UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE PUNO, 2018

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

BACH. SEBASTIAN OSCAR TORRES APAZA

ASESOR:

CPCC. EDGAR WASHINGTON PALACO CHARAJA

JULIACA – PERU

2018

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE PUNO, 2018

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

BACH. SEBASTIAN OSCAR TORRES APAZA

ASESOR:

CPCC. EDGAR WASHINGTON PALACO CHARAJA

JULIACA – PERU

2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Erlinda Rosario Rodriguez Cribilleros
Presidenta

Cpcc. Jorge Nicolas Quispe Callo
Secretario

Cpcc. Frank Efrain Blanco Mamani
Miembro

Mgtr. Edgar Washington Palaco Charaja
Asesor

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, por impartir sus conocimientos y contribuir con nuestro desarrollo profesional.

A mi asesor y jurados, quienes me proporcionan conocimientos y capacidades para desenvolverme en la tarea investigativa.

DEDICATORIA

A Dios por guiarme en todo momento de mi vida, ser mi fortaleza y luz que alumbra mi camino.

A mis padres: Policarpio y Mercedes por su apoyo incondicional, ser mi inspiración de perseverancia y dedicación.

RESUMEN

La investigación plantea como objetivo: determinar la caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018. En cuanto a la metodología se trata de una investigación de tipo descriptivo, en cuanto al diseño de investigación es transversal, prospectivo y observacional. Transversal porque se recoge información en un solo momento, prospectivo porque se utiliza un instrumento elaborado por el investigador y observacional porque no existe manipulación de la variable. La población estuvo constituida por 145 comerciantes del Mercado Central. En cuanto a la técnica, se utiliza una encuesta dirigida a la población de estudio. El análisis es estadístico a través de tablas de frecuencia. Se arriba a la siguiente conclusión: la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018, es limitada en conocimientos, participación, motivaciones y propuestas; debido a que en la mayoría de tablas sobre los conocimientos de tributo, impuesto, tipo de régimen no saben de qué se trata. Tampoco existe participación de los comerciantes para por voluntad propia ponerse de acuerdo en la importancia de pagar impuestos. Los representantes del mercado Central no tienen acuerdos por iniciativa propia para entablar convenios con la SUNAT.

Palabra Clave: Cultura tributaria

ABSTRACT

The research aims to: determine the characterization of the tax culture of the merchants of the Central Market of the city of Puno, 2018. Regarding the methodology, it is a descriptive type of research, in terms of the transversal research design, prospective and observational. Transversal because information is collected in a single moment, prospectively because an instrument developed by the researcher and observational is used because there is no manipulation of the variable. The population was constituted by 145 merchants of the Central Market. Regarding the technique, a survey directed to the study population is used. The analysis is statistical through frequency tables. The following conclusion is reached: the tributary culture of the merchants of the Central Market of the city of Puno, 2018, is limited in knowledge, participation, motivations and proposals; because in most tables on the knowledge of tax, tax, type of regime do not know what it is. There is also no participation of merchants to voluntarily agree on the importance of paying taxes. Central market representatives do not have agreements on their own initiative to enter into agreements with SUNAT.

Keyword: Tax culture.

INDICE

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR iii
AGRADECIMIENTO iv
DEDICATORIA v
RESUMEN vi
ABSTRACT vii
INDICE viii

I. INTRODUCCIÓN 12

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA 19
2.1. Antecedentes 19
2.2. Bases teóricas 24
2.2.1. Cultura tributaria 24
2.2.2. Nivel de conocimiento tributario 26
2.2.3. Responsabilidad en el pago y declaración de tributos 26
2.2.4. Honestidad en el pago y declaración de tributos 27
2.2.5. Cumplimiento de las normas tributarias 27
2.2.6. Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria. 28
2.2.7. Recaudación 28
2.3. Marco legal 34
2.4. Marco conceptual 34

III. METODOLOGÍA 36
3.1. Diseño de investigación 36
3.2. Población y muestra 38
3.3. Definición y operacionalización de variables 39
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 40
3.5. Plan de análisis de datos 42
3.6. Matriz de consistencia 42
3.7. Aspectos Éticos 46

IV. RESULTADOS 47
4.1. Resultados 47
4.2. Análisis de los resultados 72

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 77
5.1. Conclusiones 77
5.2. Recomendaciones 79

VI. BIBLIOGRAFÍA 80

VII. ANEXOS 83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tributos a pagar 33
Tabla 2. Población de investigación 38
Tabla 3. Género de la población de estudio 47
Tabla 4. Edad de la población de estudio 48
Tabla 5. Procedencia de la población de estudio 49
Tabla 6. Nivel educativo de la población de estudio 50
Tabla 7. Conocimiento sobre el significado de tributo 51
Tabla 8. Conocimiento de tipos de tributo 52
Tabla 9. Conocimiento del significado de impuesto 53
Tabla 10. Registro en la SUNAT 54
Tabla 11. Régimen tributario 55
Tabla 12. Requisitos para inscripción 56
Tabla 13. Recibió capacitación de la SUNAT 57
Tabla 14. Acuerdo con los pagos de impuestos a la SUNAT 58
Tabla 15. ¿Los impuestos son altos? 59
Tabla 16. Veces en que fue sancionado 60
Tabla 17. Motivo por el cual la sunat lo sanciono 61
Tabla 18. Motivo de eleccion de regimen 62
Tabla 19. Percepción de la administración de los tributos por parte del Estado 63
Tabla 20. Actualmente Ud. se siente motivado o desmotivado con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias 64
Tabla 21. Porque se siente desmotivado en el cumplimiento de obligaciones tributarias 65
Tabla 22. Recibir capacitacion en materia tributaria por parte de Sunat 66
Tabla 23. Maneras como le gustaria recibir capacitacion en tributacion 67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Recaudación tributaria total como porcentaje de PIB en Perú, América Latina y la OCDE (1990 - 2010) 29
Figura 2. Género de la población de estudio 47
Figura 3. Edad de la población de estudio 48
Figura 4. Procedencia de la población de estudio 49
Figura 5. Nivel educativo de la población de estudio 50
Figura 6. Conocimiento sobre el significado de tributo 51
Figura 7. Conocimiento de tipos de tributo 52
Figura 8. Conocimiento del significado de impuesto 53
Figura 9. Registro en la SUNAT 54
Figura 10. Régimen tributario 55
Figura 11. Requisitos para inscripción 56
Figura 12. Recibió capacitación de la SUNAT 57
Figura 13. Acuerdo con los pagos de impuestos a la SUNAT 58
Figura 14. ¿Los impuestos son altos? 59
Figura 15. Veces en que fue sancionado 60
Figura 16. Motivo por el cual la sunat le sanciono 61
Figura 17. Motivo de elección de régimen 62
Figura 18. La administracion de los tributos por parte del Estado 63
Figura 19. Actualmente se siente motivado o desmotivado con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias 64
Figura 20. Desmotivacion al cumplimiento de sus obligaciones tributarias 65
Figura 21. Recibir capacitacion en materia tributaria 66
Figura 22. Maneras como le gustaria recibir capacitacion tributaria 67

I. INTRODUCCIÓN

La investigación: **CARACTERIZACION DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE PUNO, 2018**, tiene el propósito de identificar las principales características de la cultura tributaria, así como las causas de la situación que la motivan.

La limitada cultura tributaria de las pequeñas y micro empresas constituye un problema que afecta la economía y su dinamicidad; en consecuencia, tiene repercusiones en la caída del PBI y del nivel de vida, presiones inflacionarias, subempleo elevado y creciente en los países en vías de desarrollo.

La cultura tributaria deficiente ocasiona diversos problemas a nivel de reglamentación del trabajo, así como al nivel de las previsiones económicas en el plano macroeconómico y en el plan de tributación. Ello supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el Estado puede ofrecer (Manuel & Gálvez, 2010).

En el Perú, aproximadamente sólo 2 de cada 10 trabajadores a nivel nacional tributa regularmente por las actividades comerciales que desarrolla. No obstante, desde el 2002, el comercio informal ha presentado una tendencia decreciente, pasando de 85.3% en el 2002 a 79.2% en el 2009 (Pérez, 2010).

Las pequeñas y microempresas están en pleno apogeo y su crecimiento económico va en aumento, estos cambios se han dado en el Perú especialmente a partir del año 90, tiempo en el que grandes consorcios económicos trajeron capitales y

desarrollaron grandes empresas de diferentes rubros y que repercutieron en la economía nacional.

Muchas personas en busca de un negocio optan por ubicarse al interior y alrededor de los mercados donde existe considerable afluencia de personas y gran movimiento de comercio, y es así que sin la debida y adecuada información. Algunos comerciantes han intentado formalizarse y cuentan con RUC, licencia de funcionamiento, libros contables y otros documentos que exige la ley. Estos actos si bien indican una formalización por parte de estos comerciantes, no indican que cumplen adecuadamente sus obligaciones o que tengan una cultura tributaria adecuada, puesto que para poder subsistir frente a otros informales o la competencia, no registran su real movimiento, es decir evaden parte de sus obligaciones (Chalán & Caldas, 2012).

Por otro lado, en la actualidad existe una gama de regímenes cercanos a las exigencias y capacidades de los contribuyentes, el problema es que existe desconocimiento por parte de los pequeños empresarios; por ejemplo desde finales del 2016 e inicios del 2017, existe un nuevo régimen de nominado MYPE Tributario (RMT), para contribuyentes cuyos ingresos no superen las 1700 UITs (Pimex, 2017).

En la ciudad de Puno, en el Mercado Central de la ciudad de Puno, las actividades comerciales, al igual que otros mercados de la ciudad de Puno, evidencian una limitada cultura tributaria.

Actualmente se estima que hay cerca de 145 negocios, que tienen una participación muy alta en el dinamismo de la economía interna, ellos se caracterizan por expender productos variados, principalmente de pan llevar. En muchos casos no tienen cultura

tributaria y en otros son informales, es decir no están registrados en ninguno de los regímenes a pesar de ser en muchos casos conocedores de los beneficios y ventajas.

El hecho de ser informales no sólo trae consecuencias particulares para la persona involucrada directamente con el negocio (dueño), sino que además perjudica la dinamización de la economía, la mejora de la productividad, la competitividad y la calidad de vida de las personas. Por ello es importante formalizarse y asumir que la recaudación contribuye al crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI).

En relación a la constitución de la investigación, en primer lugar, se desarrolla una caracterización o descripción del problema, dando a conocer algunas evidencias empíricas, así como fuentes objetivas que corroboren lo planteado.

En segundo lugar, se plantean las interrogantes o enunciados del problema de investigación, así mismo se destacan los objetivos, que forman el eje que conduce a la investigación.

En tercer lugar, se desarrolla la justificación de la investigación, señalando la importancia y la utilidad de la investigación; así mismo se menciona la magnitud de originalidad, novedad, relevancia social, teórica, práctica y metodológica.

En cuarto lugar, se desarrolla un cuerpo teórico básico, señalando algunos antecedentes relacionados directa e indirectamente a la investigación; asimismo, se desarrolla el sustento teórico, que aborda definiciones sustanciales sobre la cultura tributaria, las dimensiones e indicadores de investigación. También se teoriza sobre las características básicas de la tributación en el Perú, las normas que sustentan la administración de la SUNAT.

En quinto lugar se desarrolla la metodología de la investigación, definiendo el tipo, nivel y diseño de investigación, describiéndolo detalladamente a fin de ubicarnos en la línea investigativa conforme se plantea y requiere. De igual forma se explica la población y muestra, las técnicas e instrumentos de investigación, el plan de tratamiento de datos. Finalmente se expone los diseños estadísticos que se utilizarán en la investigación.

En sexto lugar, se presenta la bibliografía, presentando las fuentes diversas utilizadas para dar sustento y base a la investigación. Estas fuentes fueron libros de texto, artículos científicos e investigaciones vinculadas a la línea del presente trabajo de investigación. También se presentan los anexos: el instrumento de investigación y la matriz de consistencia general.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se planteó el siguiente enunciado general: ¿**Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018?**

Para lo cual se formuló el objetivo general: **Determinar la caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018.**

Y como objetivos específicos:

Describir el perfil empresarial de los comerciantes del mercado central de la ciudad de puno, 2018

Identificar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Central, Puno, 2018.

Analizar las causas que motivan una cultura tributaria limitada en los comerciantes del mercado Central, Puno, 2018.

Finalmente, el presente informe de investigación se justifica:

Porque permitirá conocer en qué medida los comerciantes del mercado central de la ciudad de Puno presentan una cultura tributaria adecuada. Es decir, será importante por su originalidad, porque el problema es inédito en el tiempo y espacio, además de que se busca aportar con aspectos novedosos (Portillo & Roque, 2003, pág. 24) en lo que concierne a la moral tributaria, a las normas sociales en materia de trato al cliente, al riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria, al nivel de conocimiento tributario, a la responsabilidad en el pago y declaración de tributos, cumplimiento de las normas tributarias, disposición para aprender más sobre tributación. Para tal efecto se revisaron antecedentes y bibliografía, con la finalidad de identificar estudios previos y precisar los alcances y limitaciones (Vara, 2012).

La investigación también será importante porque es un tema actual, sobre todo tratándose de una unidad de análisis como son los comerciantes de un mercado de la ciudad de Puno; lo que significa que el problema es vigente (Portillo & Roque, 2003). Lo "actual" del problema se encuentra en el hecho de estar presente en la realidad determinada por una población en estado de cultura tributaria limitada o en proceso de formalización. De este modo se puede problematizar el propio discurso científico (Gomez, 1992). Es cierto que un fenómeno puede dejar de tener actualidad, pero no es el caso ya que el problema tiene presencia o repercusión (Sancho, 2014).

La investigación es viable o factible de realización, pues la información que proporcionará la muestra está al alcance del investigador. De igual modo se cuenta

con disponibilidad de recursos financieros, humanos y materiales, los cuales determinarán, en última instancia, los alcances de la investigación (Rojas, 2013, pág. 79). Asimismo, el acceso al lugar o zona de investigación es un hecho concretable (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 41). También se cuenta con una viabilidad legal, técnica, financiera, de gestión, económica, institucional y medioambiental.

La investigación será útil para consolidar el propósito académico del rol que cumplen los trabajos de investigación en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, también será útil para que el problema no se agudice, evidenciándose un sentido de urgencia y de la funcionalidad (Guanipa, 2012).

