRAFICO 19: Formalización.....	54
GRAFICO 20: Capacitación por SUNAT .....	55
GRAFICO 21: Régimen tributario .....	56
GRAFICO 22: Presentación de declaraciones.....	57
GRAFICO 23: Cumplimiento en el pago de tributos .....	58
GRAFICO 24: Comprobantes de pago .....	59
GRAFICO 25: Asesoramiento contable .....	60
GRAFICO 26: Gestión tributaria.....	61
GRAFICO 27: Obligaciones tributarias .....	62
GRAFICO 28: Sanciones tributarias .....	63
GRAFICO 29: Motivo de la sanción .....	64
GRAFICO 30: Sanciones aplicadas por SUNAT .....	65

## **I. INTRODUCCIÓN**

Existen un gran número de factores que impiden el desarrollo de la economía en el Perú, la economía y la tributación informal es la situación más común en la que los peruanos se encuentran. El tema de la informalidad no debe ser abordado en base a las personas sino por las actividades económicas que estas realizan. Al respecto, es posible que una misma persona realice más de una actividad económica y actúe formalmente en una e informalmente en la otra. Así, por ejemplo, se puede dar el caso de un profesional que trabaja de manera independiente y cumple con todas sus obligaciones tributarias, sin embargo, adicionalmente, tiene un negocio de venta de ropa que no está registrado ni paga tributos. (Jorge De la Roca, 2004).

El sistema tributario es poco transparente, significado del incumplimiento de los requisitos indispensables para la existencia de un sistema como tal. Además, su flexibilización es la que hace que ante los profundos y constantes cambios que se producen en los procesos económicos, sociales y Política afecte a la Administración Tributaria la cual no se adecua rápidamente a las mismas.

La problemática en la población es la falta de cultura tributaria y se le une a ello la carencia de conciencia tributaria debido falta de educación donde se debe enseñar al ciudadano el rol que debe cumplir al estado, falta de solidaridad se debe hacer énfasis que el estado debe prestar servicios, y para tal fin necesita de recursos, y cuando no cuenta con los mismos no puede cumplir los fines de su existencia, falta de claridad del destino de los gastos públicos, la población reclama por parte del Estado, que preste la máxima cantidad de servicios públicos en forma adecuada.

Se espera que el presente informe sea de gran aporte para determinar la cultura tributaria y el impacto en el impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015 y contribuir a su mayor conocimiento de la cultura tributaria que considero un pilar importante para el cumplimiento tributario.

Por lo expresado anteriormente , la investigación se formula a través del siguiente Enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015?

### **Objetivo General**

Determinar las principales características de la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.

### **Objetivo Específicos**

1. Determinar las principales características de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.
2. Determinar las principales características del mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.
3. Determinar las principales características de la cultura tributaria de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.
4. Determinar el impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.

Finalmente la investigación se justifica:

**Desde el punto de vista social:** Esta investigación se enfoca en la conducta social adversa al pago de impuestos, manifestándose en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento. Dichas conductas intentan auto justificar, descalificando la gestión de la administración pública por la ineficiencia o falta de transparencia en el manejo de los recursos, así como por la corrupción. (Dulio Solórzano, 2011)

Culturizar a la sociedad para generar conciencia tributaria y originar así el crecimiento de los mercados minoristas.

**Desde el punto de vista económico:** El desarrollo de nuestro país está vinculado a la población; por ello se debe contar con cultura y conciencia tributaria; el no pagar tributos repercute en la economía creando carencia de los recursos.

El pago de impuestos es uno medio de obtención de ingresos y tiene gran importancia en la economía de aquí parte la inversión en aspectos prioritarios como la educación, la salud, el combate a la pobreza, la seguridad ciudadana y el impulso a otros sectores.

**Desde el punto de vista académico:** La población estudiantil recluta información de diferentes fuentes ya sean escritas, orales entre otras que serán necesarias para alimentación de conocimientos buscando la multiplicación de estos ante la sociedad carente de cultura y conciencia tributaria.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes.

#### 2.1.1 En el ámbito internacional

**Benítez (2014).** Bajo el título de *“El régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE) y su impacto en los niveles de evasión tributaria en el sector informal de la ciudad de Machala periodo: 2007– 2012”*. Para que el Estado pueda cumplir con su obligación constitucional de velar por el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que ésta requiere, necesita de recursos que provienen principalmente de los tributos pagados por los contribuyentes. La tributación, es un factor importante para el desarrollo de los programas sociales del Estado y por tanto el contribuyente, sea persona natural o jurídica, debe cumplir con sus obligaciones y por ende asumir una responsabilidad para pagar impuestos.

**Delgado & Angarita (2012).** Bajo el título de *“Analizar el comportamiento tributario de los comerciantes de la ciudadela norte de Ocaña norte de Santander”*. Es indispensable que una persona que desee tener un establecimiento de comercio busque asesoría de los trámites que debe realizar para que su negocio este constituido legalmente y así evitar más adelante inconvenientes con la Ley, pudiendo ellos obtener información con un profesional conocedor de la rama tributaria. Se hace necesario que las entidades encargadas de dar información a las comerciantes poseedoras de establecimientos de comercio, lo hagan mediante los medios de comunicación como la radio y la televisión, carteles publicados en lugares estratégicos para que ellos conozcan a profundidad las obligaciones que deben tener al momento de crear una entidad y así no cometan infracciones por falta de conocimiento.

**Rivera & Silvera (2012).** Bajo el título de *“Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del Cantón Milagro”* nos dice que la falta de capacitación y formación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento de las obligaciones tributarias, fomentando así la irregularidad del control contable que se pierde en los esquemas fiscales del Servicio de Rentas Internas.



La falta de una educación tributaria crea actitudes de incumplimiento en las normas fiscales, debido al poco interés por prepararse a miras de llevar un proceso de desarrollo y actualización mercantil del control tributario.

**Chicas (2011).** Bajo el título de *“Propuesta para crear una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala”*, Con el fin de desarrollar una mayor cantidad y diversidad de recurso humano, se deben buscar y desarrollar nuevas estrategias de abordaje de capacitación no formal y una variedad de metodologías, pedagógicas y andrológicas, orientadas al proceso de socialización de la cultura tributaria.

### **2.1.2 Nacionales**

**Ávila (2018).** Bajo el título de *“Cultura tributaria y su impacto en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abastos de distrito de Trujillo Año 2017 ”* .Es importante combatir la informalidad y podemos pensar que ésta, está claramente asociada al nivel cultural tributario que manejan los comerciantes, sin embargo, hemos podido darnos cuenta que el nivel de formalización en estos mercados es alto más del 80% es formal, con lo que el problema parecería que está resuelto o que no existe, el asunto radica en que dentro de esta formalidad se desarrolla una gran informalidad , y esto es lo que debería cobrar mayor interés.

**Lynch (2016).** Bajo el título de *“Causas y consecuencias de la informalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso del mercado modelo de Chimbote, 2015.”* La mayoría de los elementos comparativos coinciden que las causas principales de la informalidad de las MYPES son: los altos costos tributarios que se tienen que pagar, los altos costos para la para la formalización que son mayores a los ingresos que estos 86 microempresarios obtienen y los excesivos trámites burocráticos que se tiene que realizar.

**Burga (2015).** Bajo el título de “*Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014*”. Para contribuir al fomento de la cultura, legalidad y cumplimiento de las obligaciones tributarias es de vital importancia que la administración tributaria esté más cerca de sus contribuyentes, teniendo ventanillas informativas que busquen una actitud cooperativa generando confianza en los ciudadanos.

**Aguirre & Silva (2013).** Bajo el título de “*Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo - año 2013*”. La Administración Tributaria debe elaborar un manual que contenga de manera clara y lo más sencillo posible todas las obligaciones tributarias formales y sustanciales que corresponden a los contribuyentes, entre estos a los abarroteros de los alrededores del mercado mayorista. Esto debido a que en la actualidad se encuentran diseminadas en muchos dispositivos legales (Código Tributario, Ley del Impuesto a la Renta, Ley del IGV, Ley de Sociedades, Código de Comercio, Reglamento de Comprobantes de Pago, etc.) parte de los cuales no son conocidos por los contribuyentes lo que genera en algunos casos, incurran en omisiones.

**Villanueva (2013).** Bajo el título de “*Factores tributarios causantes de la informalidad del sector de comercialización de lubricantes automotriz en Lima Metropolitana.*” La informalidad es un problema que tiene diversos efectos en los aspectos económicos, sociales, ambientales, culturales, etc. Por ello, su solución debe comprender no solo estos aspectos, sino principalmente el tratamiento integrado de los mismos. Es un problema que trasciende las fronteras, donde el Perú se encuentra en el tercer lugar en América Latina. En el año 2004 la informalidad en el Perú alcanzó un 60.9% del PBI. También la informalidad varía de acuerdo a los sectores, por ejemplo, Peñaranda Alan (2001) señala que en el sector comercio alcanza un incumplimiento en el pago del IGV del 37 %, lo cual es menos de la mitad del 94% que tiene el sector hotelero y restaurantes.

**Quispe (2012).** Bajo el título de *“La política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, año 2011”* Para incrementar la Cultura Tributaria y con ella el cumplimiento voluntario de las obligaciones, es indispensable que los contribuyentes tengan confianza en la Administración Tributaria y además se sientan retribuidos por el Estado con servicios públicos de calidad, que en definitiva son lo que evidencia una mejor calidad de vida en el ciudadano, por lo que se propone el Pacto Fiscal.

### **2.1.3 Locales**

**Checa (2017).** Bajo el título de *“Nivel de Cumplimiento Tributario en las Tiendas de Abarrotes del Asentamiento Humano José Olaya de Piura – 2017”*. Los comerciantes de abarrotes deberían cambiar de actitud frente a las tasas impuestas por Sunat, ya que, con la existencia de Regímenes acorde a las características y necesidades del negocio, pueden obtener beneficios que impliquen la disminución del importe a pagar. Deben tener en cuenta que su aporte genera incremento en los ingresos fiscales, pudiendo cubrir más necesidades públicas ayudadas de buenas estrategias de recaudación.

**Ayala (2015).** Bajo el título de *“La evasión tributaria en los comerciantes ubicados en el mercado de telas de Piura-2014”*. La ciudadanía debe entender que la tributación es clave para entender que la tributación es clave para atender las necesidades de las mayorías de nuestro país y obliga al estado a tomar medidas que, a veces, resultan más perjudiciales para los contribuyentes que si aportan, como, por ejemplo, la creación de nuevos tributos o el incremento de tasas ya existentes. Todo ello crea malestar y propicia mayor evasión y aumento de informalidad.

**Huancas (2015).** Bajo el título de *“La evasión tributaria en las micro y pequeñas empresas del distrito San Miguel de El Faique - provincia Huancabamba región Piura en el año 2014”*. El 45% de los microempresarios del distrito San Miguel del Faique, provincia de Huancabamba, encuestados consideran que el bajo crecimiento económico y social es uno de los principales problemas que genera la evasión tributaria, el 40% considera que la evasión tributaria genera la Deficiencia en los servicios básicos y carencia de infraestructura y el 15% indicó que la evasión tributaria trae consigo la competencia desleal. (Objetivo específico 1).

**Farfán (2013).** Bajo el título de *“Informalidad y financiamiento de las MYPES rubro picanterías en Catataos Piura, año 2012”* recomendó a todas las MYPES que antes de iniciar la actividad primero debe formalizarse evitándose problemas, pues se elimina la posibilidad de tener que pagar sobornos y evita el pago de las multas y tarifas a las que suelen estar expuestas las empresas que operan en la informalidad; también se tendría acceso a las Entidades Financieras en caso de necesitar algún préstamo.

**Chiroque (2012).** Bajo el título de *“La cultura tributaria en los negocios del mercado central de la ciudad de Piura”* Los comerciantes de la ciudad de Piura en la actualidad mantienen un comportamiento tributario inadecuado con respecto al cumplimiento de las normas y leyes tributarias vigentes, debido a la poca cultura tributaria con la que cuentan cómo se puede apreciar en los gráficos del capítulo III y IV que se obtuvieron través del instrumento de medición (encuesta). Por lo tanto tal situación traería como consecuencia un comportamiento fiscal incorrecto que perjudicaría por un lado al mismo comerciante al cometer infracciones tributarias que al ser detectadas por SUNAT aplicaría las sanciones de acuerdo a las normas tributarias, y por otro lado al estado que dejaría de percibir los tributos para que este cumpla con las funciones que les son propias.

## **2.2 Bases teóricas.**

### **2.2.1 Teorías Tributarias**

#### **2.2.1.1. La Teoría de la Evasión y Elusión de Impuestos Indirectos**

**Según Roberto J (2010).** Nos dicen que los impuestos forman parte de la vida económica de todas las sociedades modernas. No es de sorprender, entonces, la atención que han obtenido en la teoría económica. Los análisis abarcan desde cuestiones generales, como el impacto de la imposición en la eficiencia económica y el bienestar general, como otros aspectos mucho más específicos que hacen a los diversos efectos de impuestos con características diferentes.

La economía de la evasión y de la elusión es diferente, ya que el problema económico que enfrentan los factores son diferentes, tienen un punto de partida y una consecuencia final similares. Ambas representan un comportamiento de los contribuyentes que tienen como objeto reducir su carga impositiva.

### **2.2.1.2 Teoría económica de la evasión fiscal**

La teoría vigente de la evasión fiscal aparece a principios de la década del 70' del siglo pasado, como una aplicación específica de la teoría económica del crimen desarrollada por Gary Becker a fines de los 60'. El trabajo que se considera el origen de los desarrollos posteriores sobre evasión presenta un modelo en el cual la evasión es el resultado de la decisión tomada por el individuo maximizador de utilidad, decisión que dependerá de la estimación de los costos y beneficios esperados de evadir. Lo relevante es que pagar impuestos se analiza como un proceso de toma de decisiones bajo incertidumbre, lo que implica un ejercicio de evaluación de los riesgos involucrados.

### **2.2.1.3 Teoría General de la Tributación y los Tributos**

La tributación es un concepto que se articula Alrededor de algunos principios básicos, que provienen de varios enfoques: económico, jurídico, administrativo, social, entre otra orientación de la política tributaria

Como un componente de la política fiscal, la tributación está principalmente destinada producir ingresos, para el presupuesto público, que financien el gasto del Estado. Esta función de la política tributaria debe estar orientada por algunos principios fundamentales sobre la imposición que se han enunciado, evolucionado y probado a través del tiempo, estos sirven de pautas para el diseño de los sistemas tributarios. Mientras más apegada a ellos es una política tributaria, los resultados de su aplicación, son más deseables y favorables, tanto para el Estado como para los ciudadanos.

### **2.2.1.4 Teoría de Eheberg**

Según Eheberg sostiene que debe rechazarse la idea del sacrificio y considerar el deber tributario como un axioma que en sí mismo no reconoce límites pero que los tiene en cada caso particular en las razones de la oportunidad que aconseja la tendencia a servir el interés general. El último fundamento jurídico del impuesto es precisamente el de que no necesita fundamento jurídico alguno. Según el texto considera que la teoría que considera al impuesto como un sacrificio es la correcta desde el punto de vista del sujeto del impuesto, que no puede percibir las ventajas que reporta la erogación que

realiza al pagarlo es decir el impuesto significa para el que lo paga un sacrificio que no obtiene compensación alguna.

### **2.2.1.5 Principios fundamentales de la Teoría de la Tributación:**

#### **El principio de la suficiencia:**

Hace referencia a la capacidad del sistema tributario de recaudar una cantidad de recursos adecuada o suficiente para solventar el gasto del Estado. Una política tributaria que cumple con este principio debe tener, además, como características:

- Generalidad de los tributos, es decir, que sean para todos.
- Determinación justa de las exenciones, es decir, de quienes no pagan ciertos tributos.
- Amplitud de las bases económicas y de los sujetos alcanzados por los tributos.

#### **El principio de la equidad:**

Hace referencia a que la distribución de la carga tributaria debe estar en correspondencia y proporción con la capacidad contributiva de cada sujeto de tributación o contribuyente. Una política tributaria que cumple con este principio tiene como características:

- Imposiciones graduadas de acuerdo con las manifestaciones de bienestar económico del contribuyente.
- Creación de categorías o clasificaciones de contribuyentes.
- Reconocimiento de que igualdad jurídica no significa indiferenciación tributaria.

#### **El principio de la neutralidad**

Hace referencia a que la aplicación de los tributos no debe alterar el comportamiento económico de los contribuyentes, a la necesidad de atenuar el peso de consideraciones de materia tributaria en las decisiones de los agentes económicos.

Una política tributaria que cumple con este principio tiene como características:

- Poca interferencia de la tributación en el funcionamiento del mercado.
- Evita que se generen distorsiones en la asignación de recursos para las actividades económicas de la población debido a la presencia de los tributos.

### **El principio de simplicidad**

Hace referencia a que el sistema tributario debe contar con una estructura técnica que le sea funcional, que imponga solamente los tributos que capten el volumen de recursos que justifique su implantación y sobre bases o sectores económicos que tengan una efectiva capacidad contributiva.

Una política tributaria que cumple con este principio tiene como características:

- Costos no elevados y justificados de cumplimiento por parte de los contribuyentes y de control por parte de la administración tributaria.
- Transparencia en la administración tributaria.
- Conocimiento de los contribuyentes sobre las obligaciones tributarias.

