

**UAP**

EN LA UAP  
TÚ ERES PARTE  
DEL CAMBIO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**“CULTURA TRIBUTARIA COMO FACTOR PRINCIPAL EN LA  
FORMALIZACION DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL LOS  
BALSEROS DEL ALTIPLANO, CUSCO-2022**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

**PRESENTADO POR:**

**“BACHILLER:**

**LUCIO CCAHUANA YEPEZ**

**ASESOR**

**MG. DAVID GUSTAVO MOROTE CHAMORRO**

**CUSCO – PERU**

**2022**

## **DEDICATORIA**

A nuestro señor todo poderoso, a mi familia por el apoyo incondicional y apoyarme por el camino del éxito... a mi señora madre que es el motor y motivo a seguir adelante y ser mejor cada día.

En primer lugar, gracias a Dios por ser nuestro camino y guía, a Jesús por ser nuestro motivo e inspiración, y por ser el ejemplo más grande de caridad y amor en el mundo en el que vivimos, por darme la fuerza para culminar y no desmayar ante los obstáculos que se dieron, para la culminación del presente trabajo.

## **AGRADECIMIENTO**

A los profesores de la Universidad Alas Peruanas, a los trabajadores del Centro Comercial los Balseros del Altiplano, a todos mis amigos y en especial a mis señores padres por todo lo brindado en todos estos tiempos.

A todos mis seres queridos, a quien en esta vida les debo toda mi vida, les agradezco todo su comprensión y cariño, que me han formado con buenos hábitos y valores, las cuales hicieron posibles para culminar el trabajo de suficiencia profesional, frente a todas las vicisitudes, buscando siempre lo mejor para toda mi familia.

## INTRODUCCION

La educación tributaria es la estrategia por excelencia para la formación de una cultura Tributaria que implica asumir como un factor para la formalización de los comerciantes. Es necesario desarrollar una cultura tributaria, que permita a los contribuyentes de las empresas comerciales del distrito a cumplir con sus obligaciones tributarias, acorde con los valores democráticos. Un mayor nivel de la cultura tributaria mejorará la formalización de las empresas y/o comercios, por ende habrá mayor educación y conciencia tributaria. Desarrollar dicha cultura no es una tarea fácil, por lo que se debe enseñar e incentivar la cultura tributaria y promover la formalización de los comerciantes.

Actualmente, muchas de las personas no tiene una buena cultura tributaria, ya que no se le enseña desde una edad temprana, la importancia de contribuir con el estado, pero lo más importante es que la sociedad cree que no recibe nada a cambio por cumplir con sus obligaciones tributarias con el estado y muchos de ellos evaden los impuestos porque desconocen sobre la cultura tributaria y la importancia que tiene para el Estado Peruano, además de eso la mayoría de los comerciantes tienen miedo a la SUNAT y las multas que pueden tener por infringir los impuestos.

Por ello, la cultura tributaria es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributarias. La evasión tributaria es un fenómeno complejo que

tiene que ver con un tema cultural que está ligado con el sentido de relación que tiene el ciudadano con el Estado. Un ciudadano que no valora a su país es porque nunca estuvo presente en los momentos trascendentales de su vida o bien porque fue formándose – por los medios de comunicación, escuela, familia, etc. – bajo la idea de que el Estado es un mal con el que tiene que convivir, no verá la "acción de tributar" como algo positivo o un deber a desarrollar.

En términos generales, los países más desarrollados tienen una mayor cultura tributaria, es decir, son más responsables con el cumplimiento de sus obligaciones. La cultura tributaria está determinada por dos aspectos, uno de tipo legal y otro de tipo ideológico; el primero corresponde al riesgo real de ser controlado, obligado y sancionado por el incumplimiento de sus obligaciones, el segundo corresponde al grado de satisfacción de la población en cuanto a que los recursos que aporta están siendo utilizados correctamente y que al menos una parte de ellos le está siendo retornada por la vía de servicios públicos aceptables.

### **Problema general**

¿Cómo es la cultura tributaria como factor principal en la formalización de los comerciantes del centro comercial los Balseros del Altiplano, Cusco-2022?

## **Problemas específicos**

- a) ¿Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial los Balseros del Altiplano, Cusco-2022 ?
- b) ¿Cómo es la formalización de los comerciantes del centro comercial los Balseros del Altiplano, Cusco-2022?

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar la cultura tributaria como factor principal en la formalización de los comerciantes del centro comercial los Balseros del Altiplano, Cusco-2022.

### **Objetivos específicos**

- a) Describir la cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial los Balseros del Altiplano, Cusco-2022.
- b) Describir como es la formalización de los comerciantes del centro comercial los Balseros del Altiplano, Cusco-2022.

### **Justificación**

Justificación teórica: contribuye con el marco teórico o con las bases teóricas y conceptos sobre el tema, donde tiene un análisis minucioso de acuerdo a los autores establecidos que serán recopilados de fuentes confiables que servirán a la comunidad investigadora.

Justificación práctica: la investigación es un medio que solucionó las carencias y dudas sobre el problema. Así mismo, la investigación servirá a las futuras investigaciones, a las instituciones educativas, academias, universidades, etc., donde aportará con un conocimiento nuevo y viable.

Justificación metodológica: la investigación es un referente para estudios donde se realizó el proceso de investigación de acuerdo a los autores y profesionales conocedores sobre la metodología de investigación, así mismo la investigación ayuda a la comunidad académica en cuanto a la selección y alineamiento metodológico sobre el tema.

Como Justificación social, la investigación beneficia directamente a la sociedad y a los centros comerciales, así también a la colectividad, otorgándole el conocimiento necesario sobre el tema.

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad Determinar la cultura tributaria como factor principal en la formalización de los comerciantes del centro comercial los Balseros del Altiplano, Cusco-2022. El tipo de investigación usada es cuantitativa-descriptiva, la muestra fue conformada por 30 comerciantes. El método la recolección de datos fue encuestas a través de ello se procesó los datos y se llegó a las conclusiones.

La investigación se concluye: sobre la cultura tributaria, se menciona que la mayoría de los comerciantes no cuenta con una buena cultura tributaria, por lo tanto, los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias, acordes con los valores democráticos. La cultura tributaria mejorará la formalización de la empresa y/o negocio, para ello el Estado deberá trabajar duro, para que haya mayor educación y conciencia tributaria. Promover la cultura tributaria no es una tarea fácil, toda vez que el Estado debe enseñar desde las escuelas, así mismo debe incentivar y promover la formalización de los comerciantes.

## Índice de contenidos

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
INTRODUCCION .....	iv
Resumen .....	viii
Índice de contenidos .....	ix
Índice de figuras.....	xi
CAPITULO I: RESEÑA HISTÓRICA.....	12
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....	14
2.1. Antecedentes.....	14
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.1.3. Antecedentes nacionales .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.1.3. Antecedentes locales .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.2. Marco conceptual .....	17
CAPITULO III: ANALISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE INVESTIGADA.....	19
CAPITULO III: CASO PRACTICO .....	28
3.1. Antecedentes .....	28
3.2. Metodología de investigación .....	30
3.3. Técnicas e instrumentos de recojo de datos .....	31
3.5. RESULTADOS DE LA VARIABLE FORMALIZACIÓN.....	32
CONCLUSIONES .....	51
RECOMENDACIONES.....	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
ANEXOS.....	56

## Índice de tablas

Tabla 1. Si tiene RUC .....	32
Tabla 2. Sexo.....	33
Tabla 3. Edad.....	34
Tabla 4. Nivel de educación.....	35
Tabla 5. Personería jurídica .....	36
Tabla 6. Régimen tributario.....	37
Tabla 1. Nivel de conocimiento sobre la cultura tributaria.....	38
Tabla 2. Información tributaria .....	39
Tabla 3. Capacitación sobre cultura tributaria.....	40
Tabla 4. Cursos de tributación .....	41
Tabla 5. Beneficios cuando se contribuye .....	42
Tabla 6. Capacitaciones por la Sunat .....	43
Tabla 7. Reciprocidad sobre el pago de los impuestos.....	44
Tabla 8. Desigualdad en los procedimientos .....	45
Tabla 9. Información brindada por la Sunat .....	46
Tabla 10. Transparencia del estado.....	47
Tabla 11. Mal uso de los ingresos .....	48

## Índice de figuras

Figura 1. Si tiene RUC .....	32
Figura 2. Sexo.....	33
Figura 3. Edad .....	34
Figura 4. Nivel de educación.....	35
Figura 5. Personería jurídica.....	36
Figura 5. Régimen tributario.....	37
Figura 1. Nivel de conocimiento sobre la cultura tributaria .....	38
Figura 2. Información tributaria .....	39
Figura 3. Capacitación tributaria .....	40
Figura 4. Cursos de tributación .....	41
Figura 5. Beneficios cuando se contribuye .....	42
Figura 6. Capacitaciones por la Sunat .....	43
Figura 7. Reciprocidad sobre el pago de los impuestos .....	44
Figura 8. Desigualdad en los procedimientos .....	45
Figura 9. Información brindada por la Sunat .....	46
Figura 10. Transparencia del estado .....	47
Figura 11. Mal uso de los ingresos .....	48

## CAPITULO I: RESEÑA HISTÓRICA

LA ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL LOS BALSEROS DEL ALTIPLANO, especializada en actividades comerciales principalmente en la venta de prendas de vestir como chompas, casacas y otros accesorios. Fue creada y fundada el 11/02/2013, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una ASOCIACION. Si deseas conocer más sobre esta empresa, negocio u organización, puedes llamar y solicitar información.