Por otro lado la investigación será útil para demostrar la relevancia de la investigación en el plano científico y social. La relevancia científica buscará ampliar el conocimiento científico del problema (Portillo & Roque, 2003, pág. 24). La relevancia social buscará contribuir al bienestar social de los comerciantes, contribuyendo así con el crecimiento económico (Portillo & Roque, 2003, pág. 24). En otras palabras se beneficiará indirectamente, a toda la ciudad de Puno; y el alcance o proyección social de la investigación estará dirigida a los comerciantes del mercado en estudio y de otros mercados (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

La utilidad de la investigación también se refiere a las implicaciones prácticas; es decir servirá para que la información recogida pueda resolver problemas de la cultura tributaria en los comerciantes y así evitar consecuencias negativas; prevenir y corregir errores; reducir costos; mejorar la eficacia y eficiencia; aportar con nueva tecnología o procesos, entre otros (Vara, 2012). En otras palabras, las implicaciones

prácticas estarán vinculadas a la resolución de una amplia gama de problemas reales o prácticos o por lo menos a la proposición de estrategias que contribuyan a resolverlos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). La investigación presentará un impacto potencial práctico; por consiguiente, será considerado como antecedente indispensable para otras investigaciones (Córdova, 2013).

También será útil para construir un portentoso marco teórico, llenando vacíos de conocimiento; servirá para comentar, desarrollar o apoyar una teoría; conocer más sobre el comportamiento de las variables; sugerir ideas o hipótesis para futuras investigaciones; servir como fuente bibliográfica en algunas dimensiones de la investigación (Córdova, 2013). También se aportará con nuevas formas de entender los problemas, con adaptaciones teóricas a nuevos contextos, entender problemas antiguos con nuevas formas creativas, ampliando conceptos o corrigiendo ambigüedades en la teoría, nuevas aplicaciones de conceptos y teorías a la realidad del nivel de cultura tributaria (Vara, 2012).

Por otra parte, la investigación servirá para construir nuevos instrumentos de medición, nuevas técnicas de análisis, herramientas de evaluación, manuales de procedimientos, adaptaciones a instrumentos previos, adaptaciones a modelos extranjeros, innovaciones tecnológicas, nuevos esquemas de operaciones, modelos de capacitación, etc. (Vara, 2012).

Los resultados de la investigación servirán como un indicador de referencia para los comerciantes, las instituciones financieras y la SUNAT para que en forma oportuna puedan aplicar estrategias que contribuyan a la adecuada formalización; por consiguiente lograrán beneficiarse con los resultados de la investigación.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacionales

Valencia (2012) en el trabajo de investigación: “El comercio informal en el Estadio Universitario”, planteó como objetivo: determinar las características tributarias de los ambulantes que expenden su productos en el Estadio Universitario. Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, transversal con diseño no experimental y la población estuvo compuesta por 42 ambulantes y por una muestra censal constituida por 29 ambulantes. Como técnica se utilizó la observación mediante encuesta y como instrumento, un cuestionario auto-administrado en escala Likert, conformado por 45 ítems, validado por cinco expertos en la temática de estudio. La confiabilidad arrojó un coeficiente de 0,89 por el método estadístico Alfa Cronbach. Arriba a la conclusión: las actividades informales tienen una productividad baja puesto que, el 60 por ciento del trabajo hace solamente el 30 por ciento del producto. Eso aproxima a algunos problemas como la falta de instituciones legales que permitan maximizar sus beneficios o cómo organizarse con mayor eficiencia. Los informales, por ejemplo, no pueden recurrir a un tribunal para hacer valer sus contratos. Padecen igualmente de una insuficiencia crónica de derechos de propiedad que, a la larga, termina influyendo negativamente en su productividad. Dicho esto, es evidente que estas actividades de fines lícitos y medios ilícitos - es decir, la informalidad - son significativas, aunque su importancia varía de un sector a otro de la economía mexicana.

Silva (2011) en el trabajo de investigación denominado: “La cultura tributaria y su incidencia en la liquidación del impuesto a la renta, dentro de las principales conclusiones se determina que existe escasa cultura tributaria debido a que no se cumple con las disposiciones exigidos a través de la Dirección de Recursos Humanos; los factores que inciden en la liquidación del impuesto a la renta son la falta de presentación de los formularios de gastos generales, el 70 de los servidores no los presentan, a pesar que la institución cumple con la obligación como agente de retención y realiza las retenciones mensuales; otro factor es la falta de interés por retirar el formulario 107 (comprobante de retención del impuesto a la renta por ingresos de trabajo en relación de dependencia); los contribuyentes tiene inconvenientes en llenar el formulario de gastos personales; y el 73% de los contribuyentes indican que no han recibido capacitación y, el 84% considera que es necesario un instructivo guía para la deducción, que fomente la cultura tributaria.

2.1.2. Nacionales

Burga (2015) en la investigación: “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014”, planteó como objetivo: determinar la influencia de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014. En cuanto a la metodología, fue una investigación no experimental, el diseño metodológico fue transaccional correlacional. La población estuvo compuesta por 78 personas. El instrumento de investigación fue una encuesta. Se arribó a la siguiente conclusión: La falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país, no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales.

Gonzáles (2016) en el estudio: “Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016”, plantea como objetivo: determinar el nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación fue descriptivo y el diseño fue no experimental, transversal y prospectivo. La técnica utilizada fue una encuesta con un cuestionario dirigido a treinta comerciantes del mercado. Se arribó a la siguiente conclusión: el nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco es bajo porque un 70% obtuvieron los puntajes más bajos. Se encontró que el conocimiento tributario en el mercado es bajo debido a que un 83% no ha recibido nunca capacitación por parte de SUNAT.

Yman e Infante (2016) en la investigación: “Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes”, planteó como objetivo: medir el nivel de cultura tributaria de los comerciantes a través de un programa de difusión de normas tributarias. Respecto de la metodología, el tipo de investigación es descriptivo y explicativo; el diseño es cuasiexperimental con pre y post test dirigido a una muestra de treinta y tres comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes. Se arribó a la siguiente conclusión: el 61% de los comerciantes consideran deficiente la función de administración de los tributos por parte de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, generando no solo una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, sino también por parte de los consumidores.

Aguirre (2013), en la investigación: “Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del Distrito de Trujillo - año 2013”, plantea como objetivo: determinar las Causas de la Evasión Tributaria en los Comerciantes de Abarrotes ubicados en los alrededores del Mercado Mayorista del Distrito de Trujillo - Año 2013. En cuanto a la metodología, el diseño utilizado para la presente investigación es el que corresponde al descriptivo correlacional a una sola casilla. Se arriba a la siguiente conclusión: los comerciantes de Abarrotes que se encuentran ubicados en los alrededores del mercado Mayorista por el giro de negocio que tienen, deben cumplir con todas las obligaciones formales que les corresponden (otorgar comprobante de pago por sus ventas, presentar sus declaraciones, llevar registros y libros contables de acuerdo a su régimen) a los contribuyentes, así como con la determinación y pago de los impuestos a los que están afectos (obligaciones sustanciales) , tales como el IGV, IR y ESSALUD. Por la actividad que realizan los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista pueden acogerse a cualquier régimen tributario (Nuevo Régimen Único Simplificado, Régimen Especial de Renta y Régimen General).

2.1.3. Regionales

Mamani (2009) en la investigación “La cultura tributaria y su influencia en la informalidad comercial de la Provincia San Roman año 2008”, establece que los comerciantes en su gran mayoría no tienen cultura tributaria acorde a un contribuyente lo que influye negativamente en la formalidad comercial de los comerciantes de la Provincia de San Roman. Los comerciantes de la plaza Internacional de San Jose de la ciudad de Juliaca, tiene un conocimiento medio a bajo respecto a los diferentes elementos del Sistema Tributario, como son los

impuestos, tasas y contribuciones, lo que inciden relativamente en la informalidad comercial. De las Entrevistas efectuadas y de la encuesta aplicada se concluyó que la cultura tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes tipos de rubros de negocios comerciales.

Marca, (2013), realizó la investigación: La Cultura Tributaria como causa del incumplimiento al pago del Impuesto Predial de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de El Collao-Ilave de los periodos 2010 -2011, Universidad Nacional del Altiplano, Perú. Se arriba a las siguientes conclusiones: La mayoría de los contribuyentes tienen debilidad en cuanto a los valores, deberes cívicos y tiene un bajo nivel de educación, debido a ello incumplen el pago del impuesto predial, siendo el factor cultural la causa del nivel de incumplimiento al pago del impuesto predial de los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de El Collao-Ilave. Otro Motivo es que existe mayor porcentaje de contribuyentes que tienen bajos niveles de ingreso económico, razón por el cual incrementan el incumplimiento al pago del impuesto predial los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de El Collao-Ilave

2.1.4. Local

Vilca, (2014), realizó la investigación: La Política tributaria y Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la Ciudad de Puno, Periodo 2012, Universidad Nacional del Altiplano, Perú. Llegó a las siguientes conclusiones: La implementación de Programas de Educación Tributaria que se realizaron, tuvieron

poca influencia en la Cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, debido a que la SUNAT no divulgo, ni educo, ni promociono la Cultura Tributaria. Es importante, que los comerciantes tengan una adecuada cultura tributaria, para poder desarrollar buenos valores y actitudes de cambio para tributar y formalizarse en el sistema de tributación de nuestro país, lo cual ayudara en el desarrollo del país y así poder gozar de mejoras, en la calidad de servicios que brinda Estado. Adicionalmente, el incumplimiento de las obligaciones tributarias, también está relacionado, con el desconocimiento de la política tributaria actual, de parte de los comerciantes y también, como podemos apreciar en la revisión documental, que las tasas de los impuestos son muy altas, en comparación con los demás países, por lo tanto, la política tributaria está mal diseñada.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Cultura tributaria

Para Gonzáles (2016) es el conjunto de conocimientos, valores, valoraciones, racionalidades y actitudes que se refieren a los tributos, así como al nivel de conciencia en relación a los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria.

Entonces, la cultura tributaria representa todas las informaciones y el nivel de difusión de las leyes tributarizadas de los impuestos vigentes y de las actitudes, alcances, criterios, hábitos que una persona tiene sobre el cumplimiento de las obligaciones como contribuyente con el Estado por la realización de una actividad de comercio.

Burga (2015), por su parte señala que la cultura tributaria consiste en el nivel de conocimientos y actitudes que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. Precisa, entonces que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria con la finalidad de comprender que las contribuciones tributarias son recursos que recauda el Estado peruano como potencial ente administrador. No obstante, en realidad esos recursos le pertenecen a la población, en consecuencia, el Estado tiene la imperativa obligación de devolverlos prestando servicios públicos como: infraestructura vial, saneamiento, educación, salud, etc.

La ausencia de cultura tributaria conduce inevitablemente a la evasión. El estado peruano se ve perjudicado cuando las cifras de evasión son altas. Por tal circunstancia, para que el Estado pueda cumplir con su compromiso constitucional de atender por el bien común y suministrar a la población los servicios básicos que requiere, es necesario recaudar recursos que proceden básicamente de los tributos que son abonados por los contribuyentes.

No puede obviar que un estímulo importante para la tributación lo constituye el manejo y destino de los fondos públicos, aparte de que, para muchos ciudadanos, tributar es un acto facultativo, relacionado con su percepción positiva o negativa sobre el uso de los fondos.

A efecto de fortalecer la cultura tributaria entendida ésta como el conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes

fiscales, se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.

Los ejes centrales para la promoción de la Cultura Tributaria son la información, la formación y la concientización, los cuales se articulan en torno a la razón como móvil deseable fundamental de la acción de tributar.

2.2.2. Nivel de conocimiento tributario

Los conocimientos en materia tributaria son la información que se adquiere a partir de la experiencia en materia de obligaciones de contribución al fisco por la realización de actividades comerciales. Estos conocimientos están dirigidos a responder preguntas vitales como la definición de tributo, tipos de tributos, definición y tipos de impuestos, registro en la SUNAT, regímenes tributarios, requisitos y condiciones para optar por un régimen tributario, definición de evasión tributaria, definición de Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), definición de impuesto general a las ventas, impuesto a la renta, entre otros.

2.2.3. Responsabilidad en el pago y declaración de tributos

La responsabilidad en el pago en primer lugar, representa el hecho de consolidar conciencia en relación a un tributo que se ejerce o que se abona. Así el pequeño empresario, debe identificar qué impuesto paga:

- Impuesto a la renta
- Impuesto general a las ventas
- Impuesto predial

- Impuesto de alcabala

- ITF

En segundo lugar, tiene que ver con el cumplimiento en las fechas señaladas del abono del impuesto en el cual una pequeña empresa está inmersa. Este cumplimiento es garantía de la responsabilidad que a la larga permite potenciar al Estado en su distribución de recursos a través de la prestación de servicios.

2.2.4. Honestidad en el pago y declaración de tributos

Representa la moralidad y honradez a la hora de pagar un tributo. Esta actitud en los comerciantes que tributan debe ajustarse a los requerimientos de pago según sus ingresos. De este modo se garantiza un cumplimiento sincero que beneficia al Estado y a la población.

2.2.5. Cumplimiento de las normas tributarias

La ética tributaria está relacionada con el cumplimiento tributario espontáneo, voluntario de los comerciantes; a la vez, desvinculada de cualquier indicio o hecho de fraude de parte de los contribuyentes que haya o no desarrollado conocimientos en materia de impuestos, los eluden por diversas causas personales. La ciudad de Puno es una de las economías que posee uno de los más altos grados de incumplimiento del abono de impuestos, principalmente por pequeños y microempresas, pequeños comerciantes y negocios (Bravo, 2013).

2.2.6. Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria.

Este riesgo es alto, por el incumplimiento de leyes de los contribuyentes puede observarse que los registros contables, la declaración de tributos, los atrasos cometidos por los contribuyentes, las deudas de tributos y multas, generan a la larga situaciones inflacionarias, que colateralmente genera no solo sanciones o multas sino también cierres temporales de local que perjudica gravemente al pequeño comerciante (Gonzáles, 2016).

2.2.7. Recaudación

A pesar de su tendencia al crecimiento durante el período 1990 - 2010, la recaudación tributaria en Perú continúa siendo una de las más bajas que el promedio de los países Latinoamericanos y del Caribe; de igual modo esta tendencia apunta a un promedio inferior al de la OCDE en el 2010. El sistema impositivo en el Perú se ha desarrollado en los últimos años, evolucionando de una gran dependencia de los impuestos específicos al consumo a una mayor relevancia del IVA y de la imposición directa. A pesar de ello, la imposición a nivel personal sigue siendo relativamente baja, permitiendo la reducción de la progresividad del sistema tributario. La reforma tributaria en el Perú ha intentado reforzar la capacidad recaudadora del estado a través de la SUNAT y al mismo tiempo ha dotado de mayor neutralidad y equidad al sistema tributario (OCDE, 2010). A pesar de estos esfuerzos, los resultados han sido satisfactorios en relación a la tendencia minimizadora de la evasión tributaria, pero la recaudación no ha tenido un crecimiento sustancial y significativo, menos aún un crecimiento exponencial.