### **2.2.1.6 La Conciencia Tributaria tiene dos dimensiones:**

1. Como Proceso está referido a como se forma la conciencia tributaria en el individuo; es decir, la formación de la conciencia tributaria.
2. Como contenido está referido a los sistemas de información, códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores del comportamiento del ciudadano respecto de la tributación.

El proceso de formación de la conciencia tributaria puede dar lugar a personas con conciencia tributaria positiva y personas con conciencia tributaria negativa. La diferencia dependería del entorno familiar y social en el que se han socializado desde su primera infancia y de los valores que obtuvo en la formación de su cultura tributaria de su entorno.

En la agenda política de los países latinoamericanos está presente la lucha contra la evasión tributaria, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica. De allí que en la mayoría de ellos se formulen estrategias de control o fiscalización tributaria,

las cuales son fundamentales en dicha lucha, resulta claro que el esfuerzo por controlar el cumplimiento tributario no basta por sí solo para vencer las prácticas de evasión. Es por ello, que no puede pretenderse solo el enfoque hacia lo económico financiero y legal, sino que es necesario ir mucho más allá y profundizar la relación que debe existir entre el Estado y el ciudadano, para ello es necesario desarrollar una Cultura Tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos. (Verónica Mogollón, 2014).

### **2.2.1.7 Teoría de la Cultura Tributaria**

La cultura tributaria es un problema que subsiste en la mayoría de los países especialmente en aquellos de menor desarrollo, debido a que no existe conciencia tributaria, la estructura del sistema tributario no es la adecuada. Cualquiera que sea la causa del incumplimiento y dado que la administración se dispone de recursos humanos, financieros y tecnológicos para verificar el cumplimiento de todos los contribuyentes, es conveniente que se desarrolle un sistema de selección que se ajusten a la realidad económica, social, geográfica y tributaria en el país.

La cultura tributaria no se logra de un día para otro para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y del estado con respecto a la importancia y necesidad que pueden tener los impuestos para que permitan cubrir las necesidades colectivas. Según Cárdenas (2012).

## **2.3 Marco Conceptual.**

### **2.3.1 Componentes de la tributación en el Perú.**

La tributación en el Perú sigue los estándares internacionales. Por esta razón se encuentra constituida por:

#### **2.3.1.1 La política tributaria:**

Es parte de la política fiscal, es decir parte de una política pública. ¿Y cómo se presenta esta? Una política pública se presenta bajo la forma de un programa de acción gubernamental en un sector de la sociedad o un espacio geográfico, en el que se articulan el estado y la sociedad civil.



La política tributaria afecta casi todos los aspectos de la economía y la sociedad. El tamaño del estado, la magnitud de la redistribución de la riqueza y las decisiones de consumir e invertir están relacionados con este campo fundamental de la política.

#### **2.3.1.2 El sistema tributario:**

El sistema tributario peruano tiene una estructura básica, estándar y está orientada por:

- Ley del Sistema Tributario Nacional (Decreto Legislativo N° 771).
- Ley de Tributación Municipal (Decreto Legislativo N° 776).
- Código Tributario (Decreto Legislativo N° 816).
- Leyes que crean diversos tributos:
  - Ley del Impuesto a la Renta (Decreto Legislativo N° 774).
  - Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuestos Selectivo al Consumo (Decreto Legislativo N° 821).
  - Ley del Impuesto de Promoción Municipal (Decreto Legislativo N° 776).
  - Ley General de Aduanas (Decreto Legislativo N° 1053).
  - Arancel de Aduanas (Decreto Supremo N° 017-2007-EF).

#### **2.3.1.3 La administración tributaria:**

La administración tributaria peruana está constituida por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), organismo que se encarga de administrar y recaudar los tributos internos y los aranceles del gobierno nacional, inspeccionar las actividades económicas del comercio exterior, el tráfico internacional de personas y medios de transporte y desarrollar las acciones necesarias para prevenir y reprimir el contrabando.

#### **2.3.2 Definición de tributos**

**Según Sainz B (1991).** Afirma que “El tributo no es otra cosa que el recurso (mecanismo jurídico) de que los entes públicos se sirven para obtener ingresos tributarios. Este mecanismo consiste en hacer surgir a cargo de ciertas personas la obligación de pagar al ente público una suma de dinero cuando se dan los supuestos previstos en la ley. El tributo, pues, es una obligación cuya prestación consiste en

entregar una suma de dinero que constituye para el ente público acreedor el ingreso tributario.

**Según Bravo J (2006).** Define al tributo como aquella prestación de dar una suma de dinero con carácter definitivo exigible coactivamente, que no constituya sanción por acto ilícito, cuyo cumplimiento es dispuesto por la instauración de una relación jurídico obligatoria de derecho público (deber jurídico de prestación tributaria), como producto del acaecimiento de una hipótesis de incidencia tributaria y su consecuente normativo, fundados o graduados por el principio de capacidad contributiva, y cuyo sujeto activo es en principio, un ente de derecho público.

**Según Sotelo E & Vargas L (1998).** Define que el tributo una prestación generalmente pecuniaria y exigida con la finalidad principal de obtener recursos, que es el contenido de una obligación , cuyo sujeto activo es, en principio, una persona de derecho público, y su sujeto pasivo es alguien puesto en esa situación por la voluntad de la ley.

**Según Zuzunaga & León C (2008).** La definición tradicional de tributo, sus elementos y características han permanecido incólumes en el tiempo pese a los cambios experimentados en el mundo y, dentro de éste, en nuestro país, en cuanto al rol que cumple el Estado y los particulares en las actividades económicas, políticas y sociales. Así, la institución del “tributo” no ha sido alterada, como no podría ser de otra manera, por la aparición de determinadas exacciones a favor del Estado como los “autofinanciamientos” de actividades que el propio Estado impulsa y cuya implementación es solventada por los propios particulares o por la realización de determinadas actividades que antes eran privativas del Estado y que ahora pueden ser desarrolladas por los particulares, tales como las que motivan el cobro de peajes por concepto de infraestructura.

### **2.3.2.1 Componentes del tributo**

Los componentes del tributo son:

#### **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.

#### **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 las obras 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.

#### **Tasa**

Es el valor porcentual establecido de acuerdo con la ley, que se aplica a la base imponible, a fin de determinar el monto del tributo que el contribuyente debe pagar al fisco.

### **2.3.2.2 Funciones del tributo**

#### **Función fiscal**

A través de los de los tributos se busca incrementar los ingresos del estado para financiar el gasto público. Cada año el poder ejecutivo presenta un Proyecto de Presupuesto Público al Congreso que lo aprueba y convierte en Ley, luego de un debate el presupuesto rige del primero de enero del año siguiente.

#### **Función económica**

Por medio de los tributos se busca orientar la economía en un sentido determinado. Por ejemplo si se trata de proteger la industria nacional se pueden elevar los tributos a las importaciones o crear nuevas cargas tributarias para encarecerlas y evitar que compitan con los productos nacionales.

### **Función social**

Los tributos cumplen con un rol redistributivo del ingreso nacional es decir los tributos que pagan los contribuyentes retorna a la comunidad bajo la forma de obras públicas servicios públicas y programas sociales.

### **2.3.2.3 Impuestos.**

#### **2.3.2.3.1 Definición de Impuestos.**

Son los tributos cuyo pago no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente (Sunat, 2012).

#### **2.3.2.3.2 Tipos de Impuestos.**

##### **Impuesto directo:**

Son aquellos que inciden directamente sobre el ingreso y patrimonio de las personas naturales y jurídicas.

- Impuesto a la Renta
- Impuesto Predial
- Aranceles

##### **Impuesto Indirecto:**

Son aquellos que inciden sobre el consumo, pero que los paga el consumidor del producto o servicio.

- Impuesto General a las Ventas (IGV)
- Impuesto a la Promoción Municipal (IPM)
- Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)

#### **2.3.2.4 Tasas**

Son los pagos que realizan por un servicio individualizado por parte del estado a favor del contribuyente, como emisión del documento nacional de identidad (DNI) o de la licencia de conducir (Sunat, 2012).

#### **2.3.2.4.1 Los arbitrios municipales**

El arbitrio de limpieza pública encaja dentro de la definición de tasa, en la medida que se trata de un servicio individual prestado a favor de cada ciudadano en concreto que tiene la posibilidad de eliminar residuos a través del servicio municipal organizado con ese propósito. Los servicios de seguridad ciudadana y mantenimiento de parques y jardines no encajan en la categoría de las tasas, por cuanto no se aprecia un servicio individualizado a favor de los ciudadanos en concreto sino antes bien un servicio colectivo de personas, por lo que se trata de contribuciones especiales.

#### **2.3.2.4.2 Licencias**

Las licencias son consideradas formalmente como tasas. Se puede plantear que el servicio individual consiste en el servicio administrativo prestado en ocasión de la expedición de la autorización de funcionamiento o que el servicio que está dado por las labores de fiscalización de los establecimientos autorizados.

#### **2.3.2.4.3 Los Derechos**

Son tasas que se cobran por la prestación de servicios administrativos o jurisdiccionales o por el aprovechamiento de bienes públicos.

#### **2.3.2.5 Tributos que administra SUNAT.**

##### **Tributos recaudados por la SUNAT.**

##### **2.3.2.5.1 Impuesto General a las Ventas:**

El IGV o Impuesto General a las Ventas es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere. Se aplica una tasa de 16% en las operaciones gravadas con el IGV. A esa tasa se añade la tasa de 2% del Impuesto de Promoción Municipal (IPM).

#### **2.3.2.5.2 Impuesto a la Renta:**

Es aquél que se aplica a las rentas que provienen del capital, del trabajo o de la aplicación conjunta de ambos.

Las rentas se clasifican en cinco categorías:

##### **Renta de primera categoría**

###### **Contribuyente:**

Persona natural sin negocio, sucesión indivisa o sociedad conyugal.

###### **Concepto:**

Ingreso de alquileres o subarrendamiento de bienes muebles o inmuebles.

###### **Alícuotas mensuales:**

5 % de alquiler mensual pactado como pago definitivo.

##### **Renta de segunda categoría**

###### **Contribuyente:**

Persona natural, sucesión indivisa o sociedad conyugal.

###### **Concepto:**

Ingresos producidos por otros capitales diferentes al arrendamiento como las regalías; la cesión de marcas, patentes, los dividendos, los intereses generados por colocación de capitales, por la venta hasta por dos inmuebles distintos a la casa habitación en ejercicios.

###### **Alícuotas mensuales:**

5 % de la ganancia obtenida de la venta de inmuebles como pago definitivo.

Las empresas y personas que paguen rentas de capital a personas naturales, sucesiones indivisas o sociedades conyugales deberán retener el 6.25 % de la renta neta o el 4.1 % si se trata de dividendos.

##### **Renta de tercera categoría:**

###### **Contribuyente:**

Persona natural, sucesión indivisa, sociedad conyugal o persona jurídica.

**Concepto:**

Ingresos provenientes de negocios tales como el comercio, industria, los servicios, entre otros, así como el ejercicio profesional en asociación.

**Renta de cuarta categoría:****Contribuyente:**

Persona natural

**Concepto:**

Ingresos obtenidos del trabajo independientes a través del ejercicio individual de la profesión, la ciencia, el arte u oficio.

**Alícuotas mensuales:**

8 % pago a cuenta.

**Renta de quinta categoría:****Contribuyente:**

Persona natural

**Concepto:**

Por ingresos del ejercicio del trabajo dependiente en planillas también se debe considerar el trabajo dependiente cuando está sujeto a un horario o lugar establecido por el empleador.

**Alícuotas mensuales:**

Para calcular la retención mensual se aplican tasas progresivas de 15%,21% o 30% a las remuneraciones afectadas.

**2.3.2.5.3 Régimen Especial del Impuesto a la Renta:**

Es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de las actividades de comercio y/o industria; y actividades de servicios.

#### **2.3.2.5.4 Nuevo Régimen Único Simplificado:**

Es un régimen simple que establece un pago único por el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas (incluyendo al Impuesto de Promoción Municipal). A él pueden acogerse únicamente las personas naturales o sucesiones indivisas, siempre que desarrollen actividades generadoras de rentas de tercera categoría (bodegas, ferreterías, bazares, puestos de mercado, etc.) y cumplan los requisitos y condiciones establecidas.

#### **2.3.2.5.5 Impuesto Selectivo al Consumo:**

El impuesto selectivo al consumo grava: a) La venta en el país a nivel de productor y la importación de los bienes especificados en los Apéndices III y IV; b) La venta en el país por el importador de los bienes especificados en el literal A del Apéndice IV; y c) Los juegos de azar y apuestas, tales como loterías, bingos, rifas, sorteos y eventos hípicas. La obligación tributaria se origina en la misma oportunidad y condiciones que para el Impuesto General a las Ventas señala el Artículo 4° del TUO de la ley de IGV e ISC. Para el caso de los juegos de azar y apuestas, la obligación tributaria se origina al momento en que se percibe el ingreso. Según Vallejo (2015)

#### **2.3.2.5.6 Impuesto Temporal a los Activos Netos:**

Grava a todos aquellos activos que poseen los que generan renta de tercera categoría. Los activos netos se determinan en base a las NIIF y a la propia ley de su creación, principalmente es de aplicación la NIC 16 Inmuebles, maquinaria y equipo, la NIC 20 Subvenciones Gubernamentales, la NIC 2 Existencias, así como la NIC 38 Intangibles. Por lo tanto, el ITAN se aplica sobre la base contable bajo las consideraciones especiales que disponga expresamente la propia Ley N° 28424, Los contribuyentes que iniciaron sus operaciones antes del 1 de enero del 2009 y cuyo monto total de activos netos, al 31 de diciembre de 2009, supere el millón de soles, deben presentar la Declaración del Impuesto a los Activos Netos, debiéndose determinar sobre la base del valor histórico de los activos netos de la empresa, según balance cerrado al 31 de diciembre del año anterior al que corresponda el pago, siendo en el presente caso del año 2009. Siendo la tasa del 0.4% por el exceso a S/.1'000 000,00. De acuerdo al Resolución de Superintendencia N° 087-2009/SUNAT. Es importante recordar que las declaraciones sin importe a pagar se pueden presentar solo por la Internet. Asimismo,



no están obligados a presentar el ITAN los contribuyentes comprendidos en el Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) ni en el Nuevo RUS. Según Vallejo (2015).

#### **2.3.2.5.7 Impuesto a las Transacciones Financieras:**

Grava las operaciones bancarias de ingreso o egreso de divisas (dinero) realizadas en moneda nacional o extranjera. Las personas o entidades que hubieran realizado operaciones gravadas con el ITF, conforme a lo previsto en el inciso g) del artículo 9° de la Ley del ITF aprobado mediante Decreto Supremo N.° 150-2007-EF49, deberán ingresar la siguiente información en el rubro ITF del Formulario Virtual N.° 664: a) El monto total de los pagos efectuados en el país y en el extranjero y b) El monto total de los pagos efectuados en el país o en el extranjero utilizando dinero en efectivo o Medios de Pago. Según Vallejo (2015)

#### **2.3.2.5.8 Impuesto Especial a la Minería:**

Creada mediante Ley N° 29789 publicada el 28 de setiembre de 2011, es un impuesto que grava la utilidad operativa obtenida por los sujetos de la actividad minera proveniente de las ventas de los recursos minerales metálicos. Dicha ley establece que el impuesto será recaudado y administrado por la SUNAT.

#### **2.3.2.5.9 Casinos y Tragamonedas:**

Impuestos que gravan la explotación de casinos y máquinas tragamonedas. (FUENTE SUNAT 2010).

#### **2.3.3 Definición de Evasión tributaria.**

Según Castro & Quiroz (2013). Nos dicen que la evasión fiscal es un fenómeno inseparable de los tributos y desde los cobros de los mismos, de hecho, el pago de los impuestos tiene un rechazo general cimentado en la cultura de no pago y el egoísmo individual; el costo benéfico de la evasión podría servir para la acumulación de riquezas No obstante en la actualidad los sistemas impositivos varían según los países creando un sistema de pagos en especie o cobrar impuesto sobre ingreso. En forma general debe indicarse que el poder fiscal o financiero para establecer la normativa que regule el procedimiento de los ingresos públicos en consideración a la actividad financiera no se limita exclusivamente a la encomia del tributo.

Según Ávila (2012). Explica la evasión tributaria es uno de los síntomas más evidentes del deterioro de los principios de responsabilidad social de las generaciones actuales. No solo es una dificultad la recaudación económica, sino también una muestra de la pérdida del sentido de obligación y pertenencia a la comunidad; es un desinterés por los asuntos colectivos. Dentro de las causas por las cuales los contribuyentes evaden sus responsabilidades tributarias están: la falta de cultura tributaria, las altas tasas impositivas, la desconfianza a las autoridades encargadas de su administración, la insatisfacción por los servicios públicos recibidos, etc.

### **Causas de la evasión tributaria**

- Deseo de obtener beneficios particulares apropiándose del dinero publico
- Percepción de bajo riesgo de ser detectado
- Falta de valores cívicos y personales
- Desconocimiento de las normas tributarias
- Procedimientos tributarios complejos

### **Consecuencias de la evasión tributaria**

- Falta de recursos para garantizar los derechos de los ciudadanos y dificultades para ofrecerles servicios públicos de calidad.
- Retroceso o falta de desarrollo
- Desempleo y retraso tecnológico
- Desconfianza por parte de los inversionistas, fuga de capitales y disminución de la inversión privada.

