



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN EL  
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES  
TRIBUTARIAS MENSUALES DE IGV-RENTA EN LOS  
COMERCIANTES MINORISTAS DE ABARROTES DEL  
MERCADO MODELO DE SULLANA EN EL AÑO 2015.**

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

**AUTORA**

**BACH. ROSA MARIA ATOCHE REYES**

**ASESORA**

**MGTR. MARIA FANY MARTÍNEZ ORDINOLA**

**PIURA – PERÚ**

**2016**

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN EL  
CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES  
TRIBUTARIAS MENSUALES DE IGV-RENTA EN LOS  
COMERCIANTES MINORISTAS DE ABARROTES DEL  
MERCADO MODELO DE SULLANA EN EL AÑO 2015.**

**JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR**

**Mgtr. Donald Savitzky Mendoza**

**Presidente**

**Mgtr. Jannyna Reto Gómez**

**Secretaria**

**Dr. Víctor Manuel Landa Machero**

**Miembro**

**Mgtr. María Fany Martínez Ordinola**

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

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

A la Mgtr. CPC. María Fany Martínez Ordinola, mi asesora de tesis, quien con su profesionalismo, experiencia y paciencia, logró encaminarme hacia la investigación y concluir con éxito mi Tesis.

## DEDICATORIA

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

A mi Esposo *Junior* e hijo *Fabio* por su comprensión y esfuerzo durante el desarrollo de mi tesis, por su amor incondicional mi esfuerzo se ve realizado.

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

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Describir la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

El fundamento teórico de la investigación precisó como variable independiente la cultura tributaria y como variable dependiente Impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-Renta. La población y muestra fueron calculadas en base a los comerciantes minoristas de abarrotes del sector en estudio ubicados en la ciudad de Sullana. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño No experimental, Transeccional, descriptivo. Aplicando la técnica de la revisión bibliográfica y documental, y como instrumento de recolección de información la entrevista, la observación directa y el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, aplicado a los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana materia de investigación, obteniéndose como conclusión más importante: Un impacto negativo en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, en el año 2015, como consecuencia de una baja cultura tributaria evidenciada por las siguientes características:

a) Un bajo nivel de instrucción, la complejidad del sistema tributario, la poca o nula información del estado a través de los medios masivos con información básica al comerciante a cerca de los tributos, la desconfianza y la corrupción del estado, la poca transparencia en el destino de los tributos, sumado al desinterés de los propios comerciantes por informarse acerca de su situación tributaria. Ocasiona que SUNAT los migre de oficio a otro régimen tributario por incumplimiento de pago en las fechas establecidas en sus cronogramas, situación que los comerciantes ignoran.

b) la baja cultura tributaria agravo la situación económica de los comerciantes que fueron sancionados, multados, pagaron intereses moratorios, y en algunos casos tuvieron cierre temporal de establecimientos y embargos; esto perjudicó el crecimiento de los negocios, quienes no fueron calificados como sujetos de crédito, creando mala imagen ante sus clientes.

c) Ante la sociedad, la carencia de cultura tributaria, afectó negativamente la recaudación fiscal del país, lo que trajo como consecuencia el incumplimiento de sus políticas públicas y sociales, para cubrir con las necesidades básicas de la sociedad peruana en todos sus programas, como salud, educación, etc.

Por lo tanto un bajo nivel de cultura tributaria no ayuda a buscar alternativas de solución que permitan desarrollar al país.

**Palabras Clave:** Cultura tributaria, cumplimiento de las obligaciones tributarias, IGV-RENTA, comercio minorista.

## **ABSTRACT**

The research was general objective: Describe the tax culture and its impact on compliance with the monthly tax obligations IGV-INCOME retailers in grocery market model Sullana in 2015.

The theoretical foundation of the research pointed out as an independent variable tax culture and as the dependent variable Impact on compliance with the monthly tax obligations IGV-Renta. The population and sample were calculated based grocery retailers in the sector under study located in the city of Sullana. The methodology was descriptive, quantitative level, no experimental design, transectional descriptive. Applying the technique of the literature and document review, and as a tool for information gathering interview, direct observation and pre-structured questions related to the investigation questionnaire, applied to retailers grocery model Sullana market research , yielding as most important conclusion: A negative impact on compliance with the monthly tax obligations IGV-RENT at retailers grocery model Sullana market in 2015, as a result of a low tax culture evidenced by the following characteristics:

a) A low level of education, the complexity of the tax system, little or no state information through mass media with basic information to the merchant about taxes, distrust and state corruption, lack of transparency in the fate of taxes, coupled with the lack of interest by the traders themselves informed about their tax situation. SUNAT causes the migrate automatically to another tax regime for non-payment on the dates specified in their schedules, a situation that traders ignored.

b) low tax culture worsened the economic situation of traders who were punished, fined, paid default interest, and in some cases had temporary closure of establishments and embargoes; This hurt the growth of business, who were not classified as creditworthy, creating bad image to your customers.



c) In the society, the lack of tax culture, negatively affected revenue collection in the country, which resulted in the breach of its public and social policies, to cover the basic needs of Peruvian society in all its programs, as health, education, etc.

Therefore a low level of tax culture does not help to find alternative solutions in order to develop the country.

Keywords: Tax Culture, fulfillment of tax obligations, IGV-INCOME, retail.

## CONTENIDO

	Pág.
TITULO	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	viii
CONTENIDO	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
INDICE DE FIGURAS	xix
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Antecedentes.</b>	<b>4</b>
2.1.1 Internacionales	4
2.1.2 Nacionales	5

2.1.3 Locales	9
<b>2. 2 Bases Teóricas.</b>	<b>12</b>
2.2.1 Teorías Tributarias	12
2.2.2 Elementos del Sistema Tributario Peruano	20
2.2.3 Clasificación de los tributos según su administración	22
2.2.4 Características de la MYPE	43
<b>2.3 Marco Conceptual</b>	<b>46</b>
2.3.1 Cultura tributaria	46
2.3.2 Obligaciones tributarias	52
2.3.3 Nacimiento de la obligación tributaria	52
2.3.4 Elementos de la obligación tributaria	52
2.3.5 Cumplimiento tributario	55
2.3.6 Definición de declaraciones juradas mensuales	55
2.3.7 Características de los comerciantes minoristas de abarrotes	56
2.3.8 Tipo de comercialización en mercado modelo de Sullana	56
2.3.9 Definición de Tributos y sistema tributario nacional.	56
2.3.10 Definición de evasión tributaria	57
2.3.11. UIT - La Unidad Impositiva Tributaria:	58

2.3.12. Formas de declarar el IGV- renta mensual:	58
<b>III.- METODOLOGÍA</b>	<b>61</b>
<b>3.1 Diseño de la investigación</b>	<b>61</b>
<b>3.2 Población y muestra:</b>	<b>61</b>
3.2.1 Población:	62
3.2.2 Muestra	63
<b>3.3 Técnicas e instrumentos</b>	<b>64</b>
3.3.1 Técnica	64
3.3.2 Instrumento:	64
<b>3.4 Definiciones conceptuales y Operacionales de las variables</b>	<b>65</b>
<b>3.5 Matriz de consistencia</b>	<b>67</b>
<b>3.6 Plan de análisis</b>	<b>69</b>
<b>3.7 Principios Éticos</b>	<b>69</b>
<b>IV. RESULTADOS</b>	<b>70</b>
<b>4.1 Resultados</b>	<b>70</b>
4.1.1 Respecto al objetivo específico 1	70
4.1.2 Respecto al objetivo específico 2	79
4.1.3 Respecto al objetivo específico 3	82

4.1.4 Respecto al objetivo específico 4	96
<b>4.2 Análisis de los Resultados</b>	<b>107</b>
4.2.1 Respecto al Objetivo específico 1	107
4.2.2 Respecto al Objetivo específico 2	109
4.2.3 Respecto al Objetivo específico 3	110
4.2.4 Respecto al Objetivo específico 4	113
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>118</b>
<b>5.1 Conclusiones</b>	<b>118</b>
5.1.1 Respecto al Objetivo específico 1	118
5.1.2 Respecto al Objetivo específico 2	119
5.1.3 Respecto al Objetivo específico 3	119
5.1.4 Respecto al Objetivo específico 4	121
<b>VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS</b>	<b>122</b>
<b>6.1 Referencias bibliográficas</b>	<b>122</b>
<b>6.2. ANEXOS.</b>	<b>126</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1 Del genero de los comerciantes minoristas	70
TABLA 2 De la edad de los comerciantes minoristas	71
TABLA 3 Del nivel de educación de los comerciantes minoristas	72
TABLA 4 Antigüedad de negocio	73
TABLA 5 Mantienen los comerciantes precio fijo de sus productos	74
TABLA 6 De la asignación del precio del producto	75
TABLA 7 De los días trabajados	76
TABLA 8 De la asociación de comerciantes minoristas	77
TABLA 9 De la asignación del puesto por la Municipalidad	78
TABLA 10 Del acogimiento de la ley MYPE	79
TABLA 11 De los trabajadores en planilla	80
TABLA 12 Aspectos fomentar la formalidad	81
TABLA 13 De la inscripción en el RUC	82
TABLA 14 Del tipo de contribuyente de los comerciantes minoristas	83
TABLA 15 Del régimen tributario de los comerciantes minoristas	84
TABLA 16 Del tiempo de acogimiento al régimen tributario	85
TABLA 17 Conocimiento de requisitos del Régimen tributario	86
TABLA 18 Complejidad del sistema tributario nacional	87
TABLA 19 De la exigencia de los comprobantes de pago	88
TABLA 20 De la emisión de los comprobantes de pago	89

<b>TABLA 21 Porcentaje de emisión de comprobantes de pago no exigidos</b>	<b>90</b>
<b>TABLA 22 Porcentaje de ventas que les solicitan comprobantes de pago</b>	<b>91</b>
<b>TABLA 23 Factores que influyen en la formación de la cultura tributaria</b>	<b>92</b>
<b>TABLA 24 De la búsqueda de capacitación tributaria</b>	<b>93</b>
<b>TABLA 25 Del Interés de recibir capacitación Tributaria</b>	<b>94</b>
<b>TABLA 26 Del Fomento de la cultura tributaria por parte del estado</b>	<b>95</b>
<b>TABLA 27 Tipo de tributos que paga el comerciante minorista</b>	<b>96</b>
<b>TABLA 28 De las declaraciones y pagos dentro de los plazos establecidos</b>	<b>97</b>
<b>TABLA 29 De las realizaciones de las declaraciones del IGV-Renta Mensual</b>	<b>98</b>
<b>TABLA 30 De la realización de los pagos mensuales de IGV- Renta</b>	<b>99</b>
<b>TABLA 31 Del pago de honorarios al contador</b>	<b>100</b>
<b>TABLA 32 Impacto del incumplimiento tributario a su negocio</b>	<b>101</b>
<b>TABLA 33 Impacto del incumplimiento tributario en la sociedad</b>	<b>102</b>
<b>TABLA 34 Causa del Incumplimiento Tributario</b>	<b>103</b>
<b>TABLA 35 De la declaración y pago voluntario y consiente</b>	<b>104</b>
<b>TABLA 36 Del incentivo por SUNAT por realizar el pago de sus tributos</b>	<b>105</b>
<b>TABLA 37 Beneficios por cumplimiento de obligaciones tributarias</b>	<b>106</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
<b>GRÁFICO 1 Distribución porcentual del género de comerciantes</b>	<b>70</b>
<b>GRÁFICO 2 Distribución porcentual de la edad de comerciantes</b>	<b>71</b>
<b>GRÁFICO 3 Distribución porcentual del nivel de educación de comerc.</b>	<b>72</b>
<b>GRÁFICO 4 Distribución porcentual de la antigüedad del negocio</b>	<b>73</b>
<b>GRÁFICO 5 Distribución porcentual del precio fijo del producto</b>	<b>74</b>
<b>GRÁFICO 6 Distrib. Porcentual de la asignación del precio a su produc.</b>	<b>75</b>
<b>GRAFICO 7 Distrib. Porcentual de los días trabajados</b>	<b>76</b>
<b>GRÁFICO 8 Dist. Porcentual de la asociación de los comerc. Minoristas</b>	<b>77</b>
<b>GRÁFICO 9 Dist. Porc. de la asignación de puesto por la municipalidad</b>	<b>78</b>
<b>GRÁFICO 10 Dist. Porc. del acogimiento de los comerciantes minoristas</b>	
<b>A la ley MYPE.</b>	<b>79</b>
<b>GRÁFICO 11 Distribución porcentual de los trabajadores en planilla</b>	<b>80</b>
<b>GRÁFICO 12 Dist. Porc. Aspectos para fomentar la formalidad.</b>	<b>81</b>
<b>GRÁFICO 13 Dist. Porc. de la inscripción en el ruc</b>	<b>82</b>
<b>GRÁFICO 14 Dist. Porc. del tipo de contribuyente</b>	<b>83</b>



<b>GRÁFICO 15 Distrib. Porc. del régimen tributario</b>	<b>84</b>
<b>GRÁFICO 16 Distrib. Porc. Del tiempo de acogimiento al régimen</b>	<b>85</b>
<b>GRÁFICO 17 Distrib. Porc. Conocimiento de requisitos del régimen acog.</b>	<b>86</b>
<b>GRÁFICO 18 Distrib. Porc. Complejidad del sist. Tributario nacional</b>	<b>87</b>
<b>GRÁFICO 19 Distrib. Porc. De la exigencia de comp. de pago</b>	<b>88</b>
<b>GRÁFICO 20 Distrib. Porc. de la emisión de comprob de pago</b>	<b>89</b>
<b>GRÁFICO 21 Distrib. Porc. del porcentaje de Cdp emitidos y no exigidos</b>	<b>90</b>
<b>GRÁFICO 22 Distrib. Porc. De las ventas por las cuales solicitan Cdp</b>	<b>91</b>
<b>GRÁFICO 23 Distrib. Porc. De factores que influyen en la formac .de</b>	
<b>Cultura tributaria</b>	<b>92</b>
<b>GRÁFICO 24 Distrib. Porc. De la búsqueda de capacitación tributaria</b>	<b>93</b>
<b>GRÁFICO 25 Distrib Porc. Del interese de recibir capacitación tributaria</b>	<b>94</b>
<b>GRÁFICO 26 Distrib. Porc. Del fomento de cultura trib. Por parte del</b>	
<b>Estado</b>	<b>95</b>
<b>GRÁFICO 27 Distrib. Porc. tipo de tributos que paga el comerciante</b>	<b>96</b>
<b>GRÁFICO 28 Distrib. Porc. de la declaración y pago dentro de la fecha</b>	<b>97</b>
<b>GRÁFICO 29 Distrib. Porc de la realización de las declaraciones mensuales</b>	<b>98</b>
<b>GRÁFICO 30 Distrib. Porc. de la realización de los pagos de igv-renta</b>	<b>99</b>

<b>GRÁFICO 31 Distrib Porc. Del pago de honorarios al contador</b>	<b>100</b>
<b>GRÁFICO 32 Distrib Porc. Del impacto del incumplimiento tributario a su negocio</b>	<b>101</b>
<b>GRÁFICO 33 Distrib. Porc del impacto del incumplimiento tributario en la Sociedad</b>	<b>102</b>
<b>GRÁFICO 34 Distrib. Porc. Causas del incumplimiento tributario</b>	<b>103</b>
<b>GRÁFICO 35 Distrib. Porc. del pago voluntario y consciente</b>	<b>104</b>
<b>GRÁFICO 36 Distrib. Porc. del incentivo de SUNAT por realizar el pago</b>	<b>105</b>
<b>GRÁFICO 37 Distrib Porc. de los beneficios por cumplir con sus Obligaciones.</b>	<b>106</b>

## INDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>FIGURA 1 Operaciones Gravadas Renta De Tercera</b>	<b>24</b>
<b>FIGURA 2 Regímenes Tributarios</b>	<b>26</b>
<b>FIGURA 3 Categorías del Nuevo RUS</b>	<b>27</b>
<b>FIGURA 4 Actividades Comprendidas del Régimen Especial</b>	<b>28</b>
<b>FIGURA 5 Impuestos a pagar en el Régimen especial de renta</b>	<b>29</b>
<b>FIGURA 6 Tasas de Impuesto a la renta - personas naturales</b>	<b>36</b>
<b>FIGURA 7 Clasificación de las MYPE</b>	<b>45</b>
<b>FIGURA 8 Régimen laboral de la micro y pequeña empresa</b>	<b>45</b>

## **I. INTRODUCCIÓN**

El principal objetivo de la administración tributaria es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, el oportuno cumplimiento beneficia al contribuyente porque evita el pago de intereses y multas.

Por tanto es necesario comprometer la participación ciudadana de los comerciantes por su papel protagónico y colaborador en el desarrollo del país. Según Solórzano (2011), muchos comerciantes no están preparados para cumplir su rol ante la sociedad, esto es debido a la falta de cultura tributaria, sumada a la carencia de conciencia tributaria y la aplicación de valores que nacen de su propia identidad y formación, para esto es necesario ir mucho más allá y profundizar la relación que debe existir entre el estado y los ciudadanos, para ello es necesario desarrollar una cultura tributaria que permita a los comerciantes concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo acorde con los valores democráticos.

El incumplimiento tributario constituyen un problema nacional y local, los comerciantes se caracterizan por una fuerte tendencia a no cumplir con sus obligaciones tributarias de forma voluntaria, sino bajo presión de parte de la administración tributaria, por temor a las sanciones y multas que genera el incumplimiento de sus obligaciones. Según Alejos y Carranza (2010).

Se espera que el presente informe sea de gran aporte para determinar el impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015 y contribuir a su mayor conocimiento de la cultura tributaria que considero un pilar importante para el cumplimiento tributario.

Por lo anteriormente expuesto la investigación se formula a través del siguiente

**Enunciado:** ¿Cuáles son las principales características de la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015?

**Objetivo general:** Describir la cultura tributaria tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

**Objetivos específicos:**

1. Describir las principales características de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.
2. Describir las principales características de las MYPE del mercado modelo de Sullana en el año 2015.
3. Describir las principales características de la cultura tributaria en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.
4. Describir el impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

Finalmente la investigación se justifica:

**Desde el punto de vista social:** Esta investigación busca el futuro económico del Perú y la búsqueda de una riqueza equitativa por medio de una política tributaria justa y moderna que vaya al compás de la realidad sociológica y no caer en el delito de defraudación tributaria contra el estado lo cual conlleva al perjuicio en la administración de recursos a la sociedad.

**Desde el punto de vista económico:** Esta investigación permitirá medir el impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA debido a una cultura tributaria, lo cual convella al objetivo de la administración tributaria en cuanto al cumplimiento tributario y lo cual se verá reflejada en la recaudación del periodo y permitirá cumplir con el presupuesto nacional para contribuir con el desarrollo económico del país y de programas sociales.

**Desde el punto de vista académico:** Esta investigación permitirá a los estudiantes obtener una base de datos y se constituye como un antecedente para desarrollar trabajos de investigación relacionados a la cultura tributaria en comerciantes minoristas, así como fuente de consulta para público en general.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes.**

#### **2.1.1 Internacionales**

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del mundo, menos Perú; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Cárdenas (2012).** En su tesis *“La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha Cantón Quito”* concluyó que: La realidad demuestra que la falta de conocimiento o en su defecto la mala aplicación y desconocimiento de las leyes o normas tributarias, eso sumado a la falta de difusión o del descuido de los contribuyentes, implica que la ciudadanía no conoce sus obligaciones y responsabilidades. Para crear una cultura tributaria se debe actualizar los conocimientos de los contribuyentes y de esta manera se reducirían las brechas fiscales.

**Basurto (2015).** En su tesis *“La cultura tributaria de las asociaciones de comerciantes minoristas de la Bahía - FEDACOMIB y su incidencia en la continuidad de sus negocios”*. Concluyó que: El comercio informal constituye una gran fuente de trabajo, el mismo que se encuentra en un crecimiento constante y sin mira a disminuir, esto se ve reflejado en el gran crecimiento que ha tenido durante las últimas décadas, motivo por el cual, es necesario fomentar una cultura tributaria que se encuentre enmarcada de acuerdo a lo que estipula la ley.

**Oña y Robalino (2012).** En su tesis *“Cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes minoristas del sector de calderón de la ciudad de Quito durante el año 2011”*

– 2012” concluyó que: La deficiencia de conocimientos de tributarios dificulta el cumplimiento y desempeño de las obligaciones tributarias de los comerciantes minoristas.

Los permanentes cambios en el régimen de tributación están ocasionando serias limitaciones en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

No hay cultura tributaria porque la mayoría de comerciantes minoristas del sector de Calderón han sido objeto de multas, intereses y sanciones impuestas por el Servicio de Rentas Internas.

La informalidad y el cumplimiento parcial de las obligaciones tributarias sea está consciente o involuntariamente causa efectos nocivos a la economía del país.

**Banfi (2013).** En su tesis *“La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria”* concluyó que: De acuerdo con los resultados desarrollados, con base en la cultura tributaria como manifestación del comportamiento social, se observó que los valores representan una conducta primordial desarrollada en las etapas iniciales de la vida para poder convivir con los demás miembros de una comunidad.

De esta forma, es posible compenetrarse con las personas facilitando la interacción entre ellos, logrando así actualizarse de los avances tecnológicos, impositivos, culturales, sociales, entre otros, lo que provoca que los seres humanos actúen dentro de las normas legales establecidas, cumpliendo así con las distintas obligaciones no solo en materia tributaria sino a nivel social evitando sanciones y conductas contrarias al deber ser.

### **2.1.2 Nacionales**

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del Perú, menos en la ciudad de Sullana; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.



**Aguirre y Silva (2013).** En su tesis *“Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo - año 2013”* Concluyó que: 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).

En el presente trabajo realizado se ha procesado la información obtenida de las encuestas de la que se ha determinado que los ingresos que estos comerciantes obtienen mensualmente, superan en su mayoría el tope de la categoría mayor del Nuevo RUS (S/.30,000.00), no correspondiéndoles dicho régimen. Esto genera que un 10% de los encuestados se encuentren en un régimen que no les corresponde. Considerando que se ha determinado un nivel de ventas promedio mensual de S/. 78,000.00, les correspondería estar en el Régimen General.

Determina que un alto porcentaje de estos comerciantes no declara la totalidad de sus ventas, lo que conlleva a una evasión parcial de impuesto General a las Ventas (IGV) e Impuesto a la Renta.

De manera similar se ha determinado que por lo menos un 15% de estos empresarios no declaran a sus trabajadores lo que causa una omisión en la determinación de la contribución al Es salud.

Como una conclusión final mencionamos que coincidimos con el autor Tarrillo en que la falta de una adecuada difusión por parte del Estado respecto a los tributos y el objeto de los mismos, trae consigo la ausencia de una cultura y conciencia tributaria, lo que origina que los contribuyentes se encuentren más propensos a caer en la evasión y elusión tributaria.

**Alejos y Carranza (2010).**En su tesis *“cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central de*

*Huaraz virgen de Fátima periodo 2010*” Concluyó que: la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de Huaraz virgen de Fátima incide favorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, sin embargo la valoración a los tributos por parte de los comerciantes no incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. El 19.69% de los comerciantes del mercado central de Huaraz “tiene cultura tributaria, mientras que el 80.40 no la tienen. Por otra parte el 43.30% de los comerciantes cumplen con sus obligaciones tributarias mientras que el 56.70 no lo cumplen

**Burga (2015).** En su tesis “*Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014*” Concluyó que: 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.

La falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias

**Bravo (2011)** citada por Solórzano (2011). de la revista de administración tributaria N° 31 junio 2011,p.1 “*los valores personales no alcanzan para explicar la conciencia tributaria*”: *experiencia en el Perú – ciat* comenta El concepto de Conciencia Tributaria es “la motivación intrínseca de pagar impuestos” refiriéndose a las actitudes y creencias de las personas, es decir a los aspectos no coercitivos, que motivan la voluntad de contribuir por los agentes, reduciéndose al análisis de la tolerancia hacia el fraude y se cree que está determinada por los valores personales.

**Solórzano (2011).** En su investigación “*La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*” concluyó que: El único camino para combatir estas actividades ilícitas es mediante la cultura tributaria para ello se tiene que implementar y reforzar a los proyectos existentes con programas un poco más atrevidos

que permitan despertar el interés de nuestros aliados estratégicos “los docentes”, quienes a través de ellos puedan impartir estos conocimientos y valores a la población estudiantil de los tres niveles de la Educación Básica Regular – EBR que comprenden Educación Inicial, Educación Primaria y Educación Secundaria, para que en el futuro estos niños y adolescentes sean los futuros ciudadanos, autoridades, conductores del destino de nuestro país con valores sólidos, que combatan la corrupción y evasión tributaria.

**Flórez (2014).** En su investigación sobre el “*análisis de la evasión tributaria en los comerciantes informales de la provincia de Espinar –Cusco*” concluyó que: Las causas más frecuentes que originan la evasión tributaria son, la desconfianza del contribuyente en el estado sobre el destino del dinero por el pago de sus impuestos; causas técnicas como la falta de claridad y precisión de la orientación por parte de la SUNAT; causas jurídicas como el desconocimiento de las normas tributarias. La causa más frecuente que da lugar a la evasión es de gran medida la falta de cultura tributaria por parte de la SUNAT y principalmente en los centros de estudio, por los inadecuados programas curriculares. Incrementar el programa curricular del sistema educativo contenido sobre educación tributaria y una adecuada difusión por parte de la SUNAT los resultados a futuro sería favorables para el estado.