Por otro lado, aunque el crecimiento de los ingresos tributarios en los últimos 20 años no ha sido suficiente para cerrar la brecha entre Perú y la OCDE y el promedio de los otros países de Latinoamérica y el Caribe, el sistema tributario en el Perú ha evolucionado, se ha desarrollado rumbo a una estructura de ingresos mucho más equilibrada y sostenida (OCDE, 2010).

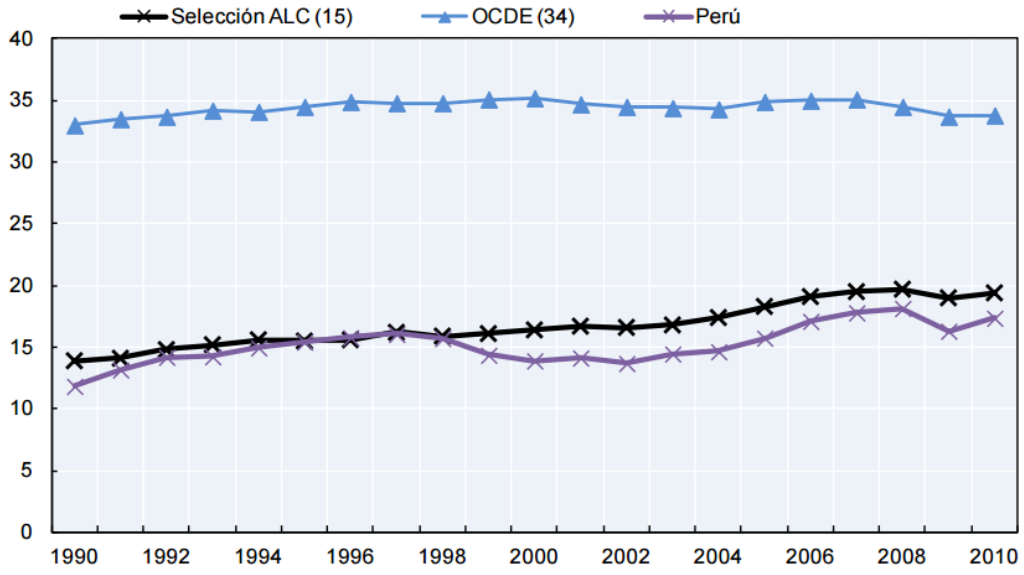

Figura 1. Recaudación tributaria total como porcentaje de PIB en Perú, América Latina y la OCDE (1990 - 2010)

Fuente: Arbayza (2011)

2.2.7.1. Recaudación en el NRUS

Según cifras de la SUNAT, el índice de recaudación tributaria en el Perú se incrementa cada fin de año. Este incremento se debe a la mayor recaudación generada a partir de los sectores no primarios, y a las estrategias de publicidad y labores de concientización realizadas por la SUNAT, obteniendo importantes abonos o pagos en el mes de diciembre. Por ejemplo, “en el mes de diciembre se registró la tasa más alta de recaudación tributaria del 2017, alcanzando los S/. 8.253 millones,

existiendo un incremento de S/. 954 millones en relación al mismo mes del año 2016 y logrando un crecimiento de 9,9% en términos reales" (La República, 2018).

2.2.7.2. Regímenes tributarios

Son aquellas categorías o niveles en los cuales las personas naturales o jurídicas que poseen o van a iniciar un negocio, deben estar registradas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, entidad que se encarga, entre sus múltiples funciones, de establecer diversos niveles de pagos de impuestos nacionales (Zena, 2010).

Desde enero de 2017, existen cuatro regímenes tributarios, donde toda persona natural o jurídica que forma parte de una economía dinamizadora y que posee un negocio o es independiente deben estar contemplados y tributar al estado peruano, quien distribuirá las contribuciones adecuadamente y según las necesidades.

Estos regímenes tributarios son los siguientes:

- Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS).
- Régimen MYPE Tributario (RMT).
- Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER).
- Régimen General (RG).

No obstante, obedeciendo a características de la muestra, el régimen en el cual se ubica casi la totalidad de comerciantes en proceso de formalización es el RUS.

2.2.7.3. Régimen MYPE Tributario

El 20 de diciembre del año 2016 fue publicado el D.L. 1269, donde se establece el Régimen MYPE Tributario – RMT, para contribuyentes que sus ingresos netos no superen las 1700 UIT. Para acceder a este régimen es requisito no tener vinculación respecto del capital, con otras personas naturales o jurídicas, cuyos ingresos netos anuales en conjunto superen el monto indicado.

Según la norma, la Sunat, incorpora de oficio a contribuyentes que pueden estar en este régimen. De igual modo, la norma también establece el acogimiento de manera voluntaria para los contribuyentes que se encuentren en cualquiera de los regímenes que ya existen.

Los impuestos que se debe pagar son a) el Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas.

2.2.7.4. Régimen Único Simplificado - NRUS

Según Zena (2010), es el primer régimen donde se encuentran las personas o negocios de menor movimiento económico establecido dentro de las categorías establecidas por la SUNAT.

Pueden atenderse en este régimen, personas naturales que contemplen las siguientes condiciones:

- Los Ingresos Brutos y la valía de las compras no sean mayor a S/ 96,000.00 en el año.

- La valía de los activos fijos no sea mayor a S/ 70,000

- Deben efectuar actividades en una sola empresa o sede productiva.

No pueden acogerse al Nuevo RUS, aquellos que:

- Cuando en el transcurso de cada año el monto de sus ventas brutas superen los S/. 96,000.00 o cuando en cualquier mes exceda el límite permitido por este régimen.

- Realicen sus actividades en más de una unidad productiva, bajo cualquier modalidad.

- Presten servicios de transporte de carga de mercancías, utilizando sus movilidades que presenten una capacidad de carga mayor o igual a 2 TM.

- Presten servicios de transporte terrestre nacional o internacional de pasajeros.

- Organicen cualquier tipo de espectáculo público.

- Sean notarios, martilleros, comisionistas y/o rematadores; agentes corredores de productos, de bolsa de valores y/u operadores especiales que realizan actividades en la Bolsa de Productos; agentes de aduana y los intermediarios de seguros y/o auxiliares de seguros.

- Sean titulares de negocios de casinos, máquinas tragamonedas y/u otros de naturaleza similar.

- Sean titulares de agencias de viaje, propaganda y/o publicidad.

- Realicen venta de inmuebles.

- Desarrollen actividades de comercialización de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos, de acuerdo con el Reglamento para la Comercialización de Combustibles Líquidos y otros productos derivados de los Hidrocarburos.

- Realicen alguna de las operaciones gravadas con el Impuesto Selectivo al Consumo.

Los tipos de comprobantes que se otorgan son:

- Boletas de Venta

- Tickets

- Máquinas registradoras sin derecho al crédito fiscal.

Tabla 1. Tributos a pagar

Categoría	Ingresos Hasta S/.	Compras Hasta S/.	Cuota por Pagar
1	5,000	5,000	20
2	8,000	8,000	50

Fuente: Aguirre (2013)

2.2.7.5. Categoría especial del nuevo RUS

Esta Categoría Especial del Nuevo RUS está dirigida a aquellos contribuyentes que tienen ingresos brutos y compras anuales que no supere cada uno de S/ 60,000 y siempre que se trate de:

- Personas que se dediquen sólo a la venta de hortalizas, frutas, tubérculos, legumbres, semillas, raíces y otros bienes y productos que se especifican en el Apéndice I de la Ley del IGV e ISC, realizada en los mercados de abastos.

2.3. Marco legal

El ente normativo que rige la administración tributaria en el Perú es La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT. La Ley más importante que faculta a la SUNAT a dirigir la administración tributaria es la Ley N° 28194, Ley para la lucha contra la evasión y para la formalización de la economía.

Decreto Legislativo Nº 1269: Tiene por objeto establecer el Régimen MYPE Tributario - RMT que comprende a los contribuyentes a los que se refiere el artículo 14° de la Ley del Impuesto a la Renta, domiciliados en el país; siempre que sus ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable.

2.4. Marco conceptual

a) Contribuyente: Es la persona natural o jurídica que es generadora de una obligación tributaria; es el sujeto pasivo en la relación Fisco-Contribuyente.

b) Faltas tributarias: es toda forma de no cumplimiento de obligaciones tributarias normalizadas y sancionada según lo dispuesto por el Código Tributario. Se reconocen como faltas tributarias: la mora, el incumplimiento a los deberes formales por parte del contribuyente, la evasión, el Incumplimiento de los deberes formales por parte de los funcionarios de la administración tributaria.

c) Período de gracia: Es el plazo que tiene el cliente para cancelar, sin intereses, todas las deudas, los consumos realizados hasta el último día de pago indicado en las normas de la SUNAT, según el régimen en el que se encuentre el contribuyente.

d) Periodo de pago: Es el plazo que tiene el contribuyente para realizar el pago de su cuenta mensual sin caer en mora.

e) Política tributaria

Es una rama de la política fiscal que se encarga del estudio del uso de los impuestos como instrumento de política económica.

f) Tributación

Se refiere al conjunto de obligaciones de los ciudadanos o personas jurídicas sobre sus propiedades, rentas, mercancías, o prestación de servicios, en favor del Estado, para su mantenimiento y la distribución y suministro de servicios, como seguridad, educación, transportes, salud, comunicaciones, sanidad, vivienda, etc.

III. METODOLOGIA

3.1. Diseño de investigación

Según el enfoque la investigación es de tipo **cuantitativo,** debido a que para el procesamiento de la información se utilizará la estadística descriptiva (tablas de frecuencia y contingencia) y la estadística inferencial (diseño estadístico para la comprobación de hipótesis).

Desde el punto de vista de la finalidad, la investigación es **descriptiva,** ya que se conocerá la caracterización ordinal de las dimensiones e indicadores de investigación.

Según el control de la asignación de sujetos, la investigación será estrictamente **observacional** y no experimental, debido a que no se manipulará la variable ni las dimensiones. Se recogerá la información tal cual se presenta en la realidad.

Desde el punto de vista del seguimiento, la investigación será de tipo **transversal**, ya que la información se recogerá en un solo momento dado, no se hará uso de la seriación ni del tratamiento longitudinal.

Según el inicio del estudio, la investigación será **prospectiva**, porque se analizará información a partir de la construcción de un instrumento que señalará resultados presentes y cuya discusión permitirá emitir juicios de alternativas de solución hacia el futuro.

La investigación se ubica en el nivel descriptivo. Que significa que se desarrollarán tareas de identificación de niveles y características de la cultura tributaria en una muestra del mercado Central de la ciudad de Puno.

Este nivel busca especificar las propiedades relevantes de personas, grupos, comunidades, dimensiones y componentes de un hecho a investigar (Palomino, 2004).

Mediante este nivel se recoge datos objetivos y medibles de un grupo relativamente extenso, aunque los datos sean limitados. A través de este diseño se estudia el statu quo, sin preguntar por qué existe ese statu quo. También se aplica para conocer la opinión sobre diversos tópicos: construcciones sociales y económicas variadas, psicológicas, sociológicas, administrativas, técnicas etc. "Cuando a este nivel investigativo se le combina con otros diseños puede ser especialmente eficaz" (Palomino, 2004, pág. 113).

Babbie (1988) señala que este nivel "tiene la ventaja de duplicarse en varios subgrupos de estudio, por otros investigadores y en otro tiempo, además es muy económico y específico" (pág. 68).

Este nivel investigativo recoge información tal como se le presenta al investigador, sin pretender establecer ningún tipo de relación entre variables, dimensiones o indicadores. Asimismo, sólo se consideran variables dependientes o atributivas, que son las que se observan, "aunque es lógico que tales variables tengan una causa de su existencia, pero que el investigador en este diseño no pretende identificarlos. Por ello también es absurdo formular hipótesis, puesto que no se busca relacionar hipótesis" (Palomino, 2004, pág. 114).

En este nivel descriptivo, la técnica de recolección de datos es la encuesta. El tratamiento estadístico es de análisis de frecuencias (absoluta, absoluta acumulada, relativa, relativa acumulada, porcentajes); pero también estadígrafos o estadísticos de medidas de tendencia central, dispersión, asimetría y apuntamiento.

Entendiendo que el diseño es el modelamiento, un conjunto de características, estrategias, para desarrollar una investigación, el diseño de este estudio es el siguiente:

La información recolectada no será seriada, por tanto se tratará de un estudio transeccional o transversal. A través de los instrumentos se recogerá información de las comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno sobre cultura tributaria. Esta información se desarrollará una sola vez a cada comerciante. Lo que también significa que no se modificarán ni manipularán variables. Se trabajará con una sola variable.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población de investigación

La población estará conformada por los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, durante el periodo 2018.

Tabla 2. Población de investigación

DESCRIPCIÓN	Nº	%
Frutas	12	8%
Verduras	10	7%
Ropa	32	22%
Bisutería	26	18%

Materiales menores de edificaciones	2	1%
Materiales de plástico	9	6%
Utilería	14	10%
Transporte	4	3%
Otros	36	25%
TOTAL	**145**	**100%**

Fuente: estimaciones de estudio piloto

3.2.2. Muestra de investigación

Se recogerá información de toda la población, utilizando instrumentos de investigación. La muestra está conformada por los 145 comerciantes del mercado central de la ciudad de puno.

3.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Escala**
Variable única: Cultura tributaria	Nivel de conocimiento tributario.	Conocimientos sobre las obligaciones tributarias	Ordinal
	Causas que motivan a una cultura tributaria limitada	Responsabilidad en el pago y declaración de tributos.	Nominal
		Honestidad en el pago y declaración de tributos.	Nominal

		Cumplimiento de las normas tributarias.	Nominal
		Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria.	Nominal

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

La técnica a utilizar será la encuesta y la observación, que consiste en recoger información directa de la muestra observada. La encuesta es una técnica de investigación social, "se basa en declaraciones orales o escritas de una muestra de población con el objeto de recabar información. Se puede basar en aspectos objetivos (hechos, hábitos de conducta, características personales) o subjetivos (opiniones o actitudes)" (Valderrama, 2010, pág. 88).

La observación consiste en la evaluación directa o indirecta de un hecho real, considerando sus características representativas (Vara, 2012).

También se recurrirá complementariamente a la revisión documental (reportes) de la SUNAT. La revisión documental, consiste en la exploración de datos objetivos sobre determinados hechos.

3.4.2. Instrumentos

El instrumento fue el cuestionario y una ficha de observación de la relación de comerciante y cliente, además de la información existente de la SUNAT sobre tributación en la ciudad de Puno.

El cuestionario se utilizó para presentar información directa de los comerciantes durante el año 2018, a partir de esta información se conocieron las características de los indicadores y porcentajes. Se elaboraron tablas de frecuencia y de contingencia (cruce de categorías o variables). El cuestionario es "un conjunto de preguntas estructuradas y enfocadas que se contestan objetivamente, ahorran tiempo y permiten que los individuos los llenen sin intervención directa del investigador" (Valderrama, 2010).