## **2.4 Terminología**

### **Contribuyente**

Es aquella persona física o jurídica con derechos y obligaciones, frente a un ente público, derivados de los tributos. Es quien está obligado a soportar patrimonialmente el pago de los tributos (impuestos, tasas o contribuciones especiales), con el fin de financiar al Estado.

### **Cultura Tributaria.**

Nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones.

### **Deudor Tributario**

Es la persona obligada al cumplimiento de la obligación tributaria, como contribuyente aquél que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria - o responsable - aquél que, sin tener la condición de contribuyente, debe cumplir la obligación atribuida a éste.

### **Evasión Tributaria**

Evasión fiscal o tributaria es toda eliminación o disminución de un monto tributario producida dentro del ámbito de un país por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y que logra tal resultado mediante conductas fraudulentas u omisivas violatorias de disposiciones legales.

### **Informalidad**

Es el conjunto de unidades económicas que no cumplen con todas sus obligaciones tributarias.

### **Tributación**

Tributación significa tanto el tributar, o pagar Impuestos, como el sistema o régimen tributario existente en una nación. La tributación tiene por objeto recaudar los fondos que el Estado necesita para su funcionamiento pero, según la orientación ideológica que se siga, puede dirigirse también hacia otros objetivos: desarrollar ciertas ramas productivas, redistribuir la Riqueza, etc.

### **Tributo**

La etimología de palabra tributo deviene de latín tributum, que significa aquello que se tributa. Esta última palabra deviene del verbo tributar, que según dicho diccionario significa entregar el vasallo al señor en reconocimiento del señorío una cantidad en dinero o en especie.

### **Obligaciones Tributarias**

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.

### **III.- HIPÓTESIS**

Es decir, se formulan hipótesis en las investigaciones que buscan probar el impacto que tienen algunas variables entre sí, o el efecto de un rasgo o variable en relación con otro, fundamentalmente son estudios que muestran la relación causa efecto.

No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación. Se podría definir según el diccionario Larousse. Según Galán (2009).

## **IV.- METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de la investigación**

Se aplicó un diseño de investigación No Experimental-Transversal-Descriptiva-Cuantitativa,

#### **No experimental**

Aquella investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural.

#### **Transversal**

Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

#### **Descriptivo**

La investigación descriptiva, tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan las variables y proporcionar su descripción.

### **4.2 Población y muestra:**

#### **4.2.1 Población:**

Siguiendo el método de investigación científica, la población está representada por 50 locales y rubro en estudio.

#### **4.2.2 Muestra**

La muestra representativa no aleatoria por conveniencia corresponde a 10 locales del sector en estudio del Distrito Veintiséis de Octubre, ciudad de Piura, 2015.

### 4.3 Operacionalización de variables

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Propietarios y perfil de los negocios encuestados.	Son las personas que dirigen o son los encargados de los negocios encuestados.	¿Cuál es el cargo que ocupa Ud. en la empresa?	Nominal: a) Propietario b) Trabajador
		¿Cuál es la edad de los propietarios y/o trabajadores?	Ordinal Numérico: a) 18-25 años b) 26-35 años c) 36-50 años d) 51 años a Mas
		¿Cuál es el grado de instrucción del propietario?	Nominal: a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Técnico
		¿Cuál es el sexo del propietario?	Nominal: a) Masculino b) Femenino
		¿Cuántos años de constituido tiene el negocio?	Ordinal Numérico : a) 1 a 5 años b) 6 a 10 años c) Más de 10 años
		¿Cuántas personas trabajan en la negocio?	Ordinal Numérico : a) De 1 a 3 b) De 4 a 6 c) Más de 7

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
La cultura tributaria.	En la cultura tributaria se trata de ver el sentido cotidiano de la evasión y la fiscalidad, ya que no constituye simplemente un conjunto de ingresos y gastos estatales, sino la manera como se materializa la escala de valores de una sociedad. Según Rodríguez (2011).	¿Usted tiene algún conocimiento sobre la cultura tributaria?	Nominal: a) Si b) No
		¿Cuál es su nivel de cultura tributaria?	Nominal: a) Ninguna b) Poca c) Regular
		¿Usted alguna vez asiste alguna capacitación de SUNAT o de otras empresas en las que hablen sobre la cultura tributaria?	Nominal: a) Si b) No
		¿Cuáles cree que son los factores que influyen en la formación de la cultura tributaria?	Nominal: a) El grado de instrucción b) La confianza en los gobiernos c) La difusión de información
		¿Considera usted que el estado fomenta y difunde la cultura tributaria?	Nominal: a) Si b) No c) A veces
		¿Está de acuerdo con que el gobierno instale cursos de tributación desde los colegios?	Nominal a) En desacuerdo b) Poco de acuerdo c) De acuerdo d) Muy de acuerdo
		¿Tiene conocimiento de los tributos que existen en el Perú?	Nominal: a) Si b) No
		¿Conoce a que tributos está afecto?	Nominal: a) Si b) No
		¿Conoce la importancia de tributar en el Perú?	Nominal: a) Si



		b) No
	¿Para qué cree usted que se pagan los tributos?	Nominal a) Satisfacer las Necesidades de la población. b) Para pagar a los funcionarios que trabajan para el estado. c) Para no ser multados. d) No conozco.
	¿Considera usted que el sistema tributario en el Perú es equilibrado y justo para todos los contribuyentes?	Nominal: a) Si b) No
	¿Usted considera que los tributos son para retribuirlos adecuadamente a la población?	Nominal: a) Si b) No

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Formalización.	Formalizar una empresa significa acreditar tu negocio ante distintas organizaciones estatales de un determinado país, formalizar es conseguir identidad jurídica ante el estado, contar con derechos y con deberes tanto comerciales como mercantiles.	¿Cuál fue el motivo que lo llevó a formalizarse?	Nominal: a) Conciencia tributaria b) Presión por parte de SUNAT c) Crecimiento financiero
		¿Cuándo se formalizo, fue debidamente capacitado por SUNAT?	Nominal: a) Si b) No
		¿En qué régimen tributario se ubica?	Nominal: a) RUS b) RER c) RG
		¿Presenta sus declaraciones dentro de los plazos establecidos por SUNAT?	Nominal: a) Si b) No
		¿Cumple con pagar sus tributos?	Nominal: a) Si b) No
		¿Entrega comprobantes de pago?	Nominal: a) Si b) No c) Solo si lo solicitan
		¿Usted se asesora de un profesional contable para la gestión de sus Impuestos?	Nominal: a) Si b) No
		¿Quién realiza la gestión tributaria de su negocio?	Nominal: a) Propietario b) Contador

	<p>En su opinión, ¿Si fuera voluntario tributar; cumpliría con sus obligaciones tributarias?</p>	<p>Nominal: b) Si a) No</p>
	<p>¿En alguna oportunidad ha sido sancionado por SUNAT?</p>	<p>Nominal: b) Si a) No</p>
	<p>De ser afirmativa la respuesta anterior indique la razón por la que fue sancionado:</p>	<p>Nominal: a) No presentó o la declaración jurada dentro de los plazos establecidos. b) No emití comprobante Pago. c) Declare cifras o datos falsos. d) Otro motivo, especifique</p>
	<p>¿Cómo considera las sanciones tributarias impartidas por SUNAT a los comerciantes minoristas?</p>	<p>Nominal: a) Muy bien b) Bien c) Regular d) Malo</p>

#### **4.4 Técnicas e instrumentos**

##### **4.4.1 Técnica**

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la revisión bibliográfica y documental.

##### **4.4.2 Instrumento:**

Para el recojo de la información se utilizó la entrevista, la observación directa y el cuestionario, el cual estuvo compuesto por preguntas redactadas de manera sencilla para que sean comprendidas con facilidad por los encuestados.

#### **4.5 Plan de análisis**

Se utilizaron técnicas y medidas de la estadística descriptiva, porque se clasificaron, organizaron, representaron y resumieron (en suma hacer entendible) la información a obtenida de las variables observadas sobre una muestra representativa, lo cual permitió emitir conclusiones para toda una población a partir de la información obtenida en la muestra. En cuanto a la estadística descriptiva, se utilizaron: Tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual).

Estas tablas sirvieron para la presentación de los datos procesados y ordenados según sus categorías, niveles o clases correspondientes.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivo general	Objetivos específicos	Variable en estudio	Metodología
<p>La cultura tributaria y su impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015?</p>	<p>Determinar las principales características de la cultura tributaria y su impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.</p>	<p>1. Determinar las principales características de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.</p> <p>2. Determinar las principales características del mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.</p>	<p>Tributos</p>	<p><b>Diseño:</b> -No experimental - Transversal - Descriptivo</p> <p><b>Técnica</b> Revisión bibliográfica y documental.</p> <p><b>Instrumento:</b> - Entrevista - Observación directa - Cuestionario.</p>

			<p>3. Determinar las principales características de la cultura tributaria de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.</p> <p>4. Determinar el impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.</p>		
--	--	--	---	--	--

#### **4.7 Principios éticos**

Se utilizarán los siguientes principios éticos:

**Confidencialidad:**

La información presentada en esta tesis ha sido elaborada bajo consultas de diferentes autores, libros virtuales que representan la seguridad de la información plasmada.

**Confiabilidad:**

La información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta confiabilidad, presentando bibliografías y consultas de autores que nos garantizan la fiabilidad que tiene la investigación, para el buen funcionamiento de los resultados.

**Respeto a la persona humana:**

El presente trabajo de investigación se ha elaborado respetando a la persona humana, sin dañar susceptibilidades, pensando en la mejora y mayores conocimientos con el avance de la nueva.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

#### 5.1.1 Respecto al objetivo específico 1

Determinar las principales características de los propietarios y/o trabajadores de los mercados minoristas las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.

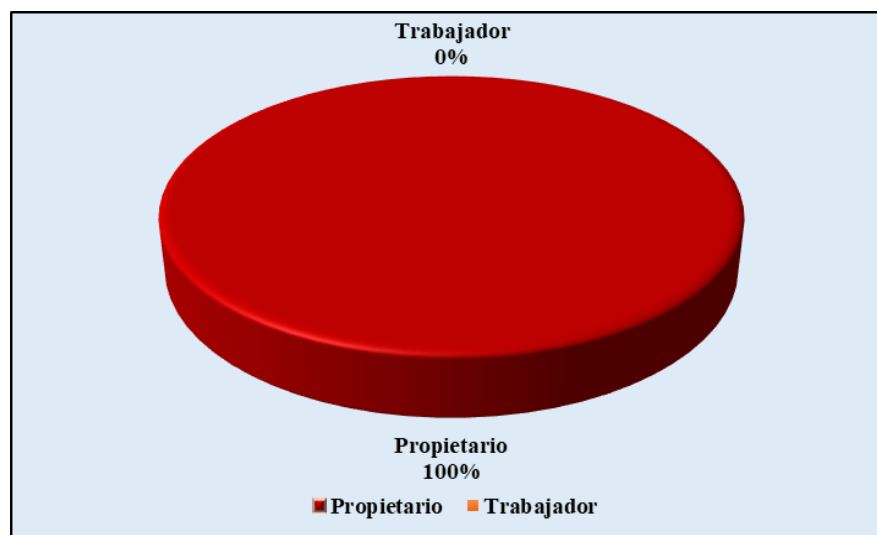
**TABLA 1:** Cargo que ocupa en el negocio

**1. ¿Cuál es el cargo que ocupa Ud. ¿En el negocio?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Propietario	10	100%
Trabajador	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 1:** Cargo que ocupa en el negocio



**Gráfico 1:** Distribución porcentual del cargo que ocupa en la empresa

#### **Interpretación:**

El 100% de los encuestados son los propietarios de los negocios de abarrotes.



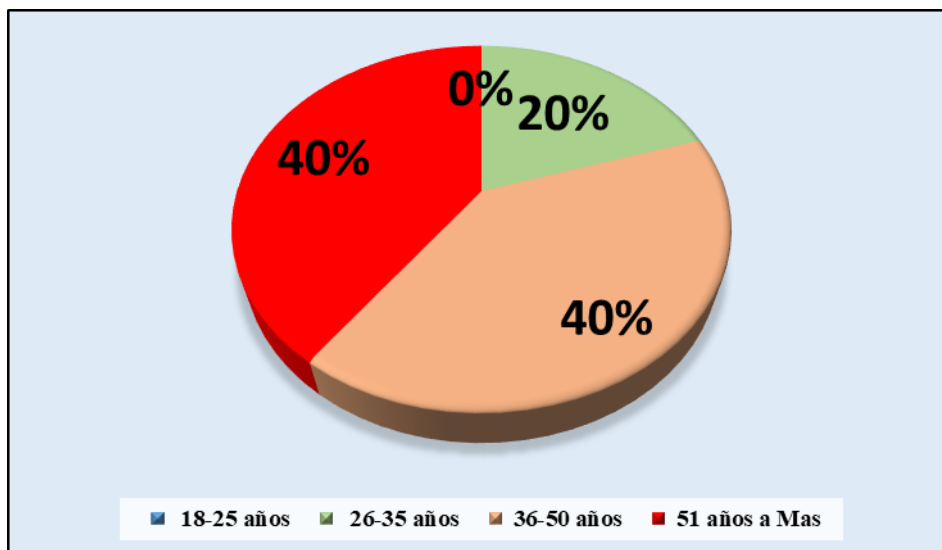
**TABLA 2:** Edad de los propietarios y/o trabajadores

**2. ¿Cuál es la edad de los propietarios y/o trabajadores?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
18 a 25 años	0	0%
26 a 35 años	2	20%
36 a 50 años	4	40%
51 años a más	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 2:** Edad de los propietarios y/o trabajadores



**Gráfico 2:** Distribución porcentual de las edades de los propietarios y/o trabajadores

**Interpretación:**

El 40% de los encuestados sus edades son entre 36 a 50 años; y el 20% entre 26 a 35 años.

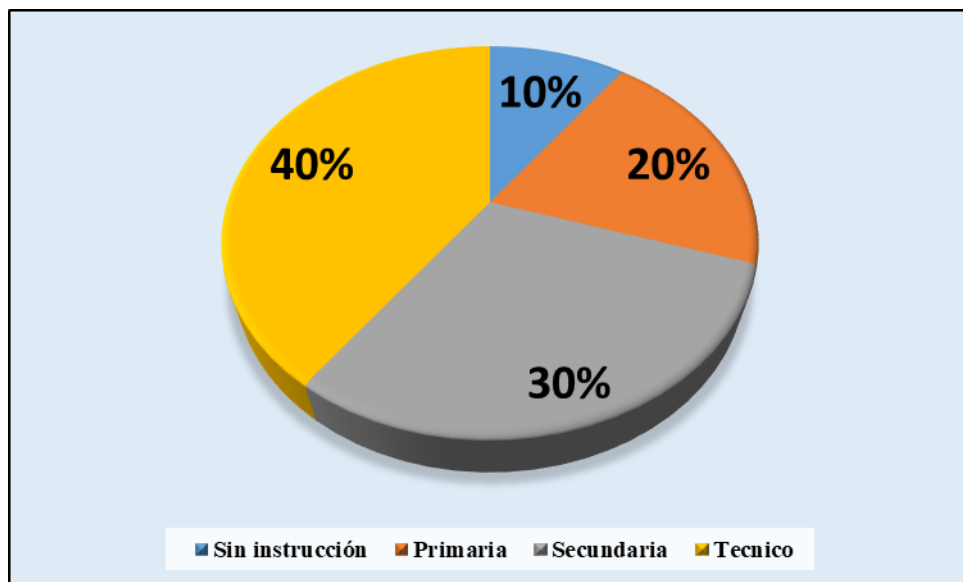
**TABLA 3:** Grado de instrucción del propietario

**3. ¿Cuál es el grado de instrucción del propietario?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Sin instrucción	1	10%
Primaria	2	20%
Secundaria	3	30%
Técnico	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 3:** Grado de instrucción del propietario



**Gráfico 3:** Distribución porcentual del grado de instrucción de los propietarios.

**Interpretación:**

El 40% de los encuestados cuentan con estudios técnicos, mientras que un 10% se encuentra sin grado de instrucción.

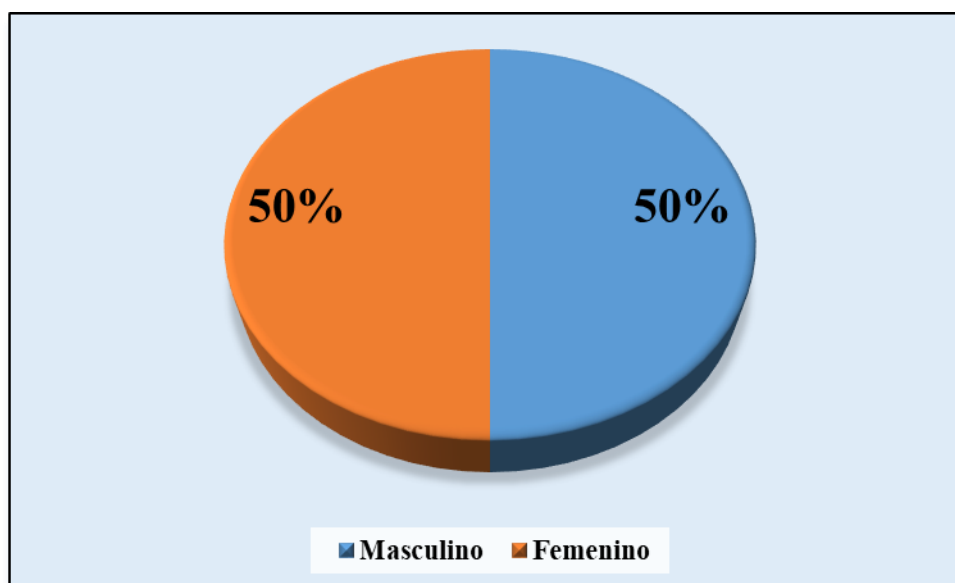
**TABLA 4:** Sexo del propietario

**4. ¿Cuál es el sexo del propietario?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Masculino	5	50%
Femenino	5	50%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 4:** Sexo del propietario



**Gráfico 4:** Distribución porcentual del sexo de los propietarios de los negocios.

**Interpretación:**

El 50% de los propietarios son del sexo masculino mientras el otro 50% son de sexo femenino.