**Mogollón (2014).** En su tesis “*Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región- Chiclayo, Perú*”. Concluyó que: Con este estudio realizado ha quedado evidenciado, que el contribuyente Chiclayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía.

### 2.1.3 Locales

En esta investigación se entiende por antecedentes locales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en la región y ciudad de Piura y ciudad de Sullana; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Castillo (2014).** En su investigación *“Propuesta de programa para incentivar la cultura tributaria en la ciudad de Sullana en el año 2015”* concluyó que: La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. La fomentación de una cultura tributaria que logre cambios en el comportamiento de los contribuyentes es un proceso que necesita tiempo y esfuerzos por parte de las autoridades competentes, es por ello, que no se puede hablar de rapidez o de éxitos en el corto plazo, ya que la adquisición de un determinado comportamiento cultural en aspectos económicos, sociales y políticos es lento, por lo tanto, si la cultura no se cultiva durante años, no se puede improvisar ni suponer.

**Chiroque (2012).** En su tesis *“La cultura tributaria en los negocios del mercado central de la ciudad de Piura”* concluyó que: Hablar de carencia de una conciencia tributaria, significa que en la sociedad no se ha desarrollado el sentido de cooperación de los individuos con el Estado. Los factores intervinientes para el deficiente nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias son de diversa naturaleza, pero la falta de conciencia tributaria es uno de ellos y tiene gran importancia, ya que en buena cuenta refleja la relación entre el contribuyente y el fisco. Es por ello que SUNAT en la actualidad como ente recaudador y fiscalizador está realizando diferentes programas donde se difunde mucho la educación tributaria como por ejemplo con revistas, charlas informativas, orientación al contribuyente y volantes que están a disposición de la población en su oficinas de atención al contribuyente reduciendo la evasión de tributaria

y la informalidad que le genera cuantiosas pérdidas al estado al dejar de recaudar diferentes impuestos que podrían ser utilizados en obras públicas.

**Farfán (2014).** En el artículo: *Reporte de recaudación de la SUNAT en el 2013, en Piura*. Entrevistado por Aldo Chávez 26 febrero 2014, el monto recaudado por la SUNAT en el 2013 en Piura ascendió a S/. 1 755.2 millones (si agregamos el monto por tributos aduaneros), lo cual demuestra el crecimiento económico de la región en los últimos años. Para la profesora del programa académico de Contabilidad, María Jesús Farfán, este desarrollo será completo si se logra un cambio en la conciencia tributaria de los ciudadanos.

Según los informes de la SUNAT, la recaudación proveniente del sector que engloba a la generación de energía eléctrica y agua, turismo y hotelería, y transportes, es el que más aportó, con un 37%. Luego le sigue minería e hidrocarburos con un 36 %; y los demás sectores como comercio, construcción y agroindustria aportaron un total del 27.0 % de lo recaudado.

La docente explicó que estas cifras son obtenidas de acuerdo a la información proveniente de contribuyentes formalizados (y a quienes se les puede hacer seguimiento y fiscalizaciones) e inscritas en la Intendencia Regional Piura. Sin embargo, aclaró, se debe tener en cuenta que las grandes cadenas comerciales que han llegado a Piura no tienen su sede principal aquí y, por lo tanto, la recaudación tributaria proveniente de ellas ingresa a la Intendencia de SUNAT que le corresponda.

“Estas cifras podrían variar si todos los negocios o actividades que en realidad se realizan en Piura estuviesen formalizados. Esto último está vinculado con el crecimiento sostenido de nuestra ciudad; necesitamos un cambio de actitud personal y conjunta. SUNAT está trabajando programas que ayudan al desarrollo de una cultura tributaria, pero aún falta mucho. Si los impuestos cobrados se materializan en buenas obras, si se

observa que los recursos son utilizados adecuadamente, las buenas prácticas de cultura tributaria vendrán como consecuencia”, indicó.

La SUNAT detalló que el 70% de la recaudación corresponde a los principales, medianos y pequeños contribuyentes. La docente explicó que los principales contribuyentes son empresas de altos ingresos, compras y activos y de los cuales se obtiene la mayor recaudación (en relación con el impuesto a la renta de tercera categoría RG aportan el 80% de la recaudación en el 2013, según fuentes de SUNAT).

Agregó que los medianos y pequeños contribuyentes son las demás personas naturales o jurídicas que se encuentran en el régimen general, en el RER, en el RUS u obtienen rentas de otras categorías. Otro de los datos brindados por SUNAT se refiere a la Recaudación Nacional de Tesoro Público, en donde Piura aporta el 1.50% a nivel nacional. Según la profesora, Piura es uno de los departamentos que mayor participación tiene en la distribución departamental del presupuesto del año 2014, después de Lima y Cusco; mientras que a nivel de recaudación está Lima, Arequipa y en tercer lugar Piura.

“Hay que considerar asignación del presupuesto no está directamente relacionado con el nivel de recaudación, sino con las prioridades que considera el Estado en cada región, vinculadas al ámbito social (educación, salud, protección social), productivo (transporte, vivienda, saneamiento), defensa, seguridad, justicia. El tema es que se sepa aprovechar eficientemente la asignación de recursos”, puntualizó.

## **2. 2 Bases Teóricas.**

### **2.2.1 Teorías Tributarias**

#### **Teoría tributaria de la Contribución**

Para la contribución llamado tributo debemos tomar en cuenta los siguientes principios:

**Uniformidad:** establece la educación de los objetos en su hecho generador establece en toda la contribución. Justicia Impositiva: establece de acuerdo al entorno de proporcionalidad el reparto de las empresas públicas de acuerdo al derecho tributario los que tienen más pagan más.

**Legalidad Tributaria:** impone entonces de acuerdo a la seguridad que ningún acto o resolución no sea conforme a la ley, esta no sea pérdida con anterioridad y todo lo que realiza esta formado y motivado.

**Generalidad:** se establece la facultad que tiene el estado de imponer toda la población la obligación de contribuir al gasto público.

**Seguridad Jurídica:** el tributo es uno de los instrumentos de mayor introducción directa en la esfera de la libertad y propiedades de los particulares por lo tanto debe asegurarse su legalidad y seguridad.

**Capacidad Contributiva:** establece la responsabilidad económica de cada individuo de acuerdo a sus ingresos, la obligación de contribuir.

### **Teoría tributaria según David Ricardo**

Ricardo, D. (1959). En su teoría sobre tributación, señala que “el problema principal de la economía política, consiste en determinar las leyes que regulan la distribución entre los propietarios de la tierra, los del capital necesario para cultivarla y los trabajadores que la cultivan”. Es por ello, que el principal problema que observó Ricardo en su época, fue la distribución de la riqueza, puesto que la realidad observada, era el enriquecimiento de unos y el empobrecimiento de otros, a veces en el mismo tiempo.

Así mismo señala, que el reparto o distribución de la riqueza, es precisamente la cuestión más susceptible de ser influida por las ideas políticas y sociales, ya que se pone en ella de manifiesto la pugna entre los intereses económicos de las distintas clases sociales. Y por ello, estableció la importancia de los impuestos, puesto que son una parte del producto de la tierra y del trabajo de un país, que se pone a disposición del Gobierno, y su importe se paga, deduciéndolo del capital o de las rentas del país.

Cabe destacar, que los impuestos vienen a contribuir en el incremento de los ingresos del Estado, aunque los mismos podrían disminuir los beneficios del capital y del trabajo de cada uno de los afectados que cancelan dichos impuestos.

### **Teoría tributaria de los Servicios Públicos.**

Esta teoría sostiene que el Impuesto es el precio de los servicios prestados por el Estado a los particulares, si la Consideramos como algo general y refiriéndose al conjunto de gravámenes que Pesan sobre un masa social, puede tener un elemento de verdad, porque Considerados en esta forma, efectivamente los impuestos que son a cargo de un Conglomerado van a servir principalmente, para pagar los servicios prestados por el Estado a ese conglomerado social o bien servicios que han sido prestados a Generaciones pasadas, o que se prestaran a generaciones futuras, como la Construcción de puentes, puertos, carreteras, escuelas, etc.



### **Teoría tributaria de la Relación de Sujeción.**

Esta teoría señala que la obligación de las personas de pagar tributos surge simplemente de su condición de súbditos, es decir de su deber de sujeción para con el Estado. Dicho en otras palabras la obligación no está supeditada a que el contribuyente perciba ventajas particulares, pues el fundamento jurídico para tributar es pura y simplemente la relación de sujeción.

En contra de esta teoría se han formulado críticas tales como que no sólo los súbditos de un Estado están obligados a tributar, sino también los extranjeros.

### **Teoría tributaria de la Necesidad Social.**

Indica que el fundamento esencial del tributo es la satisfacción de las necesidades sociales que están a cargo del Estado. Esta teoría hace una comparación entre las necesidades del hombre en lo individual con las de la sociedad, las cuales divide en dos clases: físicas y espirituales.

Las necesidades físicas del hombre son los alimentos, vestido, habitación y en general todas aquellas que son indispensables para subsistir. Una vez satisfechas las necesidades físicas se le presentan al hombre a aquellas necesidades que significan mejorar sus condiciones de vida, las que lo elevaran espiritual mente y le proporcionaran una mejoría en su persona, como la cultura intelectual y física y en general todo lo que le permita su superación personal. Pero al igual que el hombre en lo individual, la sociedad también tiene que satisfacer necesidades a fin de poder subsistir, lo cual se puede lograr con los recursos que el Estado percibe por concepto de tributos.

## **Teorías tributarias que fijan la naturaleza de los Impuestos.**

Las Teorías tributarias que fijan la naturaleza de los Impuestos son cinco, las más sobresalientes sobre la naturaleza del impuesto:

### **1. Teoría tributaria de la Equivalencia**

Para esta teoría el impuesto es el precio de los servicios prestados por el Estado a los particulares. Se considera inexacta, porque no todo el rendimiento de los impuestos sirve para cubrir los servicios públicos prestados por el Estado, pues cuando menos una parte, sirve para cubrir otros gastos que el Estado debe hacer que no son de servicio público; existen actividades realizadas por el Estado que son opuestas al de servicio público, pero deben ser cubiertas por los rendimientos de los impuestos, como las guerras; ordinariamente el particular que paga el impuesto, no percibe en cambio un servicio concreto y hay servicios que se prestan a los que no pagan impuestos. Ejemplo: inválidos, niños, enfermos, ancianos, que viven de la asistencia pública por su misma situación personal.

### **2. Teoría tributaria del Seguro**

Para esta teoría el impuesto es una prima de seguros que se paga como garantía de la seguridad individual que está obligado a proporcionar el Estado. Se considera inexacta, porque la actividad del Estado no se ha reducido en ningún tiempo ni podrá estarlo nunca, a una simple función de protección de la hacienda de sus súbditos; además de que las cantidades que el Estado destina a los servicios de seguridad de sus miembros, constituyen una pequeñísima parte de los presupuestos, porque grandes cantidades están destinadas a obra pública, salubridad, educación, etc. En ningún caso ha actuado en

Estado como una empresa de seguros cuando alguno de sus miembros es atacado en su patrimonio o en su persona.

### **3. Teoría tributaria del Capital Nacional**

Para esta teoría, el impuesto representa la cantidad necesaria para cubrir los gastos que demanda la aplicación y explotación del capital nacional. Se estima inexacta, porque la actividad del Estado no puede circunscribirse dentro de determinadas formas únicas, sino que tiene aspectos múltiples que requieren la erogación de cantidades que se obtienen, en forma fundamental, de los impuestos.

### **4. Teoría Tributaria de Eheberg**

El impuesto es sólo un deber que no necesita un fundamento jurídico especial. Sostiene que se debe considerar como un deber tributario o un axioma que en sí mismo no reconoce límites, pero que los tiene en cada caso particular en las razones de oportunidad que aconseja la tendencia a servir el interés general. No se considera acertada.

### **5. Teoría tributaria del Sacrificio**

El impuesto es un sacrificio, que debe ser lo menor posible, está en función de dos variables: la mayor igualdad de repartición del impuesto entre los ciudadanos y el mínimo obstáculo puesto al aumento de la producción. Esta teoría se considera acertada, porque el impuesto significa para el que lo paga un sacrificio porque no obtiene compensación alguna concreta, visible, medible, por la disminución de sus rentas o de su patrimonio que sufre al pagar el impuesto y el Estado al establecer el impuesto, deberá tomar en cuenta esta situación para que ese sacrificio sea el menor posible.

## **Teorías del impuesto a la Renta**

### **Teoría de la Renta-Producto.**

Donde la Renta es la utilidad o ganancia susceptible de obtenerse periódicamente de una fuente más o menos durable en estado de explotación, tales como; capital, trabajo o la aplicación conjunta de capital y trabajo. El art. 1.a de la ley del Impuesto a la Renta del Perú ha recogido con amplitud los alcances de esta concepción teórica de tal manera que los ingresos eventuales no quedan comprendidos dentro del ámbito de aplicación del impuesto. Notamos que la ley describe de modo expreso y detallado a la renta gravable (aspecto objetivo), pero guarda silencio sobre los sujetos que obtienen dicha renta (aspectos subjetivos).

### **Teoría flujo de riqueza.**

Donde el concepto de renta se identifica con el beneficio o utilidad obtenida en un periodo determinado con procedencia de que provenga de una fuente periódica o durable. En el campo de la Política Fiscal esta teoría considera renta gravable a todo beneficio económico que fluya hacia un sujeto. Pasando al terreno legal peruano, el tema es más complicado. No existe un artículo de la LIR que consagre de modo general todos los alcances de la teoría flujo de riqueza. Nuestro legislador recoge algunos casos que se encuentran comprendidos dentro de la teoría flujo de riqueza. En este sentido la ley peruana tiene que proceder con la descripción de cada uno de estos casos por separado. Por ejemplo el art. 1.b de la LIR señala que la ganancia de capital se encuentra afectada al Impuesto a la Renta. En este caso la LIR señala de modo expreso el aspecto objetivo del hecho generador (ganancia de capital).

Con relación al aspecto subjetivo apreciamos que-por regla general- la LIR guarda silencio. En cambio, por excepción, la LIR se refiere de modo expreso a la persona natural cuando por ejemplo el último párrafo del art. 2 de la LIR señala que no constituye una ganancia de capital gravable el resultado de la enajenación de la casa-

habitación por parte de una persona natural. Es verdad que en este caso la LIR se refiere a una renta infecta. Pero, indirectamente, nos da a entender que constituye una renta gravada con el Impuesto a la Renta el resultado de la enajenación de predios tales como una casa de playa –inicialmente adquirida para recreo personal y familiar- cuando es realizada por una persona natural.

### **Teoría del consumo más incremento patrimonial.**

Donde la renta se determina en función de los cambios en el valor del patrimonio durante un periodo determinado debiéndose tener en cuenta los consumos realizados. Se relaciona mucho con la renta ficticia o las rentas imputadas, también se le llama a la tercera teoría de goce o disfrute. Por ejemplo el art. 1.d de la LIR establece que se encuentran sometidas al Impuesto a la Renta las rentas imputadas (atribuidas) que detalla la LIR a lo largo de su texto. Uno de estos casos aparece en el art. 23 de la LIR, según el cual se configura una renta (ficta) cuando el propietario de un predio cede su uso a título gratuito. Definitivamente este dispositivo legal se refiere a la persona natural que cede el indicado predio.

### **Teorías de la rentabilidad y del riesgo en el Modelo de equilibrio de los Activos Financieros**

Este modelo intenta explicar cómo podemos obtener el precio de determinados activos financieros con relación al nivel de riesgo de cada uno de ellos, más precisamente, lo que este modelo busca es encontrar el precio justo de cada activo que asegure al inversor un retorno que compense el riesgo de dicho activo siempre que sea mantenido en una cartera bien diversificada. Los creadores de este modelo fueron los economistas: Sharpe, Lintner, Mossin y Treynor.

Este modelo se apoya en la Teoría de la Cartera de Markowitz, pero agrega a los supuestos ya utilizados por Markowitz algunos más:

-Los inversores eligen sus carteras sobre la base del retorno esperado y el riesgo únicamente.

-Los inversores son adversos al riesgo y buscan maximizar el valor esperado de los rendimientos.

-Todos los inversores tienden al mismo horizonte de decisión en cuanto a las inversiones.

-En el mercado hay competencia perfecta, no existen costos de transacción ni impuestos a la renta, capitales y transferencia de títulos, todos los activos son infinitamente divisibles, la información es gratuita y está al alcance de todos los inversores y estos pueden endeudarse y prestar a la misma tasa sin limitaciones.

-Existe homogeneidad en las expectativas y en el conjunto de inversiones factibles.

### **La Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el Modelo de Mercado de Sharpe.**

El modelo de mercado de Sharpe (1963) surgió como un caso particular del modelo diagonal del mismo autor que fue perfeccionado por J. L. Treynor (1965) para estimar la rentabilidad y el riesgo de los valores mobiliarios o activos financieros. Sharpe consideró que el modelo de Markowitz implicaba un dificultoso proceso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos.

Para evitar esta complejidad, Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice. Según este modelo, el rendimiento de un activo financiero es una función lineal del rendimiento de la cartera de mercado (estimado por el rendimiento del índice). El término independiente de esa expresa la

parte del rendimiento del correspondiente activo financiero que es independiente de las fluctuaciones del mercado, mientras que el coeficiente de la variable independiente o explicativa (rendimiento de mercado), el denominado coeficiente de volatilidad, mide el grado de vinculación o dependencia del rendimiento de ese activo con el rendimiento de mercado. Haciendo uso del método de los mínimos cuadrados no resulta difícil estimar en la práctica el valor de dichos parámetros o coeficientes, a partir de las series históricas de cotización de los correspondientes valores.

### **2.2.2 Elementos del Sistema Tributario Peruano**

El Sistema Tributario está constituido por los siguientes elementos:

#### **Política tributaria**

Son los lineamientos que orientan, dirigen y fundamentan el sistema tributario.

Es diseñada y propuesta por el Ministerio de Economía y Finanzas.

#### **Tributarias normas**

Son los dispositivos legales a través de los cuales se implementa la política tributaria. En nuestro país, comprende el Código Tributario y una serie de normas que lo complementan.

#### **Administración tributaria**

Está constituida por los órganos del estado encargados de aplicar la política tributaria. A nivel de Gobierno central, es ejercida por La Superintendencia Nacional De Aduanas Y De Administración Tributaria- SUNAT. Los Gobiernos Locales recaudan sus tributos directamente en la mayor parte de los casos.

#### **Tributo**

Se conoce así a las aportaciones en dinero o en especie que el Estado, o entidades

públicas designadas por ley, exigen con el objeto de obtener recursos para enfrentar sus gastos y satisfacer las necesidades públicas.

## **Tipos de tributos**

### **Impuesto**

Tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado. Por ejemplo, el impuesto a la renta. Uno aporta el impuesto, pero la contraprestación del Estado por ese aporte no se visualiza de forma inmediata, sino a través de los servicios estatales de educación, salud, administración de justicia, etc.

### **Contribución**

Genera beneficios derivados de servicios colectivos específicos que realiza el Estado. Por ejemplo, las aportaciones a ESSALUD, benefician directamente en prestaciones de salud para quienes realizan esa aportación y para sus familias.

### **Tasa**

Genera la prestación efectiva por el Estado de un servicio público Individualizado en la persona que paga por ese servicio. Por ejemplo, el pago del T.U.U.A. que es el tributo o tasa que se paga cuando alguien desea embarcarse usando los servicios del aeropuerto. De acuerdo a la naturaleza del servicio, las tasas pueden ser:

**Arbitrios:** Por la prestación o mantenimiento de un servicio público. Lo recaudan los Gobiernos Locales.

**Derechos:** Por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes públicos. Por ejemplo, el pago de derechos para obtener una copia de la Partida de Nacimiento o de un asiento (ficha de registro) en los Registros Públicos.



**Licencias:** Gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización. Por ejemplo las Licencias Municipales de Funcionamiento de Establecimientos Comerciales o Licencias de Construcción.

### **2.2.3 Clasificación de los tributos según su administración.**

#### **Gobierno Central**

Impuesto a la Renta  
Impuesto General a las Ventas  
Impuesto Selectivo al Consumo  
Impuesto Extraordinario de Solidaridad  
Derechos Arancelarios

#### **Gobiernos Locales**

Impuesto Predial  
Impuesto de Alcabala  
Impuesto al Patrimonio Vehicular

#### **Otros**

Contribuciones a la Seguridad Social  
Contribución al Servicio Nacional de Adiestramiento Técnico Industrial – SENATI  
Contribución al Servicio Nacional de Capacitación para la Industria de la Construcción – SENCICO.

#### **Gobierno Central**

##### **Impuesto a la Renta.**

El Impuesto a la Renta grava las rentas que provengan del capital, del trabajo y de la

aplicación conjunta de ambos factores, entendiéndose como tales a aquéllas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos.

Las rentas de fuente peruana afectas al impuesto están divididas en cinco categorías, además existe un tratamiento especial para las rentas percibidas de fuente extranjera.

**Primera categoría,** las rentas reales (en efectivo o en especie) del arrendamiento o sub-arrendamiento, el valor de las mejoras, provenientes de los predios rústicos y urbanos o de bienes muebles.

**Segunda categoría,** intereses por colocación de capitales, regalías, patentes, rentas vitalicias, derechos de llave, enajenación de bienes y otros.

**Tercera categoría,** en general, las derivadas de actividades comerciales, industriales, servicios o negocios

De acuerdo con el artículo 28 de la Ley del Impuesto a la Renta son consideradas Rentas de Tercera Categoría las siguientes:

**Figura 1**

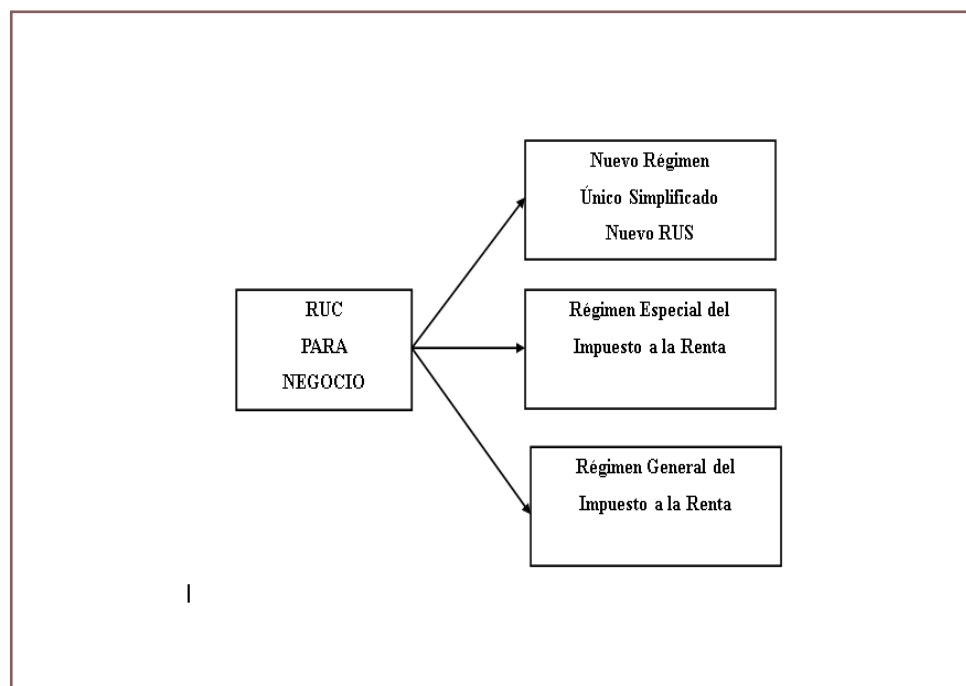
<b>OPERACIONES GRAVADAS RENTA DE TERCERA</b>	
<b>COMERCIO (a)</b>	a) Las derivadas del comercio, la industria o minería; de la explotación agropecuaria, forestal, pesquera o de otros recursos naturales; de la prestación de servicios comerciales, industriales o de índole similar, como transportes, comunicaciones, sanatorios, hoteles, depósitos, garajes, reparaciones, construcciones, bancos, financieras, seguros, fianzas y capitalización; y, en general, de cualquier otra actividad que constituya negocio habitual de compra o producción y venta, permuta o disposición de bienes.
<b>AGENTES MEDIADORES (b)</b>	b) Las derivadas de la actividad de los agentes mediadores de comercio, rematadores y martilleros y de cualquier otra actividad similar
<b>NOTARIOS (c)</b>	c) Las que obtengan los Notarios
<b>GANANCIAS DE CAPITAL OPERACIONES HABITUALES</b>	d) Las ganancias de capital y los ingresos por operaciones habituales a que se refieren los artículos 2º y 4º de esta Ley, respectivamente.
<b>PERSONAS JURÍDICAS</b>	e) Las demás rentas que obtengan las personas jurídicas a que se refiere el Artículo 14º de esta Ley.

<b>ASOCIACIÓN O SOCIEDAD CIVIL</b>	f) Las rentas obtenidas por el ejercicio en asociación o en sociedad civil de cualquier profesión, arte, ciencia u oficio
<b>OTRAS RENTAS</b>	g) Cualquier otra renta no incluida en las demás categorías
<b>CESIÓN DE BIENES</b>	h) La derivada de la cesión de bienes muebles o inmuebles distintos de predios, cuya depreciación o amortización admite la presente Ley
<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR</b>	i) Las rentas obtenidas por las Instituciones Educativas Particulares.
<b>PATRIMONIO FIDEICOMETIDO</b>	j) Las rentas generadas por los Patrimonios Fideicometidos de Sociedades Titulizadoras, los Fideicomisos bancarios y los Fondos de Inversión Empresarial, cuando provengan del desarrollo o ejecución de un negocio o empresa.