Las fichas de observación constituyeron instrumentos complementarios que permitieron comprender la naturaleza de la relación entre comerciante y cliente. De igual modo sirvieron para dar soporte y base a los resultados en la tarea de enfatizar las discusiones de las tablas; ya que una discusión no sólo consiste en la contrastación de información de resultados haciendo un análisis comparativo con otros estudios, sino también, señalando aspectos relevantes de un trabajo de campo en el mismo lugar de donde se extrae la información.

Por otra parte, los reportes de la SUNAT servirán para dar soporte teórico y de discusión a los resultados, la información cuantitativa permitió elaborar ponderados generales de los últimos trimestres.

3.5. Plan de análisis de datos

Los datos se recogieron considerando los siguientes pasos:

- Se validó los instrumentos siguiendo criterios estadísticos y de formalidad.
- Se aplicaron los instrumentos en días consecutivos y en la única variable de estudio (pero considerando siempre que se trata de una investigación transeccional o transversal).
- Se ubicó los datos en una hoja de cálculo, a partir de ello se procesó y elaboró las tablas y figuras para posteriormente ser analizados e interpretados sistemáticamente.
- Se sistematizó los resultados a través de paquetes estadísticos (Excel, SPSS y EVIEWS).
- Se presentó tablas de frecuencia y contingencia para explicar las dimensiones e indicadores luego de recogida la información. Por tratarse de una investigación descriptiva, no se utilizará estadística inferencial, sino sólo para darle mayor sustento a algunas dimensiones.

3.6. Matriz de consistencia

3.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA GENERAL

TITULO: CARACTERIZACION DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE PUNO, 2018.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
ENUNCIADO GENERAL ¿Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018? **ENUNCIADOS ESPECÍFICOS** ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Central, Puno, 2018? ¿Cuáles son las causas que motivan una cultura tributaria limitada en los comerciantes del mercado Central, Puno, 2018?	**OBJETIVO GENERAL** Determinar la caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018. **OBJETIVOS ESPECÍFICOS** Describir el perfil empresarial de los comerciantes del mercado central de la ciudad de puno, 2018 Identificar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Central, Puno, 2018. Analizar las causas que motivan una cultura tributaria limitada en los comerciantes del mercado Central, Puno, 2018.	**Variable única:** Cultura tributaria	Nivel de conocimiento tributario. Causas que motivan a una cultura tributaria limitada	**Tipo y Nivel** Cuantitativo Descriptivo **Diseño de la Investigación** No experimental, de corte transversal **Población** 145 comerciantes del mercado central de la ciudad de puno. **Muestra** 145 comerciantes del mercado central de la ciudad de puno **Técnica** Encuesta **Instrumento** Cuestionario

3.7. Aspectos Éticos

El presente trabajo de investigación se ha considerado de forma estricta el cumplimiento de los principios éticos el cual permitirá asegurar la originalidad de la investigación.

Se respetó los derechos de propiedad intelectual de los libros, revistas, tesis, artículos y documentos fuente de internet que utilizaremos para estructurar el marco teórico y conceptual.

.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Tabla 3. Género de la población de estudio

Género	Nº	%
Masculino	59	41%
Femenino	86	59%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

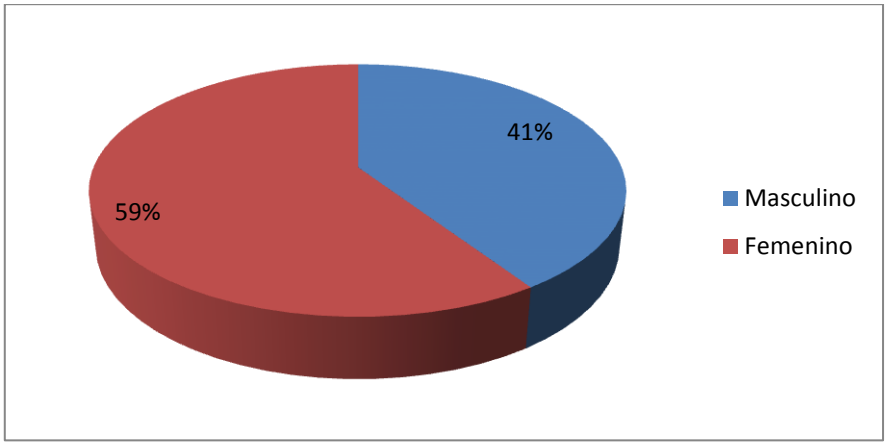

Figura 2. Género de la población de estudio

Interpretación

Según la tabla se observa que de la población de estudio el 59% son de sexo femenino y el 41% son de sexo masculino. Lo que significa que existe un predominio del sexo femenino.

Tabla 4. Edad de la población de estudio

Edad	Nº	%
19-30	31	21%
31-40	58	40%
41-50	38	26%
51- a más	18	12%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

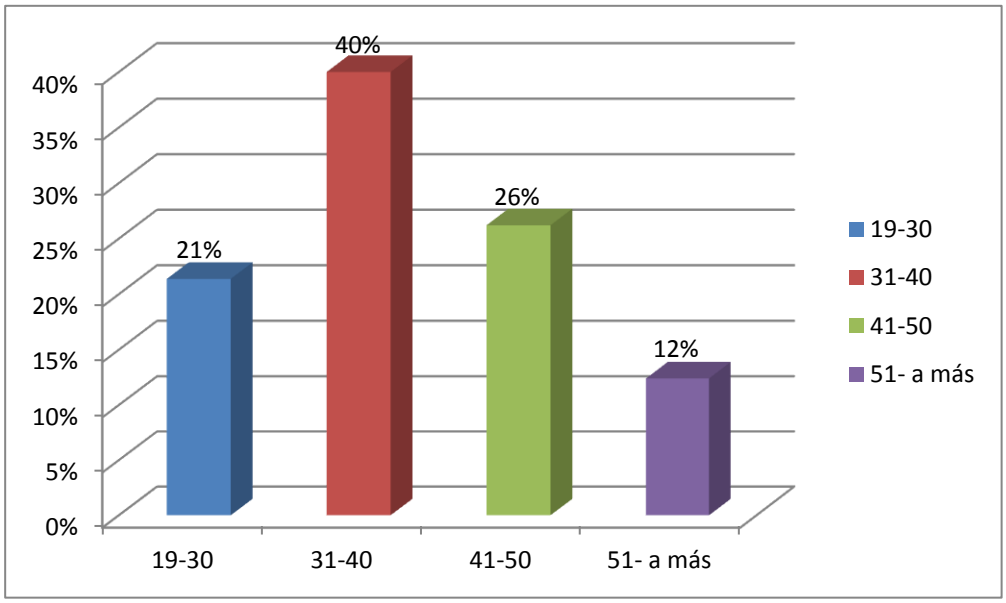

Figura 3. Edad de la población de estudio

Interpretación

Según la tabla se observa que de la población de estudio, predomina el 40% que tiene edades entre los 31 y 40 años. En segundo lugar se ubica el 26% de las personas que cuentan con edades entre 41 y 50 años. Se infiere, entonces, que las personas mayores de 30 años son las que predominan. Esta situación se debe muchas veces a que deben trabajar porque cuentan con familias a quienes mantienen.

Tabla 5. Procedencia de la población de estudio

Procedencia	Nº	%
Urbano	54	37%
Rural	91	63%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

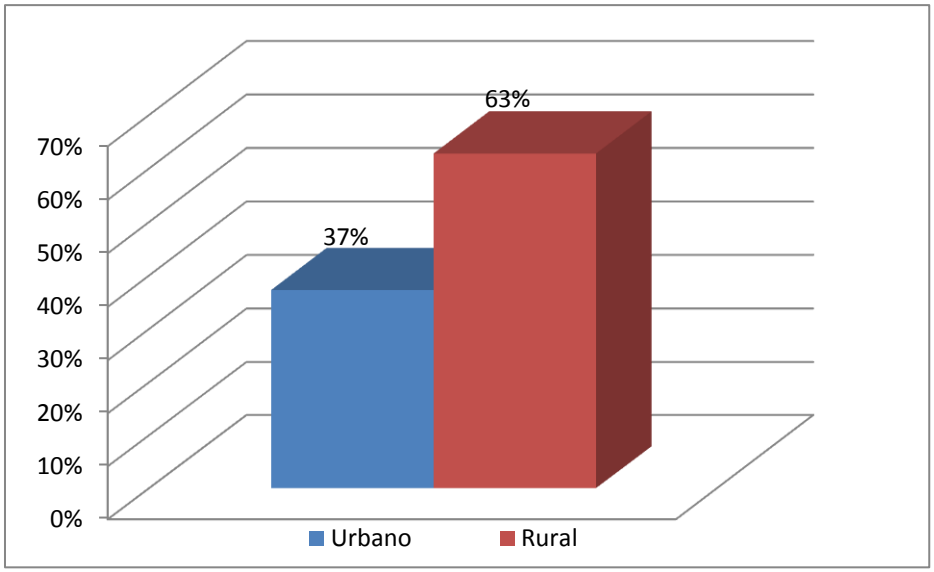

Figura 4. Procedencia de la población de estudio

Interpretación

Según la tabla se observa que de la población de estudio, predomina el 63% que tiene un origen rural, frente al 37% que tiene una procedencia urbana.

Esta situación se da por la migración, ya que las personas que trabajan en el Mercado central si bien residen en la ciudad de Puno, tienen orígenes en la zona rural.

El departamento de Puno tiene una alta tasa de población rural, quienes migran a las ciudades con la finalidad de mejorar su calidad de vida e incrementar las oportunidades laborales.

Tabla 6. Nivel educativo de la población de estudio

Nivel educativo	Nº	%
Primaria incompleta	6	4%
Primaria completa	16	11%
Secundaria incompleta	32	22%
Secundaria completa	62	43%
Técnico incompleto	12	8%
Técnico completo	4	3%
Universitario incompleto	9	6%
Universitario completo	4	3%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

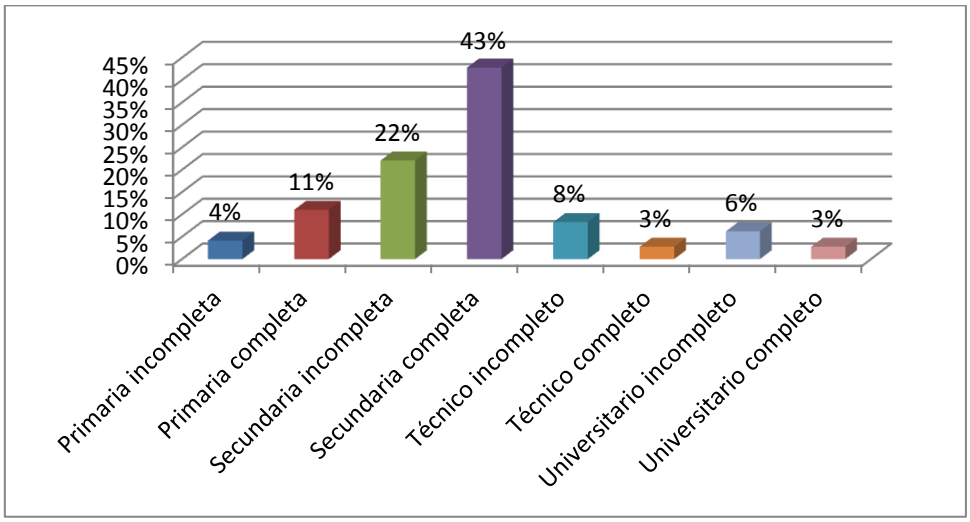

Figura 5. Nivel educativo de la población de estudio

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 43% que tiene secundaria completa, en segundo lugar se ubica el 22% con secundaria incompleta, en tercer lugar se ubica el 11% con primaria completa, luego le sigue el 8% con técnico incompleto.

De lo descrito, se deduce que la mayoría de comerciantes del mercado central tienen estudios de nivel secundario completo.

Tabla 7. Conocimiento sobre el significado de tributo

Sabe usted ¿Qué es un tributo?	Nº	%
Sí	87	60%
No	58	40%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

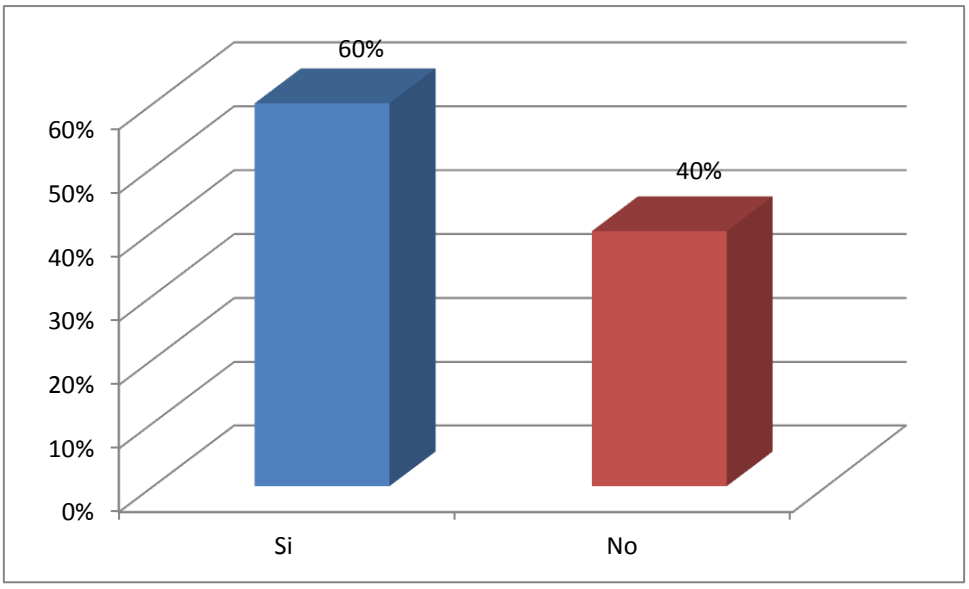

Figura 6. Conocimiento sobre el significado de tributo

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 60% que sí saben qué es un tributo, en cambio el 40% tiene dudas y no sabe exactamente el significado de tributo.

El porcentaje de quienes desconocen el significado de tributo es muy alto, lo que conduce a concluir que no tienen una adecuada cultura en lo que concierne a tributación.