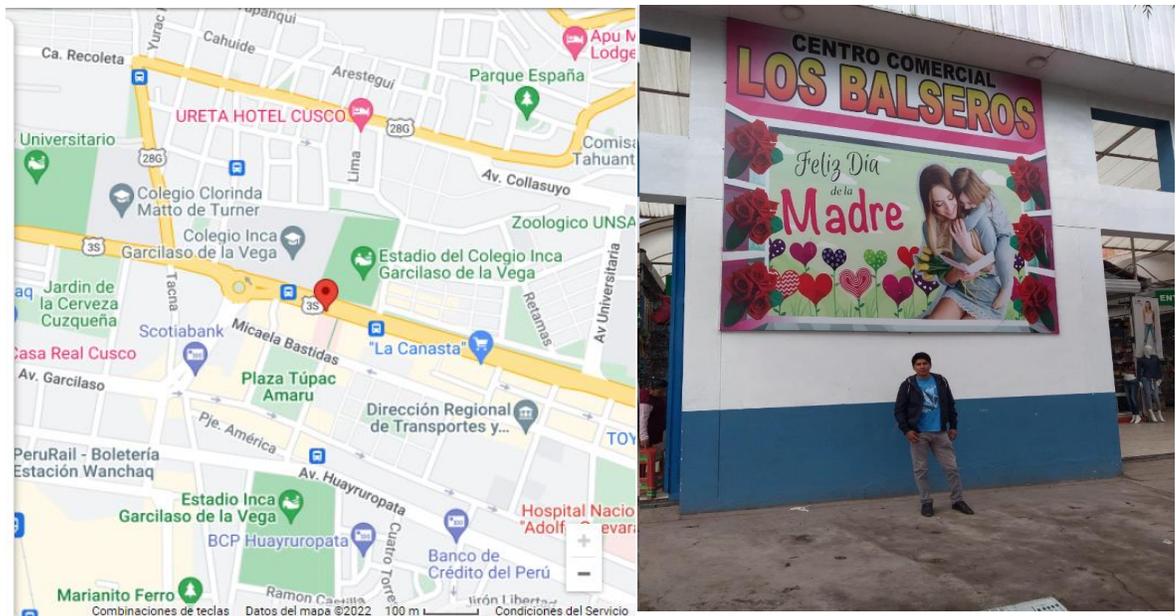


Foto 1. centro comercial los Balseros del Altiplano

## **Comerciantes del Centro Comercial los Balseros del Altiplano**

La mayoría de los comerciantes que conforma el centro comercial, son personas que se dedican exclusivamente a la venta de prendas de vestir, se le conoce también como los comerciantes de la moda, ya que los comerciantes están al día con los productos nacionales y extranjeras que salen día a día, para lo cual se implementan y exhiben en los stands, las prendas de vestir (chompas, pantalones, camisas y otros accesorios). Muchos stands para tener una mejor venta, exhiben las prendas de vestir en maniqués, el centro comercial realiza publicidad en los diferentes medios de comunicación local y realizan gigantografías para que la población tenga conocimiento de las promociones y así acoger a más público a fin de generar más ganancias por la venta de prendas de vestir.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Vargas (2014-2015) en su tesis denominado “***Evasión y Recaudación de Impuestos en rentas de primera categoría en Loja – Ecuador***” realizada en la universidad Henry Caz en la ciudad de Loja llego a las siguientes conclusiones.

**Conclusiones:** Al concluir el diagnostico en la evasión y recaudación de impuestos en las rentas de primera categoría en Loja, se justifica la elaboración de un modelo de capacitación para lograr una mejor participación en todas las acciones que emprende dicha entidad aportando importantes ideas relacionadas al contribuyente para que este realice el pago del impuesto.

Marco Uscapi (2013-2014) en su tesis denominado “***Cultura tributaria en rentas de primera categoría en Iquique – Chile***” realizada en la universidad Mayor de Chile en la ciudad de Iquique llego a las siguientes conclusiones. **Conclusiones:** La propuesta metodológica para la educación tributaria de los contribuyentes de Iquique”, está diseñada para alcanzarse mediante un modelo cronológico, en la necesidad de elevar la cultura tributaria de la misma que se fundamente en la ley orgánica de economía; de esta manera permitir fortalecer a los contribuyentes para que estos paguen sus impuestos.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Rosmery Medina (2018, en su tesis denominado **“Cultura tributaria y evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Barranca, 2017”** por la Universidad de San Pedro, llego a la siguiente conclusión: se estableció la relación entre la Cultura tributaria y la Evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Barranca, 2017, debido a que el 79,0% (79) de los comerciantes entrevistados están Algo de acuerdo con la Cultura tributaria y el 77,0% (77) de los entrevistados están Algo de acuerdo con la Evasión tributaria. Por lo tanto, estos valores señalan que, a mayor Cultura tributaria, menor Evasión tributaria.

Luigi Miranda (2019), en sus tesis denominado **“cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria en los comerciantes del centro comercial nuevo Bahía – Diego Ferre de Sullana en el Año 2018”** Por la Universidad Nacional de Piura, llego a la siguiente conclusión: Los resultados nos demuestran que la ausencia de Cultura tributaria repercute de manera importante en la evasión tributaria en los Comerciantes de dicho mercado, puesto que la ausencia de cultura tributaria prioriza el deseo de generar mayores ingresos (utilidades), además de existir una excesiva carga y complejidad para tributar y finalmente se acogen a regímenes que no les corresponde. El sistema tributario poco transparente trae como consecuencia, entre otros, cierre temporal de establecimiento, suspensión de licencias, permisos o autorizaciones vigentes otorgadas por entidades del Estado para el desempeño de sus actividades.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

Ríos Javier (2018), en su tesis denominado **“cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco – 2017”** por la Universidad Señor de Sipán, llegando a la siguiente conclusión: a cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial el Molino I es bajo y tiene una incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributaria de renta de primera categoría, puesto que, el nivel de desconocimiento conlleva a que no cumplan con sus obligaciones tributarias, esto debido a la falta de orientación, información y/o capacitación por parte de la Sunat. Con el presente estudio realizado queda demostrado que los contribuyentes desconocen las obligaciones tributarias de renta de primera categoría y del mismo modo los comerciantes tienen una concepción negativa de que los tributos recaudados no se usan adecuadamente.

Luz Marina Mamani (2019), en su tesis **“la evasión tributaria y la recaudación del impuesto predial de la Municipalidad Distrital de tinta – 2018”** Por la Universidad Peruana Austral del Cusco, llegando a la siguiente conclusión: El incumplimiento de nuestros deberes de pagar nuestros impuestos con la municipalidad ha traído muchos inconvenientes en el desarrollo de la localidad es así que en este estudio se concluye que la evasión tributaria es alta de la municipalidad Distrital de Tinta, en donde nos muestra un resultado de 59,1% de los encuestados marco la

alternativa de que es alta, otro 18,9% adujo que es baja, el 16,7% dio una respuesta de regular y solo el 5,3% marco que esta es muy baja.

## **2.2. Marco conceptual**

### **Cultura tributaria**

Roca (2008) definió cultura tributaria como un “Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación” (p. 66).

### **Educación tributaria**

El sistema educativo tiene como función formar e informar a los contribuyentes y a los jóvenes, es una tarea doble, decisiva para la comunidad donde la vertiente formativa es tan importante como la informativa porque se refiere a la socialización, proceso mediante el cual los individuos aprenden a conformar su conducta a las normas vigentes en la sociedad donde viven.

### **Conciencia tributaria**

El concepto de Conciencia Tributaria según Bravo (2011) 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 (p.1).

## **Tributos**

Los Tributos son ingresos de derecho 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. Sunat (2018).

## **Formalización de empresas**

La Formalización Empresarial se entiende como un proceso de varias dimensiones:  
Entrada: Es la formalidad asociada con la existencia de la empresa, que incluye los requisitos de Registros empresariales (Registro Mercantil, RUT y NIT). Sunat (2018).

## CAPITULO III: ANALISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE INVESTIGADA

### 3.1. Definición de las variables

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSIONES
Vi=Cultura Tributaria	La cultura tributaria es un conjunto de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, tales como el conjunto de percepciones, criterio, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a los tributos. (Roca, 2011).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Educación Tributaria</li> <li>2. Capacitación Tributaria</li> <li>3.Motivacion para el cumplimiento de las obligaciones</li> <li>4.Sistema de tributo</li> <li>5.Desconocimiento de los gastos al estado</li> </ol>
Vd=Formalización de los comerciantes	Es un proceso que siguen los comerciantes, para ello deben de cumplir con todas las normas, de manera obligatoria para la formalización de un negocio.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Ruc</li> <li>2.Personería jurídica</li> <li>3. Formalización</li> </ol>

### **3.2.1. CULTURA TRIBUTARIA**

Roca (2008) definió 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. 66).

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 (Roca, 2008, p. 67).

#### **3.2.1.1. Importancia de promover la cultura tributaria**

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. Pero hay contextos sociales en los que se percibe una ruptura o disfunción entre la ley, la moral y la cultura, estos tres sistemas regulan el comportamiento humano. La cultura ciudadana, es un conjunto de programas y proyectos orientado a mejorar las condiciones de la convivencia ciudadana mediante un cambio conductual consciente, partiendo de la premisa de que la modificación voluntaria de los hábitos y creencias de la colectividad puede llegar a

ser un componente crucial de la gestión pública, del gobierno y la sociedad civil. No pueden llevarse a cabo políticas tributarias o fiscales verdaderamente eficaces sin contar con el conglomerado humano, para ello, debe tomarse en cuenta el factor humano y social. Todas las normas y planificaciones tributarias corren el riesgo de ser estériles si no se presta la debida atención a las creencias, actitudes, percepciones y formas de conducta de los ciudadanos, a su moral personal y colectiva, e incluso a sus ideas sobre el modo de organizar la convivencia. Por ese motivo es la importancia especialmente en aquellas sociedades aquejadas por una conciencia tributaria débil y un Estado poco funcional, factores que generalmente se ven acompañados y agudizados por situaciones de crisis de valores sociales que refuerzan la hipótesis del divorcio entre cultura, moral y ley. Bajo tales circunstancias, la educación tributaria de ninguna manera puede reducirse a la enseñanza de prácticas que solamente capaciten para atender los requerimientos del régimen impositivo, tampoco puede limitarse al ámbito de la formalidad fiscal, el orden legal y las razones de su cumplimiento, sino debe ser, necesariamente, una educación orientada hacia el cambio cultural y la revaloración de lo ético dentro del conjunto social (Roca, 2008, p. 69).

### **3.2.1.2. Conciencia tributaria**

El concepto de Conciencia Tributaria según Bravo (2011) 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 (p.1).