Fuente: Rentas empresas tercera categoría página SUNAT.

**Figura 2**

**Regímenes Tributarios:**



Fuente: elaboración propia basada en información [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

**Nuevo Régimen Único Simplificado:**

Es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, el cual les permite el pago de una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos, con la que se reemplaza el pago de diversos tributos.

Este régimen está dirigido a personas naturales que realizan ventas de mercaderías o servicios a consumidores finales. También pueden acogerse al Nuevo RUS las personas que desarrollan un oficio y las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL).

En este régimen tributario está permitida la emisión de boletas de venta y tickets de máquina registradora como comprobantes de pago.

Para el Nuevo RUS está prohibida la emisión de facturas y otros comprobantes que dan derecho a crédito tributario y hay restricciones respecto al máximo de ingresos y/o compras mensuales y/o anuales y también respecto al desarrollo de algunas actividades no permitidas.

### **Determinación y pago- Categorías del NRUS:**

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

**Figura 3**  
**Categorías del Nuevo RUS**

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

Fuente: NRUS página SUNAT.

### **Régimen Especial:**

El Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría, es decir rentas de naturaleza empresarial o de negocio.

**Las actividades comprendidas son las siguientes:**

**Figura 4**

#### **Actividades Comprendidas del Régimen Especial**

<b>Extractivas</b>	<b>Industriales</b>	<b>Comercio</b>	<b>Servicios</b>	<b>Actividades Agropecuarias</b>
<b>Minería</b> <b>Pesquería</b>	<b>Se dedican a la transformación de productos primarios</b>	<b>Compra y venta de bienes que adquieran produzcan o manufacturen</b>	<b>Cualquier otra actividad no señalada en los rubros anteriores</b>	<b>Se incluyen la cría de animales y el cultivo de plantas</b>

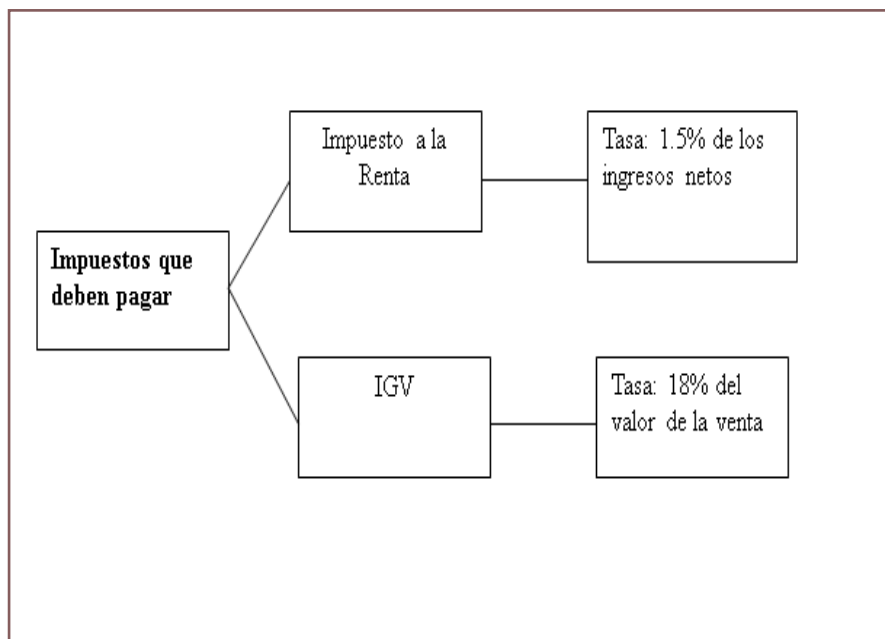
**Fuente:** Régimen especial de renta página SUNAT [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

### Calculo del monto a pagar en el Régimen especial de renta:

Los contribuyentes que se acojan al RER, deben cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta (Régimen Especial) y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas:

**Figura 5**

#### **Impuestos a pagar en el Régimen especial de renta**



**Fuente:** Régimen especial de renta página SUNAT [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

### **Declaración y pago del régimen especial**

La declaración y pago de los impuestos aplicables para las empresas acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER), se realizará mensualmente de acuerdo al plazo establecido en los cronogramas mensuales.



Los contribuyentes del RER se encuentran exceptuados de la presentación de la Declaración Anual del Impuesto a la Renta.

Base Legal: Artículo 120 de la Ley del Impuesto a la Renta.

Régimen Especial del Impuesto a la Renta.

**Otras obligaciones del RER:**

**Libros y Registros Contables:**

Registro de Compras

Registro de Ventas

**Régimen general**

Las Micro, Pequeña y Mediana Empresas pueden también estar comprendidas en este Régimen y elegir esta opción desde que inician sus actividades económicas ya sean Personas naturales o Personas Jurídicas es decir cuando estén constituidas como Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, Sociedades de Responsabilidad Limitada o Sociedades Anónimas respectivamente.

Grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados.

Se deben sustentar los gastos.

Exige presentar Declaración Anual.

Se deben realizar pagos a cuenta mensuales por Impuesto a la Renta.

### **Determinación de pagos a cuenta:**

A fin de determinar los pagos a cuenta mensuales se deben de seguir los siguientes pasos:

#### **a) Determinación del coeficiente que se aplicará a los ingresos obtenidos en el mes:**

Para determinar el mencionado coeficiente se debe dividir:

#### **Impuesto calculado del ejercicio anterior**

#### **Ingresos netos del ejercicio anterior**

El coeficiente resultante se redondea considerando 4 decimales.

Respecto de los períodos de enero y febrero la división se realiza de la siguiente manera:

#### **Impuesto calculado del ejercicio precedente al anterior**

#### **Ingresos netos del ejercicio precedente al anterior**

El coeficiente resultante se redondea considerando 4 decimales.

De no existir impuesto calculado el ejercicio anterior, ni del precedente al anterior, a fin de determinar el pago a cuenta mensual se deberá aplicar el 1.5% a los ingresos netos obtenidos en el mes.

#### **b) Determinación de la cuota con la aplicación del coeficiente determinado en**

a): Una vez determinado el coeficiente, éste se aplica a los ingresos netos del mes:

Ingresos Netos x Coeficiente calculado = Cuota A)

#### **c) Comparación de Cuotas.**

La cuota determinada la Cuota A) se compara con la cuota resultante de la siguiente operación:

Ingresos del mes x 1.5%

De la comparación de ambas se elige la mayor, dicho monto es el pago a cuenta mensual determinado.

**Los sujetos del RG están obligados a llevar los siguientes libros:**

**Ingresos menores a 150 UIT llevarán:**

Registro de Ventas e Ingresos.

Registro de Compras.

Libro Diario formato simplificado..

**Ingresos desde 150 UIT hasta 500 UIT:**

Registro de Ventas e Ingresos.

Registro de Compras.

Libro Diario.

Libro Mayor

**Ingresos superiores a 500 UIT hasta 1,700 UIT:**

Registro de ventas e ingresos.

Registro de compras.

Libro Diario.

Libro Mayor.

Libro de Inventarios y Balances.

**Ingresos mayores a 1,700 UIT llevarán Contabilidad Completa.**

**Comprobantes de pago según régimen tributario:**

**RER Y Régimen General**

Facturas

Boletas de venta

Tickets

Liquidación de compra

Notas de crédito

Notas de débito.

## **NRUS**

Boleta de Venta

Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras que no permitan ejercer el derecho al crédito fiscal

### **Declaración según régimen tributario:**

NRus

Formulario Virtual N° 1611 (Guía Pago Fácil)

#### **Régimen Especial**

PDT 621 IGV-Renta

Formulario Virtual N° 621 (Guía Pago Fácil)

Declara fácil

#### **Régimen General**

PDT 621 IGV-Renta

Formulario Virtual N° 621 (Guía Pago Fácil)

Declara fácil.

**Cuarta categoría,** las obtenidas por el ejercicio individual de cualquier profesión, ciencia, arte u oficio.

**Quinta categoría,** las obtenidas por el trabajo personal prestado en relación de dependencia.

Los contribuyentes para fines del Impuesto se clasifican en contribuyentes domiciliados y contribuyentes no domiciliados en el Perú y; en personas jurídicas, personas naturales. Los contribuyentes domiciliados tributan por sus rentas anuales de fuente mundial, debiendo efectuar anticipos mensuales del impuesto. En cambio, los contribuyentes no domiciliados, conjuntamente con sus establecimientos permanentes en el país, tributan sólo por sus rentas de fuente peruana, siendo de realización inmediata. Se considerarán domiciliadas en el país, a las personas naturales extranjeras que hayan residido o permanecido en el país por 2 años o más en forma continuada. No interrumpe la continuidad de la residencia o permanencia, las ausencias temporales de hasta 90 días en el ejercicio; sin embargo, podrán optar por someterse al tratamiento que la Ley otorga a las personas domiciliadas, una vez que hayan cumplido con 6 meses de permanencia en el País y se inscriban en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Se consideran como rentas de fuente peruana, sin importar la nacionalidad o domicilio de las partes que intervengan en las operaciones y el lugar de celebración o cumplimiento de los contratos, a las siguientes:

Las producidas por predios situados en el territorio del país.

Las producidas por capitales, bienes o derechos, incluidas las regalías, situados físicamente o colocados o utilizados económicamente en el país. Las originadas en el trabajo personal o en actividades civiles, comerciales o de cualquier índole, que se lleven a cabo en el territorio del Perú. Las obtenidas por la enajenación de acciones o participaciones representativas del capital de empresas o sociedades constituidas en el Perú.

Los contribuyentes domiciliados que realizan actividades consideradas como de la tercera categoría, según la Ley del Impuesto – actividades comerciales, industriales, etc. deberán aplicar la tasa del 28% sobre la renta imponible.

Se dispone la aplicación de las siguientes tasas para los intereses provenientes de créditos externos:

4,99%: siempre que los créditos cumplan con los siguientes requisitos:

En caso de préstamos en efectivo, que se acredite el ingreso de la moneda extranjera al país; y, que el crédito no devengue un interés anual al rebatir superior a la tasa preferencial predominante en la plaza de donde provenga, más tres puntos. Los referidos tres puntos cubren los gastos y comisiones, primas y toda otra suma adicional al interés pactado de cualquier tipo que se pague a beneficiarios del extranjero.

30%: que se aplicará de la siguiente forma:

Para los créditos que no cumplan con el requisito establecido en el primer ítem del numeral 1, o que excedan de la tasa máxima de interés establecida en el segundo ítem del mismo numeral, en cuyo caso la tasa de 30% se aplica sobre la parte que excede de dicha tasa.

Sobre el íntegro de los intereses que abonen al exterior “las empresas privadas del país por créditos concedidos por una empresa con la que se encuentre vinculada económicamente.

1%: por los intereses que abonen al exterior las empresas bancarias y las empresas financieras establecidas en el Perú como resultado de la utilización en el país de sus líneas de crédito en el exterior.

Por su parte, en el caso de personas naturales domiciliadas que obtengan rentas de cualquier categoría, con excepción de la de tercera categoría, la tasa es progresiva.

**Figura 6**

**Tasas de Impuesto a la renta - personas naturales**

<b>Niveles</b>	<b>Porcentaje</b>
Hasta 5 UIT	8%
Más de 5 UIT hasta 20 UIT	14%
Más de 20 UIT hasta 35 UIT	17%
Más de 35 UIT hasta 45 UIT	20%
Más de 45 UIT	30%

Fuente: Elaboración propia en base a información de SUNAT

**Impuesto general a la Ventas (IGV).**

El IGV es el Impuesto General a las Ventas que grava varias actividades siempre y cuando se realicen en el Perú. Es decir, es el tributo que se paga por las ventas o servicios que se realiza en el país. Este impuesto grava también las importaciones, la prestación o utilización de servicios prestados en el país, o los contratos de construcción.

En el Perú la tasa correspondiente actualmente del IGV es el 18% aplicado al total de las ventas que incluye el 2% correspondiente al Impuesto de promoción municipal. Entonces, el IGV a pagar se determina cada mes aplicando 18% (incluye el 2% del impuesto de promoción municipal) sobre el total de las ventas; se resta a este importe el crédito fiscal que se origina por el IGV consignado en las facturas de todas las compras

realizadas y anotadas en el mismo mes en el registro de compras, vinculadas a las actividades de la empresa.

Solamente grava el valor agregado en cada periodo del proceso de producción y circulación de servicios y bienes, de esta forma se permite la deducción del impuesto que se ha pagado en el anterior periodo, cosa que se denomina crédito fiscal.

### **Impuesto de Promoción Municipal**

Este Impuesto se aplica en los mismos supuestos y de la misma forma que el Impuesto General a las Ventas, con una tasa de 2%, por lo tanto, funciona como un aumento de dicho Impuesto.

En la práctica, en todas las operaciones gravadas con el Impuesto General a las Ventas se aplica la tasa del 18%, que resulta de la sumatoria de este impuesto con el de Promoción Municipal.

### **Impuesto Selectivo al Consumo**

El Impuesto Selectivo al Consumo es un tributo al consumo específico, y grava la venta en el país a nivel de productos de determinados bienes, la importación de los mismos, la venta en el país de los mismos bienes cuando es efectuada por el importador y los juegos de azar y apuestas. De manera similar a lo que acontece con el Impuesto General a las Ventas este tributo es de realización inmediata, pero se determina mensualmente. Las tasas de este Impuesto oscilan entre 0 y 300%, dependiendo del bien gravado, según las tablas respectivas.

### **Impuesto Predial**

El Impuesto Predial es un tributo municipal de periodicidad anual que grava el valor de los predios urbanos o rústicos. Para este efecto, se consideran predios a los terrenos, las edificaciones e instalaciones fijas y permanentes.



La Tasa del Impuesto es acumulativa y progresiva variando entre 0.2% y 1%, dependiendo del valor del predio.

Se encuentran inafectos del Impuesto Predial, entre otros, los de propiedad de las Universidades, centros educativos y los comprendidos en concesiones mineras.

### **Impuesto de Alcabala**

El Impuesto de Alcabala grava las transferencia de inmuebles a título oneroso o gratuito, cualquiera sea su forma o modalidad, inclusive las ventas con reserva de dominio.

La base imponible será el valor del inmueble determinado para efectos del Impuesto Predial. La tasa aplicable es del 3%, de cargo del comprador. Se encuentran exonerados de este Impuesto, la transferencia al Estado de los bienes materia de la concesión que realicen los concesionarios de las obras públicas de infraestructura y de servicios públicos al término de la concesión; así como las transferencias patrimoniales derivadas de las fusiones, divisiones o cualquier otro tipo de reorganización de empresas del Estado, en los casos de inversión privada en empresas del Estado.

Debe mencionarse que la venta de inmuebles que se encuentre gravada con el Impuesto General a las Ventas, no se encuentra afecta al Impuesto de Alcabala, salvo la parte correspondiente al valor del terreno. Cabe precisar, que se encuentra gravada con el Impuesto General a las Ventas la primera venta de inmuebles realizada por el constructor de los mismos.

### **Impuesto al Patrimonio Vehicular**

El Impuesto al Patrimonio Vehicular es de periodicidad anual y grava la propiedad de los vehículos automóviles, camionetas y station wagons, fabricados en el país o

importados, con una antigüedad no mayor de 3 años. La antigüedad de 3 años se computará a partir de la primera inscripción en el Registro de Propiedad Vehicular.

La base imponible está constituida por el valor original de adquisición, importación o de ingreso al patrimonio, siendo que la tasa es de 1%.

### **Contribución al SENATI**

La Contribución grava el total de las remuneraciones que pagan a sus trabajadores las empresas que desarrollan actividades industriales manufactureras en la Categoría D de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU de todas las actividades económicas de las Naciones Unidas (Revisión 4). Debe entenderse por remuneración todo pago que perciba el trabajador por la prestación de servicios personales, sujeto a contrato de trabajo, sea cual fuere su origen, naturaleza o denominación.

La tasa de la Contribución al SENATI es de 0.75% del total de las remuneraciones que se paguen a los trabajadores.

### **Contribución al SENCICO**

Aportan al Servicio Nacional de Capacitación para la Industria de la Construcción – SENCICO, las personas naturales y jurídicas que construyan para sí o para terceros dentro de las actividades comprendidas en la Gran División 45 de la CIIU de las Naciones Unidas.

La tasa de esta contribución es de 0.2% y se aplica sobre el total de los ingresos que perciban los sujetos pasivos, por concepto de materiales, mano de obra, gastos generales, dirección técnica, utilidad y cualquier otro elemento facturado al cliente, cualquiera sea el sistema de contratación de obras.

## **Contribución a la Seguridad Social**

### Régimen Contributivo de la Seguridad Social en Salud

La Ley N° 27056 creó el Seguro Social de Salud (ESSALUD) en reemplazo del Instituto Peruano de Seguridad Social (IPSS) como un organismo público descentralizado, con la finalidad de dar cobertura a los asegurados y derecho – habientes a través de diversas prestaciones que corresponden al Régimen Contributivo de la Seguridad Social en Salud. Este seguro se complementa con los planes de salud brindados por las entidades empleadoras ya sea en establecimientos propios o con planes contratados con Entidades Prestadoras de Salud (EPS) debidamente constituidas. Su funcionamiento es financiado con sus recursos propios.

Son asegurados al Régimen Contributivo de la Seguridad Social en Salud los afiliados regulares (trabajadores en relación de dependencia y pensionistas), afiliados potestativos (trabajadores y profesionales independientes) y derecho – habientes de los afiliados regulares (cónyuge e hijos).

### **Sistema Nacional de Pensiones**

Se creó en sustitución de los sistemas de pensiones de las Cajas de Pensiones de la Caja Nacional de Seguridad Social, del Seguro del Empleado y del Fondo Especial de Jubilación de Empleados Particulares.

A partir del 1 de junio de 1994 la Oficina de Normalización Previsional (ONP), tiene como función administrar el Sistema Nacional de Pensiones y el Fondo de Pensiones a que se refiere el Decreto Ley N° 19990.

Se consideran asegurados obligatorios, a los siguientes:

Trabajadores que prestan servicios bajo el régimen de la actividad privada a empleadores particulares cuales quiera que sea la duración del contrato de trabajo y/o el

tiempo de trabajo por día, semana o mes, siempre que no estén afiliados al Sistema Privado de Pensiones.

Algunos trabajadores que prestan servicios al Estado.

Trabajadores de empresas de propiedad social, de cooperativas de usuarios, de cooperativas de trabajadores y similares.

Trabajadores del servicio del hogar.

### **Las aportaciones**

Aportan los trabajadores en un porcentaje equivalente al 13% de la remuneración asegurable. Las aportaciones serán calculadas sin topes, sobre la totalidad de las remuneraciones percibidas por el asegurado.

### **Prestaciones**

Las prestaciones a las que tiene derecho el asegurado son las siguientes:

Pensión de invalidez;

Pensión de jubilación;

Pensión de sobrevivientes

Capital de defunción

### **Sistema Privado De Administración De Fondos De Pensiones (SPP)**

Este sistema se encuentra regulado por el Decreto Supremo N° 054-97-EF, TUO de la Ley del Sistema Privado de Administración de Fondos de Pensiones y su Reglamento Decreto Supremo N° 004-98-EF, entre otras normas.

Es un régimen previsional conformado por las Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (AFP), las cuales iniciaron sus operaciones el 7 de mayo de 1993, y se encargan de administrar los aportes de sus afiliados bajo la modalidad de cuentas de capitalización individual.

Otorgan las pensiones de jubilación, invalidez, sobrevivencia y no incluye prestaciones de salud, ni riesgos de accidentes de trabajo.

Cuando un trabajador no afiliado al Sistema Privado de Pensiones ingrese a laborar a un centro de trabajo, el empleador deberá obligatoriamente afiliarlo a una AFP que aquél elija, salvo que expresamente y por escrito, manifieste su decisión de permanecer o incorporarse al Sistema Nacional de Pensiones.

Los aportes son de cuenta exclusiva del trabajador.

Tasas de las aportaciones

a. Aportes obligatorios

El 10% de la remuneración asegurable.

Un porcentaje de la remuneración asegurable por prestaciones de invalidez, sobrevivencia y sepelio.

Los montos y/o porcentajes que cobren las AFP.

b. Aportes voluntarios

Pueden ser con fin previsional, sujetos a retiro al final de la etapa laboral. Los trabajadores con 5 años como mínimo de incorporación al Sistema Privado de Pensiones o 50 años de edad pueden realizar aportes voluntarios.

Los tributos son ingresos públicos de Derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente, exigidas por una administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la ley vincule en el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público, sin perjuicio de su posibilidad de vinculación a otros fines. (Queralt, 2007).

#### **2.2.4 Características de la MYPE**

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

No incluye a los que se dediquen al rubro de Bares, discotecas, juegos de azar y afines.

**Escalante (2014).** *Siete puntos claves en los cambios de la ley de Mype-* Resumen diario el comercio.

Las modificaciones de la Ley 30056, que entraría en vigencia en febrero, buscar dar mayor impulso a las Mype

Se espera que con la Ley 30056 (Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial) el panorama para las pequeñas y microempresas sea distinto este año. “La ley ataca varios de los problemas de las Mype, como la informalidad, la falta de capital humano capacitado, los altos costos para innovar”, dice el viceministro de Industria y Mype, Francisco Grippa.

El funcionario calcula que luego de aprobarse el reglamento, que se ha pre publicado para recibir sugerencias hasta el viernes 24 de enero, la ley podrá entrar en vigencia desde febrero.

Aquí siete puntos importantes sobre los cambios en esta norma:

Ya no se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas. De este modo una microempresa podrá contratar más personas que las diez a las que antes estaba limitada. Desde ahora una microempresa será la que tiene ventas anuales hasta por un máximo de 150 UIT (S/.555 mil) y una pequeña empresa la que vende entre 150 UIT (S/.555 mil) y 1.700 UIT (S/.6'290.000).

Durante los tres primeros años, desde su inscripción en el Remype, las nuevas empresas no serán sancionadas al primer error si cometen una falta laboral o tributaria, sino que tendrán la posibilidad de enmendarlo sin tener que pagar multas. Esta norma no se aplicará cuando en un lapso de 12 meses la empresa incurra en la misma infracción en dos o más oportunidades.

Si una microempresa supera el monto de ventas que manda la ley podrá tener plazo de un año para pasar ya como pequeña empresa al régimen laboral especial que le correspondería. De igual modo, si una pequeña empresa vende más de lo establecido tendrá hasta tres años para pasar al régimen general.

Las pequeñas, medianas y microempresas que capaciten a su personal podrán deducir este gasto del pago del Impuesto a la Renta por un monto máximo similar al 1% del costo de su planilla anual.

El Remype, que permanece hoy bajo la administración del Ministerio de Trabajo, pasará a la SUNAT.

Las empresas individuales de responsabilidad limitada podrán estar en el Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo Rus) que antes solo estaba dirigido a las personas naturales. Con esto tendrán algunos beneficios tributarios.

En cuanto a las compras estatales, las instituciones tendrán a partir de la vigencia de la ley como máximo 15 días para pagarles a sus proveedores Mype. El Estado tiene la obligación de comprarle a las Mype al menos el 40% de lo que requiere.

**Figura 7**

**Clasificación de las MYPES**

Clasificación	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Nivel de ventas UIT* 3850	Hasta 150 UIT/Año	> 150-1700 UIT/Año	> 1700-2300 UIT/Año

Fuente: elaboración propia en base ley 30056. UIT 2015

**Figura 8**

**Régimen laboral de la micro y pequeña empresa**

<b>MICRO EMPRESA</b>	<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)

Fuente: elaboración propia en base ley 30056. UIT 2015



## **2.3 Marco Conceptual**

### **2.3.1 Cultura tributaria**

#### **Definiciones**

Según Robles, citado por **León (2006)** la cultura es una riqueza, un capital social, que tiene su lógica. Si no se cultivó durante años, mejor aún durante siglos, no se puede ahora improvisar ni suponerla. Es un capital que hay que crearlo y lleva su tiempo. Pero se puede crear, sólo que hay que saber cómo hacerlo.

Los valores matriciales, y por lo tanto más importantes, en nuestra sociedad y cultura de conocimiento, son el conocimiento y la participación. Es, pues, sobre estos hay que crear y acumular la nueva cultura tributaria. No hay otro camino. Conocimiento aquí significa información total, transparencia, análisis riguroso, planteamiento de todos los escenarios posibles, valoración crítica de los mismos. Participación significa que los afectados, todos los ciudadanos, asuman parte en la definición del modelo de desarrollo humano como país, en la definición y elaboración de las políticas tributarias y en la decisión del sistema tributario que se necesita y conviene.

En tal sentido, la participación implica que, por municipios y regiones, todos tomemos parte tanto en la elaboración y aprobación del presupuesto nacional como en la determinación de los tributos a recolectar. Sobre estas prácticas culturales y sociales, antes de lo imaginado, contaremos con la cultura tributaria que ahora tanto echamos de menos. Pero nunca sin ellas.

A efecto de fortalecer la Cultura Tributaria, entendida ésta como el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido 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.