Tabla 8. Conocimiento de tipos de tributo

¿Qué tributos conoce?	Nº	%
Impuesto	99	68%
Tasa	11	8%
Contribución	19	13%
Ninguno	16	11%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

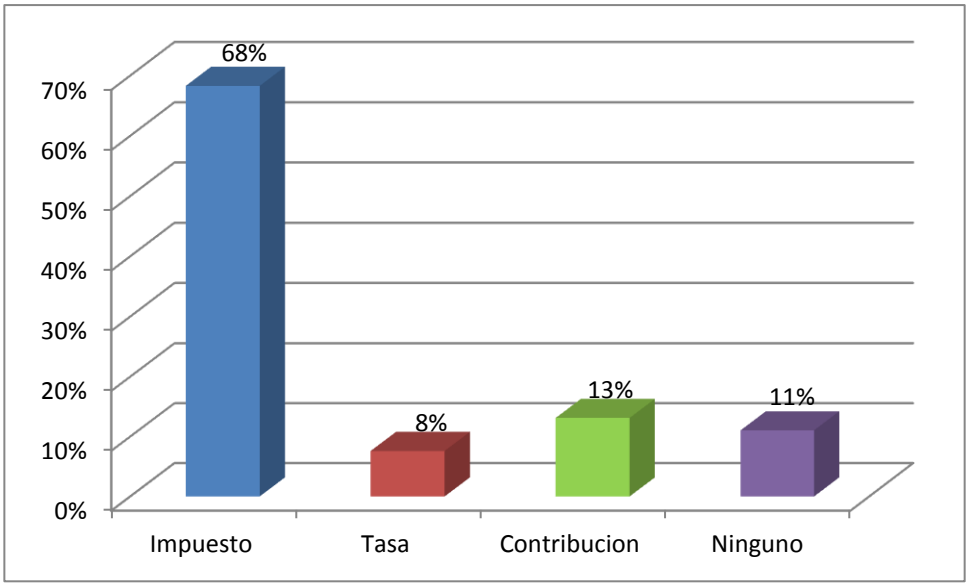

Figura 7. Conocimiento de tipos de tributo

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 68% que manifiesta que conocen el tipo de tributo denominado impuesto, en segundo lugar, el 13% conoce el significado de contribución.

Se deduce, entonces, que la mayoría de personas está más familiarizada con el término impuesto.

Tabla 9. Conocimiento del significado de impuesto

Sabe usted ¿Qué es un impuesto?	Nº	%
Sí	93	64%
No	52	36%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

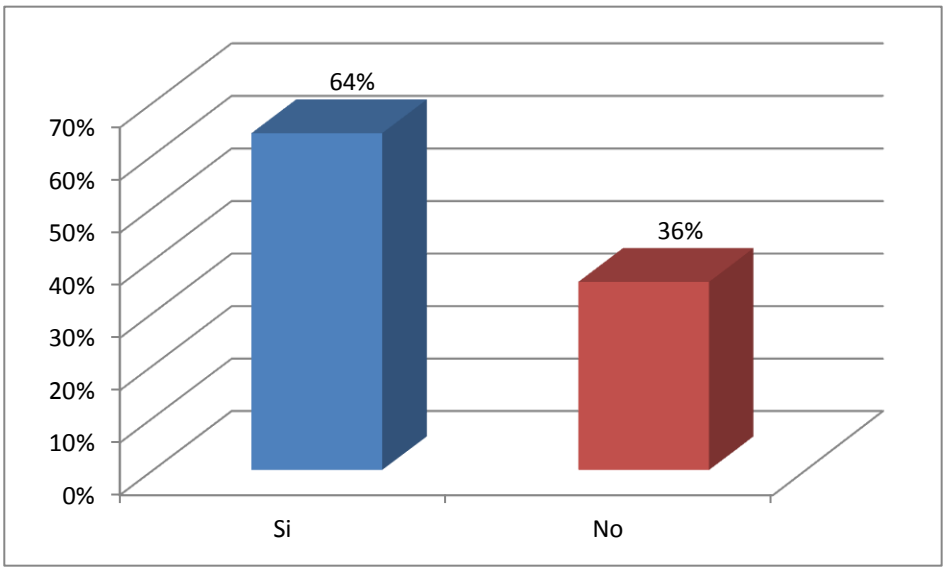

Figura 8. Conocimiento del significado de impuesto

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 64% que sí tienen conocimientos sobre el significado de impuesto, frente a un 36% que desconocen del significado señalado.

De lo manifestado, se puede concluir que un alto porcentaje (36%), no tiene una adecuada cultura tributaria.

Tabla 10. Registro en la SUNAT

¿Su negocio está registrado en la Sunat?	Nº	%
Sí	140	97%
No	5	3%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

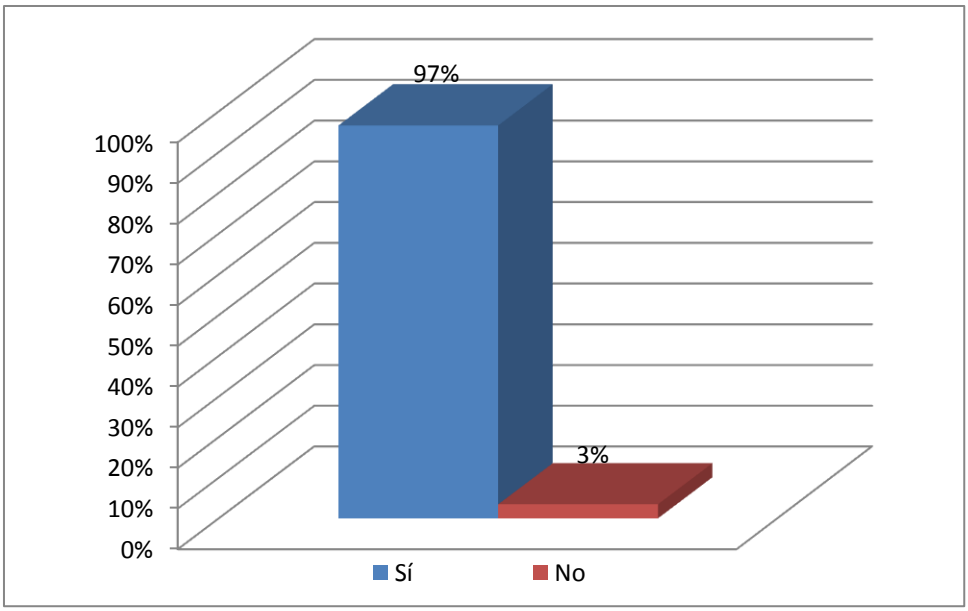

Figura 9. Registro en la SUNAT

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 97% que manifiestan que su negocio sí está registrado en la SUNAT, mientras que un 3% no está registrado.

Entonces, casi la totalidad de comerciantes del Mercado Central se han registrado en la SUNAT. Muchos por voluntad propia, otros porque como se ubica en un lugar céntrico, son constantemente motivados por visitas de la SUNAT a que puedan inscribirse.

Tabla 11. Régimen tributario

Régimen tributario	Nº	%
Régimen General	4	3%
Régimen Mype tributario	19	13%
Régimen Especial	3	2%
NRUS	119	82%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

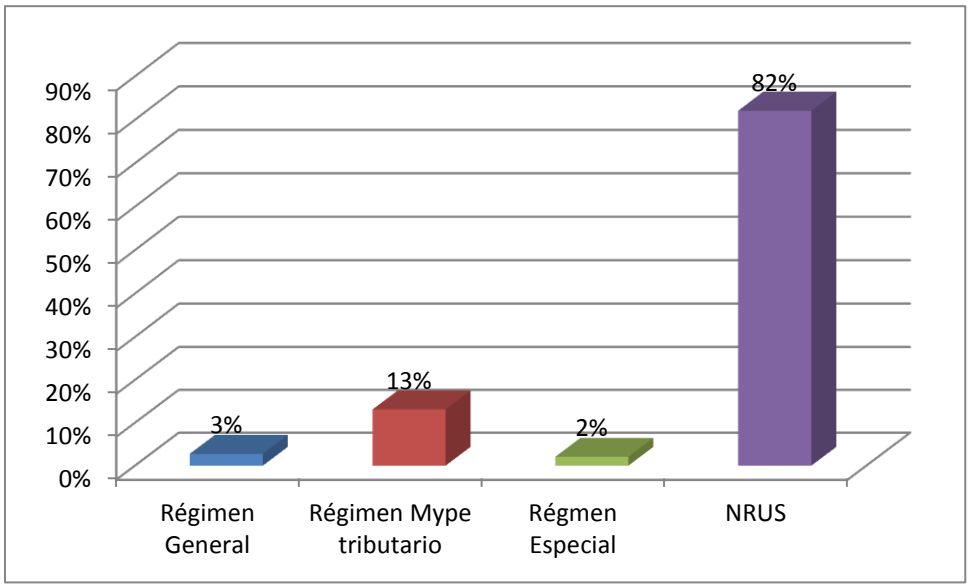

Figura 10. Régimen tributario

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 82% que estás inscritos en el régimen tributario NRUS, en segundo lugar se han inscrito en el Régimen MYPE Tributario.

El régimen Mype tributario tiene algunas ventajas como desventajas, pero se observa que la mayoría continúa en el régimen NRUS.

Tabla 12. Requisitos para inscripción

¿Conoce los requisitos y condiciones para estar inscrito en su regimen?	Nº	%
Sí	79	54%
No	66	46%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

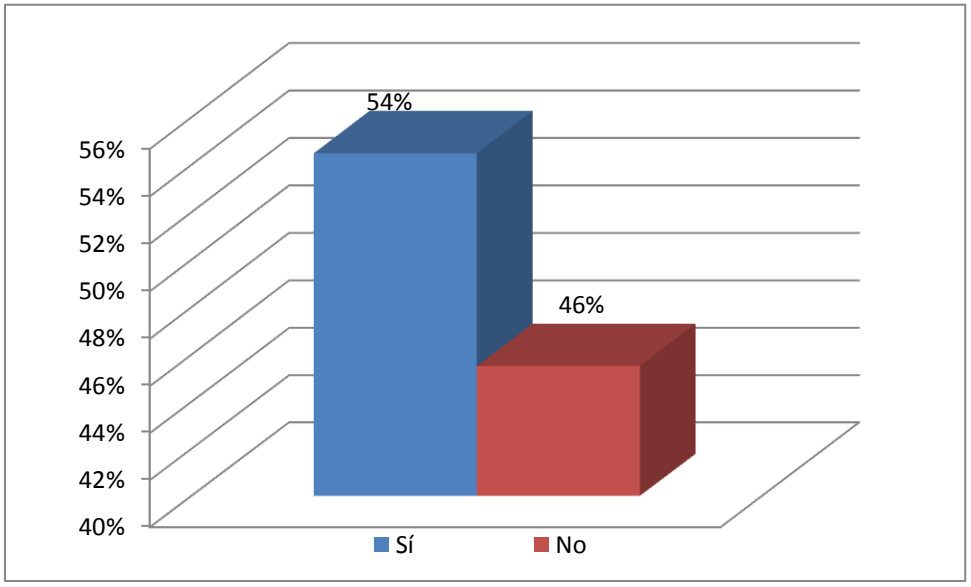

Figura 11. Requisitos para inscripción

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 54%, sí conocen los requisitos de inscripción, frente a un 46% que no conocen exactamente dichos requisitos.

De todos modos, el porcentaje de quienes desconocen de los requisitos es alto, situación que los conduce a no tener una adecuada cultura tributaria.

Tabla 13. Recibió capacitación de la SUNAT

¿En alguna ocasión usted ha sido capacitado por la SUNAT?	Nº	%
Sí	28	19%
No	117	81%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

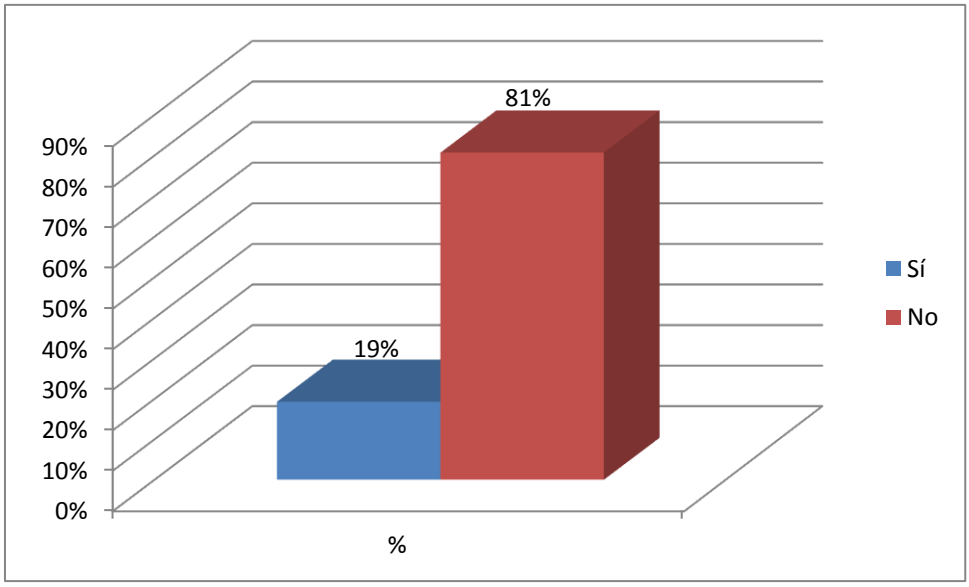

Figura 12. Recibió capacitación de la SUNAT

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 81% de comerciantes que señalan que no ha recibido capacitación de la SUNAT, mientras que el 19% señalan que sí recibieron capacitaciones.

El grueso de la población señala que están lejanos a recibir capacitaciones por parte de la SUNAT en materia de tributación.

Tabla 14. Acuerdo con los pagos de impuestos a la SUNAT

¿Está usted de acuerdo con el pago de impuestos a la SUNAT?	**Nº**	**%**
Sí	38	26%
No	107	74%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

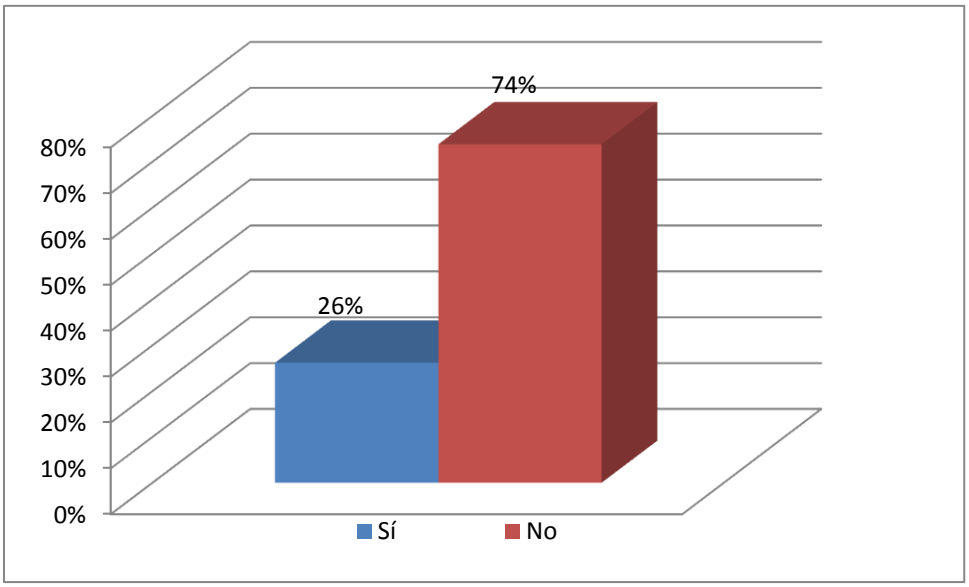

Figura 13. Acuerdo con los pagos de impuestos a la SUNAT

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 74% señala que no está de acuerdo con los pagos a la SUNAT, mientras que el 26% señala que sí está de acuerdo.