### **3.2.1.3. Cumplimiento tributario**

El cumplimiento tributario voluntario va relacionado con la moral fiscal que está constituida por una sola variable denominada tolerancia al fraude inscrita en la dimensión de los valores y motivaciones internas del individuo; los resultados por el incumplimiento de las Administraciones Tributarias, en las cuales existen altas percepciones de riesgo así como la sensibilidad al aumento de las sanciones, no tienen relación con la gran magnitud del incumplimiento de las obligaciones tributarias (Solórzano, s.f., p. 8)

### **3.2.1.3. Educación tributaria**

Un proyecto de educación cívico-tributaria con la colaboración del Ministerio de Educación, que apoya la entrega de contenidos e información a la ciudadanía, específicamente en aspectos fiscales. Este proyecto a largo plazo, permitirá abarcar gran parte de los futuros contribuyentes, generando en ellos, mayor conciencia tributaria para promover el cumplimiento voluntario de sus obligaciones, ya que la educación es considerada un medio eficaz por su influencia en la formación de

valores, en el desarrollo de actitudes y conductas, en la transmisión de conocimientos y en la promoción de comportamientos deseables para el mejoramiento de la calidad de vida individual y colectiva. Este proyecto está orientado a estudiantes de la enseñanza básica, niños entre 6 y 13 años de edad, donde se inculcan valores cívicos a alrededor de 2 millones de estudiantes. La intención es contribuir en la formación a través de situaciones prácticas y aplicadas a la vida cotidiana, para así generar puentes de comunicación con quienes serán los nuevos y futuros usuarios tributarios (Escobar citado por Solórzano, s.f., p. 10)

#### **3.1.2.4. Importancia de la educación tributaria**

Según Delgado (s.f.) la educación tributaria es considerada como una actividad que solo concierne a los adultos y el pagar sus tributos es de ellos, bajo este contexto, los jóvenes no tendrían que preocuparse por la tributación ya que serían totalmente ajenos al hecho fiscal hasta que no se incorporaran a la actividad económica y estuvieran obligados al cumplimiento de obligaciones tributarias formales, en este sentido la educación tributaria de los ciudadanos más jóvenes carecería de sentido desde otra perspectiva. Pero en realidad se observa que los jóvenes, desde edades muy tempranas ya empiezan a incorporarse a la actividad económica no sólo a través de la familia y la escuela, estos empiezan muy pronto a tomar decisiones económicas como consumidores de bienes y servicios. El hecho de que los jóvenes no estén sujetos a obligaciones tributarias concretas no significa que sean totalmente ajenos a la tributación (p. 69).

El sistema educativo tiene como función formar e informar a los contribuyentes y a los jóvenes, es una tarea doble, decisiva para la comunidad donde la vertiente formativa es tan importante como la informativa porque se refiere a la socialización, proceso mediante el cual los individuos aprenden a conformar su conducta a las normas vigentes en la sociedad donde viven. En la socialización de los individuos tiene una influencia decisiva en el núcleo familiar. Pero, a medida que el individuo se va haciendo adulto, dicha influencia pasa a ser ejercida también, y de forma no menos poderosa, por otras instituciones entre las que cabe destacar el sistema educativo. La forma en que el sistema educativo puede actuar transmitiendo el valor "deber tributario" como parte de los deberes sociales, puesto que el incumplimiento fiscal es una conducta asocial, influirá en la actitud que se adopte ante el sistema fiscal. Y éste es un factor decisivo para el cumplimiento tributario. No cabe duda de que la conducta fiscal adulta sería distinta si se educara adecuadamente desde niños y jóvenes de la sociedad, como ya se viene haciendo en otros países. El sistema educativo puede preparar a los jóvenes para el momento en que deban cumplir sus obligaciones como contribuyentes, impartiendo una serie de conocimientos básicos que expliquen el sentido, el alcance y la finalidad de los impuestos (Delgado, s.f., p. 70).

#### **3.2.1.5. Objetivos y finalidades de la educación tributaria**

Para Delgado (s.f.) la educación tributaria tiene como objetivo primordial transmitir ideas, valores y actitudes favorables a la responsabilidad tributaria y contrarios a las conductas defraudadoras. Su finalidad no es tanto facilitar contenidos académicos con contenidos morales, sino deba tratarse en el aula como un tema de responsabilidad ciudadana. Ello se traduce en asumir las obligaciones tributarias, primero porque lo manda la ley, y después porque se trata de un deber cívico, poniendo de relieve qué efectos tiene el incumplimiento de estas obligaciones sobre el individuo y sobre la sociedad. De este modo, la educación fiscal debe convertirse en un tema para:

- Identificar los distintos bienes y servicios públicos.
- Conocer el valor económico y la repercusión social de los bienes y servicios públicos.
- Reconocer las diversas fuentes de financiación de los bienes y servicios públicos, especialmente las tributarias.
- Establecer los derechos y las responsabilidades a que da lugar la provisión pública de bienes y servicios.
- Interiorizar las actitudes de respeto por lo que es público y, por tanto, financiado con el esfuerzo de todos y utilizado en beneficio común.
- Asimilar la responsabilidad fiscal como uno de los valores sobre los que se organiza la convivencia social en una cultura democrática, identificando el cumplimiento de las obligaciones tributarias con un deber cívico.

## Procesos de formalización sunat



## Inscripción

### REGIMENES TRIBUTARIOS: BENEFICIOS, DESVENTAJAS Y REQUISITOS

NUEVO RUS		RÉGIMEN ESPECIAL	
<b>Beneficios</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>No llevas libros ni Registros Contables.</li> <li>Sólo efectúas un pago único mensual.</li> <li>No estás obligado a presentar las declaraciones mensuales ni anuales.</li> </ul>	<b>Beneficios</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sólo llevas dos registros contables (registro de compras y registro de ventas).</li> <li>Sólo presentas declaraciones mensuales.</li> <li>Emite todo tipo de comprobantes de pago.</li> <li>No estás obligado a presentar declaraciones anuales.</li> </ul>		
<b>Desventajas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>No puedes deducir gastos.</li> <li>Restricciones para algunas actividades económicas.</li> <li>Solo emiten boletas.</li> </ul>	<b>Desventajas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tributa en base a tus ingresos.</li> <li>No puedes deducir tus gastos.</li> <li>Restricciones para algunas actividades económicas.</li> </ul>		
<b>Requisitos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Solo para personas Naturales.</li> <li>No exceder el monto mensual de compras o ingresos de S/. 8,000 ó S/. 96,000 anual.</li> <li>Realizar sus actividades no más de una unidad de producción.</li> </ul>	<b>Requisitos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Contar con trabajadores no mayor de 10 personas.</li> <li>El valor del activo fijo (excepto auto y predios no superen los S/ 126,000.00</li> <li>Que sus ingresos anuales no superen S/ 525,000.00</li> </ul>		
MYPE TRIBUTARIO		RÉGIMEN GENERAL	
<b>Beneficios</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Puedes desarrollar cualquier actividad sin restricción.</li> <li>Emite todo tipo de comprobantes de pago.</li> <li>Tributas en base a la utilidad (Ingresos - Gastos).</li> <li>Tasas reducidas.</li> <li>Posibilidad de suspender los pagos a cuenta.</li> </ul>	<b>Beneficios</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Puedes desarrollar cualquier actividad sin límite de ingresos.</li> <li>Emite todo tipo de comprobantes de pago.</li> <li>Tributos en base a la utilidad (Ingresos - Gastos).</li> <li>Puedes deducir tus gastos.</li> </ul>		
<b>Desventajas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Obligación de llevar libros contables.</li> <li>Obligación de hacer declaraciones mensuales y anuales.</li> </ul>	<b>Desventajas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Obligación de llevar libros contables.</li> <li>Obligación de hacer declaraciones.</li> </ul>		
<b>Requisitos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Que sus ingresos anuales netos no superen a 1700 UIT en el ejercicio gravable.</li> </ul>	<b>Requisitos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ningún Requisito.</li> </ul>		

Síguenos en: [Twitter](#) [YouTube](#) [Facebook](#) /Perucontable

## Requisitos

REQUISITOS NECESARIOS PARA LA INSCRIPCIÓN AL RUC	
PERSONA CON NEGOCIO	PERSONA JURÍDICA
DNI original.	DNI original del representante legal de la Persona Jurídica.
Si tu documento de identidad es distinto al DNI, presenta el original y copia de tu documento de identidad.	
	Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
Para acreditar tu domicilio fiscal puedes utilizar la <b>dirección declarada en tu DNI</b> ó cualquier <b>documento privado o público</b> en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal	Puedes utilizar cualquier <b>documento privado o público</b> en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal

### Costos por licencia

<u>Ex. post de 1 a 100 m2</u>	Cantidad
Licencia de funcionamiento	26.17
Certificado de Defensa Civil (I.T.S-B.D.C)	49.4
<b>TOTAL MONTO A PAGAR POR EL ADMINISTRADO</b>	<b>75.57</b>

<u>Ex. ante de 101 a 500 m2</u>	Cantidad
Licencia de funcionamiento	79.83
Certificado de Defensa Civil	156.53
<b>TOTAL MONTO A PAGAR POR EL ADMINISTRATIVO</b>	<b>236.36</b>

<u>Ex. ante de 500 m2 a más</u>	Cantidad
Licencia de funcionamiento	26.17
Certificado de Defensa Civil (Gob. Reg.)	342.53
<b>TOTAL MONTO A PAGAR POR EL ADMINISTRATIVO</b>	<b>368.7</b>

## **CAPITULO III: CASO PRÁCTICO**

### **“CULTURA TRIBUTARIA COMO FACTOR PRINCIPAL EN LA FORMALIZACION DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL LOS BALSEROS DEL ALTIPLANO, CUSCO-2022.**

#### **3.1. Antecedentes**

La asociación de comerciantes del centro comercial los balseros del altiplano, especializada en actividades comerciales principalmente en la venta de prendas de vestir como chompas, casacas y otros accesorios.

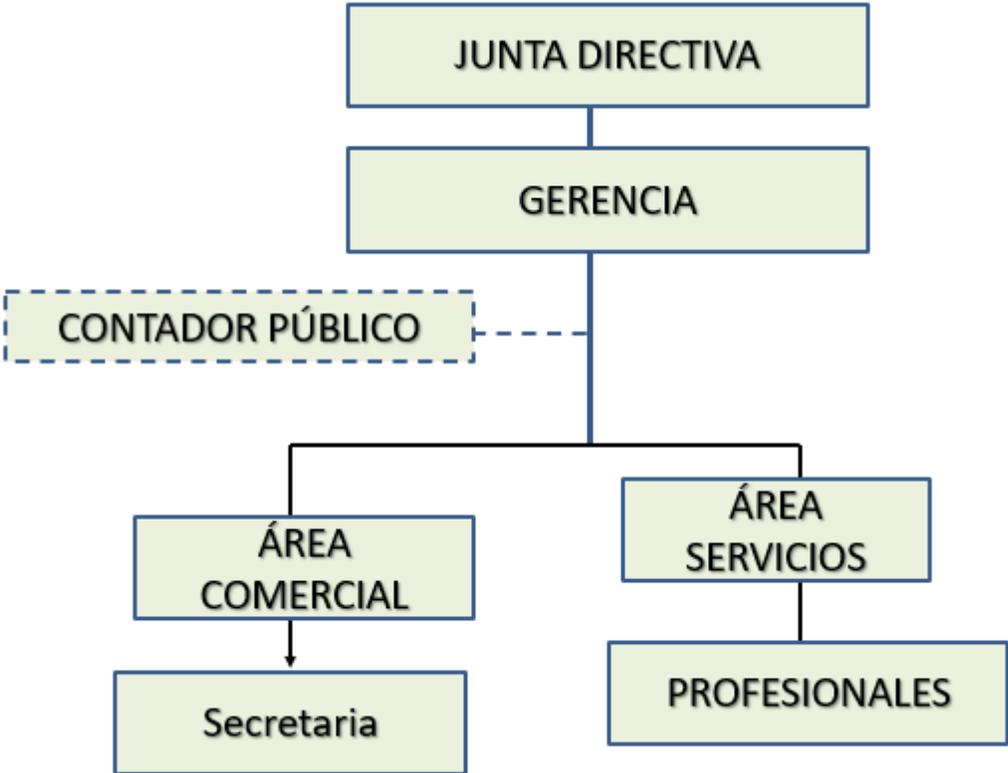
#### **Misión**

Queremos ser un centro comercial que ofrezca un punto de encuentro seguro y práctico, que permita a los usuarios de distintos medios de transporte acceder cómodamente a una variada oferta de productos y servicios, y al mismo tiempo, brindando oportunidades atractivas de negocio a distintas empresas y personas que desean establecerse.