Esta comprensión se alimenta de información oportuna y de formación adecuada, las cuales deben conducir hacia la aceptación, derivada de la concienciación. Ésta es indispensable para lograr una recaudación firme y sostenible en el mediano y largo plazo, de manera que también sea posible cumplir los compromisos desde el punto de vista de planificación y recursos presupuestarios y fiscales. En síntesis, los ejes centrales para la promoción de la Cultura Tributaria son la información, formación y concienciación, los cuales se articulan en torno a la razón como móvil deseable fundamental de la acción de tributar,

En este orden de ideas, **Méndez, Morales & Aguilera (2005)**, señalan: si pagar impuestos es un hecho individual de trascendencia social, entonces la cultura tributaria es la variable que engloba ambas dimensiones. En Venezuela una cultura tributaria apenas puede considerarse como una posibilidad aún bastante incipiente en los horizontes de la relación Ciudadano-Estado. A juicio de los autores mencionados, esa cultura no se decreta, no se despliega ni madura a instancias del poder estatal porque desde ese ámbito se concibe, entiende e identifica sólo con el pago de impuestos. De manera que la receta desde el Estado, luce así: cultura tributaria = pagar impuestos.

Por un lado, una cultura tributaria por su raigambre histórica, su propósito y carácter colectivo, es asunto singular y primordial de los ciudadanos, en particular de los contribuyentes; sólo ellos son los sujetos activos como sector o ente social y no los representantes del Estado ni tampoco un determinado gobernante o funcionario de turno. Por otro lado, una cultura tributaria se estudia, cualifica y cuantifica con parámetros y criterios precisamente socio-culturales y no por el lado de los aumentos, agregados o cálculos apegados a las cuentas y finanzas nacionales; ni tampoco a partir de las opiniones y noticias que manejan los funcionarios de las instituciones tributarias desde su parcial interés y curioso entender sobre esa cultura.

Para los autores citados (2005), en primer lugar, el problema social y sociológico de la cultura tributaria atañe a la población ciudadana en el sistema político de una democracia; por consiguiente, el sujeto u objeto de estudio es la población contribuyente; ésta es el agente activo en la práctica, cara a la realidad social de la vida cotidiana y en el mediano plazo.

En segundo lugar, una cultura tributaria interesa, compromete y activa a la sociedad civil, a sus formas sociales de organización y asociación local (que no al Estado, ni a sus órganos burocráticos de poder, tales como gobierno, organismos tributarios, ministerios, representantes, etc.).

Y en tercer lugar, estimar que la noción de cultura tributaria iría acompañada de otros conceptos y categorías de análisis conexos a la vida social, política y cultural de la sociedad venezolana; entre unas u otras escogencias teórico-conceptuales cabe destacar, por ejemplo, ciudadanía, deberes y derechos, servicios públicos, justicia social, símbolos y valores culturales, vida pública y vida ciudadana, legalidad y legitimidad, prácticas y representaciones sociales.

Por último, el tema cultura tributaria concita tratamientos conexos a los enfoques propios de la sociología, antropología y ciencia política o entre quienes tienen formación y experiencia en estos campos del conocimiento.

En el mismo orden de ideas, para **Mendoza (2002)**. La cultura tributaria representa una parte de la cultura nacional, va a tener un contenido individual, al consistir en la creencia íntima que tiene cada persona miembro de una agrupación social que el impuesto constituye una aportación justa e imprescindible y de provecho al ser utilizado para satisfacer las necesidades de la colectividad de la cual forman parte.

De la misma manera, Carrero (2007) expresa que la cultura tributaria es la forma en que los individuos de una sociedad construyen una imagen de los impuestos a partir de una combinación de información y experiencia sobre la acción y desempeño del Estado. Continúa la autora indicando que no es solo el conocimiento de los ciudadanos sobre sus responsabilidades contributivas y su acción correspondiente, es una ecuación donde sus variables son la carga tributaria, el compromiso del contribuyente y la acción del Estado.

En cuanto a los elementos de la cultura tributaria y su interrelación se encuentran las personas o individuos contribuyentes quienes reciben la información, la organizan e internalizan y actúan de acuerdo a sus actitudes y valores en función de los servicios sociales que espera recibir a cambio de la cancelación de los tributos, frente al Estado quien ejerce la gestión tributaria y debe garantizar la atención a la ciudadanía haciendo un buen uso de los ingresos percibidos por concepto de la tributación, propiciando de esta manera el bienestar social de la sociedad. Ahora bien, no puede hablarse de cultura tributaria, sin introducir el tema de la conciencia tributaria, entendida como el desarrollo del sentido de cooperación de los individuos de una sociedad con el Estado, contribuyendo con el mismo a través del pago de tributos, para que el Estado cumpla la razón de su existencia, la cual es prestar buenos servicios públicos, maximizando la calidad de vida en la sociedad. Al respecto, la carencia de conciencia tributaria está relacionada con la falta de educación sobre el tema la poca solidaridad con el Estado, así como razones de historia económica, y la idiosincrasia del pueblo en cuanto a la evasión del impuesto, así como la poca claridad en el destino de los ingresos percibidos por los tributos.

Para **Las Heras (2006)**. Cuando se habla de carencia de conciencia tributaria, se dice que ella implica que en la sociedad no se ha desarrollado el sentido de cooperación de los individuos con el Estado. Señala el autor que no se considera que el Estado lo conformamos todos los ciudadanos y que el vivir en una sociedad organizada, implica que todos debemos contribuir a otorgarle los fondos necesarios para cumplir la razón de su existencia, cual es, prestar servicios públicos. Todo ello es así, y los ciudadanos saben

que el Estado debe satisfacer las necesidades esenciales de la comunidad, que los individuos por si solos no pueden lograrlo. Por otra parte, la sociedad demanda cada vez con mayor fuerza que el Estado preste los servicios esenciales como salud, educación, seguridad, justicia, etc., pero que estos servicios los preste con mayor eficiencia.

Como lo expresa la doctrina, la formación de la conciencia tributaria se asienta en dos pilares. El primero de ellos, en la importancia que el individuo como integrante de un conjunto social, le otorga al impuesto que paga como un aporte justo, necesario y útil para satisfacer las necesidades de la colectividad a la que pertenece. El segundo pilar, lo basa en que el mismo prioriza el aspecto social sobre el individual, en tanto esa sociedad a la que pertenece el individuo, considere al evasor como un sujeto antisocial, y que con su accionar agrede al resto de la sociedad.

Profundizando el análisis de la falta de conciencia tributaria, señala Las Heras (op cit) que ella tiene su origen en: a) Falta de educación; b) Falta de solidaridad; c) Razones de historia económica; d) Idiosincrasia del pueblo y e) Falta de claridad del destino del gasto público.

Según **Smithwarl (2012)**. Siempre se ha pensado que bastaba que el ciudadano tuviese temor a que lo detecten y sancionen para que estuviera convencido que era mejor pagar sus tributos. Esta forma de pensar se llama La teoría de la disuasión.

De acuerdo a dicha teoría - muy usada por las administraciones tributarias- para una persona adversa al riesgo, la disposición a pagar impuestos será mayor cuanto mayor sea la probabilidad que la Administración Tributaria descubra y sancione a los evasores y mayor sea la penalidad que se aplique a los evasores.

Sin embargo estudios realizados en muchos países, incluido el nuestro, muestran que esta teoría tiene limitado poder explicativo y que los tradicionales métodos de coerción solo una fracción del cumplimiento fiscal voluntario. Así se ha encontrado que en economías desarrolladas con altos niveles de cumplimiento de sus obligaciones tributarias, como es el caso de los países nórdicos, los ciudadanos perciben que en realidad la administración tributaria de su país no tiene necesidad de desplegar operativos para detectar a los evasores.

En cambio en países como el Perú tenemos bajos niveles de cumplimiento de nuestras obligaciones tributaria a pesar que percibimos que las posibilidades de que nos detecten y sancionen son elevadas.

En conclusión como no basta con fiscalizar y sancionar para que los ciudadanos cumplan voluntariamente con sus obligaciones fiscales, entonces es de suponer que existen otros elementos que intervienen para que el ciudadano decida cumplir dichos deberes. Les adelanto que aquel elemento se llama CONCIENCIA TRIBUTARIA.

**Roca (2011)** citada por **Solórzano (2011)**. Define cultura tributaria como un “Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”.

En la mayoría de países latinoamericanos ha prevalecido una conducta social adversa al pago de impuestos, manifestándose en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento. Dichas conductas intentan auto justificar, descalificando la gestión de la administración pública por la ineficiencia o falta de transparencia en el manejo de los recursos así como por la corrupción.

### 2.3.2 Obligaciones tributarias

- Vínculo entre el estado y el contribuyente o responsable.
- Es un vínculo jurídico originado por el TRIBUTO, establecido por ley.
- OBJETO: Cumplimiento de la prestación tributaria.
- Exigible coactivamente.
- **Sustancial** : Deber del contribuyente o responsable de pagar tributos.
- **Formal** : Cumplir con los mecanismos, medios, plazos, formas y condiciones de control implementados por el estado a fin de garantizar la obligación sustancial.

### 2.3.3 Nacimiento de la obligación tributaria

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

### 2.3.4 Elementos de la obligación tributaria

- Acreedor tributario - Deudor tributario, contribuyente y responsable:

#### **DEUDOR TRIBUTARIO**

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

#### **CONTRIBUYENTE**

Contribuyente es aquél que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria.

#### **RESPONSABLE**

Responsable es aquél que, sin tener la condición de contribuyente, debe cumplir la obligación atribuida a éste.

- **ACREEDOR TRIBUTARIO**

Acreeedor tributario es aquél en favor del cual debe realizarse la prestación tributaria.

El Gobierno Central, los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales, son acreedores de la obligación tributaria, así como las entidades de derecho público con personería jurídica propia, cuando la ley les asigne esa calidad expresamente.

La Administración tributaria en el gobierno central es la Superintendencia Nacional de Aduana y de administración tributaria- SUNAT.

**¿Qué es la SUNAT?**

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, de acuerdo a su Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, correspondían a esta entidad.

Tiene domicilio legal y sede principal en la ciudad de Lima, pudiendo establecer dependencias en cualquier lugar del territorio nacional.

**Finalidad**

La SUNAT tiene como finalidad primordial administrar los tributos del gobierno nacional y los conceptos tributarios y no tributarios que se le encarguen por Ley



o de acuerdo a los convenios interinstitucionales que se celebren, proporcionando los recursos requeridos para la solvencia fiscal y la estabilidad macroeconómica; asegurando la correcta aplicación de la normatividad que regula la materia y combatiendo los delitos tributarios y aduaneros conforme a sus atribuciones.

También tiene como finalidad la implementación, la inspección y el control del cumplimiento de la política aduanera en el territorio nacional y el tráfico internacional de mercancías, personas y medios de transporte, facilitando las actividades aduaneras de comercio exterior y asegurando la correcta aplicación de los tratados y convenios internacionales y demás normas que rigen la materia.

### **Misión**

Servir al país proporcionando los recursos necesarios para la sostenibilidad fiscal y la estabilidad macroeconómica, contribuyendo con el bien común, la competitividad y la protección de la sociedad, mediante la administración y el fomento de una tributación justa y un comercio exterior legítimo.

### **Visión**

Convertirnos en la administración tributaria y aduanera más exitosa, moderna y respetada de la región.

- Exitosa, porque lograremos resultados similares a los de las administraciones de los países desarrollados.
- Moderna, porque incorporaremos en nuestros procesos las tecnologías más avanzadas y utilizaremos los enfoques modernos de gestión de riesgo y fomento del cumplimiento voluntario para enfrentar con éxito los desafíos.
- Respetada por:

El Estado: por mantener niveles bajos de evasión y de fraude en la tributación interna y el comercio exterior, y contribuir a financiar los programas sociales y el desarrollo del país.

§ Los contribuyentes y usuarios de comercio exterior: porque aquellos que son cumplidores se sienten respetados; reciben todas las facilidades para el cumplimiento de sus obligaciones y tienen confianza en la capacidad de la institución de detectar y tratar los incumplimientos.

§ Sus trabajadores: porque laboran en una institución con mística, modelo dentro del estado; orgullosos de pertenecer a la organización y comprometida con su misión.

§ Sus trabajadores potenciales: porque es una institución atractiva para trabajar, que compite de igual a igual con las instituciones más atractivas del Estado y con las más respetadas empresas por los mejores egresados de las más prestigiosas instituciones educativas; y es capaz de atraer gente con experiencia que se destaque en el sector público o el privado.

§ Otras administraciones: porque la consultan y la toman como referente.

### **2.3.5 Cumplimiento tributario**

El cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la conciencia tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario.

### **2.3.6 Definición de declaraciones juradas de tributos.**

Una declaración jurada es un documento en formato de formulario, impreso o electrónico, donde los contribuyentes declaran los ingresos o beneficios de las actividades obtenidas, dando constancia de los bienes y servicios prestados por su actividad económica, así como de su patrimonio al cierre del ejercicio fiscal.

### **2.3.7 Características de los comerciantes minoristas de abarrotes.**

El distribuidor minorista, venta en menudeo, o detallista es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado. Según la enciclopedia libre Wikipedia.

### **2.3.8 Tipo de comercialización de productos en mercado modelo de Sullana.**

Los productos que se comercializan en el mercado modelo de Sullana son mayormente artículos de primera necesidad tales como: productos envasados y a granel, carnes, frutas y verduras, sección de alimentos y farmacias.

### **2.3.9 Definición de Tributos y sistema tributario nacional.**

Según enciclopedia libre Wikipedia define: **Los tributos** son ingresos públicos de público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente por el Estado, exigidas por una administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la ley vincule en el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público, sin perjuicio de su posibilidad de vinculación a otros fines.

El Estado peruano es el poder político organizado por la Constitución de 1993. El Estado se encuentra organizado en tres niveles de gobierno: nacional, regional y local. Cada uno de estos niveles agrupa diferentes unidades ejecutoras o productoras de bienes y servicios públicos cuyos costos operativos deben ser financiados básicamente con

tributos. El Decreto Legislativo No. 771, vigente desde enero de 1994, es denominado como la “Ley Marco del Sistema Tributario Nacional”.

### **Sistema Tributario Nacional.**

Es el conjunto ordenado, racional y coherente de normas, principios e instituciones que regula las relaciones que se originan por la aplicación de tributos en nuestro país.

#### **2.3.10. Definición de la Evasión Tributaria**

“Es toda eliminación o disminución de un monto tributario producido dentro del ámbito de un país por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y que logran tal resultado mediante conductas violatorias de disposiciones legales”. Entonces, la evasión tributaria constituye un fin y los medios para lograrlo, convirtiéndose en todos los actos dolosos utilizados para pagar menos o no pagar. En nuestra legislación, estos actos constituyen infracciones vinculadas con la evasión fiscal y existe un caso mayor, el de la defraudación tributaria, tipificado por la Ley Penal Tributaria.

Es importante indicar que la elusión es un concepto diferente. Es aquella acción que, sin infringir las disposiciones legales, busca evitar el pago de tributos mediante la utilización de figuras legales atípicas.

Causas entre los factores que pueden originar la evasión tributaria:

-El egoísmo natural de la persona para desprenderse de una parte de sus ingresos en beneficio del bien común, lo que demuestra una escasa formación cívico-tributaria.

-La existencia de un desequilibrio entre la carga tributaria y la capacidad económica de los contribuyentes.

-El aumento de las tasas de los impuestos. Los estudios sobre la materia revelan que a mayores tasas, mayores son los niveles de evasión.

-El establecimiento de exoneraciones para algunos sectores económicos o zonas geográficas que son utilizadas de manera incorrecta. Además, algunas experiencias demuestran que estas herramientas no han tenido los resultados esperados. La desconfianza sobre el acierto con que el Estado administra los recursos.

-La emisión de normas tributarias complicadas y complejas, lo que atenta contra la simplicidad y la neutralidad en la aplicación de los tributos.

- La inestabilidad tributaria originada por la modificación constante de las normas.

-La falta de conciencia tributaria. Un ejemplo es la no exigencia del comprobante de pago para obtener una rebaja en el precio o simplemente porque le resulta indiferente; otro es la obtención de ganancias ilícitas, sorprendiendo la buena fe de la Administración Tributaria mediante la simulación de actividades y documentos a favor de terceros.

#### **2.3.11. UIT - La Unidad Impositiva Tributaria:**

Es un valor de referencia utilizado por las normas tributarias límites de afectación, deducción, para determinar bases imponibles, para aplicar sanciones, etc. Su valor se determina considerando los supuestos macro-económicos. Para el ejercicio 2015 ha sido fijada en S/. 3 850.00.

#### **2.3.12. Formas de declarar el IGV- renta mensual:**

##### **PDT 621 Igv-Renta**

El Programa de Declaración Telemática, es un medio informático desarrollado por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), el cual brinda mayor seguridad y facilita la elaboración de las declaraciones, así como el registro de información requerida.

Asimismo, facilita la comunicación con la Administración Tributaria a través del uso de la tecnología informática.

## **Tipos de declaraciones**

### **Declaraciones Determinativas**

Son las Declaraciones en las que el Declarante determina la base imponible y, en su caso, la deuda tributaria a su cargo, de los tributos que administre la SUNAT o cuya recaudación se le encargue.

### **Declaraciones Informativas**

Son las Declaraciones en las que el Declarante informa sus operaciones o las de terceros a solicitud de la Administración Tributaria y en las cuales no se determina ninguna deuda.

**PDT 0621 - Igv Renta 3ra.** - Dirigido a los contribuyentes afectos al IGV e Impuesto a la Renta de Tercera Categoría (Régimen General, Régimen Especial de Renta, Amazonía Zona de Selva y Frontera, Régimen Convenio de Estabilidad).

### **Declara fácil-IGV renta mensual**

Este formulario se encuentra disponible como e-IGV-Renta Mensual en el menú de Declaración y Pago en el Portal de la SUNAT, ingresando con la Clave SOL. Se puede utilizar desde el período enero de 2016 (01-2016) con las siguientes ventajas y facilidades.

Reduce los errores y simplifica la presentación de tu Declaración, al proporcionarle una Declaración pre elaborada basada en la información que consignó de manera electrónica

del Registro de Ventas e Ingresos y del Registro de Compras, presentados previamente. Asimismo, calcula el monto a pagar por el IGV, Renta e IVAP, de corresponder.

La información de la Declaración pre-elaborada podrá ser modificada directamente en este formulario.

Es un medio alternativo, si declara IGV - Renta Mensual y presenta de manera electrónica el Registro de Ventas e Ingresos y el Registro de Compras.

La Declaración que presente con este nuevo formulario puede ser sustituida o rectificada mediante el mismo formulario o con el PDT.

Puede utilizarla para sus declaraciones sustitutorias y rectificatorias, siempre que haya presentado de manera electrónica el Registro de Ventas e Ingresos así como el Registro de Compras y además la declaración original haya sido presentada mediante este Formulario o el Formulario Virtual Simplificado o PDT.

### **III.- METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño de la investigación**

La investigación utilizó el diseño No experimental- Transeccional- descriptivo.

##### **No experimental**

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

##### **Transeccional**

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

##### **Descriptivo**

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

#### **3.2 Población y muestra**

##### **Ubicación geográfica de la provincia de Sullana**

La provincia de Sullana es una de las ocho que conforman el departamento de Piura, bajo la administración del Gobierno Regional de Piura, en el Norte del Perú. Limita por el Norte con el departamento de Tumbes; por el Este con el Ecuador y la provincia de Ayabaca; por el Sur con la provincia de Piura; y, por el Oeste con la provincia de Paita y



la provincia de Talara. Desde el punto de vista jerárquico de la Iglesia Católica, forma parte de la Arquidiócesis de Piura.

La provincia de Sullana excluyendo su capital, Sullana, suma cerca de 136 234 habitantes, cerca de 300 000 incluyendo la capital. Se da una marcada macrocefalia ya que más del 62% de la población total de la provincia reside en la ciudad de [Sullana]. La macrocefalia sullanense es el resultado de la escasez de poblaciones de una cierta entidad a excepción del Valle del Chira con ciudades como Bellavista o Marcavelica ambas con más de 20 000 habitantes. En la zona central de Sullana, es donde se concentra la mayor parte de la población por la ubicación de Sullana en esa parte de la provincia rodeada de poblaciones con cierta importancia con las que se alcanzan los 230 000 habitantes.

#### **Mercado Modelo de Sullana.**

Ubicado en calle: Carlos Leigh N° 490 con transversal Tacna- cercado de la ciudad de Sullana.

#### **3.2.1 Población:**

La Población considerada correspondió a 300 comerciantes minoristas ubicados en el interior y exterior del mercado modelo de Sullana.

#### **Criterios de inclusión:**

Comerciantes ubicados en el interior y exterior del mercado

Comerciantes formalmente constituidos

Con rubro abarrotes

Con más de un año en la actividad comercial.

Que declaren PDT 621 IGV-RENTA mensual

### **Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el tamaño de la Población**

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

**En donde:**

N = tamaño de la población 300

Z = nivel de confianza, 1.96 al cuadrado

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = probabilidad de fracaso 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). (se usó un 5%)

#### **3.2.2 Muestra**

La muestra representativa no aleatoria por conveniencia, correspondió a 38 comerciantes minoristas pertenecientes a la población del sector en estudio que reúnen los criterios de inclusión.

### **3.3 Técnicas e instrumentos**

#### **3.3.1 Técnica**

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

#### **3.3.2 Instrumento:**

Para el recojo de la información se utilizó la entrevista, la observación directa y el cuestionario, el cual estuvo compuesto por preguntas de tipo cerrada con alternativas. Las respuestas estuvieron condicionadas a un SI o a un NO y redactadas de manera sencilla para que sean comprendidas por los encuestados y sean fáciles de tabular.

### 3.4 Definiciones conceptuales y Operacionales de las variables

Variable a Investigar	Definición Conceptual	Indicador de variables	Tipo de Variable	Escala de Medición
Variable independiente	<p><b>Roca (2011) citada por Solórzano (2011).</b> Define cultura tributaria como un “Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación”.</p>	<p>-Conocimiento de tributación. -Valoración a los tributos.</p>	Cuantitativa	Ordinal
Cultura Tributaria	<p>En la mayoría de países latinoamericanos ha prevalecido una conducta social adversa al pago de impuestos, manifestándose en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento. Dichas conductas intentan auto justificar, descalificando la gestión de la administración pública por la ineficiencia o falta de transparencia en el manejo de los recursos así como por la corrupción.</p>	-conciencia tributaria		

Variable a Investigar	Definición Conceptual	Indicador de variables	Tipo de Variable	Escala de Medición
<p><b>Variable dependiente</b></p> <p><b>Impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-Renta</b></p>	<p>El cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la conciencia tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario.</p> <p>El IGV es un impuesto indirecto que grava determinadas operaciones económicas.</p>	<p>Cumplimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-declaro y pago dentro plazo según cronograma de vencimientos mensuales.</li> <li>-emito comprobantes de pago</li> <li>-Llevo libros contables</li> <li>-base Sunat de buen contribuyente</li> </ul> <p>No cumplimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-No declaro y pago dentro de los plazos establecidos.</li> <li>-Eludo</li> <li>-Evado</li> </ul>	<p><b>Cuantitativa</b></p>	<p><b>Ordinal</b></p>

### 3.5 Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Metodología
<p>La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de igv-renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de igv-renta en los comerciantes minoristas de</p>	<p>describir las principales características de la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de igv-renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015</p>	<p>1. Describir las principales características de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.                  2. Describir las principales características de las MYPE del mercado modelo de Sullana en el año 2015.                  3. Describir las principales características de la cultura tributaria en los comerciantes minoristas de abarrotes del</p>	<p><b>Cultura Tributaria</b></p> <p><b>Declaraciones y pago del IGV</b></p>	<p><b>Diseño:</b></p> <p>-No experimental - Transeccional - Descriptivo</p> <p><b>Técnica</b></p> <p>Revisión bibliográfica y documental.</p> <p><b>Instrumento:</b></p>

	<p>abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015</p>		<p>mercado modelo de Sullana en el año 2015.</p> <p>4. Describir el impacto de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de igv-renta en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015</p>		<p>- Entrevista</p> <p>- Observación directa</p> <p>- Cuestionario.</p>
--	---	--	---	--	---

### **3.6 Plan de análisis**

Los datos recolectados en la investigación, se analizarán haciendo uso de la estadística descriptiva, la tabulación y procesamiento se realizará con el soporte de los programas Word y Excel.

### **3.7 Principios éticos**

Durante el desarrollo de la investigación se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan asegurar la originalidad de la investigación. Asimismo, se han respetado los derechos de propiedad intelectual de los libros de texto y de las fuentes electrónicas consultadas, necesarias para estructurar el marco teórico.

De otro lado, considerando que gran parte de los datos utilizados son de carácter público, y pueden ser conocidos y empleados por diversos analistas sin mayores restricciones, se ha incluido su contenido sin modificaciones, salvo aquellas necesarias por la aplicación de la metodología para el análisis requerido en esta investigación.

Igualmente, se conserva intacto el contenido de las respuestas, manifestaciones y opiniones recibidas de los trabajadores y funcionarios que han colaborado contestando las encuestas a efectos de establecer la relación causa-efecto de las variables. Además, se ha creído conveniente mantener en reserva la identidad de los mismos con la finalidad de lograr actividad en los resultados.