Estos resultados conducen a manifestar que la mayoría no está de acuerdo por diversas razones: sea que los impuestos son altos o que el Estado no administra bien lo recaudado, tal como se aprecia en las siguientes tablas.

Tabla 15. ¿Los impuestos son altos?

¿Considera que los impuestos pagados a la SUNAT son altos?	**Nº**	**%**
Sí	121	83%
No	24	17%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

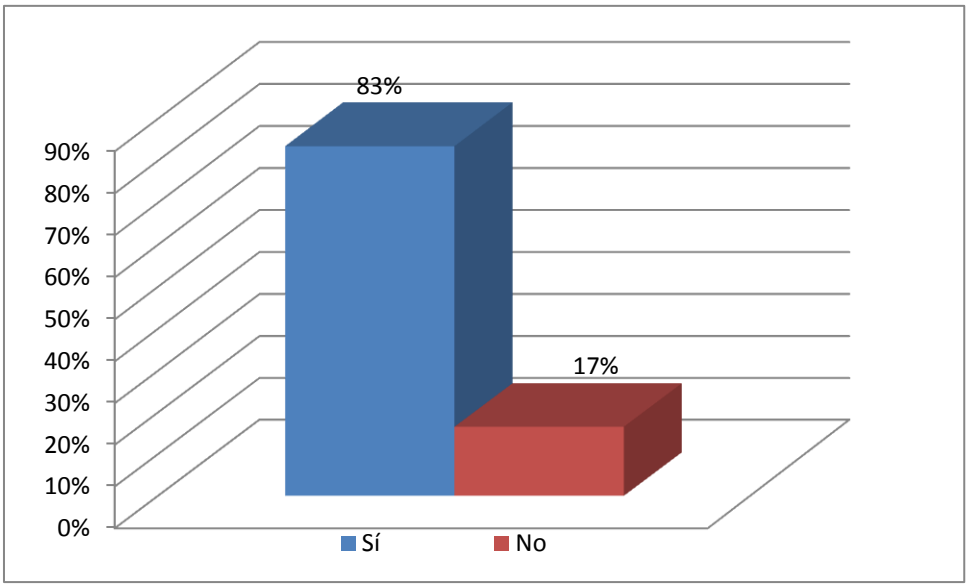

Figura 14. ¿Los impuestos son altos?

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 83% que señalan que los impuestos sí son altos, frente al 17% que indican que no son altos.

Entonces la mayoría considera que los impuestos que pagan son altos y que no se revierten para el bienestar de la población.

Tabla 16. Veces en que fue sancionado

¿Cuántas veces ha sido sancionado por la SUNAT	Nº	%
Más de dos veces	8	6%
dos veces	34	23%
una vez	49	34%
Nunca	54	37%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

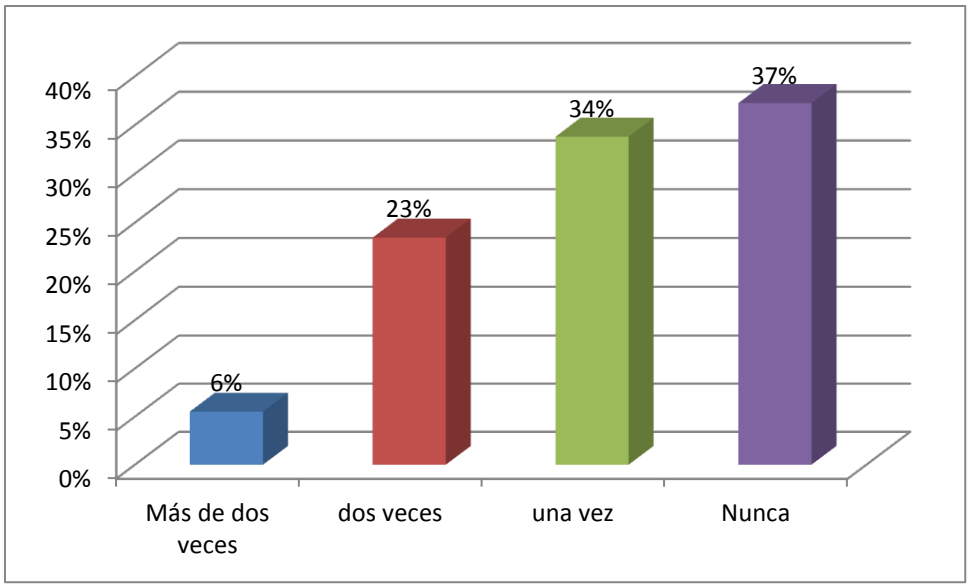

Figura 15. Veces en que fue sancionado

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 37% que señala que nunca fue sancionado, en segundo lugar se ubica el 34% que señala que sí fue sancionado una vez y el 23% señala que fue sancionado por dos veces.

A pesar del predominio de quienes no fueron sancionados, porcentajes altos indican que la mayoría al menos fue sancionada por una vez. Esto conduce a concluir que falta un nivel de cultura tributaria.

Tabla 17. Motivo por el cual la sunat le sancionó

Cuál ha sido el motivo para ser sancionado?	Cantidad	%
No entregar comprobante de pago	63	69%
No estar inscrito en el ruc	9	10%
Pertenecer a un régimen que no corresponde	8	9%
Otros motivos	11	12%
TOTAL	**91**	**100%**

Fuente: Base de datos

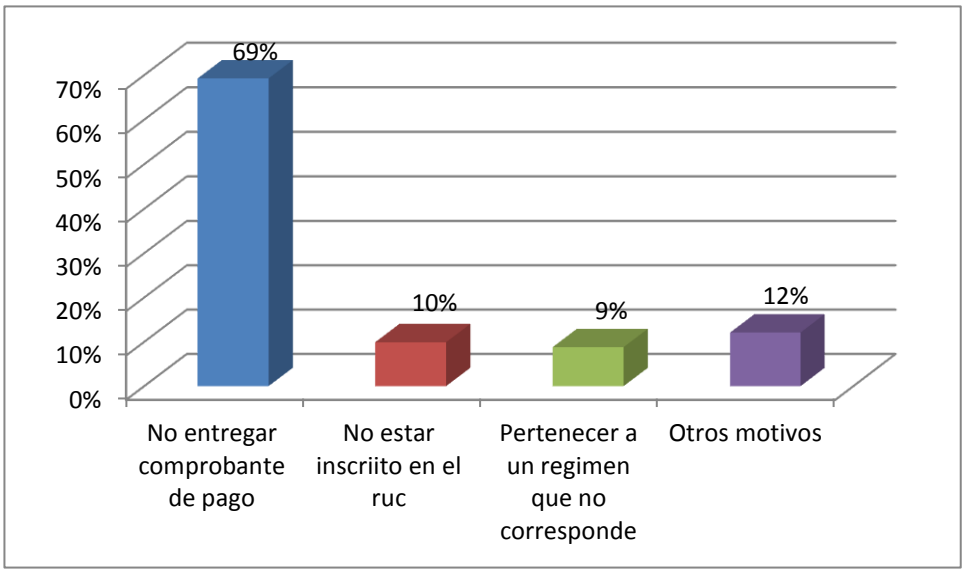

Figura 16. Motivo por el cual la sunat le sancionó

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 69% que señala que fue sancionado por no emitir comprobante de pago, en segundo lugar se ubica el 12% que señala que fue sancionado por otros motivos, el 10% señala que fue sancionado por no tener ruc y el 9% por estar en un régimen que no le correspondía.

De este resultado se puede determinar que los comerciantes tienen una cultura tributaria limitada.

Tabla 18. Motivo de elección de régimen

¿Por qué optó por el régimen en el que se encuentra?	Nº	%
Es simple	19	13%
Me lo recomendaron	42	29%
Se paga menos	84	58%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

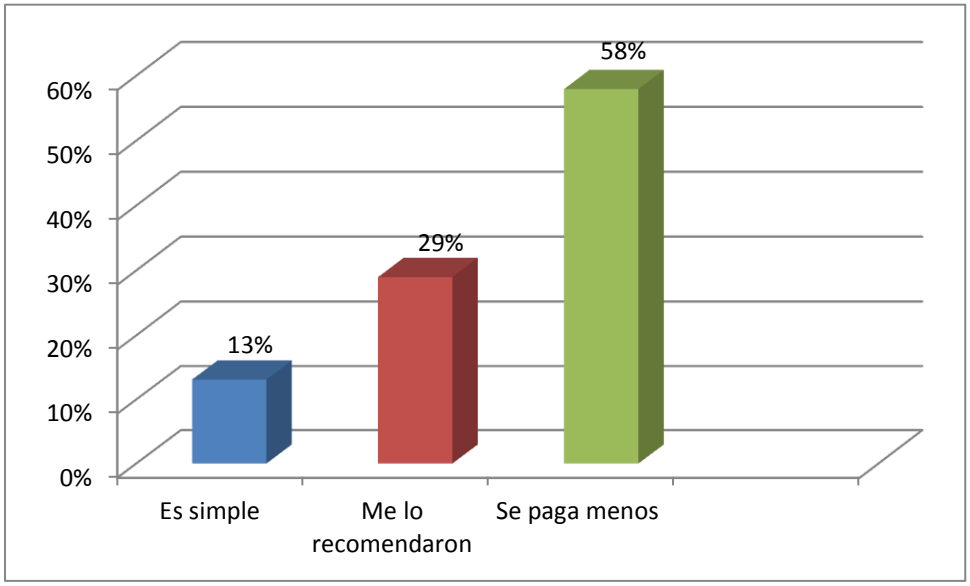

Figura 17. Motivo de elección de régimen

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 58% que señalan que eligieron el régimen en el cual se ubican porque se paga menos, luego el 29% señalan que les recomendaron el régimen, y en tercer lugar el 13% señala que su régimen es simple.

Estos resultados conducen a deducir que la población prefiere pagar menores montos de impuestos para elegir un régimen.

Tabla 19. Percepción de la administración de los tributos por parte del Estado

¿Cree usted que el Estado administra bien los tributos recaudados?	Nº	%
Totalmente	23	16%
Parcialmente	79	54%
Nada	43	30%
Total	145	100%

Fuente: Base de datos

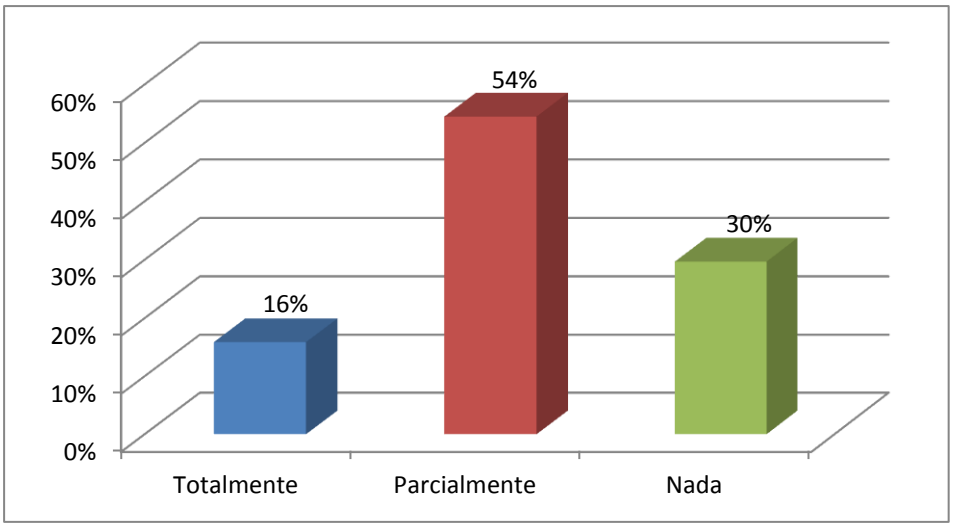

Figura 18. La administración de los tributos por parte del estado.

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 54% señala que el estado administra parcialmente los tributos recaudados, el 30% señala que no está de acuerdo con la forma en que el estado administra los tributos.

Apenas un 16% señala estar de acuerdo con la forma en que el estado administra los recursos tributados.

Estos resultados conducen a señalar que existe inconformidad por la forma en que el estado gestiona y revierte los tributos recaudados.

Tabla 20. Actualmente Ud. Se siente motivado o desmotivado con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Actualmente Ud. Se siente motivado o desmotivado para cumplir con el pago de impuestos?	Cantidad	%
Me siento motivado	50	34%
Me siento desmotivado	95	66%
TOTAL	**145**	**100%**

Fuente: Base de datos

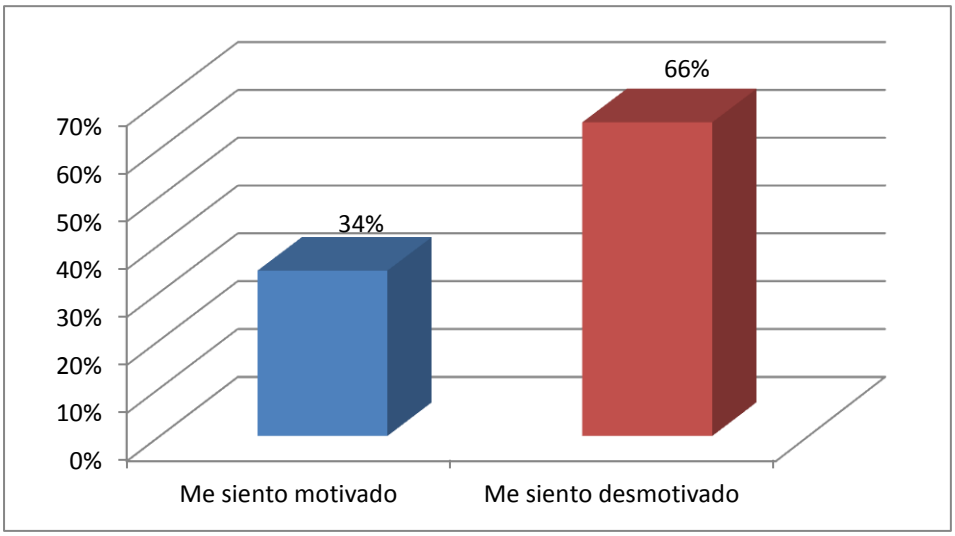

Figura 19. Actualmente se siente motivado o desmotivado con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 66% señala que se encuentran desmotivados con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias mientras que el 34% afirma que se siente motivado.