#### **Visión**

Ser reconocidos como una excelente combinación entre medios de transporte y centro comercial que sea cercano a las personas, con alta variedad de productos de fácil acceso, y que entregue confianza y eficiencia a todos sus usuarios y clientes.

**Organigrama**



## **3.2. Metodología de investigación**

### **Tipo de Investigación**

Según (Hernández, Fernández y Batista, 2014), la investigación es de tipo básica, donde se analizó y se describió comportamientos, elementos, características y hechos en un tiempo establecido, donde los resultados se analizaron tal como es sin alterar o modificar ninguna de las variables.

### **Método de investigación**

La investigación es con enfoque cuantitativo, porque se realizó pruebas estadísticas a partir del procesamiento de datos, así mismo los resultados fue para cada dimensión. (Sampieri,2019).

### **Diseño de investigación**

La investigación es no experimental- descriptiva según (Sampieri,2019).

### **Alcance de la investigación**

La investigación es de alcance correlacional (Sampieri,2019).

### **Población, muestra y muestreo**

Para determinar la muestra no se utilizó ninguna fórmula debida que solo se tomará en cuenta los Comerciantes del Centro Comercial los Balseros del Altiplano, Cusco-2022.

### **3.3. Técnicas e instrumentos de recojo de datos**

Técnicas

Según (Sampieri, 2019), “es la técnica que se distribuye para cada variable, donde se realizan una técnica para recolectar los datos”. (p. 523)

En esta investigación se utilizó como técnica la encuesta

#### **Técnica de procesamiento y análisis de datos**

Para el análisis de los datos se utilizará la tabla de frecuencias, barras, gráficos etc.

Donde se tabulará a través del programa SPSS y Excel.

### **3.4. Ética de investigación**

En la investigación se realizará el uso de aspectos éticos mediante la originalidad del trabajo, así mismo, se determinó de acuerdo al reglamento y la normativa de la Universidad. El marco teórico, definiciones conceptuales, variables, dimensiones etc. Son adecuadamente referenciados y citados con su autor respectivo, y por último el TSP será filtrada por el sistema de turnitin para evitar plagio o copia.

### 3.5. RESULTADOS DE LA VARIABLE FORMALIZACIÓN

A continuación, presentaremos resultados de las variables

**Tabla 1.**

*Si tiene RUC*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No	1	3,3	3,3
Si	29	96,7	100,0
Total	30	100,0	

Fuente: elaboración propia

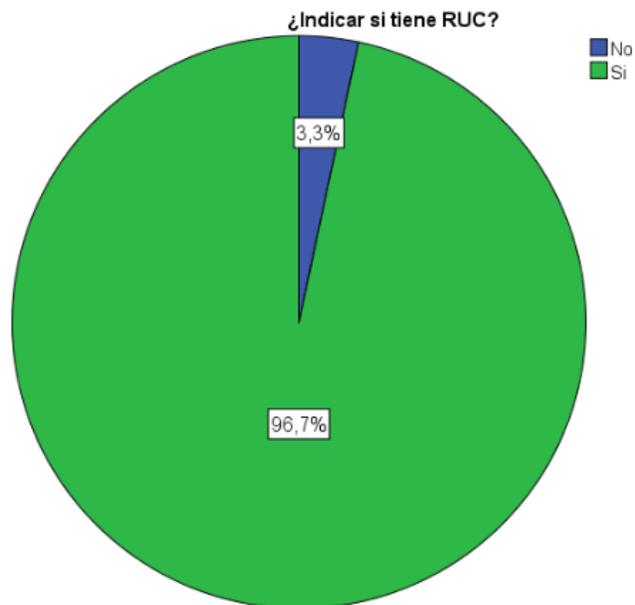


Figura 1. Si tiene RUC

#### **Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: EL 96% de los comerciantes tiene ruc y el 3,35 no.

**Tabla 2**

Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	13	43,3	43,3
Femenino	17	56,7	100,0
Total	30	100,0	

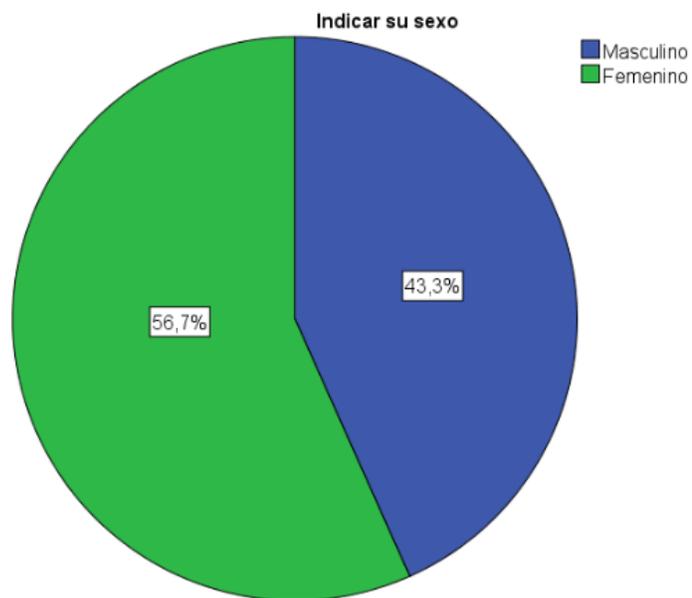


Figura 2. Sexo

**Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 56% son femeninos y el 43% son masculinos.

**Tabla 3**

*Edad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menor o igual a 25	2	6,7	6,7
Mayor a 25	28	93,3	100,0
Total	30	100,0	



Figura 3. Edad

**Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 93% mayores a 25 años y 6% son menores.

**Tabla 4**

*Nivel de educación*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Secundaria	8	26,7	26,7
Técnico	9	30,0	56,7
Superior	13	43,3	100,0
Total	30	100,0	

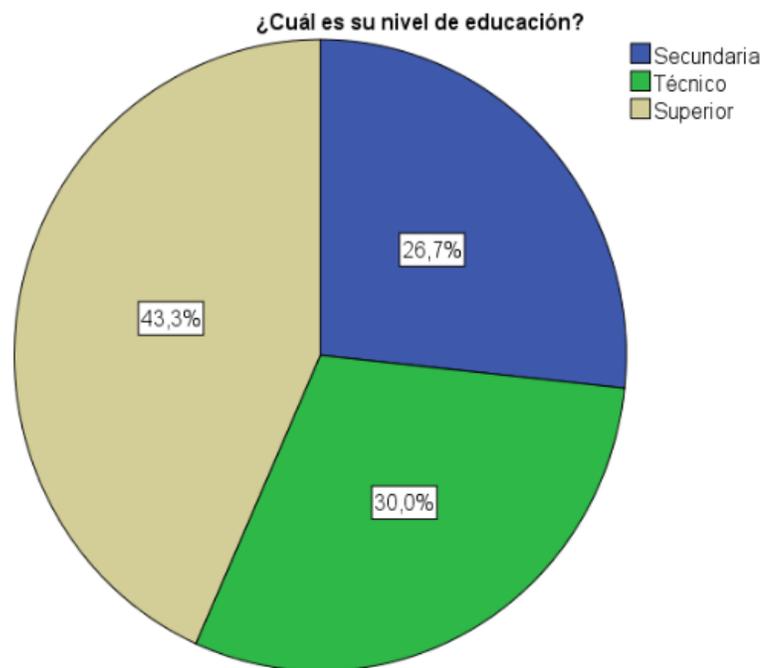


Figura 4. Nivel de educación

**Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: 43% tiene educación superior, 30% técnico y el 26% secundaria.

**Tabla 5**

*Personería jurídica*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Natural	17	56,7	56,7
Jurídica	13	43,3	100,0
Total	30	100,0	

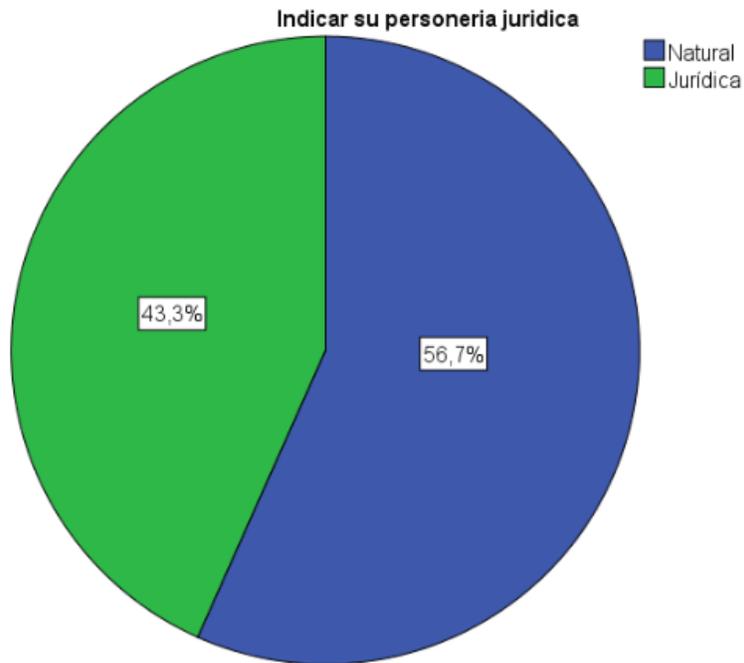


Figura 5. Personería jurídica

**Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: 56% natural y el 43% jurídica.

**Tabla 6**

*Régimen tributario*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
RUS	11	36,7	36,7
RER	11	36,7	73,3
Reg. General	8	26,7	100,0
Total	30	100,0	