## IV. RESULTADOS

### 4.1 Resultados

#### 4.1.1 Respecto al objetivo específico 1

Describir las principales características de los comerciantes minoristas del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

TABLA 1

#### 1. Del genero de los comerciantes minoristas de abarrotes

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
Masculino	7	18%
Femenino	31	82%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRÁFICO 1

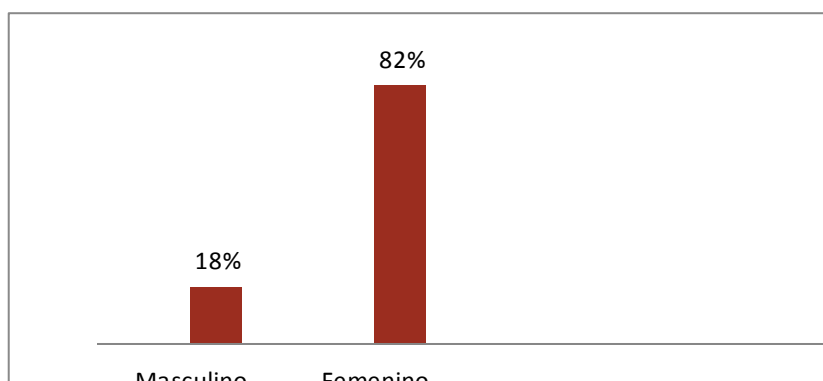


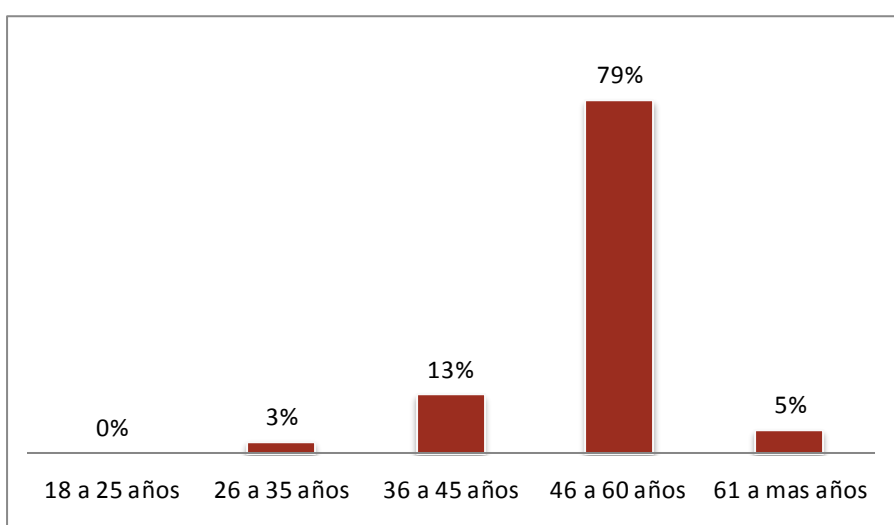
Gráfico 1: Distribución porcentual del género de comerciantes

**Interpretación:** El 82% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, año 2015 son de género femenino y el 18 % son de género masculino.

**TABLA 2**  
**2. Edad de los comerciantes minoristas de abarrotes**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
18 a 25 años	0	0%
26 a 35 años	1	3%
36 a 45 años	5	13%
46 a 60 años	30	79%
61 a más años	2	5%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.



**Interpretación:** El 79% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, año 2015 son de 46 a 60 años de edad, el 13% de 36 a 45 años de edad, el 3% tenemos a comerciantes de 26 a 35 años y el 5% de 61 años a mas, mientras que evidenciamos que no hay comerciantes de entre las edades de 18 a 25 años.

**TABLA 3**

**3. del nivel de educación de los comerciantes minoristas de abarrotes**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Primaria	36	95%
Secundaria	2	5%
Superior	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 3**

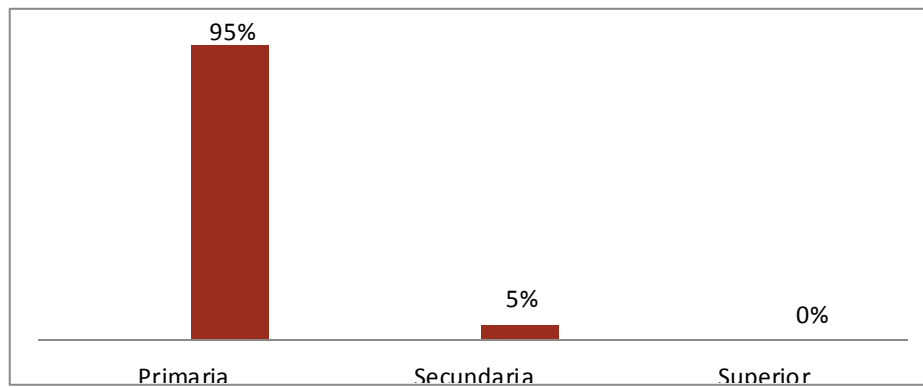


Grafico 3: Distribución porcentual del nivel de educación de los comerciantes.

**Interpretación:** El 95% de los comerciantes minoristas del mercado modelo de Sullana, año 2015 tienen nivel de educación primaria, el 5% nivel secundaria, mientras que evidenciamos que no hay comerciantes con nivel de educación superior.

**TABLA 4**

**4. Antigüedad de negocio**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
01 -05 años	0	0%
06-10 años	1	3%
11-20 años	13	34%
21 a mas	24	63%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 4**

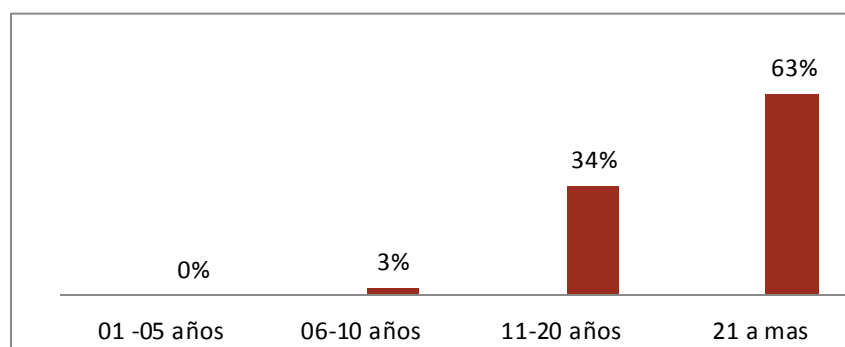


Grafico 4: Distribución porcentual de la antigüedad del negocio

**Interpretación:** El 3% de los negocios de los comerciantes minoristas de abarrote modelo de Sullana, tienen una antigüedad entre 6 a 10 años, el 34% entre 11 a 20 ; entre 21 años a más.

**TABLA 5**

**5. Mantienen los comerciantes minoristas precio fijo de sus productos**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Si	38	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 5**

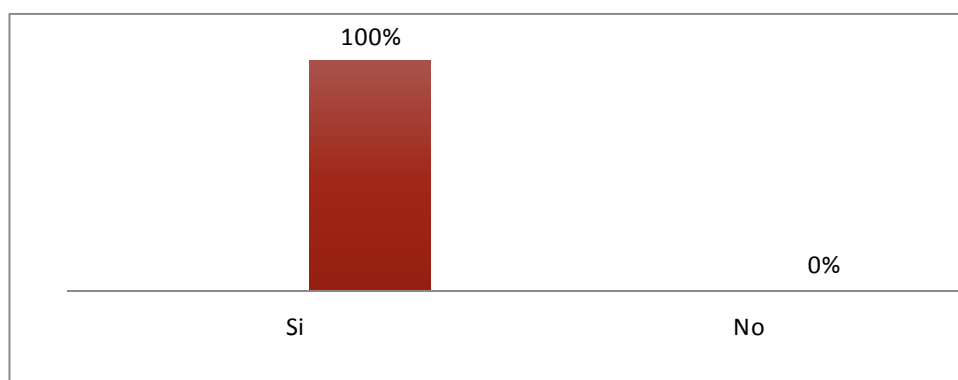


Grafico 5: Distribución porcentual del precio fijo del producto

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, año 2015 mantienen precio fijo a sus productos en venta.

**TABLA 6**  
**6. De la asignación del precio del producto**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
Según mercado	38	100%
Según competencia	0	0%
Según cliente	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 6**

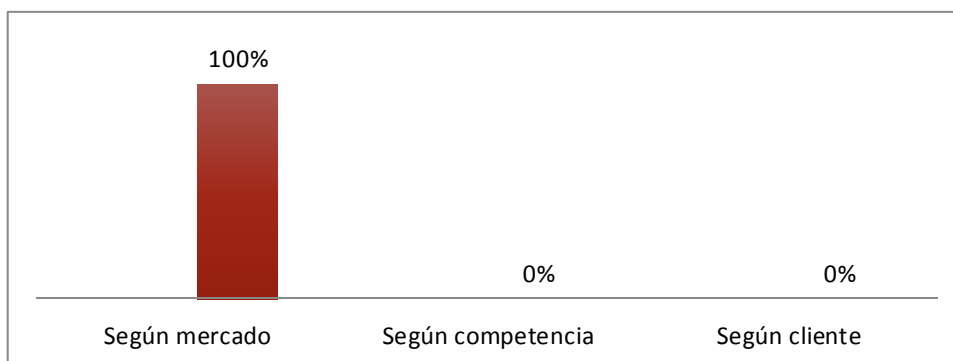


Grafico 6: Distribución porcentual de la asignación del precio a su producto

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, año 2015 le asigna el precio en función del mercado.

**TABLA 7**

**7.De los días trabajados**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
5 días	0	0%
6 días	6	16%
7 días	32	84%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 7**

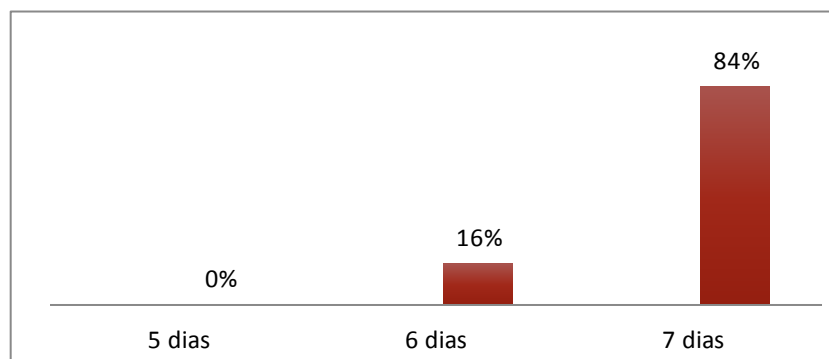


Grafico 7: distribución porcentual de los días trabajados

**Interpretación:** El 84% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana labora 7 días de la semana y el 16% labora solo 6 días.

**TABLA 8**  
**8. De la asociación de comerciantes minoristas**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Si	0	0%
No	38	100%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 8**



Grafico 8: Distribución porcentual de la asociación de los comerciantes

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, en estudio no se encuentran asociados.



**TABLA 9**

**9. De la asignación del puesto por la Municipalidad**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
SI	38	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 9**

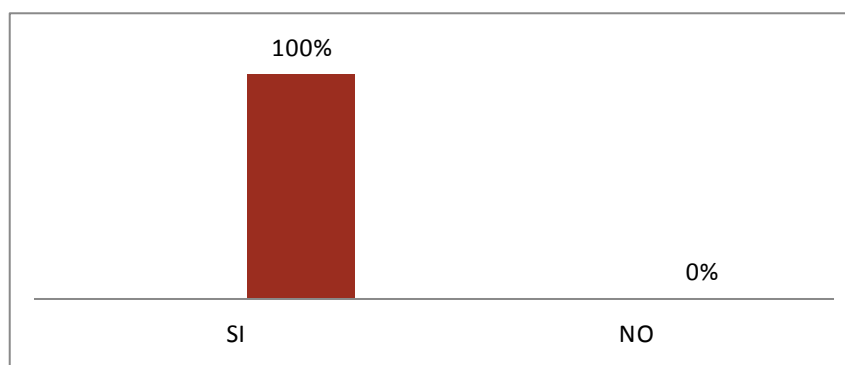


Grafico 9: Distribución porcentual de la asignación de puesto por la municipalidad.

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana cuentan con un puesto de venta asignado por la municipalidad.

#### 4.1.2 Respecto al objetivo específico 2

Describir las principales características de las MYPE del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

**TABLA 10**  
**10. Del acogimiento de la ley MYPE**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
SI	0	0%
NO	38	100%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 10**



Grafico 10: Distribución porcentual del acogimiento de los comerciantes minoristas a la ley MYPE

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana no se encuentra afiliado a la ley MYPE.

**TABLA 11**

**11. De los trabajadores en planilla**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
SI	0	0%
NO	38	100%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 11**

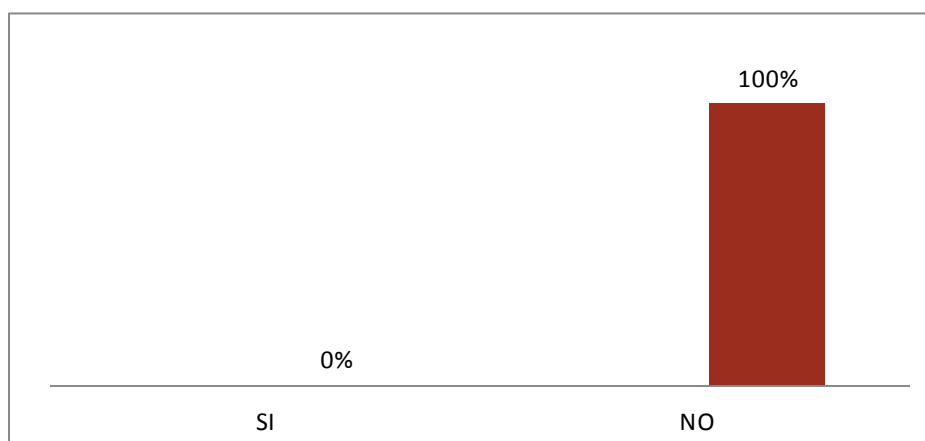


Grafico 11: Distribución porcentual de los trabajadores en planilla de los comerciantes minoristas de abarros.

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarros del mercado modelo de Sullana no tiene trabajadores en planilla.

**TABLA 12**

**12. Aspectos que el Estado debe trabajar para fomentar la formalidad**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Prestar mayor asesoría a los nuevos empresarios	4	11%
Crear líneas especiales de crédito	15	39%
Simplificar impuestos	8	21%
Mejorar las facilidades de acceso al mercado	1	3%
Reducir el exceso de tramites	10	26%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 12**

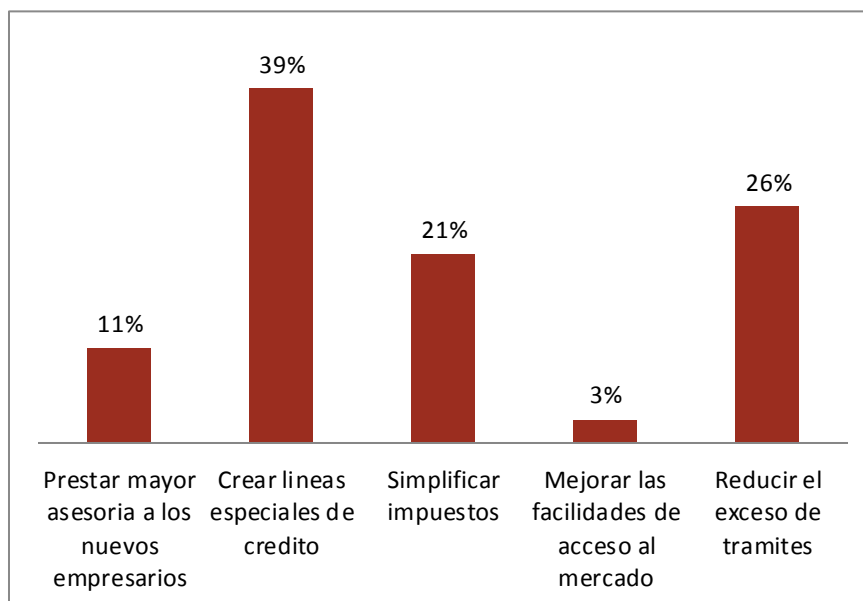


Grafico 12. Distribución porcentual de los aspectos del fomento de la formalidad

**Interpretación:** El 39% de los comerciantes minoristas de abarrotes indican que se deben crear líneas especiales de crédito para fomentar la formalidad, el 26% indica que se debería reducir el exceso de trámites, el 21% manifiesta que se deberían simplificar los impuestos, el 11% se debería prestar mayor asesoría a los nuevos empresarios y el 3% indican que se debería mejorar las facilidades de acceso al mercado.

#### 4.1.3 Respecto al objetivo específico 3

Describir las principales características de la cultura tributaria en los comerciantes minoristas del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

**TABLA 13**  
**13. De la inscripción en el RUC**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
Si	38	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 13**

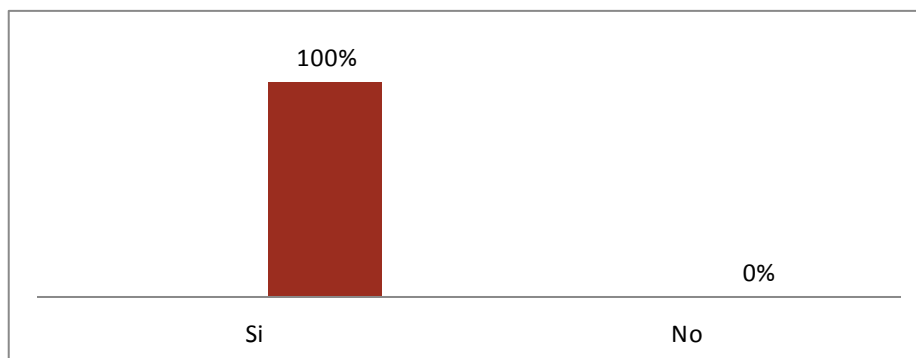


Grafico 13: Distribución porcentual de la inscripción de los comerciantes minoristas en el RUC

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas en estudio, se encuentra inscrito en el Registro Único del Contribuyente (RUC).

**TABLA 14**

**14. Del tipo de contribuyente de los comerciantes minoristas**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Persona natural	38	100%
Persona Jurídica	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 14**

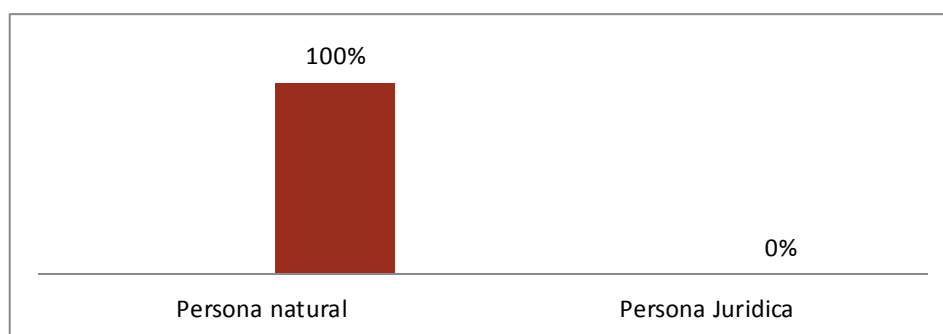


Gráfico 14: Distribución porcentual del tipo de contribuyente de los comerciantes.

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas en estudio pertenecen al tipo de contribuyente de personas naturales.

**TABLA 15**

**15. Del régimen tributario de los comerciantes minoristas**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Régimen especial	3	8%
Régimen general	35	92%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 15**

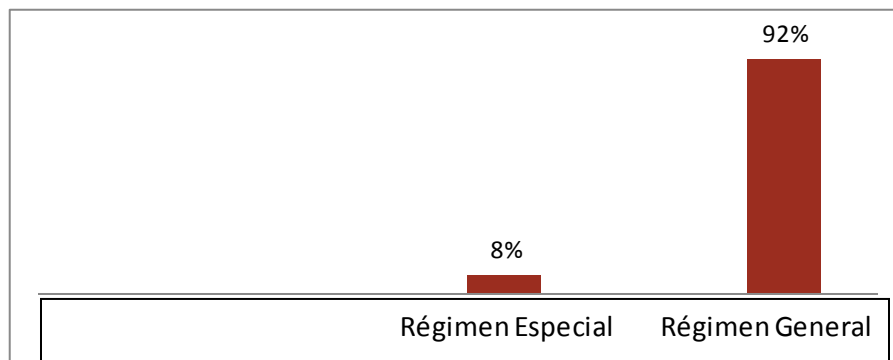


Grafico 15: Distribución porcentual del régimen tributario de los comerciantes.

**Interpretación:** El 92% de los comerciantes minoristas en estudio se encuentran adscritos al Régimen General del impuesto a la Renta, mientras que el 8% pertenecen al Régimen Especial de Renta.

**TABLA 16**

**16. Del tiempo de acogimiento al régimen tributario**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
01 - 05 años	1	3%
06- 10 años	24	63%
11 -20 años	13	34%
21 a más años	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 16**

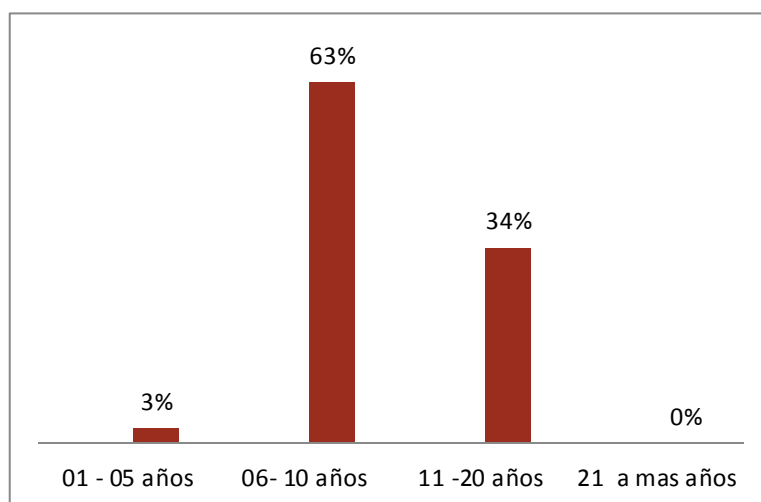


Grafico 16: Distribución porcentual del tiempo de acogimiento al régimen tributario.

**Interpretación:** El 3% de los comerciantes minoristas en estudio tiene una antigüedad entre 1 a 5 años. En su régimen tributario, el 63% entre 6 a 10 años y el 34% entre 11 a 20 años.



**TABLA 17**

**17. Conocimiento de requisitos y Condiciones del Régimen Tributario**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
Si	3	8%
No	35	92%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 17**

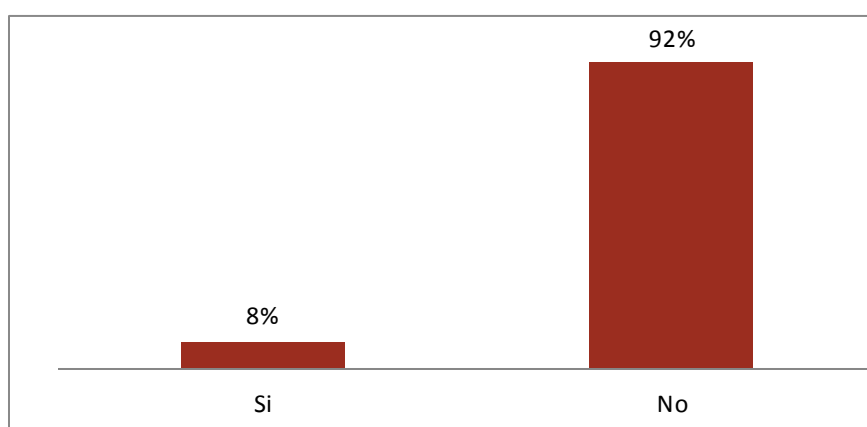


Grafico 17: distribución porcentual del conocimiento de los requisitos del Régimen acogido.

**Interpretación:** El 92% de los comerciantes minoristas de abarrotes no tiene conocimiento de los requisitos y condiciones del régimen en el que están acogidos, mientras que un 8% si tiene conocimiento de ello.

**TABLA 18**

**18. Complejidad del sistema tributario nacional**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si	38	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 18**

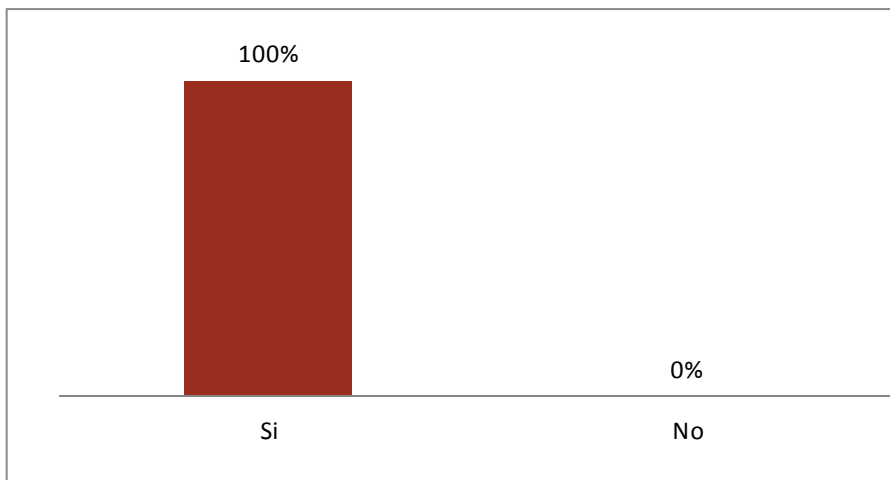


Grafico 18: distribución porcentual de la complejidad del sistema tributario nacional

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indican que para ellos es complejo el sistema tributario nacional.