### 5.1.2 Respecto al objetivo específico 2

**Determinar las características de los mercados minoristas las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

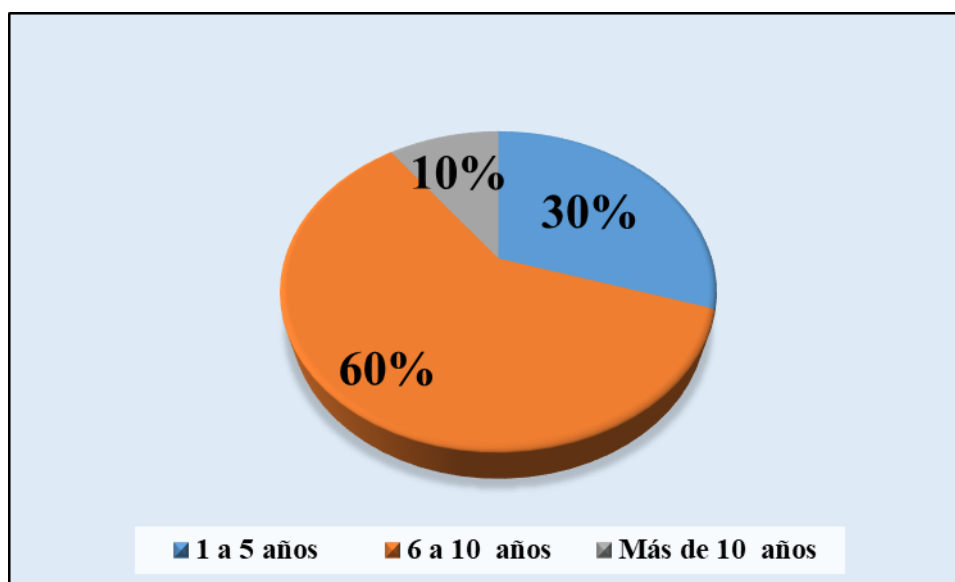
**TABLA 5:** Tiempo de constitución del negocio

#### 5. ¿Cuántos años de constituido tiene el negocio?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
1 a 5 años	3	30%
6 a 10 años	6	60%
Más de 10 años	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 5:** Tiempo de constitución del negocio



**Gráfico 5:** Distribución porcentual de año de constitución del negocio.

#### **Interpretación:**

El 60% de los propietarios encuestados tienen de 6 a 10 años de formación, mientras que el 10% tienen entre 1 a 5 años de constitución.

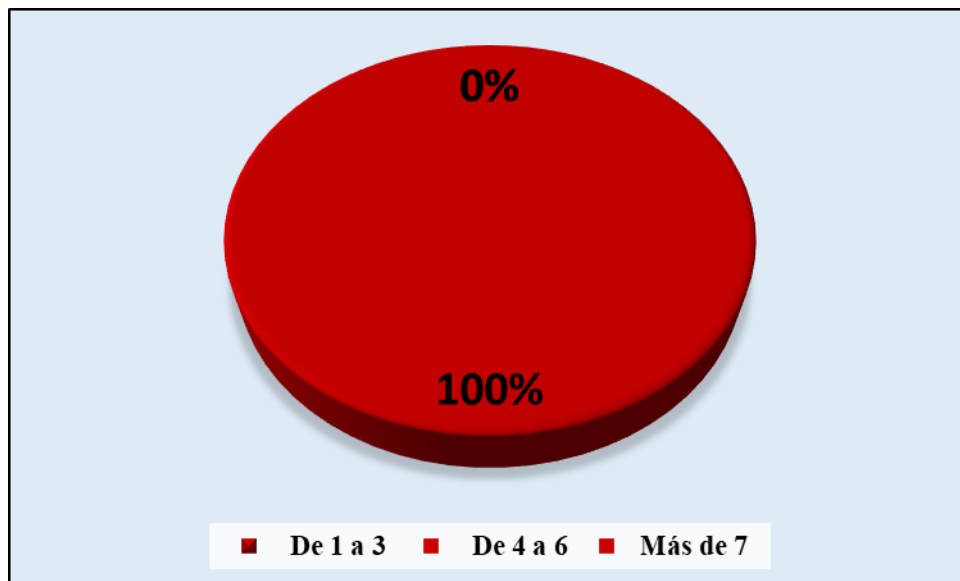
**TABLA 6:** Personal que trabaja en el negocio

**6. ¿Cuántas personas trabajan en su negocio?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
1 a 3	10	100%
4 a 6	0	0%
Más de 7	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 6:** Personal que trabaja en el negocio



**Gráfico 6:** Distribución porcentual del número de trabajadores del negocio.

**Interpretación:**

El 100% de propietarios tienen a su mando de 1 a 3 trabajadores en su negocio.

### 5.1.3 Respecto al objetivo específico 3

Determinar las principales características de la cultura tributaria de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.

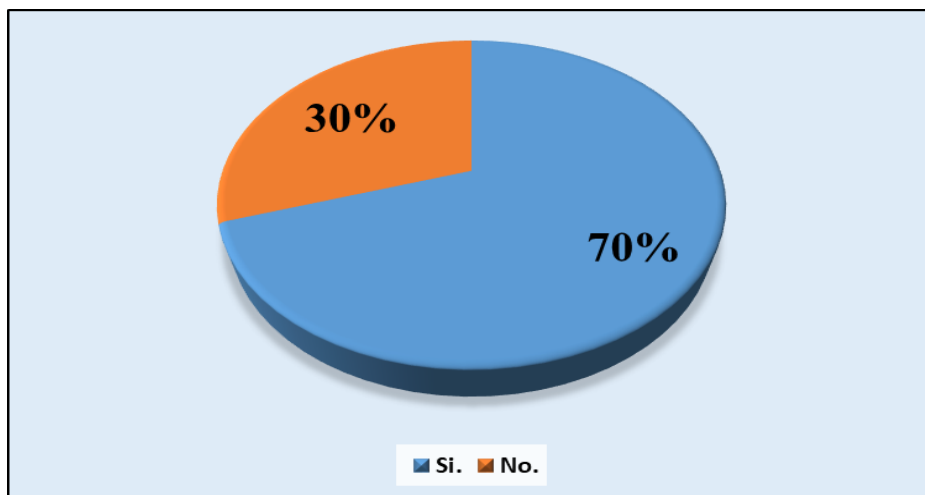
**TABLA 7:** Cultura tributaria

7. ¿Usted tiene algún conocimiento sobre la cultura tributaria?

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
SI	07	70%
NO	03	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 7:** Cultura tributaria



**Gráfico 7:** Distribución porcentual acerca del conocimiento de cultura tributaria.

**Interpretación:**

El 70 % de los comerciantes minoristas tienen conocimiento de cultura tributaria, mientras un 30% desconoce.

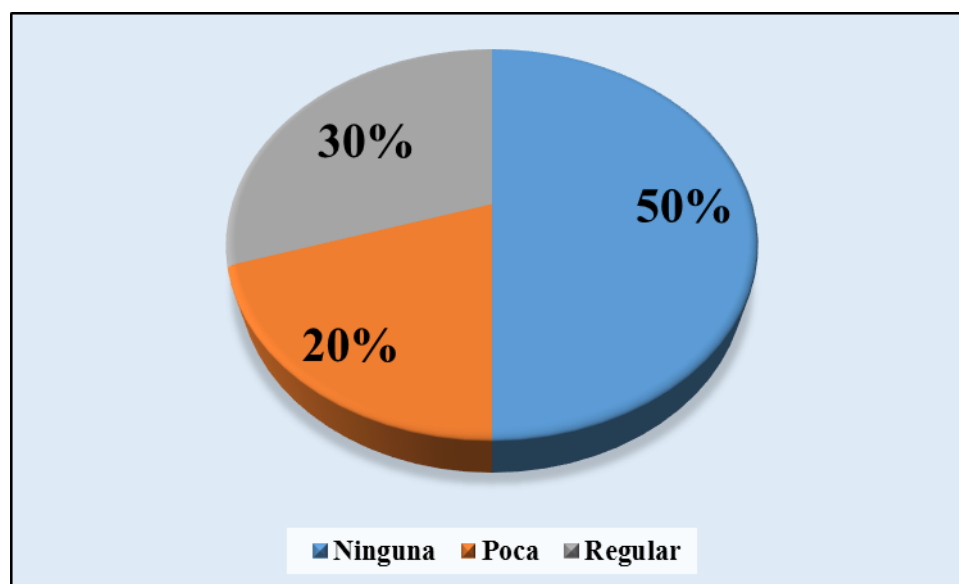
**TABLA 8:** Nivel de cultura tributaria

**8. ¿Cuál es su nivel de cultura tributaria?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Ninguna	05	50%
Poca	02	20%
Regular	03	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 8:** Nivel de cultura tributaria



**Gráfico 8:** Distribución porcentual acerca del nivel de cultura tributaria.

**Interpretación:**

El 50% de los comerciantes encuestados su nivel de cultura es regular y un 30% tienen un deficiente de cultura tributaria.

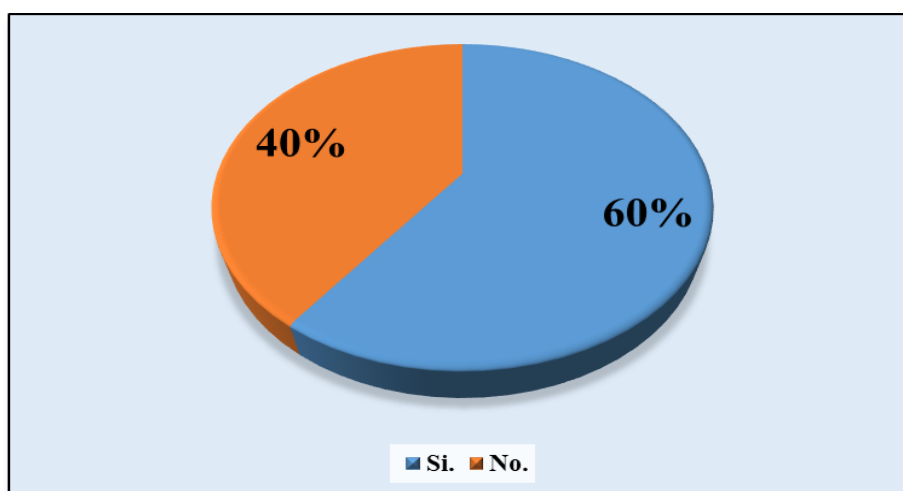
**TABLA 9:** Capacitación de cultura tributaria

**9. ¿Usted alguna vez a asiste alguna capacitación de SUNAT o de otras empresas en las que hablen sobre la cultura tributaria?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
SI	6	60%
NO	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 9:** Capacitación de cultura tributaria



**Gráfico 9:** Distribución porcentual acerca de asistencias a capacitaciones de cultura tributaria.

**Interpretación:**

El 60% de los propietarios encuestados manifiestan asistir a capacitaciones referentes a cultura tributaria y un 40% no asiste.



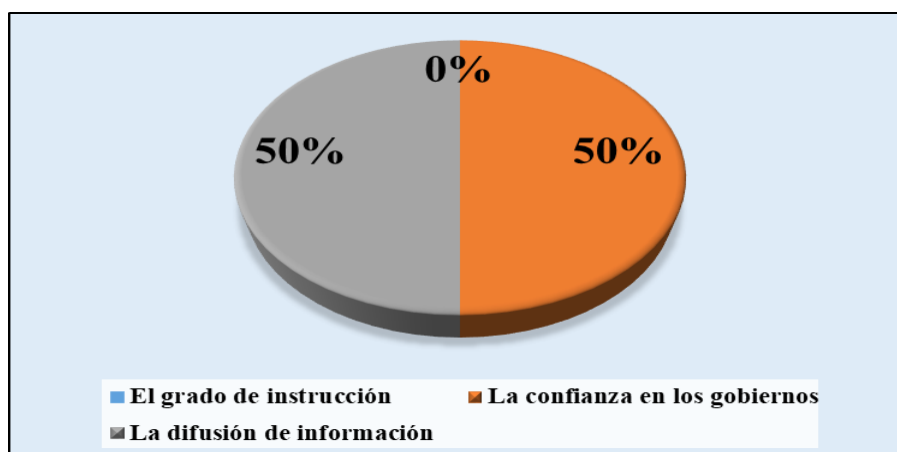
**TABLA 10:** Formación de la cultura tributaria

**10. ¿Cuáles cree que son los factores que influyen en la formación de la cultura tributaria?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
El grado de instrucción	00	0%
La confianza en los gobiernos	05	50%
La difusión de información	05	50%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 10:** Formación de la cultura tributaria



**Gráfico 10:** Distribución porcentual en los factores que influyen en la formación de la cultura tributaria.

**Interpretación:**

El 50% de los comerciantes minoristas encuestados consideran que los factores que influyen en la formación de la cultura tributaria es la confianza en los gobiernos y otro 50% la difusión de información.

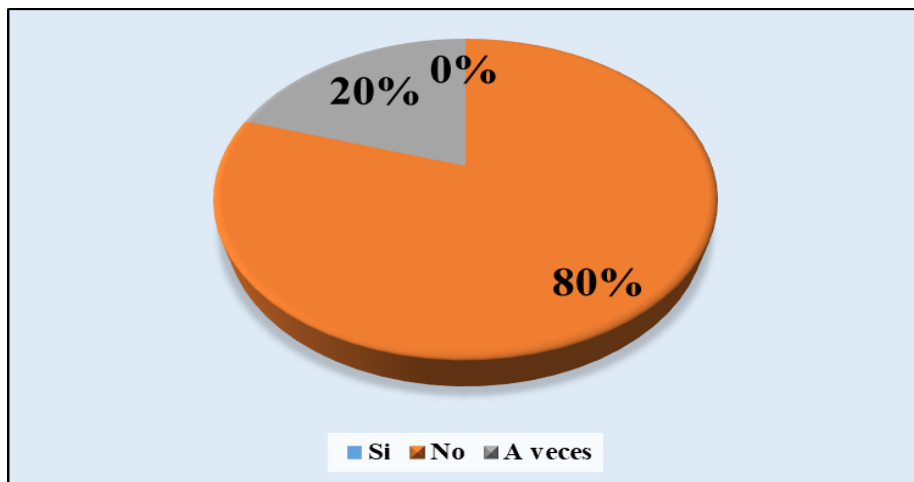
**TABLA 11:** Fomentación y difusión de la cultura tributaria

**11. ¿Considera usted que el estado fomenta y difunde la cultura tributaria?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	00	0%
No	08	80%
A veces	02	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 11:** Fomentación y difusión de la cultura tributaria



**Gráfico 11:** Representación porcentual si el estado fomenta y difunde la cultura tributaria.

**Interpretación:**

El 80% de los encuestados consideran que el estado no fomenta y difunde la cultura tributaria y un 20% a veces.

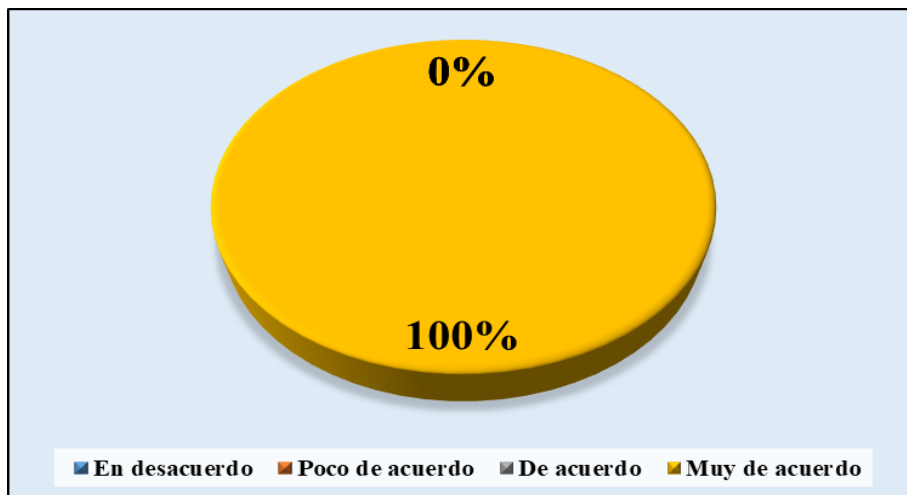
**TABLA 12:** Cursos de tributación en los colegios.