Estos resultados conducen a señalar que existe inconformidad en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Tabla 21. Porque se siente desmotivado en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias

Si su respuesta es desmotivado, Cual es la razón para sentirse desmotivado?	Cantidad	%
Los Gobernantes cometen actos de corrupción	31	47%
Los demás comerciantes no pagan tributos	20	30%
El Estado no administra ni distribuye lo recaudado de modo adecuado	6	9%
Los Servicios públicos no son mejorados	9	14%
TOTAL	**66**	**100%**

Fuente: Base de datos

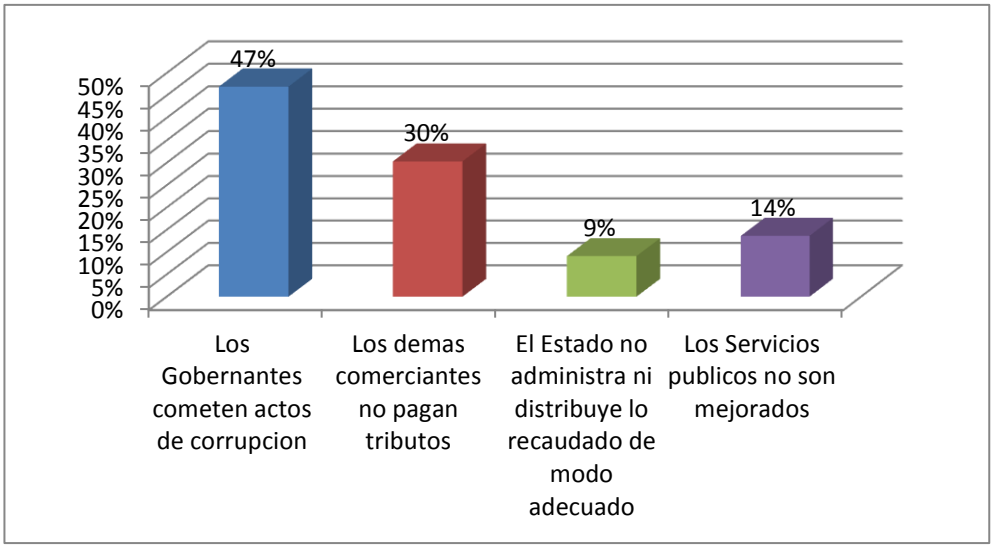

Figura 20. Motivo de su desmotivación al cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 47% señala que los gobernantes cometen actos de corrupción, que el 30% afirma que otros comerciantes no pagan tributos, el 14% señala que no hay mejoras en los servicios públicos y el 9% indica que el estado no administra con equidad lo recaudado.

Estos resultados conducen a señalar que existe desmotivación en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por las razones expuestas.

Tabla 22. Recibir capacitación en materia tributaria por parte de SUNAT.

Le agradaría capacitarse en materia de tributación?	Cantidad	%
Si	101	70%
No	44	30%
TOTAL	**145**	**100%**

Fuente: Base de datos

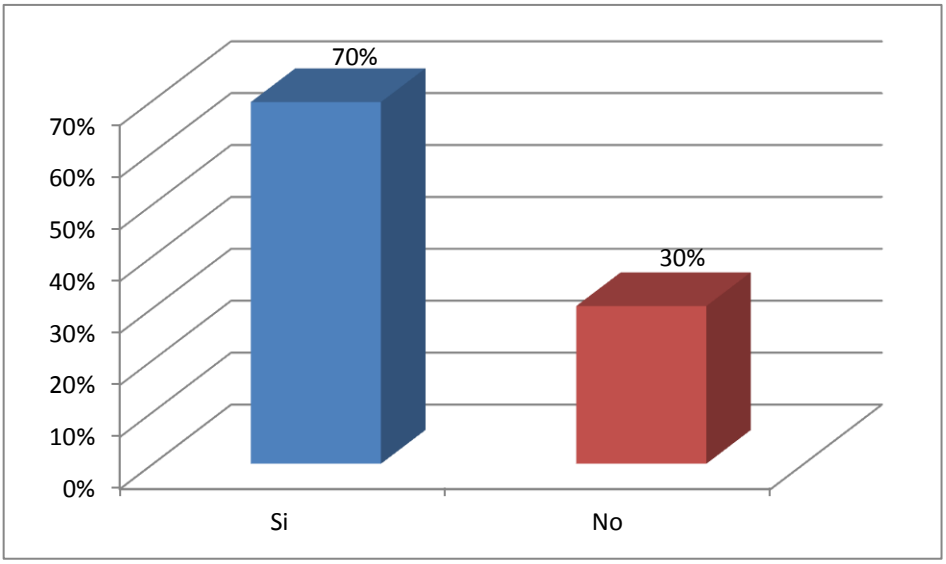

Figura 21. Recibir capacitación en materia tributaria.

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 70% señala que le agradaría recibir capacitación en materia tributaria, mientras que el 20% señala que no desea recibir capacitación.

Estos resultados conducen a manifestar el predominio que la mayoría está de acuerdo en recibir capacitaciones en materia tributaria.

Tabla 23. Maneras como le gustaría recibir capacitación en tributación.

Si su respuesta es afirmativa ¿De que manera le agradaría capacitarse?	Cantidad	%
Mediante charlas presenciales	41	28%
Mediante capacitaciones virtuales	21	14%
A través de módulos informativos en el local de la SUNAT y otros locales	12	8%
Con la distribución de boletines	71	50%
TOTAL	**145**	**100%**

Fuente: Base de datos

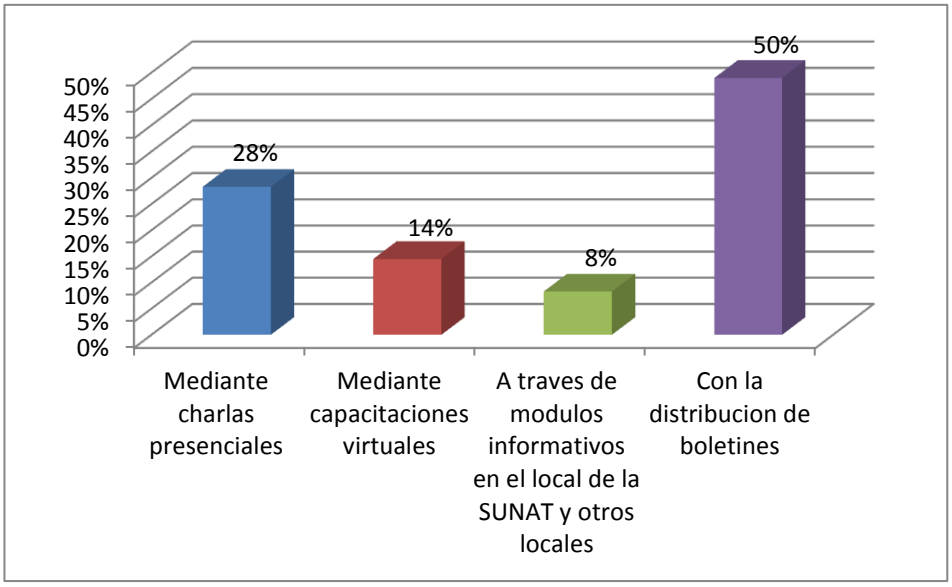

Figura 22. Maneras como le gustaría recibir capacitación tributaria.

Interpretación

Según la tabla se observa el predominio del 50% que señala que le gustaría recibir capacitación con boletines, en segundo lugar se ubica el 28% que señala que le gustaría recibir capacitación mediante charlas presenciales y el 14% señala mediante capacitaciones virtuales.

4.1.1. Respecto a los comerciantes (objetivo específico 1)

CUADRO N° 01

ITEM	TABLA	COMENTARIOS
GENERO	3	El 59% (86) son de sexo femenino y el 41% (59) son de sexo masculino. Existe un predominio del sexo femenino
EDAD	4	El 40% (58) tiene edades entre los 31 y 40 años, el 26% (38) cuentan con edades entre 41 y 50 años, 21% (31) tiene edades entre 19 y años y 12% (18) tiene de 51 años a más.
PROCEDENCIA	5	El 63% (91) que tiene un origen rural, frente al 37% (54) que tiene una procedencia urbana.
NIVEL EDUCATIVO	6	El 43% (62) que tiene secundaria completa, en segundo lugar se ubica el 22% (32) con secundaria incompleta, en tercer lugar se ubica el 11% (16) con primaria completa, luego le sigue el 8% (12) con técnico incompleto. Se deduce que la mayoría de comerciantes del mercado central tienen estudios de nivel secundario

FUENTE: Tablas 03, 04, 05 y 06 (ver Anexo 2)

4.1.2. Respecto a la cultura tributaria (objetivo específico 2)

CUADRO N° 02

ITEM	TABLA	COMENTARIOS
CONOCIMIENTO SOBRE SIGNIFICADO DE TRIBUTO	7	El 60% (87) que sí saben qué es un tributo, en cambio el 40% (58) tiene dudas y no sabe exactamente el significado de tributo.
CONOCIMIENTO DE TIPOS DE TRIBUTO	8	El 68% (99) manifiesta que conocen el tipo de tributo denominado impuesto, en segundo lugar, el 13% (19) conoce el significado de contribución, el 11% (16) tiene dudas sobre los tipos de tributos y 8% (11) conoce que es tasa.
CONOCIMIENTO SOBRE SIGNIFICADO DE IMPUESTO	9	El 64% (93) que sí saben qué es un impuesto, en cambio el 36% (52) tiene dudas y no sabe exactamente el significado de impuesto.
SU NEGOCIO SE ENCUENTRA REGISTRADO EN SUNAT	10	El 97% (140) manifiestan que su negocio sí está registrado en la SUNAT, mientras que un 3% (5) no está registrado.
REGIMEN TRIBUTARIO AL QUE PERTENECE	11	El 82% (119) están inscritos en el régimen tributario NRUS, el 13% (19) se encuentran inscritos en el Régimen MYPE Tributario, 3% (4) se encuentran en el régimen General y 2% (3) se encuentran en el Régimen Especial.
CONOCE LOS REQUISITOS PARA ESTAR INSCRIITO EN SU REGIMEN	12	El 54% (79), sí conocen los requisitos de inscripción, frente a un 46% (66), que no conocen exactamente dichos requisitos.
CUANTAS VECES FUE SANCIONADO POR LA SUNAT	16	El 37% (54) señala que nunca fue sancionado, el 34% (49) manifiesta que sí fue sancionado una vez, el 23% (34) señala que fue sancionado por dos veces y 6% (8) indica que fue sancionado mas de dos veces.
MOTIVO POR EL CUAL FUE SANCIONADO	17	Según la tabla se observa el predominio del 69% que señala que fue sancionado por no emitir comprobante de pago, en segundo lugar se ubica el 12% que señala que fue sancionado por otros

		motivos, el 10% señala que fue sancionado por no tener ruc y el 9% por estar en un régimen que no le correspondía.
MOTIVO DE ELECION DE REGIMEN	18	El 58% (84) señalan que eligieron el régimen en el cual se ubican porque se paga menos, luego el 29% (42) señalan que les recomendaron el régimen, y en tercer lugar el 13% (19) señala que su régimen es simple.

FUENTE: Tablas 07, 08, 09, 10, 11, 12, 16, 17 y 18 (ver Anexo 2)

4.1.3. Respecto a las causas que motivan una cultura tributaria limitada (objetivo específico 3)

CUADRO N° 03

ITEM	TABLA	COMENTARIOS
RECIBIO CAPACITACIONES DE LA SUNAT	13	El 81% (117) de comerciantes que señalan que no ha recibido capacitación de la SUNAT, mientras que el 19% (28) señalan que sí recibieron capacitaciones
ESTA DEACUERDO CON LOS PAGOS DE IMPUESTOS	14	El 74% (107) señala que no está de acuerdo con los pagos a la SUNAT, mientras que el 26% (38) señala que sí está de acuerdo.
LOS IMPUESTOS SON ALTOS	15	El 83% (121) señalan que los impuestos son altos, frente al 17% (24) que indican que no son altos.
PERCEPCION DE LA ADMINISTRACION DE LOS TRIBUTOS POR PARTE DEL ESTADO	19	El 54% (79) señala que el estado administra parcialmente los tributos recaudados, el 30% (43) señala que no está de acuerdo con la forma en que el estado administra los tributos y 16% (23) manifiesta estar de acuerdo con la administración de los tributos.
PORQUE SE SIENTE DESMOTIVADO POR EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	21	El 47% (31) señala que los gobernantes cometen actos de corrupción, el 30% (20) afirma que otros comerciantes no pagan tributos, el 14% (9) señala que no hay mejoras en los servicios públicos y el 9% (6) indica que el estado no administra con equidad lo recaudado.
LE AGRADARIA RECIBIR CAPACITACIONES POR PARTE DE SUNAT	22	El 70% (101) señala que le agradaría recibir capacitación en materia tributaria, mientras que el 30% (44) señala que no desea recibir capacitación.
MANERAS COMO LE GUSTARIA RECIBIR LAS CAPACITACIONES	23	El 50% (71) señala que le gustaría recibir capacitación con boletines, el 28% (41) que señala que le gustaría recibir capacitación mediante charlas presenciales, el 14% (21) señala mediante capacitaciones virtuales y 8% (12) indica que le gustaría recibir capacitación a través

		de módulos informativos.

FUENTE: Tablas 13, 14, 15, 19, 21, 22 y 23 (ver Anexo 2)

4.2. Análisis de los Resultados

4.2.1. Respecto a los comerciantes (objetivo específico 1)

a) De los comerciantes encuestados se establece que el 59% son de sexo femenino y el 41% son de sexo masculino. Lo que significa que existe un predominio del sexo femenino. (Ver tabla N° 03)

b) De los comerciantes encuestados se establece que el 100% son personas adultas, sus edades oscilan de 19 a 51 años (ver tabla N° 04).

c) El 63% de los comerciantes encuestados tiene un origen rural, frente al 37% que tiene una procedencia urbana (ver tabla N° 05). Esta situación se da por la migración, ya que las personas que trabajan en el Mercado central si bien residen en la ciudad de Puno, tienen orígenes en la zona rural. El departamento de Puno tiene una alta tasa de población rural, quienes migran a las ciudades con la finalidad de mejorar su calidad de vida e incrementar las oportunidades laborales.

d) El 43% de los comerciantes encuestados tienen grado de instrucción secundaria completa, y el 22% con secundaria incompleta, De lo descrito, se deduce que la mayoría de comerciantes del mercado central tienen estudios de nivel secundario. (ver tabla N° 06).