**TABLA 19**  
**De la exigencia de los comprobantes de pago**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Si	38	100%
No	0	0%
Algunas veces	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 19**

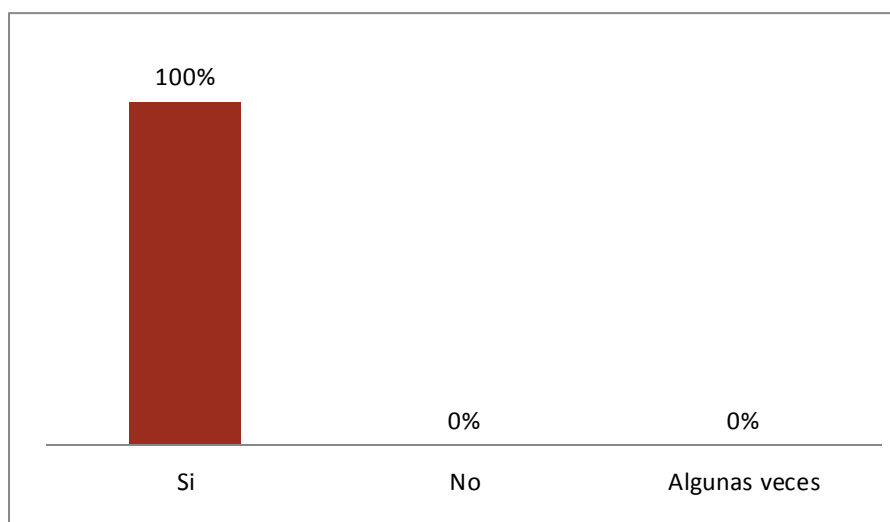


Grafico 19: distribución porcentual de la exigencia de comprobantes de pago.

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana exigen comprobantes de pago por sus compras realizadas.

**TABLA 20**  
**De la emisión de los comprobantes de pago**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
Si	10	26%
No	6	16%
A solicitud del cliente	22	58%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 20**

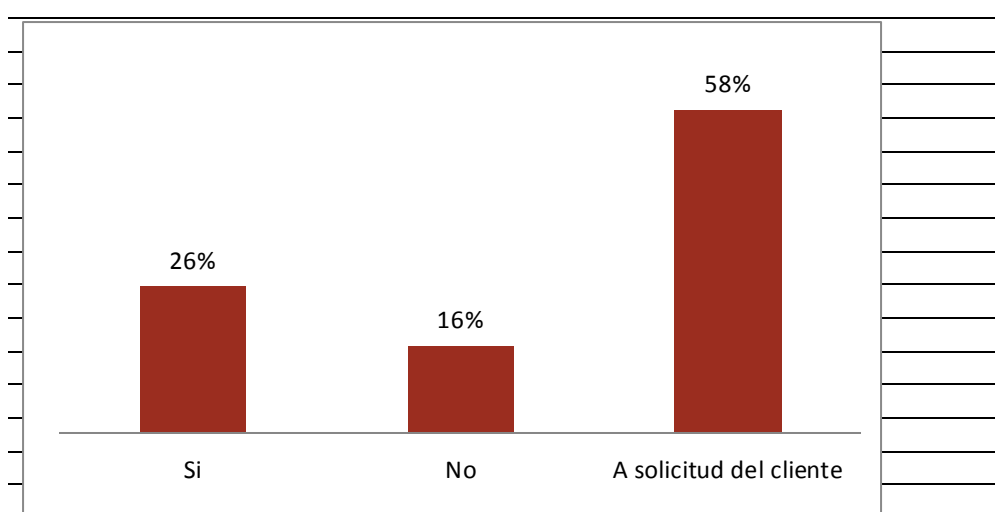


Grafico 20: distribución porcentual de la emisión de comprobantes de pago

**Interpretación:** El 58% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana emite comprobantes de pago solo cuando el cliente le solicita, 26% indico que si entrega comprobantes de pago y el 16% manifestó no emitir comprobantes de pago.

**TABLA 21**

**Porcentaje de emisión de comprobantes de pago no exigidos**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Más de 70%	3	8%
Entre 40% y 70%	15	39%
Menos de 40%	20	53%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 21**

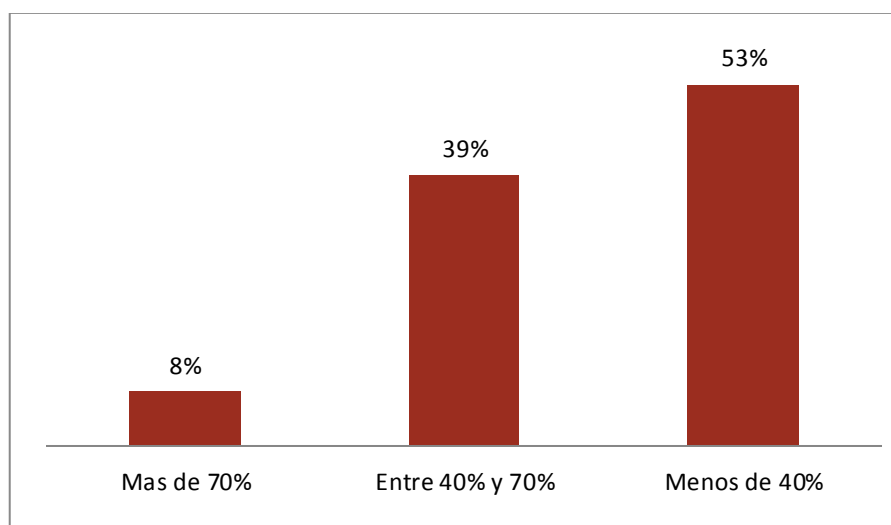


Grafico 21: distribución porcentual de la emisión de comprobantes de pago no exigidos

**Interpretación:** El 53% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indica que de las ventas por las cuales no le exigen comprobante de pago ellos emiten menos del 40% del total de esas ventas, el 39% entre un 40 y 70% y el 8% solo emite más del 70% de las ventas.

**TABLA 22**

**Porcentaje de ventas que les solicitan comprobantes de pago**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Más de 70%	13	34%
Entre 40% y 70%	10	26%
Menos de 40%	15	40%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 22**

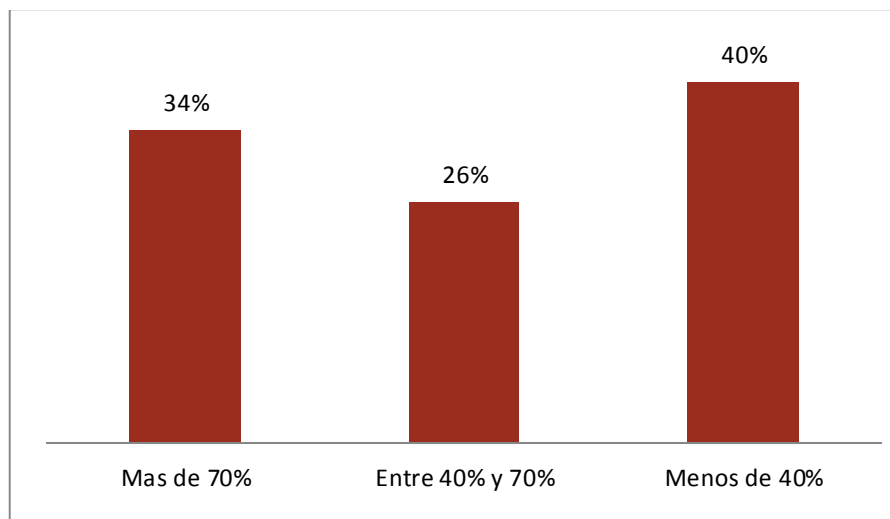


Grafico 22: distribución porcentual de las ventas que le solicitan comprobantes de pago

**Interpretación:** El 40% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indican que sus ventas de las cuales les exigen comprobantes de pago representan menos del 40%, el 34% indica que representan más del 70% y el 26% representan entre un 40 y 70%.

**TABLA 23**  
**Factores que influyen en la formación de la cultura tributaria**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Grado de educación	8	21%
Confianza en los gobiernos	20	53%
Difusión de información	10	26%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 23**

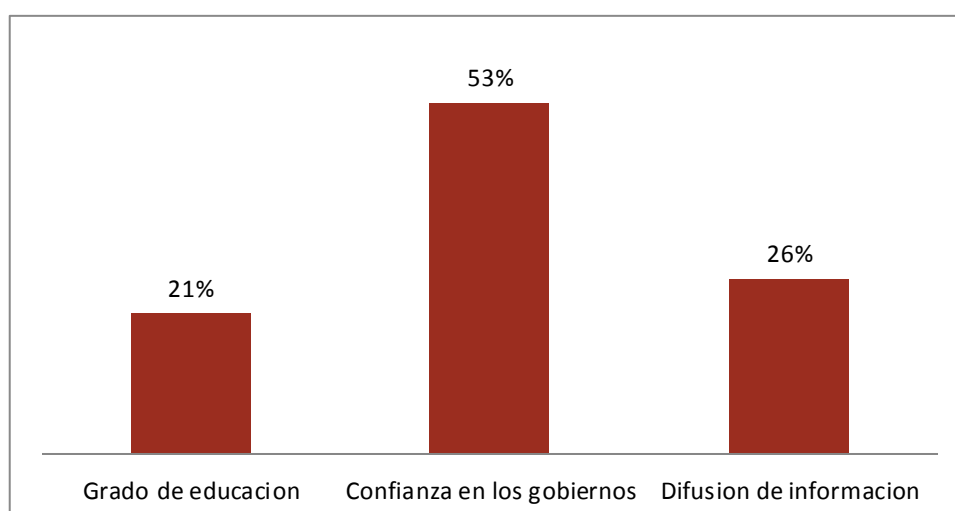


Grafico 23: distribución porcentual de los factores que influyen en la formación de la cultura tributaria.

**Interpretación:** El 53% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indica que el factor que influye en la formación de cultura tributaria, es la confianza en los gobiernos, el 26% indica que sería la difusión en la información y un 21% indica que es de acuerdo al grado de instrucción.

**TABLA 24**

**De la búsqueda de capacitación tributaria**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Si	5	13%
No	13	34%
A veces	20	53%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 24**

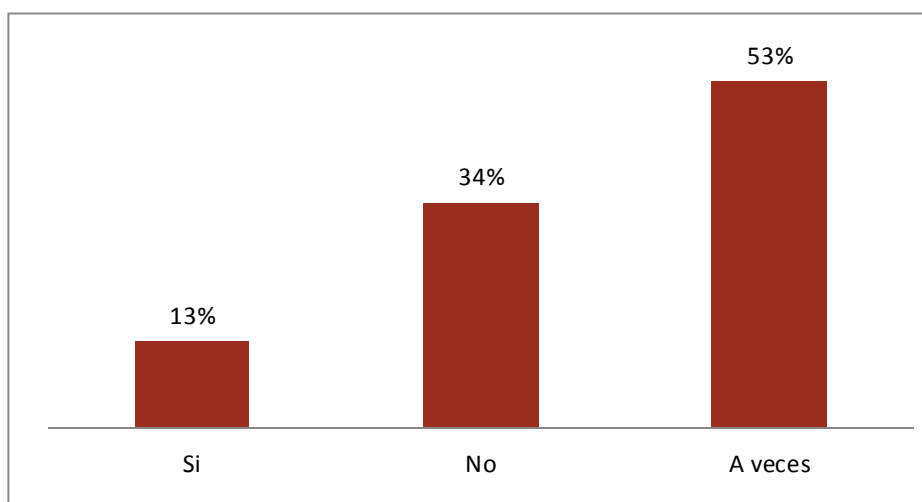


Grafico 24: distribución porcentual de la búsqueda de capacitación tributaria

**Interpretación:** El 53% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indica que a veces busca capacitaciones tributarias, el 34% indica que no busca capacitación tributaria y el 13 % indica que si busca capacitarse tributariamente.



**TABLA 25**  
**Del Interés de recibir Capacitación Tributaria**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Si	15	39%
No	23	61%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 25**

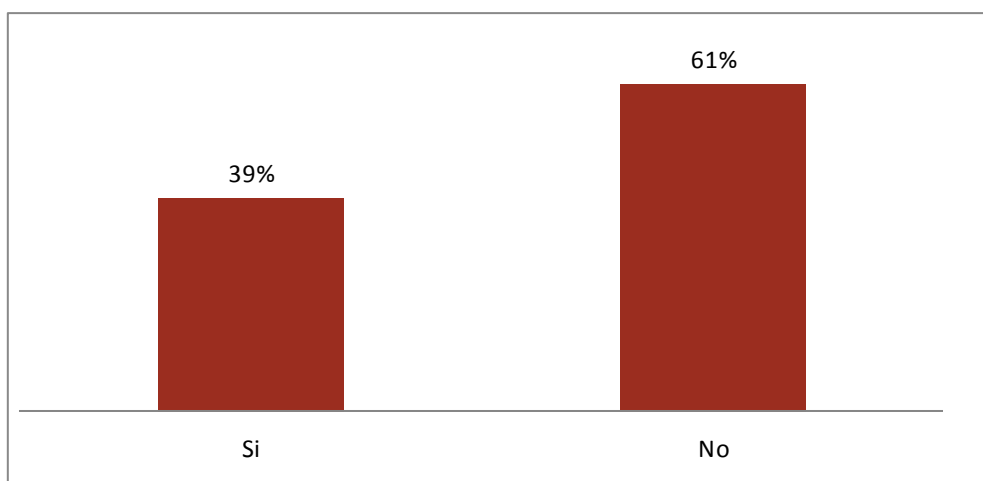


Grafico 25: distribución porcentual en el interés de recibir capacitación tributaria

**Interpretación:** el 61% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indica que no es de su interés en recibir capacitación tributaria y un 39% indica que si es de su interés recibir dichas capacitaciones.

**TABLA 26**

**Del Fomento de la cultura tributaria por parte del estado**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Si	4	11%
No	12	32%
Algunas veces	22	58%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 26**

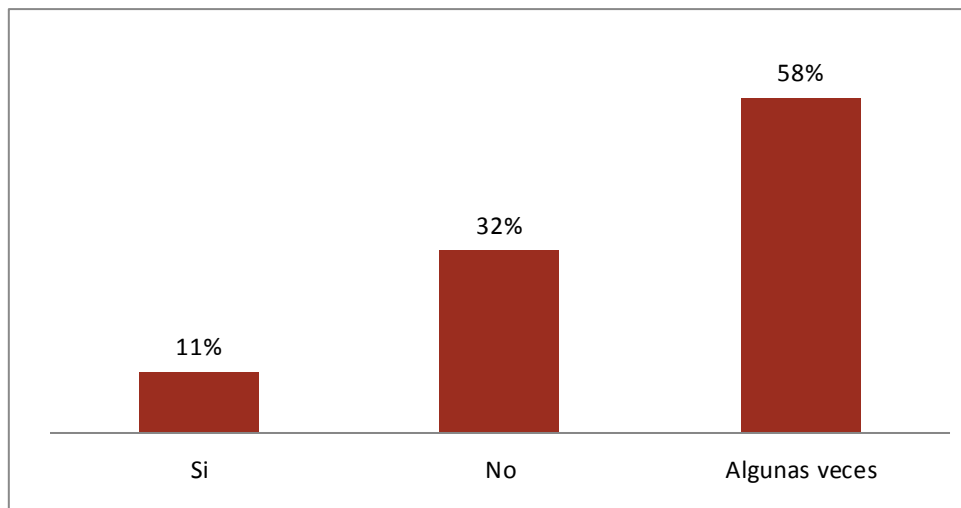


Grafico 26: distribución porcentual del fomento de la cultura tributaria por parte del estado.

**Interpretación:** De la muestra en estudio el 58% indica que el estado fomenta algunas veces la cultura tributaria, un 32% indica que no fomenta la cultura tributaria y un 11% indica que si fomenta.

#### 4.1.4 Respecto al objetivo específico 4

Describir el Impacto de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV—RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

**TABLA 27**

**27. Del tipo de tributos que paga los comerciantes minoristas**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
IGV - Renta	38	100%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 27**

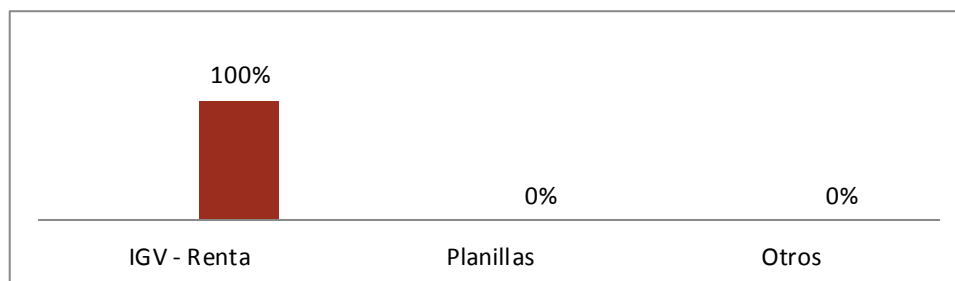


Grafico 27: Distribución porcentual de los tributos que pagan los comerciantes .

**Interpretación:** En relación a los tributos, el 100% de los comerciantes minoristas en estudio pagan IGV – Renta mensual.

**TABLA 28**

**De las declaraciones y pagos dentro de los plazos establecidos**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
SI	14	37%
NO	24	63%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 28**

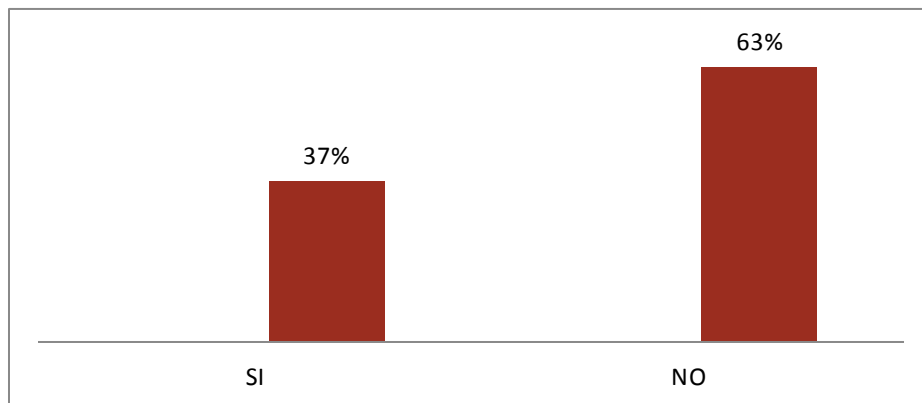


Grafico 28: Distribución porcentual de las declaraciones y pagos en los plazos establecidos.

**Interpretación:** El 63% de los comerciantes minoristas en estudio, indica que no declara y paga sus tributos dentro de plazo establecido según su cronograma de vencimientos, mientras que un 37% indica que si cumple con sus obligaciones tributarias dentro del plazo establecido por la administración tributaria.

**TABLA 29**

**29. De la preparación de las declaraciones mensuales de IGV-RENTA**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Empresario	0	0%
Amigo o familiar	7	18%
Contador	31	82%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 29**

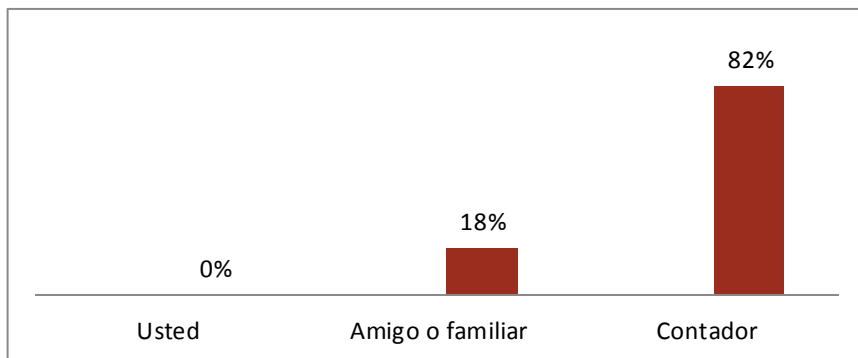


Gráfico 29: Distribución porcentual de la preparación de las declaraciones mensuales de IGV-RENTA.

**Interpretación:** El 82% de los comerciantes en estudio indica que las declaraciones mensuales de IGV-RENTA son preparadas por un contador, mientras que un 18% indican que las realiza un familiar o amigo.

**TABLA 30**

**30. De la realización de los pagos mensuales de IGV-RENTA**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Empresario	18	47%
Amigo o familiar	4	11%
Contador	16	42%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 30**

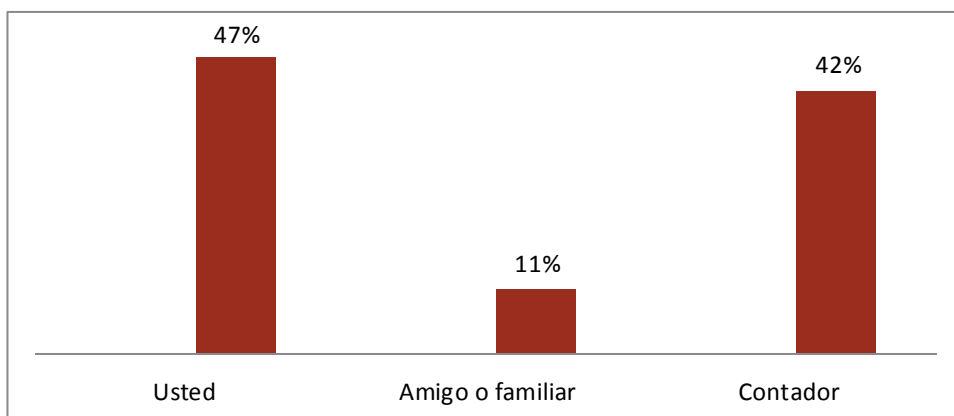


Grafico 30: Distribución porcentual de quien realiza los pagos mensuales de IGV-RENTA.

**Interpretación:** El 47% de los comerciantes minoristas en estudio realiza el mismo el pago mensual del impuesto general a las ventas, el 42% lo realiza el contador, mientras que el 11% realiza el pago a través de un amigo o familiar.

**TABLA 31**

**31. Del monto de pago por honorarios al profesional contable.**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
20 - 50 soles	21	55%
100 - 200 soles	17	45%
300 - 500 soles	0	0%
mas	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 31**

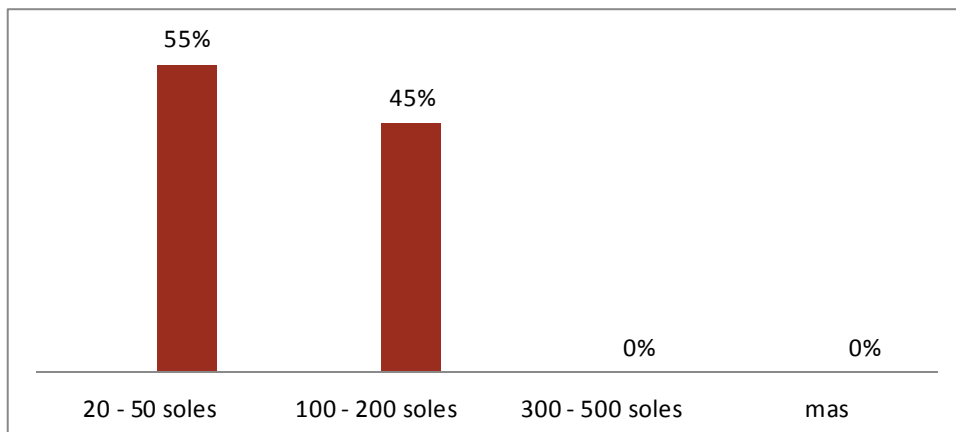


Gráfico 31: Distribución porcentual del monto de pago por honorarios al profesionales.

**Interpretación:** El 55% de los comerciantes minoristas en estudio, paga por honorarios profesionales entre S/. 20.00 a 50.00 soles, mientras el 45% paga entre S/. 100 a 200 soles.

**TABLA 32**

**Impacto del incumplimiento tributario a su negocio**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Se pagaron multas	18	47%
Se pagaron intereses	15	39%
Tuvo cierre temporal	3	8%
Daño de la imagen del negocio	2	5%
Perdió clientes	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado .

**GRAFICO 32**

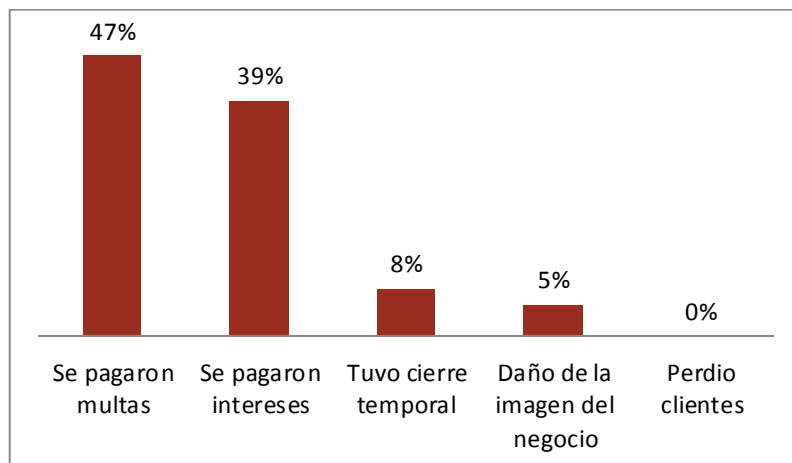


Grafico 32: distribución porcentual del impacto del incumplimiento tributario en su negocio.

**Interpretación:** el 47% de la muestra en estudio indica que pagaron multas, el 39% indico que pagaron intereses, el 8% indico que tuvo cierre temporal y el 5% manifestó que daño la imagen de su negocio.