**12. ¿Está de acuerdo con que el gobierno instale cursos de tributación desde los colegios?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
En desacuerdo	00	0%
Poco de acuerdo	00	0%
De acuerdo	00	0%
Muy de acuerdo	10	100%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 12:** Cursos de tributación en los colegios.



**Gráfico 12:** Distribución porcentual si está de acuerdo con que el gobierno instale cursos de tributación desde los colegios

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados están muy de acuerdo con que el gobierno instale cursos de tributación desde los colegios.

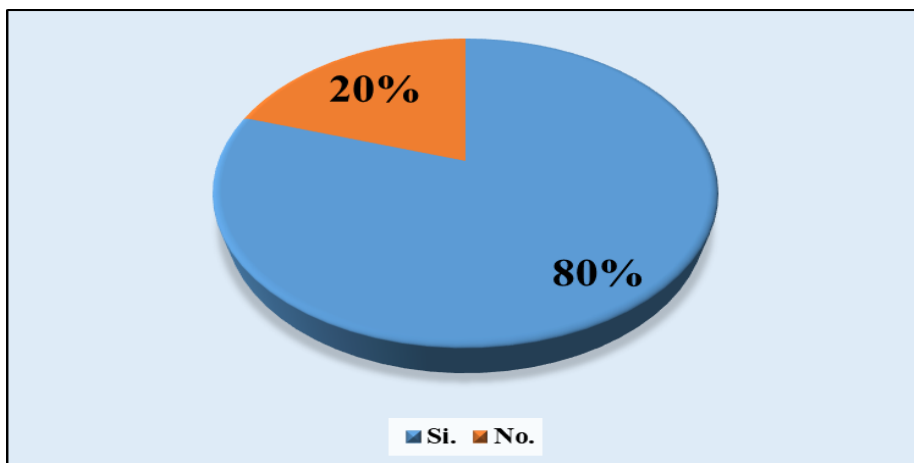
**TABLA 13:** Tributos

**13. ¿Tiene conocimiento de los tributos que existen en el Perú?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	8	80%
No	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 13:** Tributos



**Gráfico 13:** Distribución porcentual acerca del conocimiento de los tributos que existen en el Perú.

**Interpretación:**

El 80% de los propietarios encuestados manifiestan tener conocimiento de los tributos que existen y un 20% de ellos desconocen del tema.

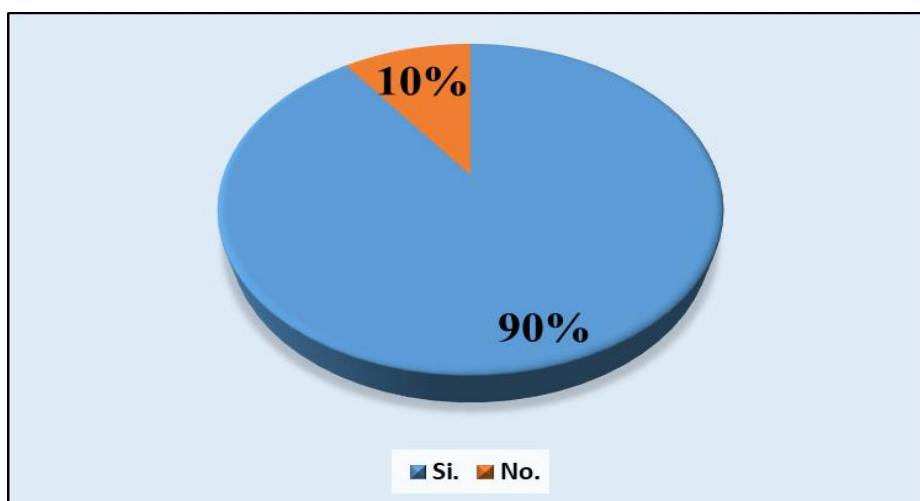
**TABLA 14:** Tributos afectos

**14. ¿Conoce a que tributos está afecto?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	9	90%
No	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 14:** Tributos afectos



**Gráfico 14:** Distribución porcentual de los tributos que están afecto los propietarios de los negocios.

**Interpretación:**

El 90% de los encuestados conoce a que tributos este afecto mientras que un escaso 10% desconoce de los tributos que esta afecto.

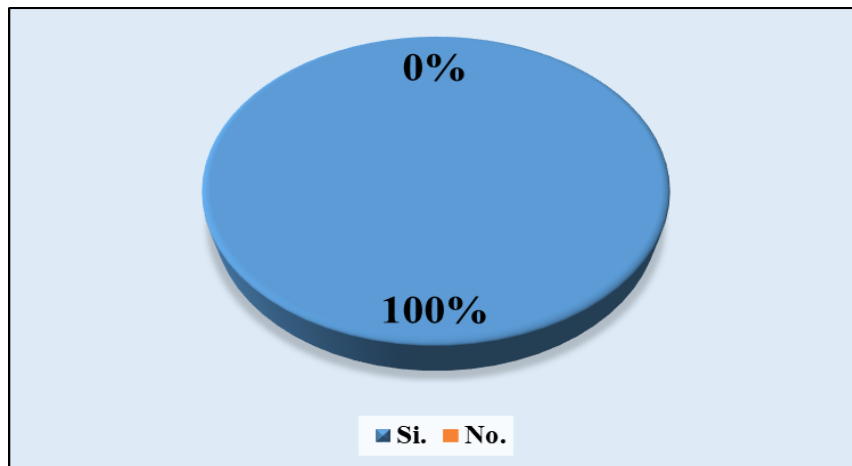
**TABLA 15:** La importancia de tributar

**15. ¿Conoce la importancia de tributar en el Perú?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	10	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 15:** La importancia de tributar



**Gráfico 15:** Distribución porcentual de la importancia de tributar en el Perú.

**Interpretación:**

El 100% de los propietarios encuestados conoce la importancia de tributar en el Perú.

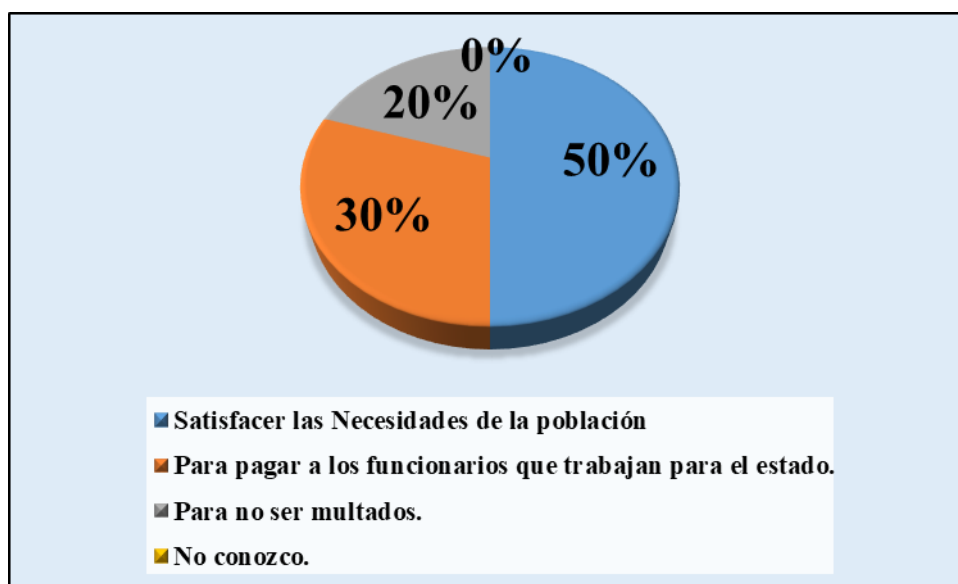
**TABLA 16:** Pagos de tributos

**16. ¿Para qué cree usted que se pagan los tributos?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Satisfacer las Necesidades de la población.	5	50%
Para pagar a los funcionarios que trabajan para el estado.	3	30%
Para no ser multados.	2	20%
No conozco.	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 16:** Pagos de tributos



**Gráfico 16:** Distribución porcentual del significado de pagar impuestos.

**Interpretación:**

El 50% de los encuestados cree que paga impuestos para satisfacer las necesidades de la población y un 30% para no ser multados.

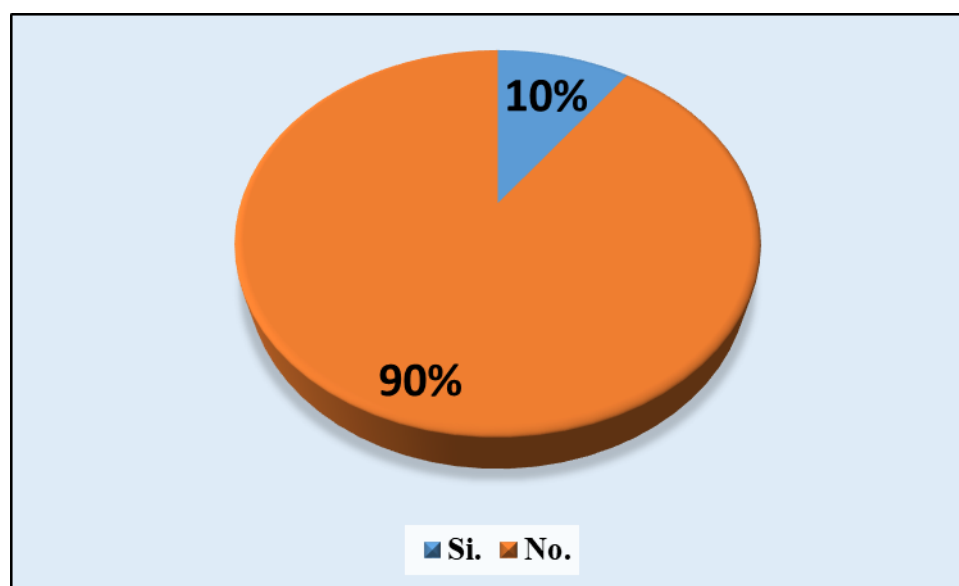
**TABLA 17:** Sistema a tributario en el Perú

**17. ¿Considera usted que el sistema tributario en el Perú es equilibrado y justo para todos los contribuyentes?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	1	10%
No	9	90%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 17:** Sistema a tributario en el Perú



**Gráfico 17:** Distribución porcentual si se considera que el sistema tributario peruano es equilibrado y justo para todos los contribuyentes.

**Interpretación:**

El 90% de los negocios encuestados considera que el sistema tributario peruano no es equilibrado y justo para los contribuyentes; concluyendo que solo un 10% opina lo contrario.



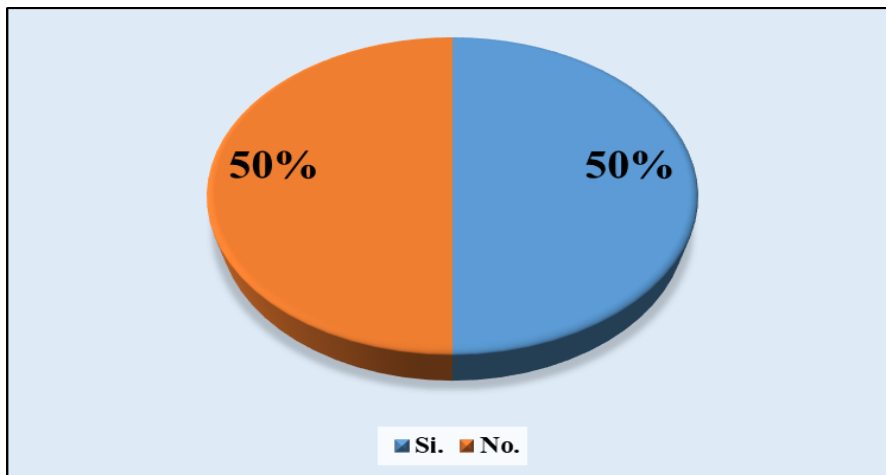
**TABLA 18:** Retribución de tributos

**18. ¿Usted considera que los tributos son para retribuirlos adecuadamente a la población?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	5	50%
No	5	50%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 18:** Retribución de tributos



**Gráfico 18:** Distribución porcentual de retribución de tributos a la población.

**Interpretación:**

El 50% de los encuestados considera que los tributos son retribuidos adecuadamente a la población y otro 50% está en total desacuerdo.

#### 5.1.4 Respecto al objetivo específico 4

**Determinar el impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

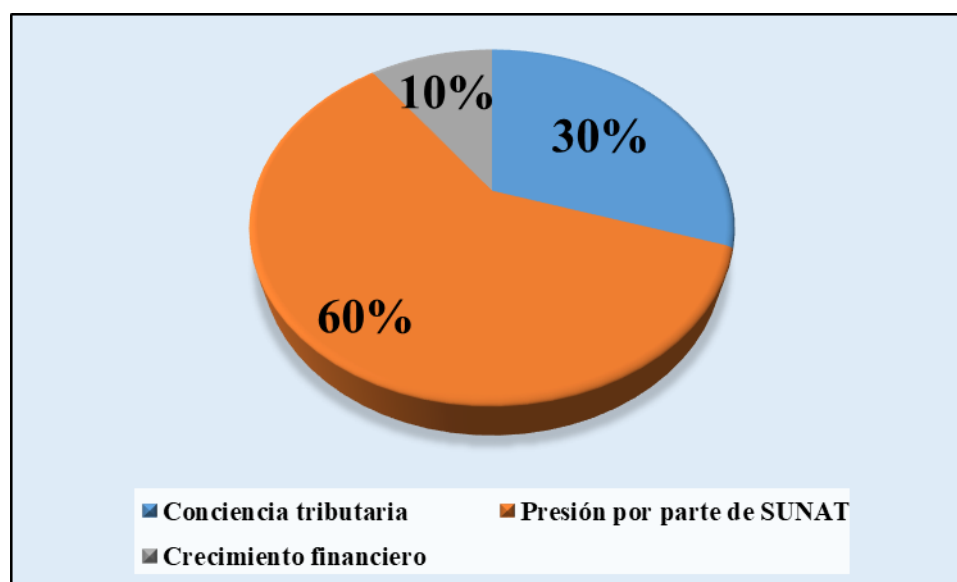
**TABLA 19:** Formalización

**19. ¿Cuál fue el motivo que lo llevó a formalizarse?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Conciencia tributaria	03	30%
Presión por parte de SUNAT	06	60%
Crecimiento financiero	01	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 19:** Formalización



**Gráfico 19:** Distribución porcentual del motivo que lo llevó a formalizarse.

#### **Interpretación:**

El 60% de los encuestados se formalizó por la presión de SUNAT y un 30% por conciencia tributaria.

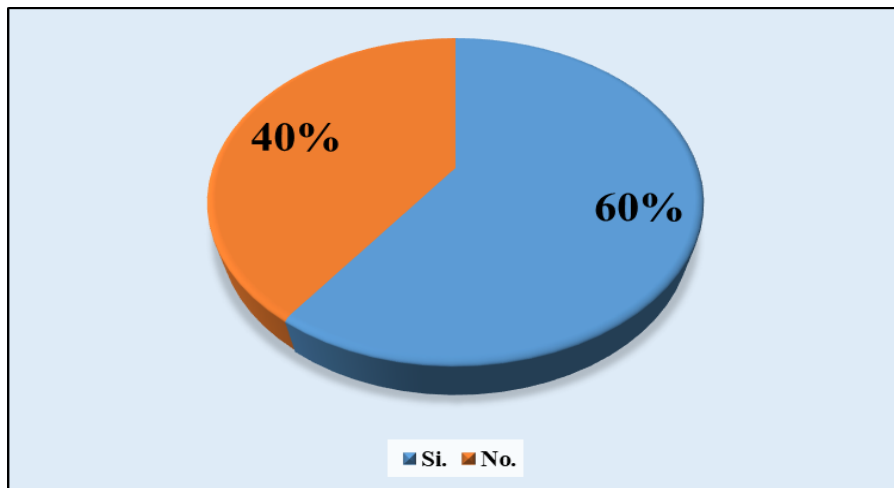
**TABLA 20:** Capacitación por SUNAT

**20. ¿Cuándo se formalizo, fue debidamente capacitado por SUNAT?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	06	60%
No	04	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 20:** Capacitación por SUNAT



**Gráfico 20:** Distribución porcentual si en el proceso de formalización fue debidamente capacitado.

**Interpretación:**

El 60% de los propietarios encuestados considera que si fueron debidamente capacitados y un 40% no recibió una buena capacitación.

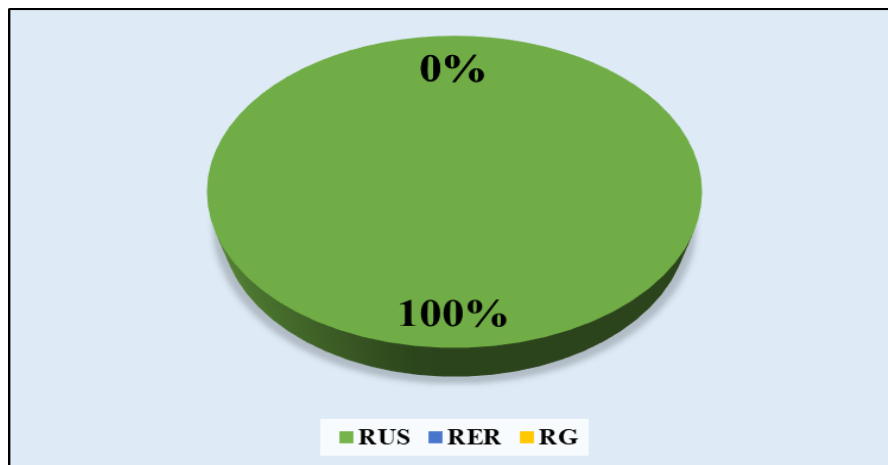
**TABLA 21:** Régimen tributario

**21. ¿En qué régimen tributario se ubica?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
RUS	10	100%
RER	0	0%
RG	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 21:** Régimen tributario



**Gráfico 21:** Distribución porcentual acerca del régimen tributario en que se ubican los propietarios de los negocios.

**Interpretación:**

El 100% de los negocios de abarrotes están acogidos al Régimen Único Simplificado.