4.2.2. Respecto a la cultura tributaria (objetivo específico 2)

a) Respecto al conocimiento del significado de tributo se reflejó que los comerciantes del mercado central de la ciudad de Puno el 60% si saben que es tributo, mientras que el 40% tiene dudas y no sabe exactamente, el porcentaje de quienes desconocen el significado de tributo es alto, lo que conduce a concluir que no tienen una adecuada cultura en lo que concierne a tributación. (ver tabla N° 7).

b) Con respecto al conocimiento de tipos de tributos, el 68% de los comerciantes están familiarizadas con el término impuesto. (ver tabla N° 8).

c) Respecto al conocimiento de impuesto se obtuvo que los comerciantes del mercado central de la ciudad de Puno, que el 64% tienen conocimiento sobre el significado de impuesto, frente a un 36% que desconocen su significado, de lo expuesto se puede concluir que un porcentaje elevado (36%) no tiene una adecuada cultura tributaria (ver tabla N° 9).

d) El 97% de los comerciantes encuestados manifiestan que se encuentran registrados en sunat y emiten comprobantes de pago. Muchos por voluntad propia, otros porque como se ubica en un lugar céntrico, son constantemente motivados por visitas de la SUNAT a que puedan inscribirse (ver tabla N° 10).

e) El 82% de los comerciantes se encuentran inscritos en el régimen tributario NRUS, el 13% está inscrito en el Régimen MYPE Tributario. El régimen Mype tributario tiene algunas ventajas como desventajas, pero se observa que la mayoría continúa en el régimen NRUS (ver tabla N° 11).

f) Con respecto al conocimiento de los requisitos para la inscripción de su negocio en el ruc, se observa que el 54%, sí conocen los requisitos de

inscripción, frente a un 46% que no conocen exactamente dichos requisitos. El porcentaje de quienes desconocen de los requisitos es alto, situación que los conduce a no tener una adecuada cultura tributaria. (ver tabla N° 12).

g) El 37% de los comerciantes encuestados señala que nunca fue sancionado, mientras que el grueso de la población (63%) manifiesta que han sido sancionados por la Sunat a pesar del predominio de quienes no fueron sancionados, porcentajes altos indican que la mayoría al menos fue sancionada por una vez. Esto conduce a concluir que tienen una limitada cultura tributaria. (ver tabla N° 16).

h) El 69% de los comerciantes encuestados manifiesta haber sido sancionado por no entregar comprobante de pago, porcentajes más bajos de comerciantes indican que fueron sancionados por otros motivos, De este resultado se puede determinar que los comerciantes tienen una cultura tributaria limitada (Ver tabla N° 17).

i) El 58% de los comerciantes encuestados señalan que eligieron el régimen en el cual se ubican porque se paga menos, luego el 29% señalan que les recomendaron el régimen, y en tercer lugar el 13% señala que su régimen es simple. Estos resultados conducen a deducir que la población prefiere pagar menores montos de impuestos para elegir un régimen (ver tabla N° 18).

4.2.3. Respecto a las causas que motivan una cultura tributaria limitada (objetivo específico 3)

a) El 81% de comerciantes encuestados manifiestan que no ha recibido capacitación de la SUNAT, mientras que el 19% señalan que sí recibieron

capacitaciones. El grueso de la población señala que están lejanos a recibir capacitaciones por parte de la SUNAT en materia de tributación (ver tabla N° 13).

b) El 74% de los comerciantes encuestados manifiesta no estar de acuerdo con el pago de impuestos a la sunat, el 26% indica estar de acuerdo, Estos resultados conducen a manifestar que la mayoría no está de acuerdo por diversas razones: sea que los impuestos son altos o que el Estado no administra bien lo recaudado, tal como se aprecia en las siguientes tablas. (ver tabla N° 14).

c) El 83% de los encuestados señalan que los impuestos son altos, frente al 17% que indican que no son altos. Entonces la mayoría considera que los impuestos que pagan son altos y que no se revierten para el bienestar de la población (ver tabla N° 15)

d) De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los comerciantes del mercado central de la ciudad de Puno se determinó que el 54% señala que el estado administra parcialmente los tributos recaudados, el 30% señala que no está de acuerdo con la forma en que el estado administra los tributos y apenas un 16% señala estar de acuerdo con la forma en que el estado administra los recursos tributados. Estos resultados conducen a señalar que existe inconformidad por la forma en que el estado gestiona y revierte los tributos recaudados. (ver tabla N° 19).

e) El 47% de los encuestados señala sentirse desmotivado porque los gobernantes cometen actos de corrupción, el 30% afirma que otros comerciantes no pagan tributos, el 14% señala que no hay mejoras en los servicios públicos y el 9% indica que el estado no administra con equidad lo recaudado. Estos resultados

conducen a señalar que existe desmotivación en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por las razones expuestas. (ver tabla N° 21)

f) El 70% de los comerciantes encuestados señala que le agradaría recibir capacitación en materia tributaria, mientras que el 20% señala que no desea recibir capacitación. Estos resultados conducen a manifestar el predominio que la mayoría está de acuerdo en recibir capacitaciones en materia tributaria (ver tabla N° 22).

g) El 50% de los comerciantes encuestado señala que le gustaría recibir capacitación con boletines, el 28% encuestado señala que le gustaría recibir capacitación mediante charlas presenciales y el 14% manifiesta mediante capacitaciones virtuales. Se observa que los comerciantes tienen la voluntad de recibir capacitación es (Ver tabla N° 23).

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

5.1.1. Respecto a los comerciantes

Del 100% de los comerciantes encuestados: se establece que el 59% son de sexo femenino y el 41% son de sexo masculino, el 63% un origen rural, frente al 37% que tiene una procedencia urbana, y el 43% de los comerciantes tienen grado de instrucción secundaria completa, y el 22% con secundaria incompleta,

5.1.2. Respecto a la cultura tributaria

La cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018, es limitada en conocimientos, participación, motivaciones y propuestas; debido a que en la mayoría de tablas sobre los conocimientos de tributo, impuesto, tipo de régimen no saben de qué se trata. Tampoco existe participación de los comerciantes para por voluntad propia ponerse de acuerdo en la importancia de pagar impuestos. Los representantes del mercado Central no tienen acuerdos por iniciativa propia para entablar convenios con la SUNAT.

El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Central, Puno, 2018, es bajo, tal como lo demuestran los resultados de las tablas. Además de desconocer algunos conceptos básicos, no están de acuerdo con algunas iniciativas de la SUNAT y del estado que benefician a la población.

5.1.3. Respecto a las causas que motivan una cultura tributaria limitada

Las causas que motivan una cultura tributaria limitada en los comerciantes del mercado Central, Puno, 2018, es la ausencia de capacitaciones, debido a que la SUNAT, si bien promueve visitas, no existen eventos de capacitación general y personalizada en lo que a tributación se refiere.

5.2. Recomendaciones

A los comerciantes del Mercado Central, se les recomienda informarse sobre el ejercicio de una adecuada cultura tributaria, para ello es necesario desarrollar el conocimiento, la participación, la motivación y las propuestas en conjunto, con una organización debidamente implementada.

A los comerciantes del mercado Central, se les recomienda que realicen convenios con la SUNAT, a fin de recibir visitas para mejorar el conocimiento sobre tributación.

A los comerciantes del Mercado Central y a los representantes de la SUNAT, que desarrollen talleres periódicos sobre las causas principales que contravienen contra una adecuada cultura tributaria.

VI. BIBLIOGRAFIA

Aguirre, A. (2013). Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del Distrito de Trujillo - año 2013. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.

Arbayza, L. (2011). Economía informal y capital humano en el Perú. Trujillo: Universidad Antenor Orrego.

Babbie, E. (1988). *Métodos de investigación por encuesta.* México: Fondo de Cultura Económica.

Bravo, J. (2013). Fundamentos de Derechos tributario. Lima: Palestra Editores.

Burga, M. (2015). Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Chalán, C., & Caldas, P. (2012). Factores Asociados A La Evasión Tributaria En La Industria De Calzado Del Distrito El Porvenir. Trujillo: UPAO .

Silva, L.E. (2011). La cultura tributaria y su incidencia en la liquidacion del impuesto a la renta. Ecuador.

Córdova, I. (2013). El proyecto de investigación cuantitativa (Primera ed.). (A. Cubas, Ed.) Lima, Lima, Perú: San Marcos.

Mamani, B. (2009). La cultura tributaria y su influencia en la informalidad comercial de la Provincia San Roman Año 2008.

Marca, (2013). La cultura tributaria como causa del incumplimiento al pago del impuesto predial de los contribuyentes de la Municialidad Provincial de El Collao-Ilave de los periodos 2010-2011, Universidad Nacional del Altiplano,Perú.

Vilca, (2014). La Politica tributaria y Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado Union y Dignidad de la Ciudad de Puno, Periodo 2012, Univrsidad nacional del Altiplano, Perú

Gomez, J. (1992). Teoría del ensayo. Recuperado el 27 de mayo de 2015, de http://www.ensayistas.org/critica/ensayo/gomez/ensayo5.htm

Gonzáles, K. (2016). Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Guanipa, J. (2012). Justificación de la investigación. Maracay: Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Nacional.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (Quinta edición ed.). (J. Mares, Ed.) Ciudad de México, México D.F., México: Mc GRAW HILL.

La República, D. (2018). La recaudación tributaria subió 9,9% en diciembre. Recuperado el 8 de febrero de 2018, de http://larepublica.pe/08-01-2014/la-recaudacion-tributaria-subio-99-en-diciembre

Manuel, H., & Gálvez, L. (2010). Empresas informales en Lima Metropolitana. Lima: Universidad Tecnológica del Perú.

OCDE. (2010). Estadísticas tributarias en América Latina. Recuperado el 8 de noviembre de 2011, de https://www.oecd.org/ctp/tax-global/Peru%20country%20note_final.pdf

Palomino, P. (2004). *Diseños y técnicas de investigación.* Puno: Titikaka-Programa de Complementación Académica de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNA Puno.

Pérez, M. (2010). Comercio ambulatorio, origen y evolución. Recuperado el 4 de noviembre de 2016, de https://es.scribd.com/doc/109151377/Comercio-Ambulatorio-Origen-y-Evolucion

Pimex. (2017). ¿Qué es el Régimen Mype Tributario? Recuperado el 12 de marzo de 2018, de https://pymex.com/emprendedores/tramites/que-es-el-regimen-mype-tributario

Portillo, M., & Roque, E. (2003). Metodología de la investigación científica (Segunda ed.). Lima: Juan Gutemberg.

Rojas, R. (2013). Guía para realizar investigaciones sociales (Trigesimo octava ed.). México D.F., México: Plaza y Valdés S.A.

Sancho, C. (2014). Cómo hacer un proyecto de investigación. Puno: Mara.

Valderrama, S. (2010). Técnicas e instrumentos para la obtención de datos en la investigación científica. Lima: San Marcos.

Valencia, J. (2012). El comercio informal en el estadio universitario. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.

Vara, A. (2012). 7 Pasos para una tesis exitosa. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Yman, L., & Infante, S. (2016). Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes. Tumbes: Universidad Nacional de Tumbes.

Zena, K. (2010). Regímenes tributarios de la SUNAT. Recuperado el 14 de octubre de 2016, de http://www.deperu.com/contabilidad/los-regimenes-tributarios-de-la-sunat-4834

VII. Anexos

Anexo 1. Encuesta sobre cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Central

Buen día, el siguiente instrumento tiene por objetivo recoger información a fin de identificar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, por ello se le sugiere responder a las preguntas con sinceridad. Su identidad quedará reservada porque este instrumento es anónimo.

Se agradece anticipadamente su participación.

INFORMACIÓN BÁSICA

1. **Género**
   a) Masculino
   b) Femenino

2. **Edad**:_____

3. **Procedencia**
   a) Urbana
   b) Rural

   Señale el lugar de nacimiento:_____

4. **Nivel educativo**
   a) Sin nivel de estudios
   b) Inicial
   c) Primaria
   d) Secundaria
   e) Superior no universitaria
   f) Superior universitaria

CONOCIMIENTOS SOBRE TRIBUTACIÓN

5. **Sabe usted ¿Qué es un tributo?**
   a) Sí
   b) No

   Señale el concepto de tributo:_____

   _____

   _____

6. **Señale qué tributos conoce (puede marcar más de una alternativa)**
   a) Impuesto
   b) Tasa
   c) Contribución
   d) Ninguno

7. **Sabe usted ¿Qué es un impuesto?**
   c) Sí
   d) No

   Señale el concepto de impuesto:_____

   _____

   _____

8. **¿Su negocio está registrado en la SUNAT?**
   a) Sí
   b) No

   En caso de responder afirmativamente, indique su número de RUC

9. **¿En qué régimen tributario está usted inscrito?**
   a) Régimen general
   b) Régimen Mype Tributario
   c) Régimen especial
   d) NRUS

10. **¿Conoce los requisitos o condiciones para estar inscrito en su régimen?**
    a) Sí
    b) No

    Señale dos requisitos o condiciones:_____

    _____

11. **¿En alguna ocasión usted ha sido capacitado por la SUNAT?**
    a) Sí
    b) No

12. **¿Está usted de acuerdo con el pago de impuestos a la SUNAT?**
    a) Sí
    b) No

¿Por qué?_____

_____

13. ¿Considera que los impuestos pagados a la SUNAT son altos?

a) Sí
b) No

¿Por qué?_____

_____

14. ¿Cuántas veces ha sido usted sancionado por la SUNAT?

a) Más de dos veces
b) Dos veces
c) Una vez
d) Nunca

15. ¿Cuál ha sido el motivo para ser sancionado?

_____

_____

_____

16. ¿Cuál fue la razón para que usted opte al régimen en el cual se encuentra?

a) Es simple
b) Me lo recomendaron
c) Se paga menos
d) Otro:_____

_____

17. ¿Cree usted que el Estado peruano gestiona y administra adecuadamente los tributos recaudados?

a) Totalmente
b) Parcialmente
c) Nada

18. ¿Alguna vez se ha desmotivado para cumplir con el pago de impuestos?

a) Sí
b) No

19. Si su respuesta es afirmativa ¿Cuál es la razón para sentirse desmotivado?

a) Los gobernantes cometen actos de corrupción
b) Los demás comerciantes no pagan impuestos
c) El Estado no administra ni distribuye lo recaudado de modo adecuado
d) Los servicios públicos no son mejorados

20. ¿Le agradaría capacitarse en materia de tributación?

a) Sí
b) No

21. Si su respuesta es afirmativa ¿De qué manera le agradaría capacitarse?

a) Mediante charlas presenciales
b) Mediante capacitaciones virtuales
c) A través de módulos informativos en el local de la SUNAT y otros locales.
d) Con la distribución de boletines