**TABLA 33**

**Impacto del incumplimiento tributario en la sociedad**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Deficiente cobertura de los servicios básicos	7	18%
Baja cobertura de programas sociales	10	26%
Limitada Inversión en Infraestructura pública	8	21%
Débil desarrollo regional	13	34%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 33**

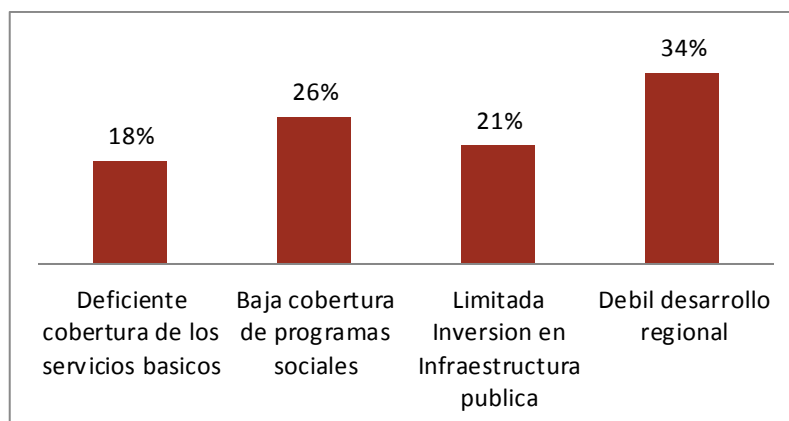


Grafico 33: distribución porcentual del impacto del incumplimiento tributario en la sociedad.

**Interpretación:** el 34% de la muestra en estudio indica que existe un débil desarrollo regional, el 26% indico que hay una baja cobertura en programas sociales, el 21% indico que hay limitada inversión en infraestructura pública y el 18% manifestó que existe una deficiente cobertura en servicios básicos.

**TABLA 34**  
**Causa del Incumplimiento Tributario**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
Evasión Tributaria	7	18%
Falta de conciencia tributaria	1	3%
contribuciones exageradamente altas	11	29%
Bajo riesgo de ser detectados	6	16%
Falta de Cultura Tributaria	3	8%
Pagos realizados por terceros	10	26%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 34**

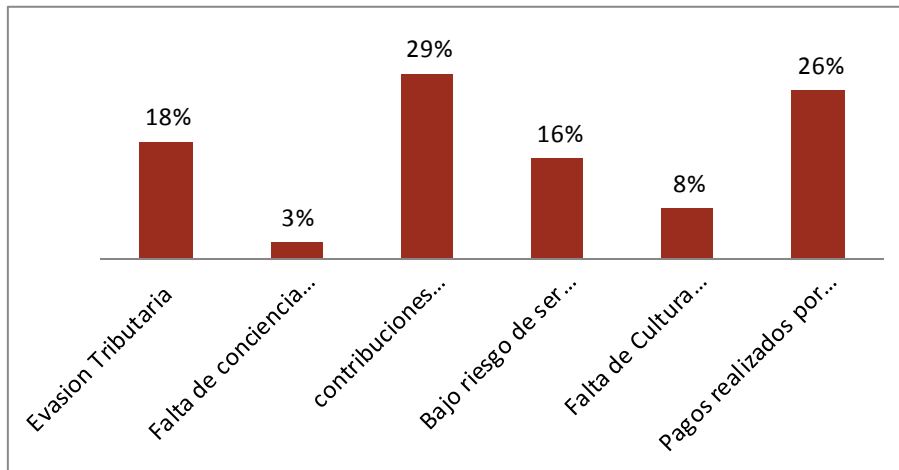


Grafico 34: distribución porcentual de las causas del incumplimiento tributario

**Interpretación:** el 29% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indicaron que una de las causas del incumplimiento tributario es contribuciones exageradamente altas, seguido por un 26% que indicaron otra causa es la delegación de terceros para realizar los pagos, un 18% indico la evasión tributaria, el 16% bajo riesgo de ser detectado, 8% falta de cultura tributaria y el 3% falta de conciencia tributaria.

**TABLA 35**

**35. Del pago de tributos voluntario y consciente**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Si	0	0%
No	38	100%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 35**

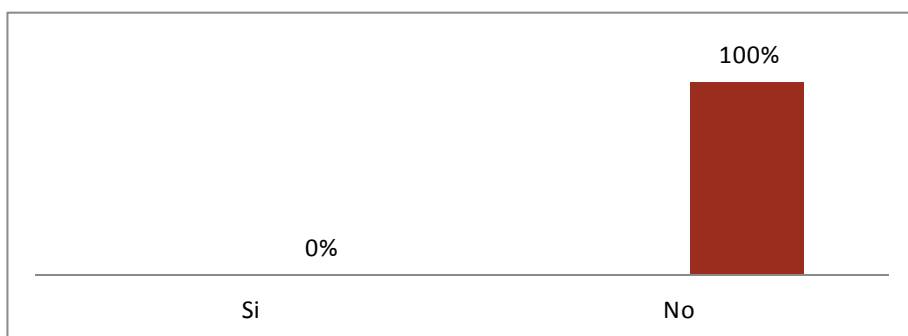


Grafico 35: Distribución porcentual del pago de tributos voluntario y consciente.

**Interpretación:** El 100% de los comerciantes minoristas en estudio no realiza el pago de sus tributos de manera voluntaria y consciente.

**TABLA 36**

**36. Del incentivo por parte de SUNAT para realizar el pago de tributos.**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs
SI	5	13%
NO	33	87%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 36**

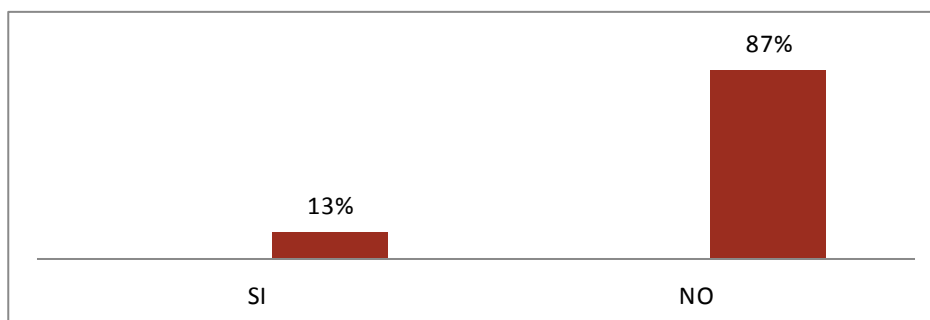


Grafico 36: Distribución porcentual: Del incentivo de SUNAT del buen otorgamiento de servicios al ciudadano por realizar el pago de tributos.

**Interpretación:** El 87% de los comerciantes minoristas en estudio, manifestó que SUNAT no le incentiva a realizar el pagos de sus tributos, sin embargo el 13% indicó que sí.

**TABLA 37**

**Beneficios por cumplimiento de obligaciones tributarias**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs</b>
Evitar sanciones	10	26%
Mejorar la imagen de la empresa	0	0%
Generar mayores utilidades	2	5%
Mayor posibilidad de Crecimiento	18	47%
Acceso a recursos financieros	8	21%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

**GRAFICO 37**

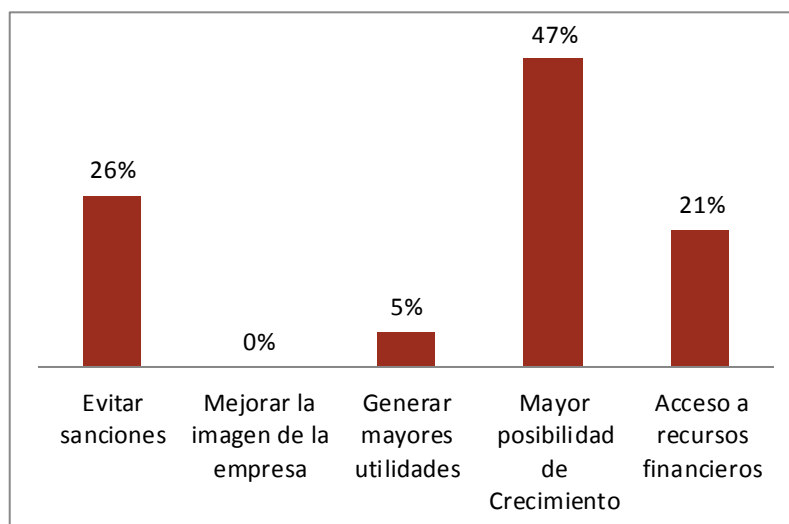


Grafico 37: Distribución porcentual de beneficios por cumplimiento de las obligaciones tributarias.

**Interpretación:** El 47% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indico que el beneficio que desearían recibir seria mayor posibilidad de crecimiento, un 26% dijo evitar sanciones, el 21% indicaron acceso a recursos financieros y un 5% manifestó generar mayores utilidades.

## 4.2 Análisis de los resultados

### 4.2.1 Respecto al Objetivo específico 1

**Describir las principales características de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.**

**Tabla 1:** Según el estudio realizado en base al cuestionario aplicado, se analiza que un 82% son de género femenino y el 18 % son de género masculino, Se aprecia que la mayoría de comerciantes son mujeres debido al tipo de actividad económica del mercado de abastos de la ciudad.

**Tabla 2:** Respecto a la edad se determinó que el 79% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, año 2015; son de 46 a 60 años de edad, el 13% de 36 a 45 años de edad, 5% de 61 años a más y el 3% tenemos a comerciantes de 26 a 35 años y mientras que evidenciamos que no hay comerciantes de entre las edades de 18 a 25 años. Por lo tanto se aprecia que la mayoría de los comerciantes tiene avanzada edad.

**Tabla 3:** En cuanto al nivel de estudio se aprecia que el 95% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, año 2015 tienen nivel de educación primaria, el 5% nivel secundaria, mientras que evidenciamos que no hay comerciantes con nivel de educación superior. Este aspecto no favorece al crecimiento de la cultura tributaria debido a que predomina un nivel de educación básico, validando la conclusión de **Cárdenas (2012)**. De La realidad demuestra que la falta de conocimiento o en su defecto la mala aplicación y desconocimiento de las leyes o normas tributarias, eso sumado a la falta de difusión o del descuido de los contribuyentes, implica que la ciudadanía no conoce sus obligaciones y responsabilidades. Para crear una cultura tributaria se debe actualizar los conocimientos de los contribuyentes y de esta manera se reducirían las brechas fiscales.

Validando también la conclusión de **Oña y Robalino (2012)**. La deficiencia de conocimientos de tributarios dificulta el cumplimiento y desempeño de las obligaciones tributarias de los comerciantes minoristas.

**Tabla 4:** Respecto a la antigüedad el 3% de los negocios de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, tienen una antigüedad entre 6 a 10 años, el 34% entre 11 a 20 años y el 63% entre 21 años a más. Podemos destacar que los negocios de los comerciantes minoristas de abarrotes en el mercado modelo de Sullana son sólidos y estables, ya que han logrado mantenerse dentro de la actividad comercial por más de 21 años.

**Tabla 5:** Del resultado de aprecia que el 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, año 2015 mantienen precio fijo a sus productos en venta.

Según el análisis se determinó que los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana tienen buena administración del precio que les permite mantener su margen de ganancia.

**Tabla 6:** Se determinó que el 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, año 2015; le asigna el precio en función del mercado, es decir le asignan el precio según la oferta y la demanda.

**Tabla 7:** El 84% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana labora 7 días de la semana y el 16% labora solo 6 días.

Si analizamos el resultado podemos decir que los comerciantes minoristas del mercado modelo de Sullana tienen como principal objetivo la generación de mayores ingresos, y por el tipo de actividad en la que se desempeñan (abarrotes), tienen una demanda diaria.

**Tabla 8:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, en estudio no cuentan con una asociación de comerciantes, esto debido a la falta de interés por parte de ellos y al poco apoyo recibido de la municipalidad y otros organismos.

**Tabla 9:** De la encuesta aplicada el 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana cuentan con un puesto de venta asignado por la municipalidad por el cual realizan un pago diario por guardianía y mantenimiento.

#### **4.2.2 Respecto al Objetivo específico 2**

**Describir las principales características de las MYPE del mercado modelo de Sullana en el año 2015.**

**Tabla 10:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana no se encuentra afiliado a la ley MYPE.

Según el estudio realizado en base al cuestionario aplicado se analiza que del total de los encuestados (comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana año 2015) no están acogidos a la ley MYPES, principalmente por desconocimiento en sí de la norma.

**Tabla 11:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana no tiene trabajadores en planilla. Esto se debe a que ellos mismos y sus familiares son los conductores del negocio y según lo que indican la utilidad generada no cubre para contratación de personal.

**Tabla 12:** El 39% de los comerciantes minoristas de abarrotes indican que se deben crear líneas especiales de crédito para fomentar la formalidad, el 26% indica que se debería reducir el exceso de trámites, el 21% manifiesta que se deberían simplificar los impuestos, el 11% se debería prestar mayor asesoría a los nuevos empresarios y el 3% indican que se debería mejorar las facilidades de acceso al mercado.



De lo antes expuesto se puede apreciar que los comerciantes buscan en un primer lugar es el financiamiento, debido a esto es importante que se cree líneas especiales de crédito y para ello debería ser formal., los comerciantes formales indican como estos comerciantes informales comercializan sin ser detectados. Manifiestan que hay una desigualdad en cuanto al pago de sus tributos. Es decir unos pagan y otros no. Debería existir una política tributaria justa.

#### **4.2.3 Respecto al Objetivo específico 3**

**Describir las principales características de la cultura tributaria en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.**

**Tabla 13:** De la formalización, según el estudio realizado a la muestra en base al cuestionario determino que 38 comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana año 2015 según los criterios de inclusión, que representan el 100% están inscritos en el Registro Único del Contribuyente (RUC).

**Tabla 14:** Con respecto al tipo de contribuyente podemos decir que el 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes en estudio pertenecen al tipo de contribuyente de personas naturales con negocio y no hay personas jurídicas, esto debido al tipo de actividad realizada y el lugar en donde desarrollan sus actividades.

**Tabla 15:** Con respecto al régimen tributario según los criterios de inclusión se determinó que el 92% de los comerciantes minoristas de abarrotes en estudio se encuentran adscritos al Régimen General del impuesto a la Renta, mientras que el 8% pertenecen al Régimen Especial de Renta. Esto puede ser el resultado de un mal acogimiento de régimen tributario, por desconocimiento y descuido se han acogido según el estudio en un régimen mayor al que les correspondería según sus ingresos.

**Tabla 16:** Con respecto a la antigüedad del régimen tributario podemos apreciar que predomina con 63% de la muestra en estudio una antigüedad entre los 6 y 10 años, mientras que un 34% entre 11 a 20 años y 3% de los comerciantes minoristas de abarrotes tiene una antigüedad entre 1 a 5 años. Por lo que analizamos que los

comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana año 2015 tienen cierta antigüedad en el régimen tributario acogido.

**Tabla 17:** El 92% de los comerciantes minoristas de abarrotes no tiene conocimiento de los requisitos y condiciones del régimen en el que están acogidos, mientras que un 8% si tiene conocimiento de ello. Del presente resultado se confirmaría que existe un desconocimiento de los requisitos y condiciones de acogimiento al régimen tributario ya que por la actividad económica desarrollada (abarrotes) validando la conclusión de Aguirre y Silva (2013). Concluyó que: 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).

**Tabla 18:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indican que para ellos es complejo el sistema tributario nacional. Es por esto que todo el tema tributario lo derivan con su contador.

**Tabla 19:** El 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana exigen comprobantes de pago por sus compras realizadas. Según indican su contador les ha asesorado que para todas sus compras realizadas siempre exijan comprobante de pago y en estos casos de comerciantes que declaran y pagan IGV-RENTA mensual les sirve para sustentar su crédito fiscal.

**Tabla 20:** El 58% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana emite comprobantes de pago solo cuando el cliente le solicita, 26% indico que si entrega comprobantes de pago y el 16% manifestó no emitir comprobantes de pago.

Como podemos apreciar la emisión de comprobantes de pago por todas sus ventas realizadas es una de las características de cultura tributaria, es decir solo emiten cuando le solicitan dejando de lado un significativo monto de ingresos.

**Tabla 21:** El 53% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indica que de las ventas por las cuales no le exigen comprobante de pago ellos emiten menos del 40% del total de esas ventas, el 39% entre un 40 y 70% y el 8% solo emite más del 70% de las ventas. Según estos resultados podemos analizar que existe un alto porcentaje del cual no se emiten comprobantes de pago, por lo que se produciría una evasión tributaria, por no declarar al 100% la totalidad de sus ventas mensuales.

**Tabla 22:** El 40% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indican que sus ventas de las cuales les exigen comprobantes de pago representan menos del 40%, el 34% indica que representan más del 70% y el 26% representan entre un 40 y 70%, de lo cual podemos confirmar el análisis de la tabla 21, en cuanto a que existe un margen de ventas que no es declarado en la DDJJ mensual, produciéndose una evasión tributaria y una declaración con cifras y datos falsos, se estarían configurando infracciones tributarias que son sancionadas con multa.

**Tabla 23:** El 53% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indica que el factor que más influye en la formación de cultura tributaria, es la confianza en los gobiernos, el 26% indica que sería la difusión en la información y un 21 % indica que es de acuerdo al grado de instrucción.

De lo antes expuesto podemos indicar que para formar una sólida cultura tributaria el estado debe ser transparente en el cumplimiento de sus funciones, cero corrupción, así mismo podemos apreciar que un 26% de la muestra en estudio indica que la difusión de información también es otro factor así como el grado de instrucción lo cual permite al ciudadano comprender las normas tributarias.

**Tabla 24:** El 53% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indica que a veces busca capacitaciones tributarias, el 34% indica que no busca capacitación tributaria y el 13 % indica que si busca capacitarse tributariamente. Podemos apreciar que el comerciante minorista de abarrotes del mercado modelo de Sullana no busca o busca esporádicamente capacitarse tributariamente, lo cual no permite el crecimiento de una cultura tributaria.

**Tabla 25:** El 61% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indica que no es de su interés en recibir capacitación tributaria y un 39% indica que si es de su interés recibir dichas capacitaciones. Observamos que la mayor parte de comerciantes minoristas de abarrotes no está interesado en recibir capacitaciones, lo que conlleva al no fortalecimiento de una cultura tributaria.

**Tabla 26:** De la muestra en estudio el 58% indica que el estado fomenta algunas veces la cultura tributaria, un 32% indica que no fomenta la cultura tributaria y un 11% indica que si fomenta. Esto debido según ellos a que por parte de la administración tributaria no difunde las principales normas o actualizaciones de manera que no interfiera con sus actividades comerciales, es decir que no sea solamente de manera presencial.

#### **4.2.4 Respecto al Objetivo específico 4**

**Describir el Impacto de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.**

**Tabla 27:** Según el estudio realizado a la muestra en base al cuestionario determino que 38 comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana año 2015 el cual representa el 100% paga impuestos como el IGV-Renta mensual. Esto debido al criterio de inclusión en donde indica que el estudio se basa en comerciantes que declaren y paguen impuestos mensuales como IGV-RENTA.

**Tabla 28:** Se determinó que el 63% de los comerciantes minoristas de abarrotes en estudio, no declara y/o paga sus tributos dentro de plazos establecidos según su cronograma de vencimientos sin embargo un 37% indicó que si declaran y/o pagan sus tributos en los plazos establecidos. De estos resultados podemos afirmar que el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de igv-renta es bajo en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

**Tabla 29:** Se analiza que el 82% de las declaraciones mensuales IGV-RENTA son preparadas por un contador, mientras que un 18% las realiza un familiar o amigo del comerciante minorista en estudio. Según el resultado se aprecia que en su mayoría es un profesional contable quien realiza estas declaraciones, lo cual es una ventaja. Mientras que los demás comerciantes tiene un peligro inminente debido a que si no es profesional contable puede incurrir en ciertos errores al momento de la declaración y tiene riesgo de ser sancionado por la administración tributaria.

**Tabla 30:** El 47% de los comerciantes minoristas en estudio realiza ellos mismos el pago mensual del impuesto general a las ventas y del pago a cuenta del impuesto a la renta, el 42% lo realiza el contador y el 11% realiza el pago a través de un amigo o familiar. Si analizamos el resultado podemos apreciar que hay un porcentaje significativo en donde los pagos los realiza el contador y otro porcentaje menor los realiza amigos y familiares, esto significa un grado de confianza que tiene el comerciante al designar que otras personas realicen los pagos mensuales de IGV-RENTA, esto si no se lleva un control y una fiscalización se produciría una falta de pagos, lo cual impactaría en su situación como contribuyente, generándole intereses, mala calificación en el sistema financiero, e impactaría en la recaudación fiscal. Por incumplimiento tributario.

**Tabla 31:** Se evidencia que el monto pagado por concepto de honorarios profesionales oscila por declaración mensual en un 55% en un costo de 20 a 50 soles, mientras el 45% paga entre S/. 100 a 200 soles. De este resultado se analiza que en la mayoría de los comerciantes paga por concepto de honorarios al contador un monto por debajo del mercado, lo cual conlleva a que el profesional contable no tenga la entera responsabilidad por la asesoría contable que tiene a su cargo, falta de honestidad al momento de declarar o solo se limita a presentar la declaración jurada mensual y no brinda una asesoría como correspondiera, es por ello que es desde ahí se generan las infracciones y sanciones administrativas que afectan directamente al contribuyente.

**Tabla 32:** En el resultado de esta tabla apreciamos el impacto por el incumplimiento tributario a los negocios de los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Sullana, así tenemos que el 47% de la muestra en estudio indica que pagaron multas, el 39% indico que pagaron intereses, el 8% indico que tuvo cierre temporal y el 5% manifestó que daño la imagen de su negocio. Generalmente la consecuencia del incumplimiento tributario sea de manera formal y/o sustancial afecta en primer lugar por las sanciones impuestas por la admiración tributaria, seguido por el pago de intereses moratorios lo cual impacta en la liquidez de su negocio para la inversión en mercadería.

**Tabla 33:** En el resultado de esta tabla apreciamos el impacto por el incumplimiento tributario a la sociedad .El 34% de la muestra en estudio indica que existe un débil desarrollo regional, el 26% indico que hay una baja cobertura en programas sociales, el 21% indico que hay limitada inversión en infraestructura pública y el 18% manifestó que existe una deficiente cobertura en servicios básicos. Estas son las consecuencias que traen consigo el incumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales.

**Tabla 34:** en este resultado podemos observar cuales serían las causas del incumplimiento tributario y tenemos: El 29% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indicaron que una de las causas del incumplimiento tributario es contribuciones exageradamente altas, seguido por un 26% que indicaron otra causa es la delegación de terceros para realizar los pagos, un 18% indico la evasión tributaria, el 16% bajo riesgo de ser detectado, 8% falta de cultura tributaria y el 3% falta de conciencia tributaria.

**Tabla 35:** Se analiza que si la SUNAT no controlaría el pago de los tributos y no les multaría por declarar fuera de plazo, los comerciantes minoristas en estudio el 100% no declararían y pagarían de forma voluntaria y consiente. De esta manera analizamos que el contribuyente no tiene una conciencia tributaria validando la conclusión de: **Mogollón (2014):** Con este estudio realizado ha quedado evidenciado, que el contribuyente Chiclayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía.

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

Así mismo validando la conclusión de **Burga (2015)**: 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.

La falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias.

Se valida la conclusión de **Chiroque (2012)**: Hablar de carencia de una conciencia tributaria, significa que en la sociedad no se ha desarrollado el sentido de cooperación de los individuos con el Estado. Los factores intervinientes para el deficiente nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias son de diversa naturaleza, pero la falta de conciencia tributaria es uno de ellos y tiene gran importancia, ya que en buena cuenta refleja la relación entre el contribuyente y el fisco. Es por ello que SUNAT en la actualidad como ente recaudador y fiscalizador está realizando diferentes programas donde se difunde mucho la educación tributaria como por ejemplo con revistas, charlas informativas, orientación al contribuyente y volantes que están a disposición de la población en su oficinas de atención al contribuyente reduciendo la evasión de tributaria y la informalidad que le genera cuantiosas pérdidas al estado al dejar de recaudar diferentes impuestos que podrían ser utilizados en obras públicas.

**Tabla 36:** El 87% de los comerciantes minoristas de abarrotes en estudio, manifestó que SUNAT no le incentiva a realizar el pagos de sus tributos, sin embargo el 13% indicó que sí. Motivados según porque el estado no otorga buenos servicios al ciudadano que incentive a realizar el pago se sus tributos, gobierna Validando la conclusión de: **Florez (2014)** Las causas más frecuentes que originan la evasión tributaria son, la desconfianza del contribuyente en el estado sobre el destino del dinero por el pago de sus impuestos; causas técnicas como la falta de claridad y

precisión de la orientación por parte de la SUNAT; causas jurídicas como el desconocimiento de las normas tributarias. La causa más frecuente que da lugar a la evasión es de gran medida la falta de cultura tributaria por parte de la SUNAT y principalmente en los centros de estudio, por los inadecuados programas curriculares. Incrementar el programa curricular del sistema educativo contenido sobre educación tributaria y una adecuada difusión por parte de la SUNAT los resultados a futuro sería favorables para el estado.

Además se valida la conclusión de **Castillo (2014)**: La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. La fomentación de una cultura tributaria que logre cambios en el comportamiento de los contribuyentes es un proceso que necesita tiempo y esfuerzos por parte de las autoridades competentes, es por ello, que no se puede hablar de rapidez o de éxitos en el corto plazo, ya que la adquisición de un determinado comportamiento cultural en aspectos económicos, sociales y políticos es lento, por lo tanto, si la cultura no se cultiva durante años, no se puede improvisar ni suponer.