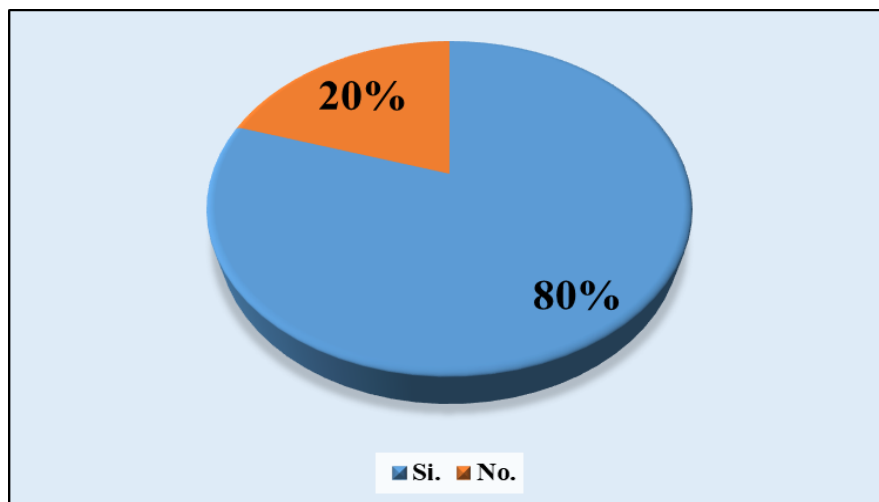
**TABLA 22:** Presentación de declaraciones

**22. ¿Presenta sus declaraciones dentro de los plazos establecidos por SUNAT?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	08	80%
No	02	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 22:** Presentación de declaraciones



**Gráfico 22:** Distribución porcentual acerca de la presentación de las declaraciones en los plazos establecidos por SUNAT.

**Interpretación:**

El 80% de los negocios encuestados presenta sus declaraciones dentro de los plazos establecidos ante SUNAT y un 20% no lo hace.

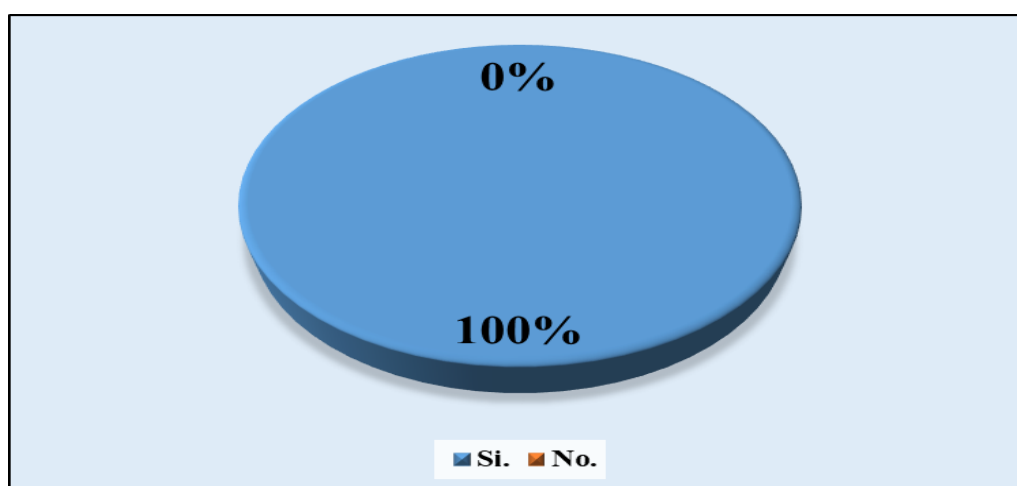
**TABLA 23:** Cumplimiento en el pago de tributos

**14. ¿Cumple con pagar sus tributos?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	10	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 23:** Cumplimiento en el pago de tributos



**Gráfico 23:** Distribución porcentual del cumplimiento de pago de tributos.

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados cumplen con pagar sus obligaciones tributarias.

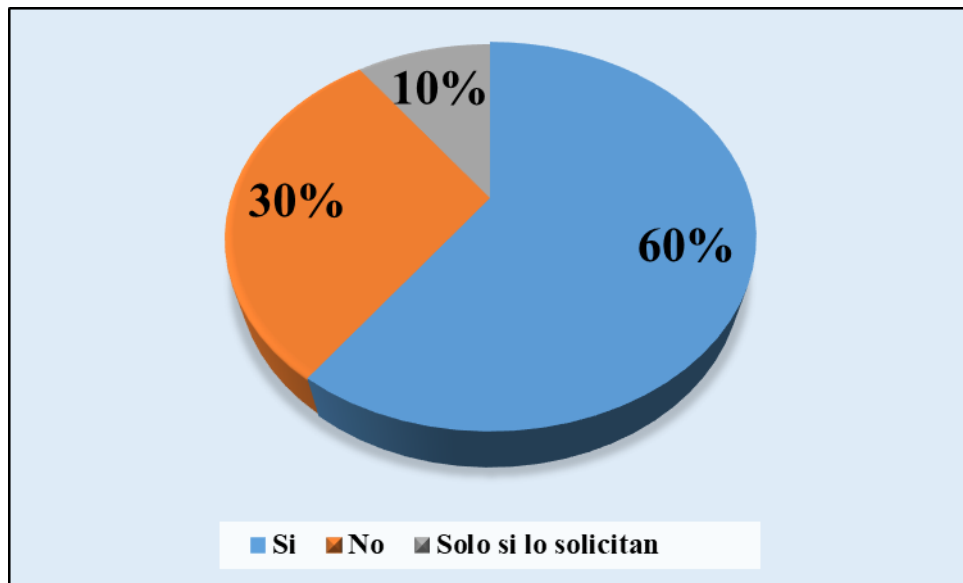
**TABLA 24:** Comprobantes de pago

**24. ¿Entrega comprobantes de pago?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si	6	60%
No	3	30%
Solo si lo solicitan	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 24:** Comprobantes de pago



**Gráfico 16:** Distribución porcentual de la entrega de comprobantes de pago.

**Interpretación:**

El 60% de los encuestados si entrega comprobantes de pago y un 30% no entrega.

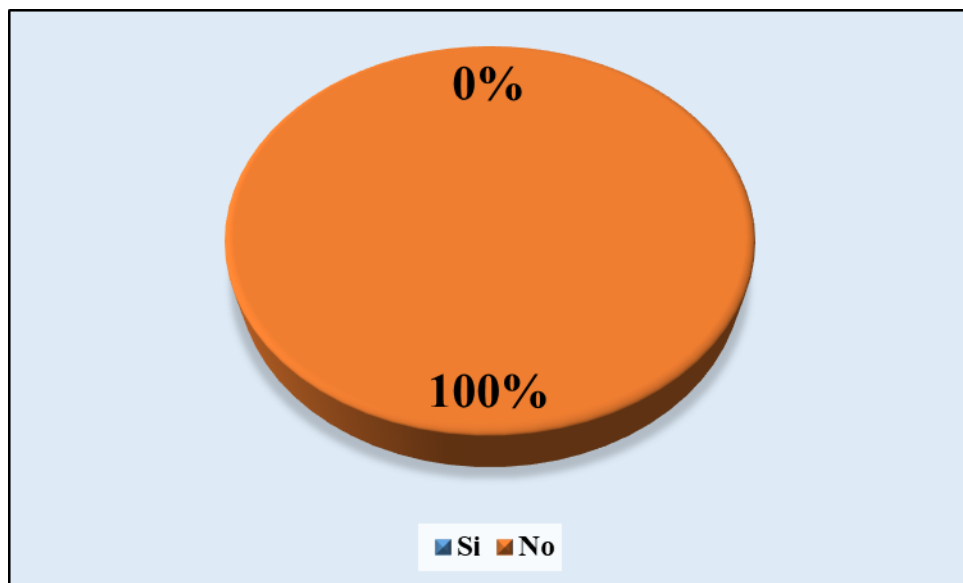
**TABLA 25:** Asesoramiento contable

**25. ¿Usted se asesora de un profesional contable para la gestión de sus Impuestos?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	0	0%
No	10	100%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 25:** Asesoramiento contable



**Gráfico 25:** Distribución porcentual sobre el asesoramiento de un profesional contable para la gestión de sus Impuestos.

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados no usa el servicio de un profesional contable.



**TABLA 26:** Gestión tributaria

**26. ¿Quién realiza la gestión tributaria de su negocio?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Propietario	10	100%
Contador	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 26:** Gestión tributaria



**Gráfico 26:** Distribución porcentual sobre la gestión tributaria en el negocio.

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados son quienes realizan la gestión tributaria en su negocio.

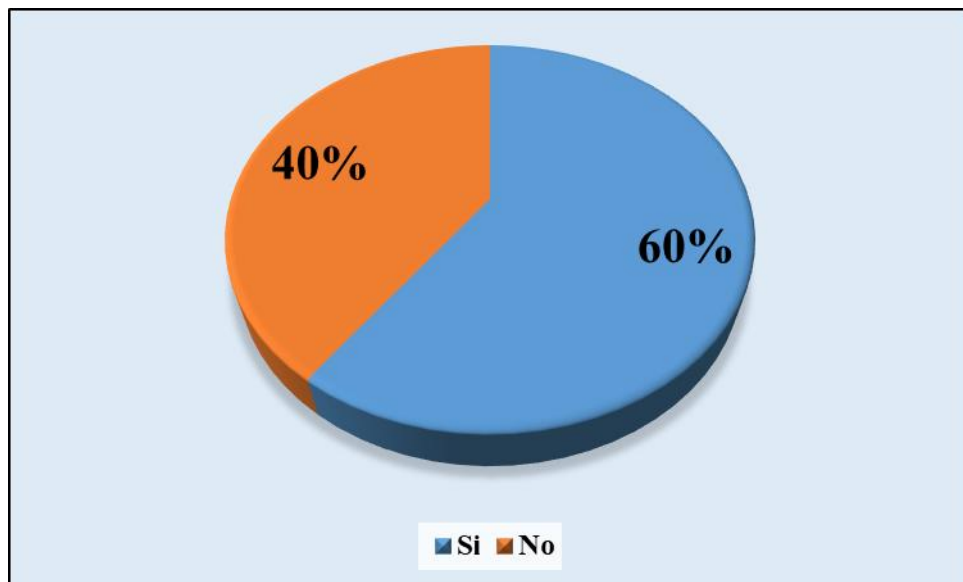
**TABLA 27:** Obligaciones tributarias

**27. En su opinión, ¿Si fuera voluntario tributar; cumpliría con sus obligaciones tributarias?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	6	60%
No	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 27:** Obligaciones tributarias



**Gráfico 27:** Representación porcentual si fuese voluntario tributar cumpliría con sus obligaciones.

**Interpretación:**

El 60% de los encuestados tributarían voluntariamente y un 40% no cumpliría con tributar.

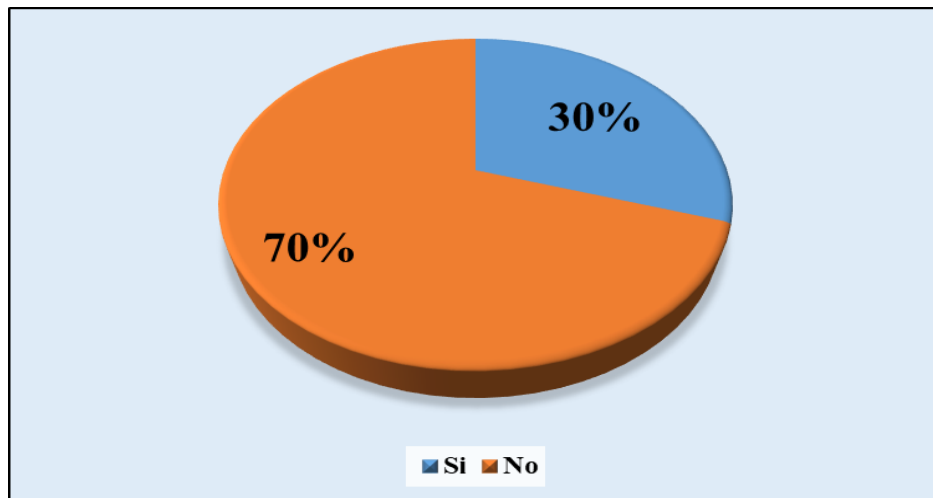
**TABLA 28:** Sanciones tributarias

**28. ¿En alguna oportunidad ha sido sancionado por SUNAT?**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si	3	30%
No	7	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 28:** Sanciones tributarias



**Gráfico 28:** Distribución porcentual de sanciones aplicadas por SUNAT

**Interpretación:**

El 70% de los propietarios de los negocios de abarrotes no han sido sancionados por SUNAT; mientras un 30% si fue sancionado.

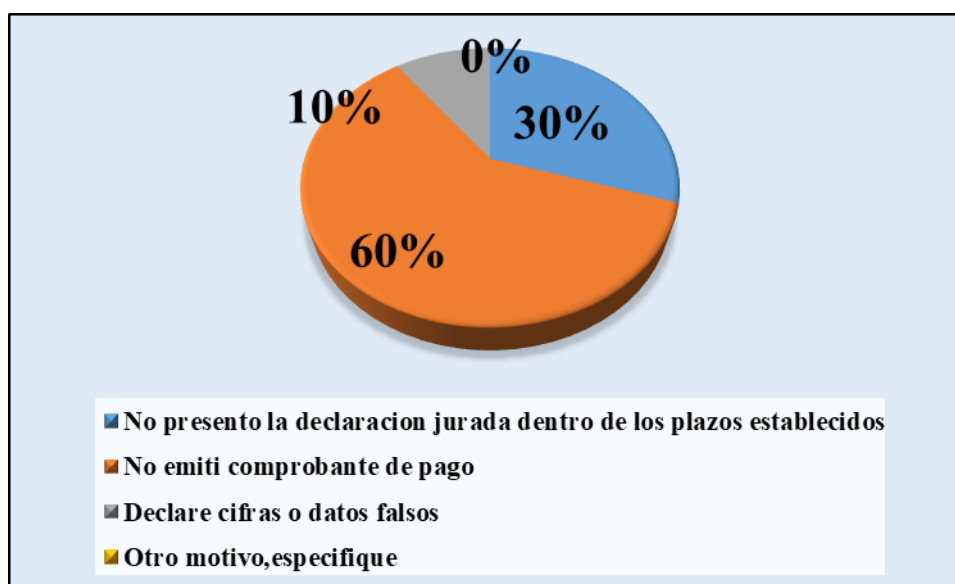
**TABLA 29:** Motivo de la sanción

**29. De ser afirmativa la respuesta anterior indique la razón por la que fue sancionado:**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
No presentó o la declaración jurada dentro de los plazos establecidos.	03	30%
No emití comprobante Pago.	06	60%
Declaré cifras o datos falsos.	01	10%
Otro motivo, especifique	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 29:** Motivo de la sanción



**Gráfico 29:** Distribución porcentual del porque fue sancionado.

**Interpretación:**

El 60% de los encuestados fue sancionado por no emitir comprobantes de pago y un 30% por no presentar declaración jurada a tiempo dentro de los plazos establecidos.

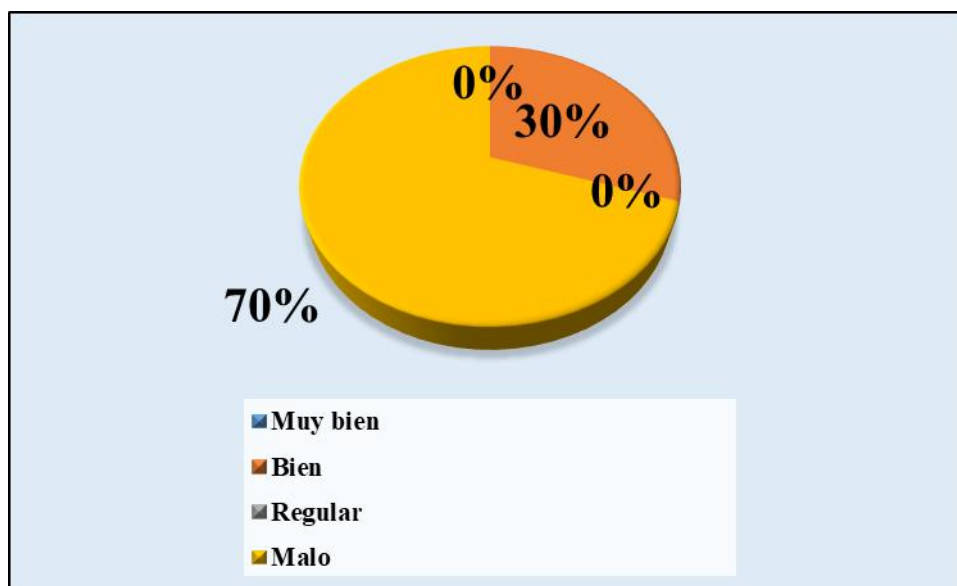
**TABLA 30:** Sanciones aplicadas por SUNAT

**30. ¿Cómo considera las sanciones tributarias impartidas por SUNAT a los comerciantes minoristas?**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Muy bien	00	0%
Bien	03	30%
Regular	00	0%
Malo	07	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 30:** Sanciones aplicadas por SUNAT



**Gráfico 30:** Distribución porcentual sobre sanciones tributarias impartidas por SUNAT a los comerciantes minoristas

**Interpretación:**

El 70% de los encuestados considera que las sanciones impartidas por SUNAT son injustas y un 30 % están de acuerdo.