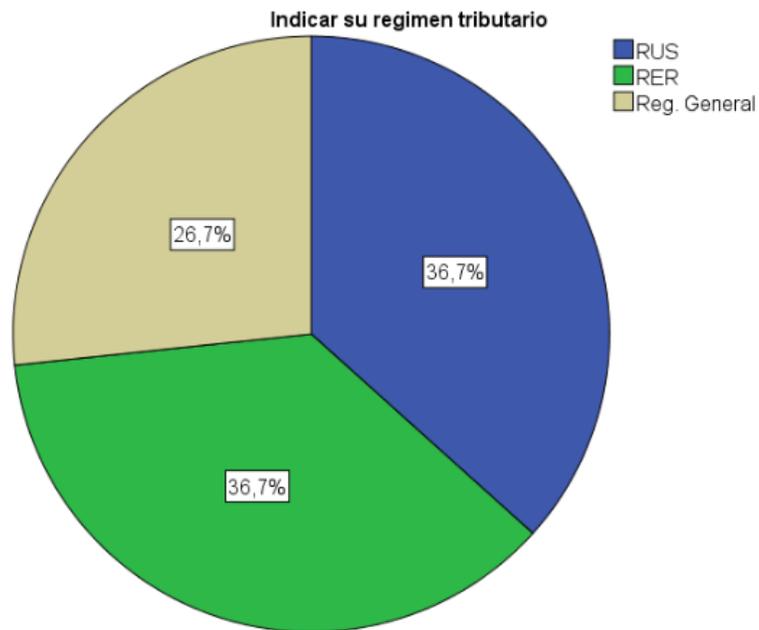


Figura 6. Régimen tributario

**Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: 36% tiene régimen tributario como RUS, RER y el 26.7% Régimen general.

### 3.6. DESCRIPCION DE LOS RESULTADOS SOBRE LA CULTURA TRIBUTARIA

#### 3.6.1. DIMENSION EDUCACION

**Tabla 7**

*Nivel de conocimiento sobre la cultura tributaria*

¿Cuál es su nivel de cultura tributaria?	Frec	%
Poco	9	30.0
Regular	16	53.3
Alta	5	16.7
total general	30	100.0

Fuente: elaboración propia



Figura 7. Nivel de conocimiento sobre la cultura tributaria

#### **Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 53% de los comerciantes tienen un conocimiento regular, el 30 poco y el 17 alta.

**Tabla 8**

*Información tributaria*

¿La información tributaria que conoce porque medio lo obtuvo?	Frec	%
Propio	10	33.33
Trabajo	5	16.67
Estudios	4	13.33
Sunat	11	36.67
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

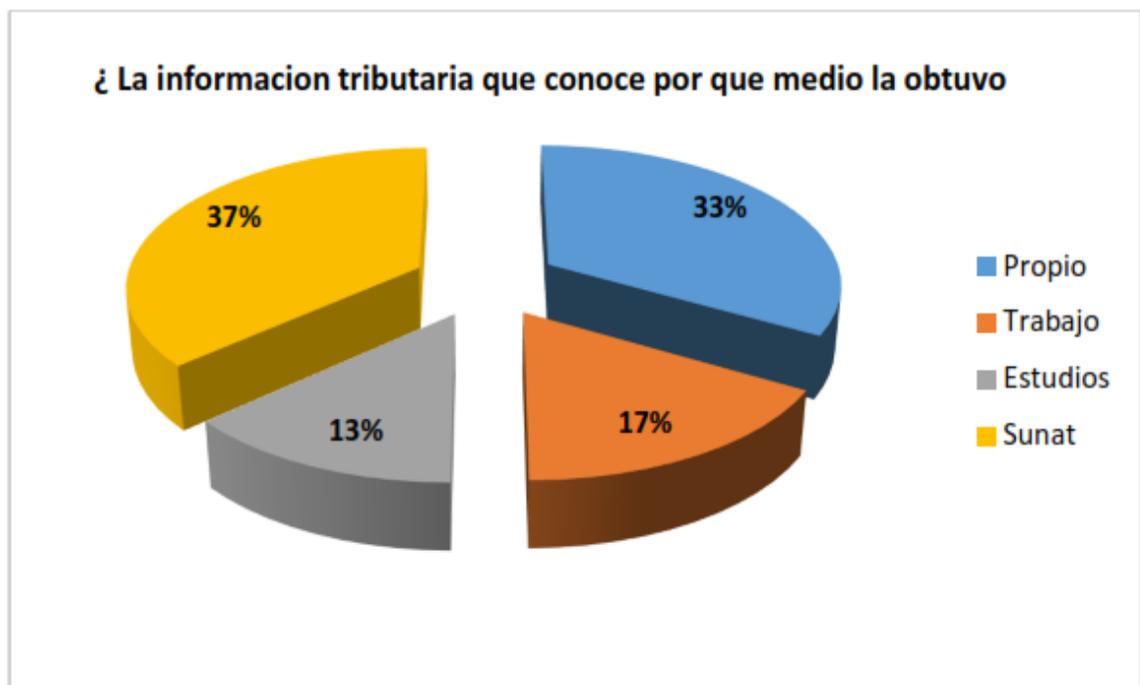


Figura 8. Información tributaria

**Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 37% obtuvieron por la sunat, el 33% propio, el 17% trabajo y el 13% estudios.

### 3.6.2. DIMENSION CAPACITACION TRIBUTARIA

**Tabla 9**

*Capacitación sobre cultura tributaria*

¿Ha recibido alguna vez capacitaciones sobre cultura tributaria?	Frec	%
Nunca	11	36.67
A veces	10	33.33
Frecuentemente	8	26.67
Siempre	1	3.33
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

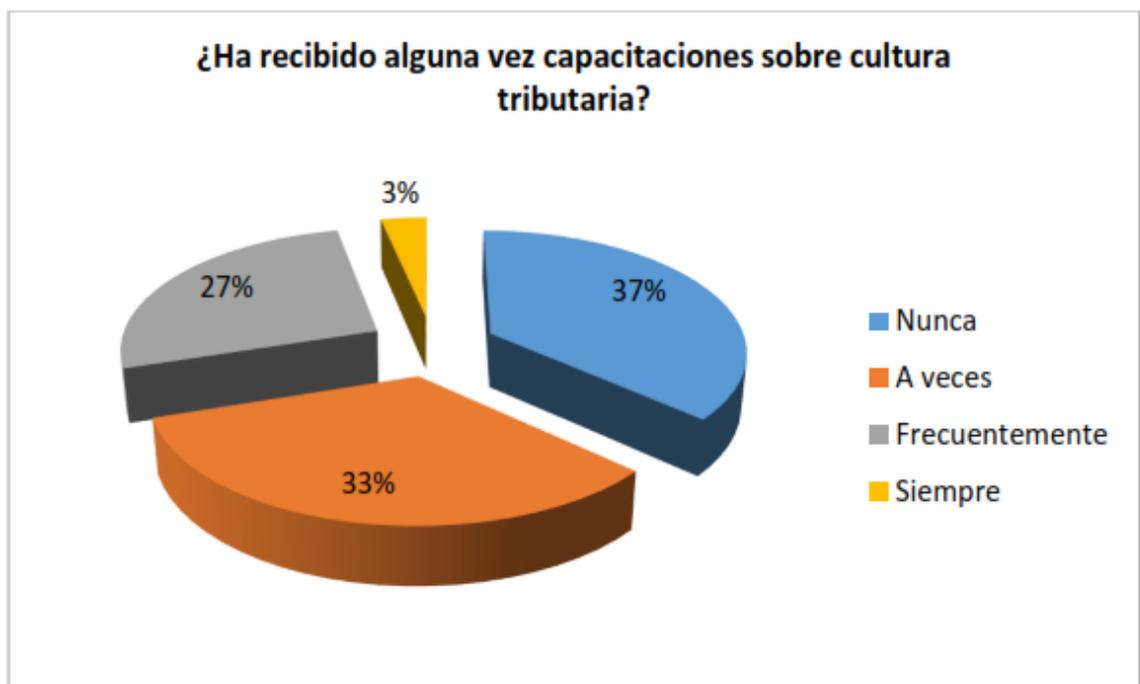


Figura 9. Capacitación tributaria

#### **Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 37% nunca tuvieron capacitación, el 33% a veces, 27% frecuentemente y el 3 siempre.

**Tabla 10**

Cursos de tributación

¿Está de acuerdo con que el gobierno instale cursos de tributación desde los colegios?	Frec	%
En desacuerdo	2	6.67
Poco de acuerdo	4	13.33
De acuerdo	7	23.33
Muy de acuerdo	17	56.67
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

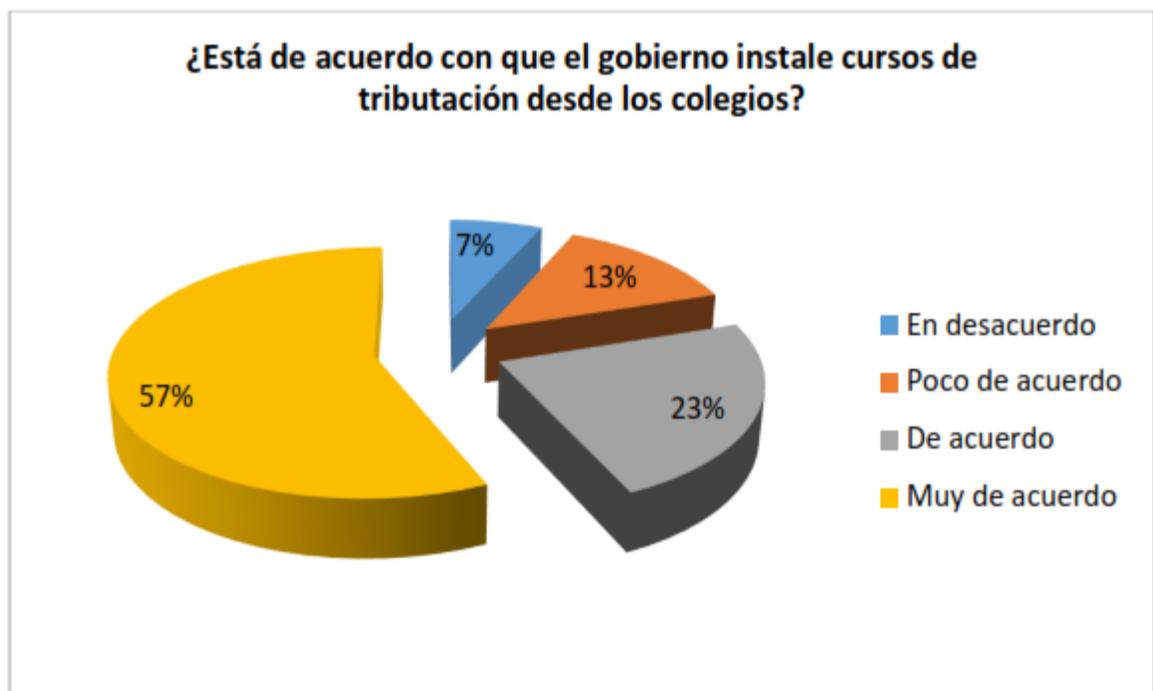


Figura 10. Cursos de tributación

### Interpretación y análisis

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 57% están de acuerdo que el gobierno instale cursos de tributación desde el colegio, el 23% de acuerdo, el 13% poco de acuerdo y el 7% en desacuerdo.