**Tabla 37: del análisis realizado podemos decir que** el 47% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana indicó que el beneficio que desearían recibir sería mayor posibilidad de crecimiento, un 26% dijo evitar sanciones, el 21% indicaron acceso a recursos financieros y un 5% manifestó generar mayores utilidades.



## **V. CONCLUSIONES**

### **5.1 Conclusiones**

#### **5.1.1 Respecto al Objetivo específico 1**

##### **Características de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.**

a) Se concluyó que los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana año 2015, en su mayoría son mujeres de avanzada edad con un nivel de educación primaria lo cual no contribuye al crecimiento de la cultura tributaria, debido a que en el nivel de estudio se ve reflejada la falta de conocimiento de las normas tributarias y mayor visión en sus negocios ya que se iniciaron con ventas de bienes de primera necesidad (abarrotes) por ser el tipo de actividad más común del sector y más fácil de implementar con un margen de ganancia mínima por producto, el precio del producto es fijo determinado según mercado; tienen un puesto asignado por la municipalidad.

b) Se destaca que los negocios de los comerciantes minoristas de abarrotes en el mercado modelo de Sullana son sólidos y estables, ya que han logrado mantenerse dentro de la actividad comercial por más de 21 años. Por ser comercio de artículos de primera necesidad la demanda es diaria, por lo que generalmente según el análisis arroja que un 84% de los comerciantes minoristas en estudio, trabaja los 7 días de la semana para generar mayores ingresos.

### **5.1.2 Respecto al Objetivo específico 2**

#### **Características de las MYPE del mercado modelo de Sullana en el año 2015.**

Se concluyó que los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana año 2015 no se encuentran acogidos a la ley MYPE (D.L 30056), principalmente por desconocimiento de los beneficios de esta norma y porque ellos mismos y sus familiares son los conductores del negocio. No cuentan con trabajadores en planilla debido al nivel bajo de ingresos, que no les permite asumir costos laborales, no siendo necesaria para ellos el acogimiento a nueva Ley MYPE que entre otros beneficios otorga beneficios laborales. Así mismo los comerciantes consideran que el estado debe aplicar mecanismos que incentiven la formalización, simplificar los impuestos y reducir el exceso de trámites.

### **5.1.3 Respecto al Objetivo específico 3**

#### **Características de la cultura tributaria en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.**

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

- a) El 92% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015 se encuentran acogidos al régimen general de renta (RG) y sólo el 8% en el régimen especial de renta (RER), predomina una antigüedad en el régimen que fluctúa entre 6 a 10 años.
- b) Se determinó que los comerciantes en estudio que se encuentran en el régimen general de renta, no les corresponde debido a que SUNAT los migró de oficio debido al incumplimiento en el pago dentro del plazo establecido, situación que los comerciantes ignoraban debido a su baja cultura tributaria.

- c) Para el 100% de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana les es complejo el sistema tributario nacional, debido a que SUNAT en sus canales de atención al contribuyente no brinda información y orientación sencilla, clara y de fácil entendimiento.
- d) La carencia de cultura tributaria, sumado a la falta de conciencia tributaria, se puede evidenciar en el incumplimiento de sus obligaciones formales y sustanciales; tales como la no emisión de comprobantes de pago en todas sus ventas realizadas, lo que conlleva a presentar declaraciones juradas mensuales de IGV-RENTA con cifras y datos falsos.
- e) El 40% de los comerciantes en estudio manifestaron que se emiten comprobantes de pago solo al cliente que lo solicita, lo cual representa menos del 40% de la totalidad de sus ventas, percibiéndose que la carencia de cultura tributaria asociada a la falta de conciencia tributaria los convierte en evasores de impuestos.
- f) Se evidencia en el 53% de los comerciantes que los factores que influyen en su baja cultura tributaria se encuentra la desconfianza en los gobiernos, la poca transparencia en el destino de los tributos, la corrupción en el servicio recaudador, sumado al desinterés de los propios comerciantes por informarse. Para el 26% de los comerciantes la falta de cultura tributaria está relacionada a la poca o nula información del estado a los pequeños comerciantes. Para el 21% de los comerciantes la baja cultura tributaria está asociada a la carencia de estudios.
- g) Según los resultados de la investigación existen diversas opiniones acerca de que el estado fomenta la cultura tributaria a través de los medios televisivos, radiales donde el comerciante pueda informarse y conocer algo del sistema tributario, así un 58% manifestó que el estado fomenta algunas veces, un 32% que no fomenta y 11% indica que si fomenta.

#### **5.1.4 Respecto al Objetivo específico 4**

##### **Impacto de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana.**

a) La investigación determinó un impacto negativo en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, en el año 2015, como consecuencia de una baja cultura tributaria evidenciada por las siguientes características:

- Un bajo nivel de instrucción, la complejidad del sistema tributario, la poca o nula información del estado a través de los medios masivos con información básica al comerciante a cerca de los tributos, la desconfianza y la corrupción del estado, la poca transparencia en el destino de los tributos, sumado al desinterés de los propios comerciantes por informarse acerca de su situación tributaria. Ocasiona que SUNAT los migre de oficio a otro régimen tributario por incumplimiento de pago en las fechas establecidas en sus cronogramas, situación que los comerciantes ignoran.

b) la baja cultura tributaria agravo la situación económica de los comerciantes que fueron sancionados, multados, pagaron intereses moratorios, y en algunos casos tuvieron cierre temporal de establecimientos y embargos; esto perjudicó el crecimiento de los negocios, quienes no fueron calificados como sujetos de crédito, creando mala imagen ante sus clientes.

c) Ante la sociedad, la carencia de cultura tributaria, afectó negativamente la recaudación fiscal del país, lo que trajo como consecuencia el incumplimiento de sus políticas públicas y sociales, para cubrir con las necesidades básicas de la sociedad peruana en todos sus programas, como salud, educación, etc.

## VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### 6.1 referencias bibliográficas

**Aguirre, A. y Silva, O. (2013).** Edición digital de “*Evasión tributaria en los*

*Comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo - año 2013*” disponible en:  
[http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/145/1/aguirre\\_aniclaudia\\_evasin\\_tributaria\\_comerciantes.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/145/1/aguirre_aniclaudia_evasin_tributaria_comerciantes.pdf).

**Alejos, V. y Carranza, E. (2010).** Edición digital “*Cultura tributaria y su*

*Incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado central virgen de Fátima, periodo 2010*” disponible en: <http://es.slideshare.net/VilerAlejosIzaguirre/cultura-tributaria-y-su-incidencia-en-el-cumplimiento-de-obligaciones-tributarias>.

**Alva, M. (2012).** Edición Digital “*El impuesto a la renta y las teorías que*

*Determinan su afectación.*

*Disponiblen:*<http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2012/03/01/el-impuesto-a-la-renta-y-las-teorias-que-determinan-su-afectacion/>

**Banfi, D. (2013).** Edición digital *La cultura tributaria para el cumplimiento de la*

*obligación tributaria disponible en:*

<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/comercium/article/viewArticle/2866/402>

**Basurto, M. (2015).** Edición digital *La cultura tributaria de las asociaciones de comerciantes minoristas de la bahía - FEDACOMIB y su incidencia en la continuidad de sus negocios 2015* disponible en:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/4087>.

**Bravo, F. (2011).** Citada por Solórzano, D. (2011). Edición digital En su Investigación *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión Tributaria en el Perú* disponible en:  
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura\\_tributaria\\_dulio\\_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)

**Burga, M. (2015).** Edición digital *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en Las empresas comerciales del emporio gamarra, 2014* disponible en  
[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga\\_ame.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga_ame.pdf)

**Cárdenas, A. (2012).** Edición digital *La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha –Cantón quito 2013.*  
Disponible en:<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5224/1/UPS-QT03885.pdf>

**Castillo, F. (2014).** Edición digital del 1 diciembre “*Propuesta de programa para Incentivar la cultura tributaria.* Disponible en:<https://prezi.com/m79kfs9toeug/propuesta-de-programa-para-incentivar-la-cultura-tributario/>

**Chiroque, M. (2012).** Edición digital *La cultura tributaria en los negocios del Mercado central de la ciudad de Piura* disponible en:  
<https://es.scribd.com/doc/232631120/Tesis-Cultura-Tributaria-marcos-r-Chiroque-Anastacio>

**Enciclopedia libre (Wikipedia)** conceptualiza al tributo según enlace

[https://es.wikipedia.org/wiki/Tributo.](https://es.wikipedia.org/wiki/Tributo)

**Farfán, M. (2014).** *Docente del programa académico de Contabilidad UDEP analiza el reporte de recaudación de la SUNAT en el 2013, en Piura.*

Entrevistado por Aldo Chávez. 26 febrero, 2014 disponible en:

<http://udep.edu.pe/hoy/2014/recaudacion-anual-de-sunat-aun-falta-trabajar-en-cultura-tributaria/>

**Florez, Y. (2014).** Edición digital de su investigación de *Análisis de la evasión tributaria en los comerciantes informales de la provincia de espinar- Cuzco*

Disponible en:

<https://trabajosdecontabilidad.wordpress.com/2014/09/20/analisis-de-la-evasion-tributaria-en-los-comerciantes-informales-de-la-provincia-de-espinar-cusco/>

**Guía tributaria SUNAT**, definición de pagos del igv se encuentra en el siguiente

Link:<http://www.guiatributaria.sunat.gob.pe/tipos-de-contribuyente/igv/57-tipos-de-contribuyente/igv/311-que-es-el-impuesto-general-a-las-ventas-o-igv.html>

**Mogollón, V. (2014).** Edición digital *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva dela región- Chiclayo, Perú.* Disponible en

[http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAT\\_340c803ea607524b1defbc b2080c18b6](http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAT_340c803ea607524b1defbc b2080c18b6)

**Oña, C - Robalino, S. (2012).** Edición digital *Cumplimiento de las obligaciones*

*Tributarias de los comerciantes minoristas del sector de calderón de la ciudad de quito durante el año 2011-2012* disponible en <http://dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1518>

**Robles, citado por León (2006)** En la edición digital *Ética y cultura tributaria en el*

*Contribuyente* por disponible en la investigación de Ramírez, T.- Moreno, F. (2009) [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)58-73.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)58-73.pdf)

**Roca, C (2011). Citada por Dulio Solórzano (2011)** Edición digital Estrategias para

la formación de la cultura tributaria – Asamblea General del CIAT N° 42, Guatemala, 2008- Serie Temática Tributaria N°15 Setiembre 2011 Asistencia al Contribuyente p. 66 disponible en:

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

**Tapia, J. (2005).** Edición digital *teorías tributarias disponibles* en:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=177021336006>.



## 6.2 Anexos

### Anexo 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

### CUESTIONARIO

La información que usted proporcionara será utilizado solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración, para desarrollar mi informe de tesis titulado:

Encuestador(a): **Atoche Reyes Rosa María** Fecha: **Julio 2016**

**INSTRUCCIONES:** Marcar dentro del paréntesis con una "X" la alternativa correcta (solo una) según lo que indique conteste objetivamente cada una de las preguntas.

#### **I. Características de los comerciantes minoristas:**

1. Genero de los comerciantes minoristas:

a) Masculino ( ) b) Femenino ( )

2. ¿Qué edad tiene?

a) 18-25..... b) 26-35..... c) 36-45..... d) 46-60..... e) más....

3. ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a) Primaria..... b) secundaria..... c) superior.....
4. ¿Hace cuánto tiempo se dedica al comercio de abarrotes?
- a) 1-5..... b) 6-10..... c) 11-20..... d) 2 a más.....
5. ¿El producto tiene precio fijo?
- a) Si..... b) No.....
6. ¿Cómo le asigna precio a su producto?
- a) Según mercado..... b) Según Competencia..... c) Según el cliente.....
7. ¿Cuántos días a la semana trabaja?
- a) 5 días....b) 6 días.....c) 7 días....
8. ¿tiene el mercado modelo de Sullana una asociación de comerciantes?
- a) Si..... b) No.....
9. ¿Tiene puesto asignado por la municipalidad?
- a) Si..... b) No.....

## **II. Características de las Mype**

10. ¿Esta acogido a la ley de MYPES?
- a) Si..... b) No.....
11. ¿Tiene trabajadores en planilla?
- a) Si..... b) No.....
12. ¿Qué aspectos cree usted que el estado debe trabajar para fomentar la formalidad?
- a) Prestar mayor asesoría a los nuevos empresarios
- b) Crear líneas especiales de crédito
- c) Simplificar impuestos
- d) Mejorar las facilidades de acceder al mercado

e) reducir el exceso de trámites

### **III. Características de la cultura tributaria**

13. ¿Está inscrito en el RUC?

a) Si..... b) No.....

14 ¿Es persona Natural o Jurídica?

a) P. Natural..... b) P. Jurídica.....

15. ¿En qué régimen tributario se encuentra?

a) NRUS..... b) R. especial..... c) R. general.....

16. ¿Qué tiempo tiene en ese régimen tributario?

a) 1-5..... b) 6-10..... c) 11-20..... d) 21 a más.....

17. ¿Conoce usted los requisitos y condiciones del régimen tributario al que pertenece

a) Si..... b) No.....

18. ¿Es complejo para usted el sistema tributario nacional?

a) Si..... b) No.....

19. ¿Exige comprobantes de pago por las compras realizadas?

a) Si..... b) No.....c) Algunas veces.....

20. ¿Emite comprobantes de pago por todas sus ventas realizadas?

a) Si..... b) No.....c) a solicitud del cliente.....

21. De las ventas por las cuales no le exigen comprobante de pago. ¿Qué porcentaje usted las emite?

a) Más de 70%.....b) Entre 40 a 70%.....c) Menos de 40%.....

22. ¿Qué porcentaje de sus ventas representa las que le solicitan comprobante de pago?

a) Más de 70%.....b) Entre 40 a 70%.....c) Menos de 40%.....

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

a) El grado de instrucción.....b) La confianza en los gobiernos.....c) La difusión de información....

24. ¿Busca capacitación tributaria?

a) Si..... b) No.....c) Algunas veces.....

25. ¿Es de su interés recibir capacitación tributaria?

a) Si..... b) No.....

26. ¿Considera usted que el estado fomenta la cultura tributaria?

a) Si..... b) No.....c) Algunas veces.....

**IV. Impacto de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015**

27. ¿Qué tipo de tributos paga?

a) IGV-Renta..... b) Planillas..... c) Otros.....

28. ¿Realiza sus declaraciones y pagos mensuales de IGV-RENTA dentro de los plazos establecidos según cronograma de vencimientos?

a) Si..... b) No.....

29. ¿Quién realiza sus declaraciones mensuales de IGV-RENTA?

a) Usted..... b) Amigo o familiar..... c) Contador.....

30. ¿Quién realiza sus pagos mensuales de IGV-RENTA?

a) Usted..... b) Amigo o familiar..... c) Contador.....

31. ¿Cuánto paga por cada declaración que le realizan?

a) 20-50..... b) 100-200..... c) 300-500..... d) más.....

32. ¿Cómo afecto el incumplimiento tributario a su negocio?

a) Se pagaron multas....b) Se pagaron intereses....c) Tuvo cierre temporal....d) Dañó la imagen del negocio....e) Perdió clientes....

33. ¿De qué manera el incumplimiento tributario afecta a la sociedad?

a) Deficiente cobertura de servicios básicos....b) Baja cobertura en programa sociales....c) Limitada inversión en infraestructura pública....d) débil desarrollo regional....

34. ¿Cuáles cree que son las causas del incumplimiento tributario?

a) La evasión tributaria....b) Falta de conciencia tributaria....c) contribuciones exageradamente altas....d) Bajo riesgo de ser detectado....e) Falta de cultura tributaria....f) Pagos realizados por terceros....

35. Si la SUNAT no controlaría el pago de los tributos y no le multaría por declarar fuera de plazo. ¿Usted declararía y pagaría en forma voluntaria y consciente?

a) Si..... b) No.....

36. Para usted ¿El estado ejerce un buen otorgamiento de servicios al ciudadano que le incentiva realizar los pagos de sus tributos?

a) Si..... b) No.....

37. ¿Cuál de estos beneficios desearía usted obtener por el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?

a) Evitar sanciones....b) Mejorar la imagen del negocio....c) Generar mayores utilidades....d) Mayor posibilidad de crecimiento....e) Acceso a recursos financieros....

*Gracias por su apoyo en la investigación*

## VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: Nelly Yessenia Céspedes Cisanto  
Profesión: Contadora Pública Colegiada  
Grado Académico: Magister en Ciencias de la Educación Superior  
Centro Trabajo: Universidad Nacional de Tarma  
DNI: 03901074  
N° Matrícula: 1242

### 2.- RESPONSABLE DE LA INVESTIGACIÓN

**DOCENTE TUTOR INVESTIGADOR:** Mgtr. CPC. María Fany Martínez Ordinola

### 3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. OBJETIVO GENERAL:

Describir la cultura tributaria tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

#### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Describir las principales características de los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.
2. Describir las principales características de las MYPE del mercado modelo de Sullana en el año 2015.
3. Describir las principales características de la cultura tributaria en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.
4. Describir el impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.

**4.- JUICIO DEL EXPERTO RESPECTO AL CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN**

**4.1 Considera que las dimensiones de las variables están inmersas en el contexto teórico, de forma:**

- a) Suficiente (X)      b) Medianamente suficiente ( )      c) Insuficiente ( )

**4.2 Considera que los indicadores de las variables están inmersos en el contexto teórico, de manera:**

- a) Suficiente (X)      b) Medianamente suficiente ( )      c) Insuficiente ( )

**4.3 Considera que las preguntas del cuestionario miden los indicadores seleccionados por las variables de manera:**

- a) Suficiente (X)      b) Medianamente suficiente ( )      c) Insuficiente ( )

**4.4 El instrumento diseñado mide las variables de manera:**

- a) Suficiente (X)      b) Medianamente suficiente ( )      c) Insuficiente ( )

**4.5 El instrumento diseñado a su juicio es:**

- a) Válido (X)      b) No Válido ( )

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Firma del experto

PC Nelly C. Caspedes Crisanto  
MAT.07-1947

Anexo 2

Relación de comerciantes minoristas del mercado modelo de Sullana encuestados y que cumplieron con los criterios de inclusión.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	PUESTO		GIRO DE NEGOCIO	RUC	DIRECCIO N
		MZ A	MZ LOTE			
1	PEREZ MORALES JUAN	A	2	ABARROTOS	1003683634	CA. CARLOS LEIGH 415
2	ATO CHE ATO SANTOS MARIA	A	4	ABARROTOS	10035864666	CA. CARLOS LEIGH 415
3	JUAREZ PACHERREZ JACOBA	A	8	ABARROTOS	10035801851	CA. CARLOS LEIGH 415
4	BENITEZ GALLOZA MARIA MAGDALENA	A	9	ABARROTOS	10035647801	CA. CARLOS LEIGH 415
5	DE LA CRUZ RAMIREZ ELBA	B	1	ABARROTOS	10036051316	CA. CARLOS LEIGH 415
6	PUESCAS TAVARA LILI	B	3	ABARROTOS	10035990734	CA. CARLOS LEIGH 415
7	PAIVA LORO MARCELINA	B	4	ABARROTOS	10035958211	CA. CARLOS LEIGH 415
8	CHAMBA CARHUAJULCA RENE	B	5	ABARROTOS	10035705126	CA. CARLOS LEIGH 415
9	CUNYA LLACSAHUANGA FREDENVINDA	B	6	ABARROTOS	10035621844	CA. CARLOS LEIGH 415
10	PALACIOS ESPINOZA LUZ AURORA	B	8	ABARROTOS	10035718045	CA. CARLOS LEIGH 415
11	JARAMILLO VILLEGAS BRAELIA	B	12	ABARROTOS	10035976308	CA. CARLOS LEIGH 415
12	ORDINOLA AQUINO ESPERANZA	C	1	ABARROTOS	10035852706	CA. CARLOS LEIGH 415
13	CORNEJO CARRION JACK RENZO	C	3	ABARROTOS	10452349481	CA. CARLOS LEIGH 415
14	PALACIOS ALBURQUEQUE JANNY	D	1	ABARROTOS	10035763746	CA. CARLOS LEIGH 415
15	RUIZ CASTILLO FRANCISCO	D	2	ABARROTOS	10035943728	CA. CARLOS



						LEIGH 415
16	ALBURQUEQUE RIOS JORGE	D	3	ABARROTOS	10035602483	CA. CARLOS LEIGH 415
17	PAIVA CORDOVA LUISA GRACIELA	D	4	ABARROTOS	10035907306	CA. CARLOS LEIGH 415
18	INFANTE GODOS MARIA CLEOFE	E	4	ABARROTOS	10036177638	CA. CARLOS LEIGH 415
19	OJEDA CRUZ LESLY DIANA	E	8	ABARROTOS	10483210537	CA. CARLOS LEIGH 415
20	OLAYA CONDORI AIDE CAROLINA	E	12	ABARROTOS	10035732620	CA. CARLOS LEIGH 415
21	RAMIREZ MADRIS GREDI ENRIQUE	E	16	ABARROTOS	10036749160	CA. CARLOS LEIGH 415
22	NEYRA CLADERON MIGUEL	F	1	ABARROTOS	10039010521	CA. CARLOS LEIGH 415
23	ALBURQUEQUE REY SANTOS ISIDRO	F	4	ABARROTOS	10035686954	CA. CARLOS LEIGH 415
24	NIÑO DE SUAREZ NOELIA	G	1	ABARROTOS	10035662583	CA. CARLOS LEIGH 415
25	GONZALES RUIS TEOBALDO	G	3	ABARROTOS	10036110801	CA. CARLOS LEIGH 415
26	MONTERO SANDOVAL JORGE	G	5	ABARROTOS	10056459834	CA. CARLOS LEIGH 415
27	ABAD ABAD MARIA ISABEL	G	6	ABARROTOS	1003595491	CA. CARLOS LEIGH 415
28	OJEDA CRUZ GUISELLY PAOLA	G	8	ABARROTOS	10415237443	CA. CARLOS LEIGH 415
29	ARISMENDI AGURTO RAUL	H	4	ABARROTOS	10036413838	CA. CARLOS LEIGH 415
30	REYES RODRIGUEZ RAMONA	J	5	ABARROTOS	10804449596	CA. CARLOS LEIGH 415
31	NOLE ZAPATA NOELY DE ZEVALLOS	J	7	ABARROTOS	10035829861	CA. CARLOS LEIGH 415
32	PALOMINO ESCOBAR MARIA	J	20	ABARROTOS	1003574544	CA. CARLOS LEIGH 415

33	TIMANA CARMEN WILMER	K	1	ABARROTOS	10029133273	CA. CARLOS LEIGH 415
34	ATOCHE LAPO CAROLINA	K	27	ABARROTOS	10451537453	CA. CARLOS LEIGH 415
35	CHIROQUE SERNAQUE FELIX	O	1	ABARROTOS	10035970628	CA. CARLOS LEIGH 415
36	MENDOZA RIOS MARIA ISABEL	HRB	2	ABARROTOS	10425809003	CA. CARLOS LEIGH 415
37	MENDOZA RIOS JULIO CESAR	HRB	10	ABARROTOS	10036781594	CA. CARLOS LEIGH 415
38	YOPLA CUEVA MARIA MARLENE	HRB	15	ABARROTOS	10405763155	CA. CARLOS LEIGH 415

Anexo 3

**Aporte de liquidación de impuestos mensuales**

	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V</b>	<b>Renta</b>
(+) VENTAS	<b>9,000.00</b>	<b>1,620.00</b>	<b>9000 *</b>
(-) COMPRAS	<b>(8,000.00)</b>	<b>(1,440.00)</b>	<b>1.5%</b>
(-)	<b>IMPUESTO RESULTANTE</b>	<b>180.00</b>	135.00
(-)	<b>SALDO A FAVOR PERIODO ANTERIOR</b>	<b>(250.00)</b>	
	<b>SALDO A FAVOR</b>	<b>(70.00)</b>	
	<b>TOTAL DEUDA TRIBUTARIA</b>	<b>-</b>	135.00

Fuente: elaboración propia como aporte para cálculo de impuestos para los comerciantes como apoyo en cruce de información.

**Anexo 4**

**CRONOGRAMA GANTT**

**I.- ACTIVIDADES**

ACTIVIDADES	Meses / 2016				
	JUN	JUL	AGO	SET	OCT
Recolección de información	X	X			
Trabajo de campo	X	X			
Elaboración del informe de Tesis		X	X	X	
Presentación del Informe de Tesis					X
Presentación de Artículo Científico					X
Empastado de la tesis					X
Sustentación y Defensa de la Tesis					X

**II.- PRESUPUESTO**

**BIENES**

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio S/.
Dispositivo USB	01	Unidad	40.00
Laptop	1	Unidad	1500.00
<b>TOTAL S/.</b>			<b>1540.00</b>

## SERVICIOS

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	
			Unitario	Total
Internet	50	Horas		50
Movilidad	10	Pasajes	15.00	150
Fotocopias	300	Unidad	0.10	30
Impresiones	600	Unidad	0.50	300
Grabación de CD	2	Unidad	20.00	40
Empastado	5	Unidad	20.00	100
Matricula taller de tesis	1	Unidad	100	100
Taller de tesis	4	Pensiones	425	1700
<b>TOTAL S/.</b>				<b>2470</b>

## III.- RESUMEN DEL PRESUPUESTO

RUBRO	IMPORTE
Bienes	1540.00
Servicios	2470.00
<b>TOTAL S/.</b>	<b>4010.00</b>

## IV. FINANCIAMIENTO

Totalmente Autofinanciado por el alumno investigador.