## **5.2 Análisis de los Resultados**

### **5.2.1 Respecto al objetivo específico 1**

**Determinar las principales características de los propietarios y/o trabajadores de los mercados minoristas las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

La totalidad de encuestados indican ser los propietarios de los negocios de abarrotes del mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre. Son personas muy emprendedoras que desde temprana edad comenzaron como ambulantes, carretilleros, vendedores de comida al paso y luego tuvieron la posibilidad de adquirir uno de estos puestos ubicados en este mercado; todo gracias a su esfuerzo, dedicación y con las ganas de salir adelante. Les ha servido de mucho la experiencia ganada en cada etapa, durante su crecimiento como negociantes.

Cada jefe o propietario de negocio son personas jóvenes, pues su edad fluctúa entre 36 a 50 años de edad, son personas que buscan desarrollarse profesionalmente, estudian en colegios o en un centro de formación superior que les permite contar con conocimientos que les ayude a crecer como persona y a la vez a sus negocios. Asimismo, las necesidades del entorno familiar impulsan a los jóvenes para incursionar en actividades comerciales. También es cierto que hay un porcentaje que no cuenta con estudios completos; pero son personas muy inteligentes y con gran capacidad de hacer negocio.

Existe igualdad en cuanto a género; tanto varones y mujeres se dedican a la venta de comidas y alimentos preparados, venta de ropa entre otros giros; actividades que implican más horas de trabajo. Dejando en claro que ambos géneros están contribuyendo al crecimiento de nuestro país.

### **5.2.2 Respecto al objetivo específico 2**

#### **Determinar las características de los mercados minoristas las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

En el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre; son personas que se han dedicado desde muy temprana edad al comercio ambulatorio. Con la comercialización de productos que les permitía subsistir, además les sirvió como mecanismo para entablar nuevas redes, sociales o comerciales, que promovieron el desarrollo de la vida en la ciudad.

Los negocios de venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas tienen de 6 a 10 años de formación; entre su evolución pasaron de ser comerciantes ambulantes a comerciantes formales contribuyendo a la ciudad a través del pago de impuestos; pero también brindando oportunidades laborales para la ejecución de sus actividades comerciales como vendedores, cajeros y almaceneros y también los servicios de otros trabajadores como transportistas, cargadores, seguridad, etc. Otra forma en la que contribuyen con la ciudad es cuando pagan por servicios de la ciudad, tales como el mantenimiento de los sanitarios públicos y los servicios de almacenamiento, entre otros servicios municipales. Además contribuyen brindando servicios de limpieza y seguridad en espacios públicos. Según (Castellanos, 2014)

### **5.2.3 Respecto al objetivo específico 3**

**Determinar las principales características de la cultura tributaria de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

Un 70% de los propietarios de los negocios encuestados tienen conocimiento de lo que es cultura tributaria, un concepto claro y preciso del que manifiestan es la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social como contribuyente. Cada propietario comparte algo en común; no todo es obligación fiscal, sino un deber de cada ciudadano para lograr el desarrollo de nuestro país. Además tiene que ver mucho la actitud tributaria responsable, generada por valores que lleven a la aceptación del deber de contribuir y lograr que el estado cumpla con sus fines. El 30% restante desconoce de este término, apreciándose la carencia de cultura tributaria para estos propietarios.

El nivel de cultura tributaria para los comerciantes minoristas es bajo, por ejemplo la población encuestada tiene como idea fija que las sanciones aplicadas por SUNAT se interponen a cualquier persona y esta se paga porque la ley los obliga y si no son multados. Este ejemplo muestra un bajo nivel de cultura tributaria, debido a que no tienen un estímulo para entender e informarse acerca de los temas tributarios; los comerciantes muestran carencia de valores justificando todo esto por la corrupción que existe en el estado y el uso incorrecto de los tributos recaudados.

Los comerciantes minoristas un 60% asistieron a capacitaciones efectuadas por empresas privadas, la finalidad de estas fueron tomar conciencia en cuanto al deber constitucional y la necesidad que tiene el estado de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes a través del pago oportuno de sus tributos. El 40% restante no asistió a capacitaciones por motivos personales y otros por falta de interés, provocando carencia de cultura tributaria.



Uno de los factores que provoca la formación de cultura tributaria es la confianza en los gobiernos, los comerciantes minoristas manifiestan que si el gobierno se mostrara transparente ante la población y resaltara los ingresos obtenidos por recaudación de impuestos, la distribución y ejecución de estos; fortalecería la confianza entre el contribuyente y estado. Otro factor importante es la difusión de información a través de los medios de comunicación, anuncios entre otros. Un 80% de los comerciantes encuestados opinan que el estado no fomenta y difunde la cultura tributaria, cuando deberían ser ellos los voceros y mostrar a la población que tan importante es la cultura tributaria y que debe ser difundido desde las escuelas, a través de programas de tributación, para que desde ahí se siembren los valores y la importancia que tiene la recaudación de tributos en nuestro país.

Si bien es cierto un 20% de los comerciantes encuestados desconocen de los tributos; pero un 80% conoce de manera general de los tributos que existen en nuestro país. Los comerciantes han sido capacitados a través de instituciones privadas las cuales han brindado varias capacitaciones en el mercado minoritas las Capullanas, ellos han logrado adquirir estos conocimientos con conceptos generalizados que les permite entender su función de cada uno. Por ejemplo que significa Impuesto a la renta, Impuesto general a las ventas y eso no es todo; además se sienten en la capacidad de poder liquidar sus impuestos mensuales de los regímenes como nuevo RUS y el RER.

Cabe mencionar que existe un 10% de los comerciantes minoristas del mercado las Capullanas que desconocen a que tributos están afectos, talvez porque no asistieron a las charlas que ofrecieron las empresas privadas, falta de tiempo por estar enfocados en sus negocios o como ellos manifiestan que no cuentan con el apoyo de la administración tributaria que deberían ser ellos los que otorguen capacitaciones personalizadas a cada uno, con material competente y claro que se ajuste a su nivel de formación académica.

Los propietarios de los negocios encuestados manifiestan que pagan los tributos para satisfacer las necesidades de la población, pues permite que se pueda proporcionar a la población los servicios básicos que ésta requiere; a través de la construcción de colegios, carreteras, establecimientos de salud, comisarías y otras entidades que

atiendan sus necesidades. Aunque todos los comerciantes no estén de acuerdo en la distribución de sus contribuciones conocen la importancia de la tributación en el Perú.

El sistema tributario peruano en general tiene dificultades entre las principales causas son la economía informal, la evasión y elusión tributaria. En la economía de nuestro país se comparten varias opiniones del porqué de estas dificultades, personas como los comerciantes minoristas del mercado las Capullanas consideran que el sistema tributario no es equilibrado y justo para los contribuyentes, pues resaltan que no existe un correcto uso de los impuestos que percibe el estado. Ellos no saben de qué manera se distribuyen sus impuestos o que sectores son los más beneficiados.

#### **5.2.4 Respecto al objetivo específico 4**

**Determinar el impacto en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

En la encuesta aplicada el 60% de los comerciantes se formalizaron por la presión que ejerció SUNAT en realizar los trámites correspondientes para su formalización y así erradicar la informalidad en este centro de abastos. La falta de conciencia tributaria provoca que los vendedores de abarrotes no se formalicen, conscientes de la importancia de la recaudación de tributos para el país. Solo un 30% de los propietarios se formalizo voluntariamente, por su conciencia y cultura tributaria que forma parte de su formación como comerciantes. Además manifiestan que ser personas formales les abre más posibilidades de crecer, ya que las entidades financieras les otorgan créditos para la expansión de sus negocios.

Un 60% de los comerciantes no fueron debidamente capacitados por la administración tributaria; según manifiestan solo les explicaron que tipo de régimen se acogerían y el tributo que cancelarían; mostrando así un déficit en la atención prestada por SUNAT. Las capacitaciones han permitido que los comerciantes del mercado minorista las Capullanas entiendan la importancia de ser formales y los

beneficios que trae consigo han sido por parte de las entidades del sector privado como bancos, cajas municipales y otros, son ellos quienes impartieron conocimientos formando y fortaleciendo así la cultura tributaria.

La situación de nuestro país es preocupante por las consecuencias negativas que sigue produciendo la informalidad que caracteriza nuestras actividades económicas. La administración tributaria creó un nuevo régimen que incentive al contribuyente a formalizarse. El nuevo RUS es un régimen creado para los pequeños comerciantes y productores, que permite al comerciante estar conforme con el tributo a pagar de acuerdo con su realidad económica, no tiene la obligación de declarar o pagar: el impuesto a la renta, el impuesto general a las ventas y el impuesto de promoción municipal.

Los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura, se encuentran en su totalidad acogidos al Régimen Único Simplificado; aquello que les facilita el aporte contributivo. Además esto ha permitido que los comerciantes tengan conciencia de lo importante que es formalizarse, presentar y pagar a tiempo su declaración mensual; demostrando responsabilidad en el pago de sus obligaciones tributarias, tienen en claro que el no hacerlo en el tiempo establecido tendría como resultado ser sancionados por SUNAT y esto no les conviene, pues directamente les afecta en su economía.

El 60 % de los comerciantes encuestados si entrega comprobantes de pago percibiendo que tienen conciencia tributaria; entienden que la emisión del comprobante de pago es una forma de hacer un reclamo por los bienes que venden y con eso acreditan la transacción comercial; muy aparte de que su intención no es evadir impuestos.

También conocen que por no emitir comprobantes es una infracción lo que conduce a una sanción por parte de la administración tributaria que puede llegar al cierre de su local. Se tiene como resultado por la conciencia y cultura tributaria que tiene cada uno de los comerciantes minoristas del mercado las Capullanas que un 70 % de los negocios de abarrotes no han sido sancionados por SUNAT. El 30% restante fue

sancionado por no emitir comprobantes y no presentar sus declaraciones en el tiempo establecido.

En su totalidad de comerciantes se encuentran acogidos al Nuevo RUS y ellos se encargan de su propia contabilidad y tienen un control muy claro de sus compras y ventas y de su margen de utilidad; esto hace que no necesiten de un profesional contable para poder cumplir con sus obligaciones tributarias.

Un 60 % de los comerciantes tributarían voluntariamente, ya que tienen conciencia de que tributar es de vital importancia para la economía del país. Pero el 40% no lo haría por el hecho que considera que sus contribuciones forman parte de los pagos corruptos que hace el estado y esto en corto plazo va a influir en los demás comerciantes provocando más informalidad.

El 70% de los comerciantes encuestados manifiestan que las sanciones y multas tributarias son excesivas para el nivel de negocio que ellos dirigen, consideran que son negocios pequeños y llegar al punto de cerrar su local es excesivo y abusivo. Además es su fuente de ingresos de cada día.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **6.1 Conclusiones**

#### **6.1.1 Respecto al objetivo específico 1**

**Determinar las principales características de los propietarios y/o trabajadores de los mercados minoristas las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

1. Se identificó que las personas encuestadas son los propietarios de los negocios; que con esfuerzo y dedicación lograron adquirir sus locales, estableciéndose como comerciantes formales en el mercado minorista las Capullanas y un 50% son de sexo masculino y un 50% del sexo femenino, se aprecia un equilibrio de género en el campo de compra y venta de abarrotes, además que ambos sexos aportan al crecimiento del país dejando en el pasado la desigualdad de género en el ámbito económico.
2. En la encuesta aplicada a los negocios de abarrotes del mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre se logró concluir que los encuestados son los propietarios; los cuales se encuentran en una edad entre 36 a 50 años, con la experiencia suficiente para poder encaminar sus negocios, cuentan con una gran responsabilidad tributaria y sobre todo con cultura tributaria. La edad que tienen como propietarios de sus negocios no define su capacidad comercial teniendo como resultado desarrollar sus actividades de una manera activa.
3. Los propietarios de los negocios de los mercados se están capacitando constantemente y tienen como objetivo mejorar su nivel académico, se pudo encontrar que cuentan con estudios técnicos en carreras de producción siendo un porcentaje proporcional de encuestados que cuentan con primaria y secundaria completa.

4. Se destaca que los propietarios de los negocios de los mercados: están generando oportunidades laborales; tanto varones y mujeres se benefician. Además al contratar otro tipo de personal como son los de servicios de transporte de carga, estibadores, vendedores entre otros.

### **6.1.2 Respecto al objetivo específico 2**

#### **Determinar las características de los mercados minoristas las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

Se concluye que los comerciantes de venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas tienen de 6 a 10 años de formación, brindando producto de primera necesidad dirigido aquellos consumidores que necesitan satisfacer sus necesidades a un menor costo. Para poder lograr esto los propietarios de los negocios encuestados trabajan con 1 a 3 trabajadores las cuales les permite abastecer el inventario del local y en oportunidades de campaña se abastecen con ayudantes las cuales les pagan sus servicios a través de recibos simples.

### **6.1.3 Respecto al objetivo específico 3**

#### **Determinar las principales características de la cultura tributaria de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

En la presente investigación se ha procesado la información obtenida en base a las encuestas aplicadas las que concluyen que:

- 1- Se concluye que un 70% de los comerciantes del mercado minorista del mercado las Capullanas tienen un concepto claro y preciso de cultura tributaria, son los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social como contribuyente. Además opinan que tributar no es una obligación fiscal por lo contrario, es un deber de cada

ciudadano, para lograr el desarrollo de nuestro país; logrando cumplir con sus fines y satisfaciendo las necesidades de la población; dejando en evidencia su nivel de cultura y conciencia tributaria.

- 2- Se destaca que un 60% de los comerciantes asistieron a capacitaciones sobre cultura tributaria dictadas por el sector privado, aquellas que permiten orientar al contribuyente sobre los valores y la responsabilidad social de tributar, como generar cultura tributaria, su importancia y su impacto en la recaudación de impuestos.
- 3- Se determinó que un 50% de los comerciantes cree que la confianza en los gobiernos influye en la formación de la cultura tributaria, pues es la imagen que representa a nuestro país y solo se ve corrupción lo que hace que los contribuyentes no quieran tributar; debido a que su pensamiento está enfocado en el mal uso del pago de sus tributos. El otro 50% es por la falta de difusión de información, los comerciantes necesitan que el estado invierta en capacitaciones personalizadas, publicidad y sobre todo que el ministerio de educación instale cursos de tributación para que sean los colegios quienes enseñen a los más pequeños la importancia de tener cultura tributaria.
- 4- Se determinó que los comerciantes en estudio, tienen conocimientos de los tributos que existen en nuestro país, la mayoría comparte que el sistema tributario peruano no es equilibrado y justo para todos los contribuyentes; manifiestan que ellos no saben en que terminan o como se distribuyen los tributos recaudados, que sectores el estado le da prioridad. La calidad de los centros estatales ya sean escuelas, hospitales, comisarias no prestan buenos servicios y se quejan del estado, por no ofrecer el dinero suficiente a cada institución y así poder brindar una atención de calidad.

#### **6.1.4 Respecto al objetivo específico 4**

**Determinar el impacto de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes minoristas de compra y venta de abarrotes en el mercado minorista las Capullanas del Distrito Veintiséis de Octubre de la ciudad de Piura en el año 2015.**

En la presente investigación se ha procesado la información obtenida en base a las encuestas aplicadas las que concluyen que:

- 1- Se determinó que el 60% de los comerciantes se formalizaron por la presión que ejerce SUNAT en la formalización de sus pequeños negocios, con la finalidad de combatir la informalidad y que estos sean conscientes de la importancia de recaudar impuestos en nuestro país y solo un 30% de los comerciantes se formalizo, consientes y con cultura tributaria entienden de los beneficios de la formalización y sobre todo ofrece nuevas oportunidades.
- 2- Los propietarios de los negocios encuestados se encuentran en su totalidad acogidos al Régimen Único Simplificado; régimen que les facilita el aporte contributivo; como por ejemplo el pago único fijo mensual de una cuota, de acuerdo a la categoría, no tienen la obligación de llevar libros contables, No deben declarar ni pagar: Impuesto a la Renta, IGV ni Impuesto de Promoción Municipal; RUS es una buena alternativa para tributar en la actividad minorista.
- 3- Para el 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado las Capullanas, tienen conciencia y cultura tributaria. Es por ello que tienen como deber presentar sus declaraciones dentro de los plazos establecidos ante SUNAT demostrando responsabilidad en el pago de sus obligaciones tributarias; evitando así ser sancionados por SUNAT.