**Tabla 11**

*Beneficios cuando se contribuye*

¿Conoce como beneficia sus contribuciones con el Estado?	Frec	%
No conozco	3	10.00
Conozco poco	13	43.33
Si conozco parcialmente	9	30.00
Si conozco totalmente	5	16.67
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

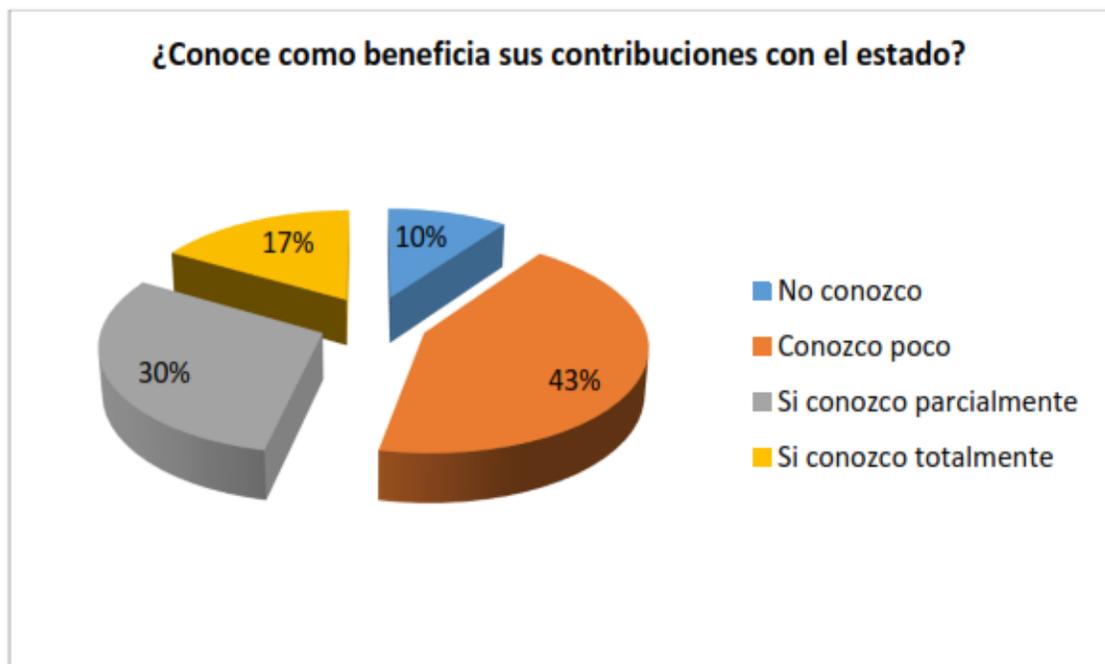


Figura 11. Beneficios cuando se contribuye

### **Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 43% de los comerciantes menciona conozco poco, el 30% si conozco parcialmente, el 17% si conoce totalmente y el 10% no conoce.

**Tabla 12**

*Capacitaciones por la Sunat*

¿Usted ha asistido voluntariamente a recibir capacitaciones de SUNAT?	Frec	%
Nunca	17	56.67
A veces	8	26.67
Frecuentemente	4	13.33
Siempre	1	3.33
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

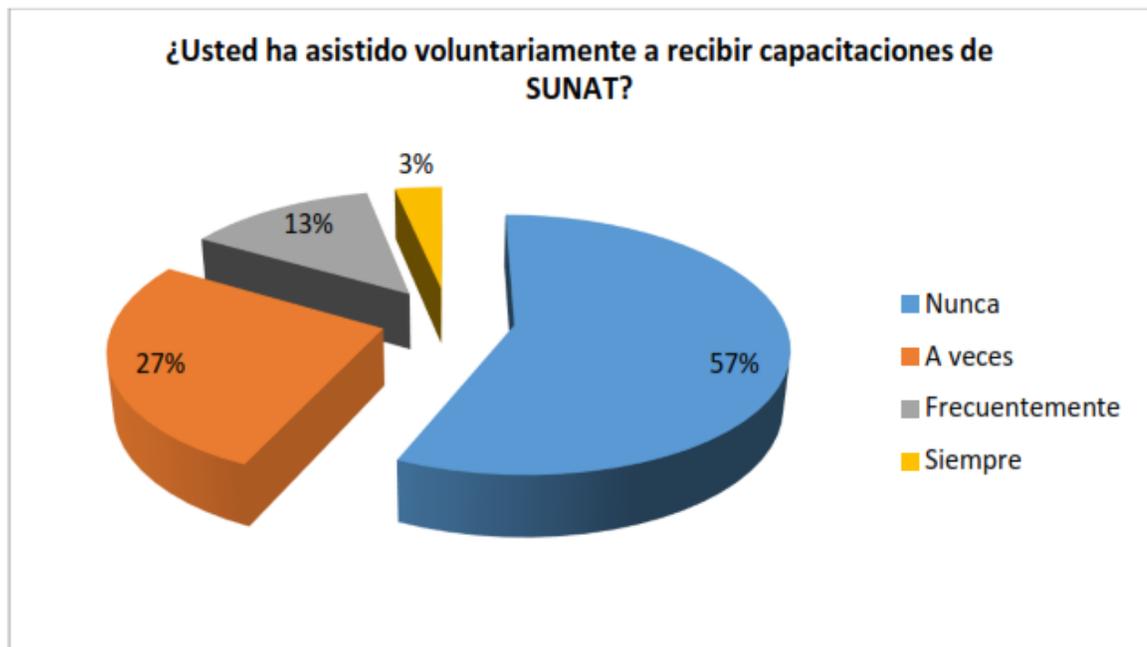


Figura 12. Capacitaciones por la Sunat

**Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 57% menciona nunca, el 27% a veces, el 13% frecuentemente y 3% siempre.

### 3.6.3. DIMENSION MOTIVACION PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES

**Tabla 13**

*Reciprocidad sobre el pago de los impuestos*

¿Considera usted que los servicios que recibe del Estado es reciproco al pago de sus impuestos?	Frec	%
Nunca	10	33.33
A veces	14	46.67
Frecuentemente	5	16.67
Siempre	1	3.33
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

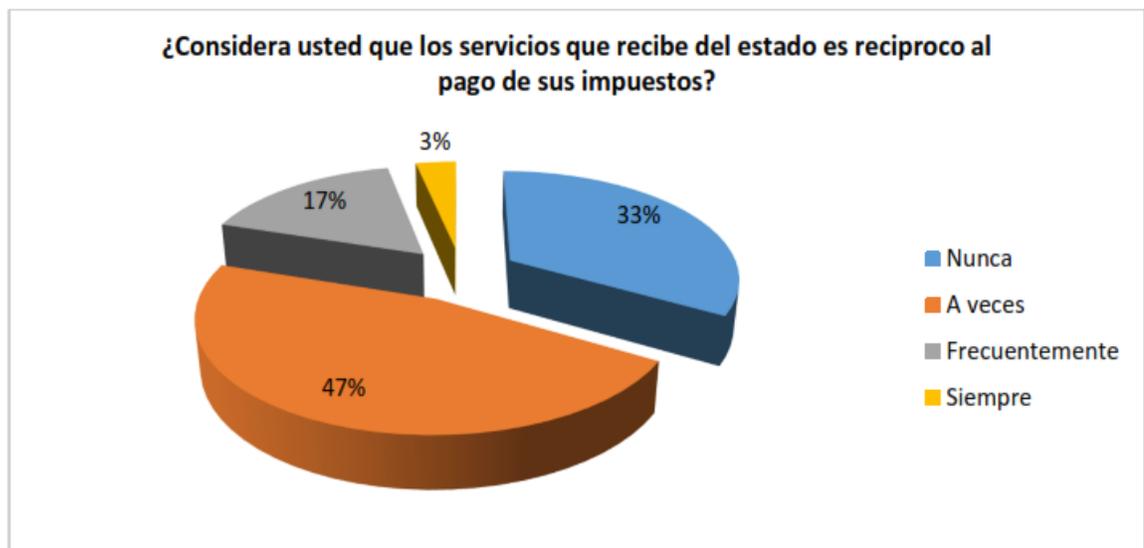


Figura 13. Reciprocidad sobre el pago de los impuestos

#### **Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 47% menciona a veces, 33% nunca, el 17% frecuentemente y el 3% siempre.

**Tabla 14**

*Desigualdad en los procedimientos*

¿Cree usted que existe desigualdad en los procedimientos legales con las micro empresas y las grandes empresas?	Frac	%
Nunca	1	3.33
A veces	5	16.67
Frecuentemente	11	36.67
Siempre	13	43.33
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

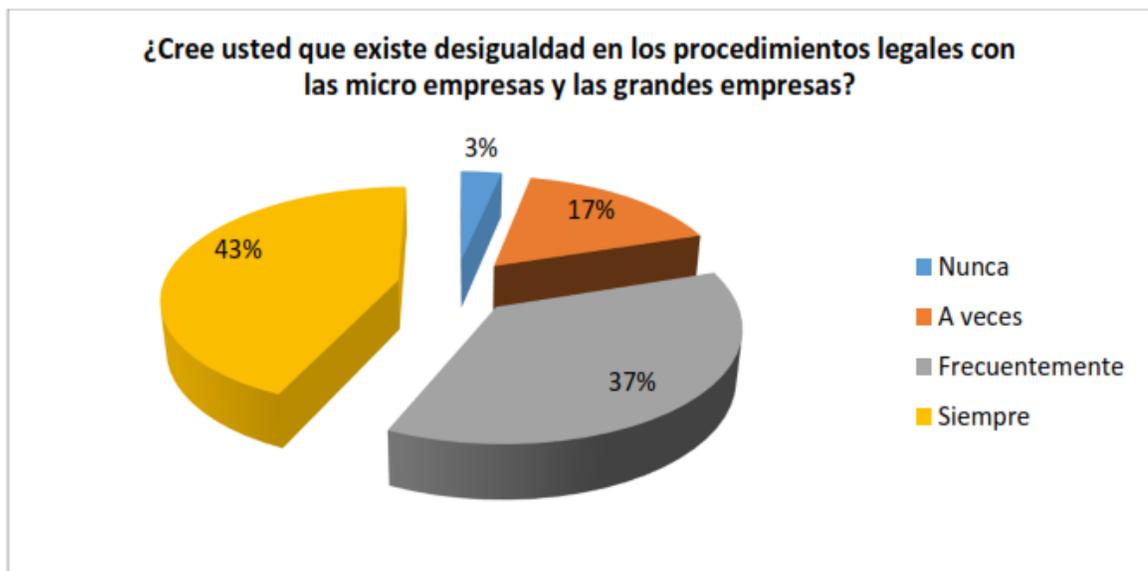


Figura 14. Desigualdad en los procedimientos

### **Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 43% menciona que si siempre desigualdad, el 37% frecuentemente, el 17% a veces y el 3% nunca.