- 4- Se evidencia que el 60% de los negocios encuestados entregan comprobantes de pago por sus ventas, percibiéndose que tienen conciencia tributaria en el pago de impuestos y por otro lado cultura tributaria, ya que demuestran conocimiento de la importancia de tributar en nuestro país. Partiendo del desarrollo que ha tenido la economía en los últimos años, los comerciantes del mercado las Capullanas no fueron sancionados por SUNAT debido a su responsabilidad con el estado, demostrando su nivel de cultura tributaria.
- 5- Se determinó que los comerciantes minoristas del mercado las Capullanas son capacitados por empresas del sector privado que les ha permitido adquirir los conocimientos suficientes para poder liquidar, declarar y pagar su impuesto según su nivel de ventas, además les permite reducir gastos, pues sin las capacitaciones tendrían que pagar los servicios de un personal contable.
- 6- El 60% de los comerciantes en estudio tributarían voluntariamente; por ser conscientes de la importancia de la recaudación de impuestos en nuestro país, fuente de ingresos para cubrir las necesidades de la población. Para el 40% no cumpliría con el pago de tributos por el simple hecho que la corrupción se encuentra impregnado en el gobierno central; teniendo como opinión directa que las autoridades de estado son unos aprovechadores y dan mal uso al dinero recaudado.
- 7- Según los resultados de la investigación el 70% de los comerciantes encuestados opinan que las sanciones y multas aplicadas por SUNAT debería ser aplicable a todos los contribuyentes, consideran que son abusivas para la capacidad de ingresos que tienen y son negocios en pleno crecimiento.

## **VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

En el presente trabajo de investigación se cree prudente impartir las siguientes recomendaciones:

1. Que la Administración Tributaria (SUNAT) cree mecanismos que haga más fácil y dinámico el proceso de tramites; pues los comerciantes están perennes a su negocio y para ellos el trámite de llenar una guía de pagos varios y el formas largas colas para cancelar sus tributos es muy engorroso.
2. Que el Estado a través de las instituciones; SUNAT, municipalidades, cámara de comercio u otros, informe a la comunidad de la distribución y aplicación de los impuestos recaudados; con la finalidad de reforzar la cultura y conciencia tributaria en los contribuyentes.
3. Para fortalecer la cultura tributaria en la población; es adecuado que la administración tributaria genere confianza a los contribuyentes de sus procedimientos administrativos para la recaudación de impuestos y demostrar que la distribución de estos son con la finalidad de mejorar la calidad de los servicios públicos.
4. Que los comerciantes se organicen y programen charlas en sus mismas instalaciones, con la finalidad crear posibles contingencias sobre tributación, fortalecer sus conocimientos de los tributos que están afectos, los beneficios de pertenecer al Nuevo RUS y como evitar sanciones administrativas.

## Referencias bibliográficas

**Aguirre, A & Silva, T. (2013).** *Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo - año 2013-* tesis de la facultad de Ciencias Económicas-Universidad Privada Antenor Orrego-Trujillo. Disponible en:

[http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/145/1/AGUIRRE\\_ANICLAUDIA\\_EVASION\\_TRIBUTARIA\\_COMERCIANTES.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/145/1/AGUIRRE_ANICLAUDIA_EVASION_TRIBUTARIA_COMERCIANTES.pdf)

**Arias, J. (2010).** *Ensayos Sobre la Teoría de la Evasión y Elusión de Impuestos Indirectos-Universidad Nacional de la Plata.* Disponible en:

[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/52921/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=5](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/52921/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=5)

**Ávila, G. (2018).** *Cultura tributaria y su impacto en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abastos de distrito de Trujillo, Año 2017-* tesis de la facultad de Ciencias Económicas-Universidad Nacional de Trujillo-Trujillo. Disponible en:

[http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10665/avilagarcia\\_aderly.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10665/avilagarcia_aderly.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Ávila, M. (2012).** *Consecuencias de la Evasión Fiscal.* Disponible en:

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/D9E1A9324F68D20D05257C13000003C6/\\$FILE/11-4.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/D9E1A9324F68D20D05257C13000003C6/$FILE/11-4.pdf)

**Ayala, C. (2015).** *La evasión tributaria en los comerciantes ubicados en el mercado de telas de Piura-2014-* tesis de la facultad de Ciencias Contables y Financieras-Universidad Nacional de Piura. Disponible en:

<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/574/CON-AYA-COR-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Benítez, O. (2014).** *El régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE) y su impacto en los niveles de evasión tributaria en el sector informal de la ciudad de Machala periodo: 2007– 2012*-tesis de la facultad de ciencias económicas maestría en Tributación Y Finanzas Universidad de Guayaquil- Guayaquil-Ecuador. Disponible en:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6255/1/Tesis%20EL%20RISE.pdf>

**Burga, A. (2015).** *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014*-facultad de ciencias Contables, Económicas y Financieras-Universidad de San Martín de Porres-Gamarra-Lima. Disponible en:

[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga\\_a\\_me.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga_a_me.pdf)

**Canruvi, B. (2013).** *La cultura tributaria y su incidencia en la reducción de la evasión de impuestos en el gobierno central*-tesis de la facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de Trujillo-Trujillo. Disponible en:

[http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2375/canruvi\\_peggy.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2375/canruvi_peggy.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Cárdenas, L. (2012).** *La cultura tributaria en un grupo de actividad económica en la provincia de Pichincha- Cantón – Quito*. Disponible en:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5224/1/UPS-QT03885.pdf>

**Castellanos, T. (2014).** *Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú*.

Disponible en:

<http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/IEMS-Lima-Street-Vendors-City-Report-espanol.pdf>

**Castro, P & Quiroz, V. (2013).** *Las causas que motivan la evasión tributaria en la empresa constructora los CIPRESES S.A.C en la ciudad de Trujillo en el periodo 2012-Trujillo-Peru.* Disponible en:

[http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/139/3/CASTRO\\_SANDRA\\_CAUSAS\\_MOTIVAN\\_EVACION.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/139/3/CASTRO_SANDRA_CAUSAS_MOTIVAN_EVACION.pdf)

**Checa, Del V. (2017).** *Nivel de Cumplimiento Tributario en las Tiendas de Abarrotes del Asentamiento Humano José Olaya de Piura – 2017-tesis de la facultad de Ciencias Empresariales-Universidad Cesar Vallejo-Piura.* Disponible en:

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/10748/checa\\_dvm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/10748/checa_dvm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Chicas, Z. (2011).** *Propuesta para crear una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala-tesis de la facultad de Ciencias Económicas –Universidad de San Carlos-Guatemala.* Disponible en:

<https://docplayer.es/24661252-Licda-monica-chicas-zea.html>

**Chiroque, A. (2012).** *La cultura tributaria en los negocios del mercado central de la ciudad de Piura- tesis de la facultad de Ciencias Empresariales-Universidad Cesar Vallejo-Piura.* Disponible en:

<https://Tesis-Cultura-Tributaria-marcos-r-Chiroque-Anastacio#download>

**De la Roca, M. (2004).** *Evasión tributaria e informalidad en el Perú: una aproximación a partir del enfoque de discrepancias en el consumo.* Disponible en:

<http://www.cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/evasion-tributaria-e-informalidad-en-el-peru-una-aproximacion-a-partir-del-enfoque-de-discrepancias-en-el-consumo.pdf>

**Delgado, G & Angarita, L. (2012).** *Analizar el comportamiento tributario de los comerciantes de la ciudadela norte de Ocaña norte de Santander*-tesis de la facultad Ciencias Administrativas y Económicas Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña-Colombia. Disponible en:

<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/422/1/25767.pdf>

**Farfán, M. (2013).** *Informalidad y financiamiento de las MYPES rubro picanterías en Catataos Piura, año 2012*- tesis de la facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas- Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Piura. Disponible en:

<https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>

**Galán, M. (2019).** *Las hipótesis en la investigación*. Disponible en:

<http://manuelgalan.blogspot.com/2009/08>

**Huancas, S. (2015).** *La evasión tributaria en las micro y pequeñas empresas del distrito San Miguel de El Faique - provincia Huancabamba región Piura en el año 2014*- tesis de la facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas- Piura. Disponible en:

<https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>

**Labrada, M & Rodríguez, L. (2012).** *La explotación de los recursos naturales y la protección del medio ambiente en las regulaciones jurídicas tributarias Cubanas*.

Disponible en: [http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1201/consideraciones\\_generales\\_sistema\\_tributario.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1201/consideraciones_generales_sistema_tributario.html)

**Lynch, L. (2016).** *Causas y consecuencias de la informalidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso del mercado modelo de Chimbote, 2015*.-tesis de la facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas-Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Chimbote. Disponible en:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1113/FORMALIDAD\\_INFORMALIDAD\\_MYPES\\_LYNCH\\_LOPEZ\\_PAOLA\\_ESTEFANNY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1113/FORMALIDAD_INFORMALIDAD_MYPES_LYNCH_LOPEZ_PAOLA_ESTEFANNY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Mogollón, D. (2014).** *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.* Disponible en:

[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/202/1/TL\\_Mogollon\\_Diaz\\_Veronica.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/202/1/TL_Mogollon_Diaz_Veronica.pdf)

**Quispe, C. (2012).** *La política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, año 2011*-tesis de la facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales- Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann –Tacna. Disponible en:

<http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/2509>

**Rivera, H & Silvera, O. (2012).** *Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del Cantón Milagro*-tesis de la unidad académica de Ciencias Administrativas y Comerciales-Universidad estatal de Milagro-Ecuador. Disponible en:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/349>

**Rodriguez, J. (2011).** *Cultura Tributaria Propuestas y Argumentos para aumentar la Justicia Fiscal*- Proyecto Alianza Ciudadana para la Transparencia y el Desarrollo Paraguay- Disponible en:

<http://www.cde.org.py/wp-content/uploads/2014/11/Cultura-tributaria.pdf>

**Solórzano, T. (2011).** *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú.* Disponible en:

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura\\_tributaria\\_dulio\\_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)

**Vallejo, C. (2015).** *Manuel de Código Tributario-Lima-Perú*. Disponible en:  
<http://www.vvallejo.com/adm/descargas/aec0c0b3cfc75d0107.pdf>

**Villanueva, R. (2013).** *Factores tributarios causantes de la informalidad del sector de comercialización de lubricantes automotriz en Lima Metropolitana*. -tesis de la facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras-Universidad de San Martín de Porres-Lima Disponible en:  
[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/652/3/villanueva\\_vm.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/652/3/villanueva_vm.pdf)

**Zuzunaga, D & León, C. (2008).** *No tiene color y tampoco es rojo”: aciertos y desaciertos del tribunal constitucional en torno al concepto de tributo*. Disponible en:  
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/download/9234/9648>



## Anexos

### Anexo 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

### ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

#### CUESTIONARIO

La información que usted proporcionara será utilizado solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración, para desarrollar mi informe de tesis titulado: **“LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS DE COMPRA Y VENTA DE ABARROTES EN EL MERCADO MINORISTA LAS CAPULLANAS DEL DISTRITO VEINTISÉIS DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE PIURA EN EL AÑO 2015.”**

**Encuestador:** Neyra Quinde Jean Marcos    **Fecha:** 12 de septiembre de 2016

**INSTRUCCIONES:** Marcar dentro del paréntesis con una “X” la alternativa correcta.

<b>I</b>	<b>RESPECTO A LOS DATOS DEL EMPRESARIO</b>	
	¿Cuál es el cargo que ocupa Ud. en la empresa?	
1	a) Propietario	( )
	b) Trabajador	( )
	¿Cuál es la edad de los propietarios y/o trabajadores?	
2	a) 18-25 años	( )
	b) 26-35 años	( )
	c) 36-50 años	( )
	d) 51 años a Mas	( )
3	¿Cuál es el grado de instrucción del propietario?	
	a) Sin instrucción	( )
	b) Primaria	( )
	c) Secundaria	( )
	d) Técnico	( )
	¿Cuál es el sexo del propietario?	
4	a) Masculino	( )
	b) Femenino	( )

<b>II</b>		<b>RESPECTO AL PERFIL DE LA EMPRESA</b>	
		¿Cuántos año de constituido tiene el negocio?	
5	a) 1 a 5 años	( )	
	b) 6 a 10 años	( )	
	c) Más de 10 años	( )	
		¿Cuántas personas trabajan en la negocio?	
6	a) De 1 a 3	( )	
	b) De 4 a 6	( )	
	c) Más de 7	( )	
<b>III</b>		<b>RESPECTO A LA CULTURA TRIBUTARIA</b>	
		¿Usted tiene algún conocimiento sobre la cultura tributaria?	
7	a) Si	( )	
	b) No	( )	
		¿Cuál es su nivel de cultura tributaria?	
8	a) Ninguna	( )	
	b) Poca	( )	
	c) Regular	( )	
		¿Usted alguna vez a asiste alguna capacitación de SUNAT o de otras empresas en las que hablen sobre la cultura tributaria?	
9	a) Si	( )	
	b) No	( )	
		¿Cuáles cree que son los factores que influyen en la formación de la cultura tributaria?	
10	a) El grado de instrucción	( )	
	b) La confianza en los gobiernos	( )	
	c) La difusión de información	( )	
		¿Considera usted que el estado fomenta y difunde la cultura tributaria?	
11	a) Si	( )	
	b) No	( )	
	c) A veces	( )	
		¿Está de acuerdo con que el gobierno instale cursos de tributación desde los colegios?	
12	a) En desacuerdo	( )	
	b) Poco de acuerdo	( )	
	c) De acuerdo	( )	
	d) Muy de acuerdo	( )	
		¿Tiene conocimiento de los tributos que existen en el Peru?	
13	a) Si	( )	
	b) No	( )	
		¿Conoce a que tributos está afecto?	
14	a) Si	( )	
	b) No	( )	
		¿Conoce la importancia de tributar en el Perú?	
15	a) Si	( )	
	b) No	( )	
		¿Para qué cree usted que se pagan los tributos?	
16	a) Satisfacer las Necesidades de la población	( )	
	b) Para pagar a los funcionarios que trabajan para el estado	( )	
	c) Para no ser multados	( )	
	d) No conozco	( )	
		¿Considera usted que el sistema tributario en el Perú es equilibrado y justo para todos los contribuyentes?	
17	a) Si	( )	
	b) No	( )	
		¿Usted considera que los tributos son para retribuirlos adecuadamente a la población?	
18	a) Si	( )	
	b) No	( )	

<b>IV</b>	<b>RESPECTO AL IMPACTO EN LA FORMALIZACION</b>	
	¿Cuál fue el motivo que lo llevó a formalizarse?	
19	a) Conciencia tributaria	( )
	b) Presion por parte de SUNAT	( )
	c) Crecimiento financiero	( )
	¿ Cuando se formalizo, fue debidamente capacitado por SUNAT?	
20	a) Si	( )
	b) No	( )
	¿En que régimen tributario se ubica?	
21	a) RUS	( )
	b) RER	( )
	c) RG	( )
	¿Presenta sus declaraciones dentro de los plazos establecidos por SUNAT?	
22	a) Si	( )
	b) No	( )
	¿Cumple con pagar sus tributos?	
23	a) Si	( )
	b) No	( )
	¿Entrega comprobantes de pago?	
24	a) Si	( )
	b) No	( )
	c) Solo si lo solicitan	( )
	¿Usted se asesora de un profesional contable para la gestión de sus Impuestos?	
25	a) Si	( )
	b) No	( )
	¿Quién realiza la gestión tributaria de su negocio?	
26	a) Propietario	( )
	b) Contador	( )
	En su opinión, ¿Si fuera voluntario tributar; cumpliría con sus obligaciones tributarias?	
27	a) Si	( )
	b) No	( )
	¿En alguna oportunidad ha sido sancionado por SUNAT?	
28	a) Si	( )
	b) No	( )
	De ser afirmativa la respuesta anterior indique la razón por la que fue sancionado:	
29	a) No presentó o la declaración jurada dentro de los plazos establecidos	( )
	b) No emití comprobante Pago	( )
	c) Declaré cifras o datos falsos.	( )
	d) Otro motivo, especifique	( )
	¿Cómo considera las sanciones tributarias impartidas por SUNAT a los comerciantes minoristas? mercados?	
30	a) Muy bien	( )
	b) Bien	( )
	c) Regular	( )
	d) Malo	( )

## ANEXO 2

### CRONOGRAMA GANTT

#### I.- ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Meses / 2017			
	SET.	OCT.	NOV.	DIC.
Recolección de información	X	X		
Trabajo de campo	X	X		
Elaboración del informe de Tesis		X	X	X
Presentación del Informe de Tesis				X

#### II.- PRESUPUESTO

##### BIENES

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio S/.
Dispositivo USB	02	Unidad	55.00
<b>TOTAL S/.</b>			<b>55.00</b>

##### SERVICIOS

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	
			Unitario	Total
Internet	50	Horas	1.00	50.00
Movilidad	10	Pasajes	20.00	200.00
Fotocopias	10	Unidad	0.20	14.00
Impresiones	3	Unidad	0.50	1.50
<b>TOTAL S/.</b>				<b>265.50</b>

### **III.- RESUMEN DEL PRESUPUESTO**

<b>RUBRO</b>	<b>IMPORTE</b>
Bienes	<b>55.00</b>
Servicios	<b>265.50</b>
<b>TOTAL S/.</b>	<b>320.50</b>

### **IV. FINANCIAMIENTO**

Informe totalmente Autofinanciado por el alumno investigador.