### 3.6.4. DIMENSION SISTEMA DE TRIBUTO

**Tabla 15**

*Información brindada por la Sunat*

¿Considera usted que es suficiente la información virtual que brinda SUNAT a los contribuyentes?	Frec	%
Nunca	6	20.00
A veces	17	56.67
Frecuentemente	4	13.33
Siempre	3	10.00
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

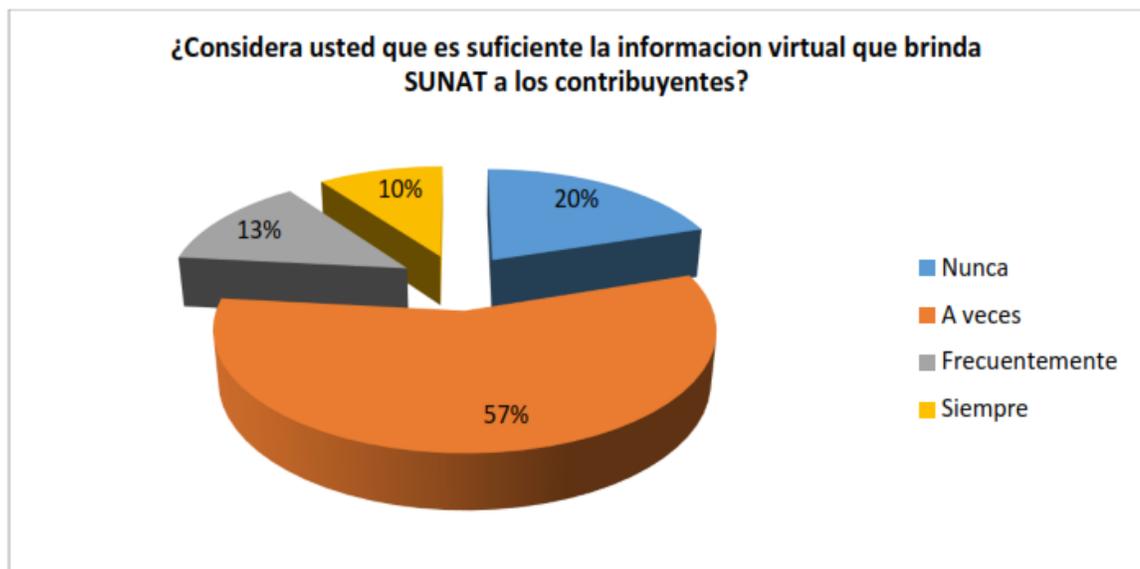


Figura 15. Información brindada por la Sunat

#### **Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 57% menciona a veces, el 20% nunca, el 13% frecuentemente y el 10% siempre.

### 3.6.5. DIMENSION DESCONOCIMIENTO DE LOS GASTOS AL ESTADO

Tabla 16

*Transparencia del estado*

¿El Estado es transparente en la información brindada sobre los ingresos que recauda?	Frec	%
Nunca	14	46.67
A veces	13	43.33
Frecuentemente	1	3.33
Siempre	2	6.67
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

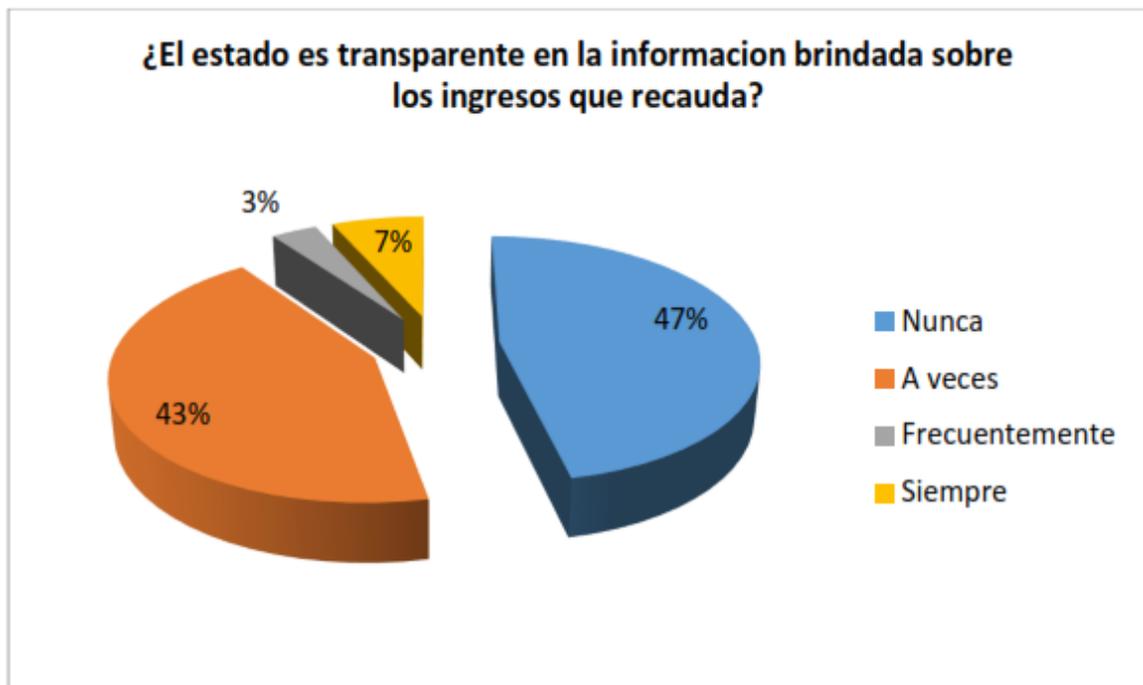


Figura 16. Transparencia del estado

#### Interpretación y análisis

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 47% menciona nunca, el 43% a veces, el 7% siempre y el 3% frecuentemente.

**Tabla 17**

*Mal uso de los ingresos*

¿Usted considera que el gobierno hace mal uso de los ingresos que recauda?	Frec	%
Nunca	0	0.00
A veces	9	30.00
Frecuentemente	8	26.67
Siempre	13	43.33
total general	30	100.00

Fuente: elaboración propia

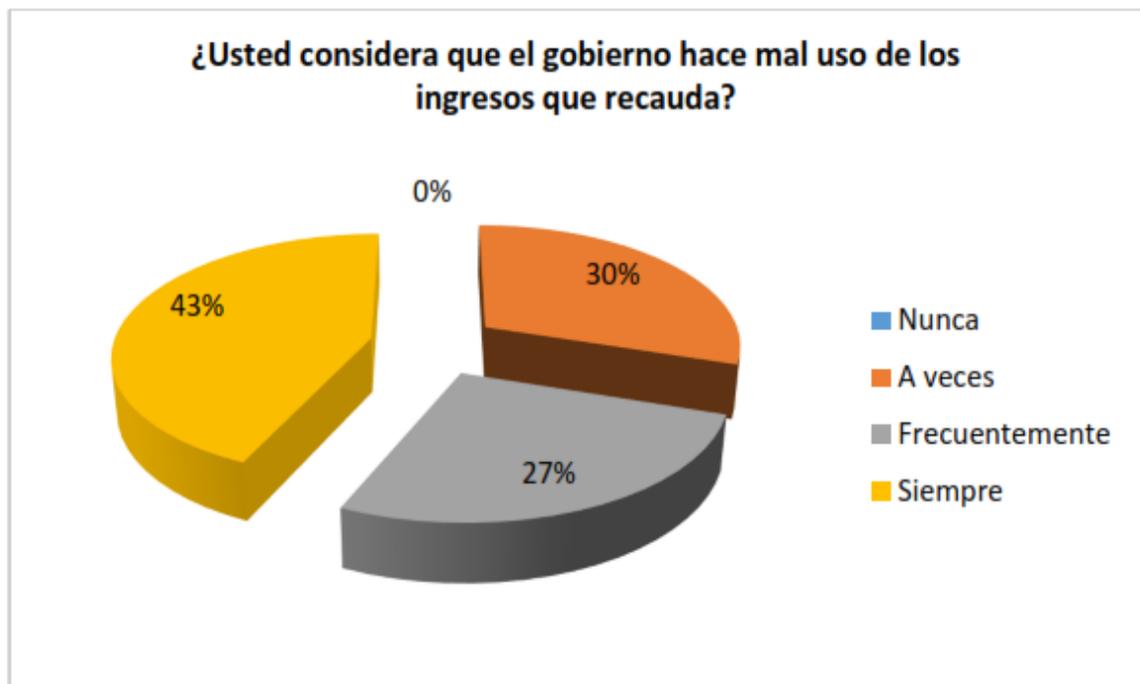


Figura 17. Mal uso de los ingresos

**Interpretación y análisis**

De acuerdo al cuestionario elaborado se puede mencionar que: el 43% menciona siempre, el 30% a veces y el 27% frecuentemente.

### 3.6.6. RESULTADOS DE INVESTIGACION

Sobre la cultura tributaria, se menciona que la mayoría de los comerciantes no cuenta con una buena cultura tributaria, es por ello que, los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias, acorde con los valores democráticos. Este resultado se relaciona con el estudio de **Marco Uscapi (2013-2014)** en su tesis denominado “Cultura tributaria en rentas de primera categoría en Iquique – Chile” realizada en la universidad Mayor de Chile en la ciudad de Iquique llego a las siguientes conclusiones: La propuesta metodológica para la educación tributaria de los contribuyentes de Iquique”, está diseñada para alcanzarse mediante un modelo cronológico, en la necesidad de elevar la cultura tributaria de la misma que se fundamenta en la ley orgánica de la economía; de esta manera permitir fortalecer a los contribuyentes para que estos paguen sus impuestos.

La cultura tributaria mejorará la formalización de la empresa y por ende habrá mayor educación y conciencia tributaria. Desarrollar dicha cultura no es una tarea fácil, para ello, se debe enseñar e incentivar la cultura tributaria y promover la formalización de los comerciantes. Esta investigación se relaciona con el estudio de **Luigi Miranda (2019)**, en sus tesis denominado “cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria en los comerciantes del centro comercial nuevo Bahía – Diego Ferre de Sullana en el Año 2018” Por la Universidad Nacional de Piura, llego a la siguiente conclusión: Los resultados nos demuestran que la ausencia de Cultura tributaria repercute de manera importante en la evasión tributaria en los

Comerciantes de dicho mercado, puesto que la ausencia de cultura tributaria prioriza el deseo de generar mayores ingresos (utilidades), además de existir una excesiva carga y complejidad para tributar y finalmente se acogen a regímenes que no les corresponde. Por otro lado, **Luz Marina Mamani (2019)**, en su tesis “la evasión tributaria y la recaudación del impuesto predial de la Municipalidad Distrital de tinta – 2018” Por la Universidad Peruana Austral del Cusco, llegando a la siguiente conclusión: El incumplimiento de nuestros deberes de pagar nuestros impuestos con la municipalidad ha traído muchos inconvenientes en el desarrollo de la localidad es así que en este estudio se concluye que la evasión tributaria es alta de la municipalidad Distrital de Tinta, en donde nos muestra un resultado de 59,1% de los encuestados marco la alternativa de que es alta, otro 18,9% adujo que es baja, el 16,7% dio una respuesta de regular y solo el 5,3% marco que esta es muy baja.

De los comerciantes se llegaron que: el 53% tienen un conocimiento regular, el 30 poco y el 17 alta. Así mismo menciona, que por parte de la SUNAT y del municipio, el 37% nunca tuvieron capacitación, el 33% a veces, 27% frecuentemente y el 3% siempre. Esto debido que no conocen sobre la cultura tributaria y los beneficios que tiene para el estado peruano.

Sobre la formalización de los comerciantes del centro comercial los Balseros del Altiplano Cusco. El 96% de los comerciantes tiene RUC y el 3,35% no. El 56% es persona natural y el 43% jurídica.

## CONCLUSIONES

1. Sobre la cultura tributaria, se menciona que la mayoría de los comerciantes no cuenta con una buena cultura tributaria, es por ello que, los contribuyentes no cuentan con sus obligaciones tributarias, acorde con los valores democráticos.
2. La cultura tributaria mejorará la formalización de los negocios y empresas; por ende habrá mayor recaudación de impuesto que a futuro ayudará a mejorar la economía del país. Desarrollar una cultura no es una tarea fácil, para ello se debe enseñar a las personas e incentivar una cultura tributaria para el bien de nuestro país y promover la formalización de los comerciantes.
3. Los comerciantes se llegaron que: el 53% de los comerciantes tienen un conocimiento regular, el 30 poco y el 17 alta. Así mismo menciona, que por parte de la SUNAT y del municipio, el 37% nunca tuvieron capacitación, el 33% a veces, 27% frecuentemente y el 3% siempre. Esto debido que no conocen sobre la cultura tributaria y los beneficios que tiene para el Estado Peruano.
4. Sobre la formalización de los comerciantes del centro comercial los Balseros del Altiplano Cusco. El 96% de los comerciantes tiene RUC y el 3,35% no. El 56% es persona natural y el 43% jurídica. Por tanto, la formalización en el centro comercial es regular debido que la mayoría tiene una empresa, pero no todos tributan y otros evaden.

## RECOMENDACIONES

1. A las instituciones educativas que se debe incrementar la difusión de la cultura tributaria desde la etapa escolar para orientar a los futuros contribuyentes, rescatar los valores éticos y morales, formando conciencia como personas, empresarios, profesionales dándoles sentido de responsabilidad, civismo y solidaridad, además de establecer un lazo fuerte entre Estado y ciudadanos, de esta manera se siembra un punto de inicio de una sociedad culta en cuanto a cultura tributaria.
2. El Estado en su labor debería mejorar su imagen como tal y por ende el servicio que brinda al país, de esta manera mejorar la percepción que el microempresario tiene de él, dar a conocer los beneficios de la recaudación, no solo mostrar las cifras de los recaudado, es más que reciban los servicios adecuados y de calidad de esta manera motivarlo a contribuir voluntariamente.
3. Se recomienda una simplificación de procedimientos para los contribuyentes en cuanto los procedimientos de sus declaraciones y pagos de impuestos, puede darse una simplificación en el manejo de sus operaciones, campañas de premiación al mejor contribuyente y asesoría personalizada de ser posible cuando estos lo requieran.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

América Economía (2018), en su artículo “Empleo informal alcanza 73% del mercado laboral en Perú”, Lima Perú, Recuperado de:

Anchaluisa, D. (2015) en su tesis sobre “La cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta del sector comercial de la ciudad de Ambato, Ecuador”. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Consultado en: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/19779/1/3257i.pdf>

Arana, M. y Patazca, K. (2014), en su tesis denominada: “Plan de formalización de negocios para disminuir la informalidad del comercio ambulatorio en la ciudad de Chiclayo”. (Tesis de grado). Universidad Señor de Sipán, Perú. Consultado en: <http://www.pead.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/693/Arana%20%20-%20%20Patazca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Capuñay, J y Silva, M (2017) en su tesis “Cultura tributaria y su incidencia en la evasión de impuestos en los Comerciantes de Abarrotes del Mercado Moshoqueque –Lambayeque 2017”. (Tesis de grado). Universidad Señor de Sipán, Perú Consultado en: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/6160/Capu%c3%b1ay%20Neyra%20%26%20Silva%20Che.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cárdenas, A. (2012), en su tesis “La Cultura Tributaria en un grupo de actividad económica informal en la Provincia de Pichincha – Cantón Quito” (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Consultado en:

Chalen, R. (2017), en su tesis “Estudio para implementar capacitación tributaria de pequeños

comerciantes en Guayaquil”. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil,

Ecuador Consultado en:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19900/1/tesis%20Ruth%20lvonne%20Chalen.pdf>

Fernández, R. y Rivera, M en su tesis denominada “Capacitación Empresarial Para Disminuir La Informalidad De Los Comerciantes Del Mercado Central De Ferreñafe.

La República (2015), en su artículo “50% de los comerciantes formales del mercado modelo de Chiclayo ha traspasado sus puestos de manera irregular”, Lima Perú, Recuperado de: <https://larepublica.pe/sociedad/195344-50-de-comerciantes-formales-del-modelo-hatraspasado-sus-puestos-de-manera-irregular/>

Los Tiempos (2016), en su artículo “Ni 10% de comerciantes minoristas paga impuestos en Cochabamba”. Bolivia, Recuperado de: <https://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20160531/ni-10-comerciantes-minoristas-paga-impuestos-cochabamba>

RIDE Revista Iberoamericana para la investigación y desarrollo educativo (2015),  
en su artículo “Sector informal, economía informal e informalidad”. México,  
Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498150319001.pdf>

Salas, C., Lozano, L. y Cabrera, L. (2019) en su tesis “La cultura tributaria y evasión  
de impuestos en los contribuyentes del mercado Huequito Tarapoto 2019”.  
(Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo de Tarapoto, Perú.  
Consultado en:  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/36233/B\\_Salas\\_AC-  
Lozano\\_PLDPCabrera\\_RLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/36233/B_Salas_AC-Lozano_PLDPCabrera_RLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Yman, L. y Ynfante, S. (2016), en su tesis “Programa de difusión tributaria y su  
incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo  
de Tumbes”. (Tesis de grado). Universidad nacional de Tumbes, Perú.  
Consultado en:  
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/182>

## **ANEXOS**



## CUESTIONARIO-ENCUESTA

Estimado(a):

A continuación, le presentamos una serie de preguntas relacionadas con nuestro proyecto de investigación tiene como finalidad obtener datos fiables, para la ejecución de nuestra investigación las cuales esperamos tengan a bien responder para considerar sus valiosas respuestas como aporte en nuestra tarea de investigación.

**Indicaciones:** responde a cada enunciado con honradez, marcando una x en el recuadro correspondiente.

Datos generales

Sexo..... Edad..... Ruc.....

Nivel educación.....

Personería jurídica.....

Régimen tributario.....

**INDICADOR:****Conocimiento de cultura tributaria**

1	¿Cuál es su nivel de cultura tributaria?	
	a	Ninguna
	b	Poca
	c	Regular
	d	Alto
	e	Muy alto

2	¿La información tributaria que conoce porque medio lo obtuvo?	
	a	Propio
	b	Trabajo
	c	Estudios
	d	Sunat

**INDICADOR:****Capacitaciones en tributación**

3	¿Ha recibido alguna vez capacitaciones sobre cultura tributaria?	
	a	Nunca
	b	A veces
	c	Frecuentemente
	d	Siempre

**INDICADOR: Cooperación del contribuyente con el Estado**

5	¿Conoce como beneficia sus contribuciones con el Estado?	
	a	No conozco
	b	Conozco poco
	c	Si conozco parcialmente
	d	Si conozco totalmente

6	¿Usted ha asistido voluntariamente a recibir capacitaciones de SUNAT?	
	a	Nunca
	b	A veces
	c	Frecuentemente
	d	Siempre

**INDICADOR: Motivación para el cumplimiento de las obligaciones**

7	¿Considera usted que los servicios que recibe del Estado es reciproco al pago de sus impuestos?	
	a	Nunca
	b	A veces
	c	Frecuentemente
	D	Siempre

8	¿Cree usted que existe desigualdad en los procedimientos legales con las micro empresas y las grandes empresas?	
	a	Nunca
	b	A veces
	c	Frecuentemente
	d	Siempre

**INDICADOR: Sistema tributario poco transparente**

9	¿Considera usted que es suficiente la información virtual que brinda SUNAT a los contribuyentes?	
a	Nunca	
b	A veces	
c	Frecuentemente	
d	Siempre	

10	¿Considera usted que el gobierno debería informar constantemente sobre las obras que se realiza con la recaudación de impuestos?	
a	Nunca	
b	A veces	
c	Frecuentemente	
d	Siempre	

**INDICADOR: Desconocen el destino de los gastos del Estado**

11	¿El Estado es transparente en la información brindada sobre los ingresos que recauda?	
a	Nunca	
b	A veces	
c	Frecuentemente	
d	Siempre	

12	¿Usted considera que el gobierno hace mal uso de los ingresos que recauda?	
a	Nunca	
b	A veces	
c	Frecuentemente	
d	Siempre	

**INDICADOR: Bajo riesgo de ser detectado**

13	¿Ha recibido fiscalizadores de SUNAT en el año 2015?	
a	Nunca	
b	A veces	
c	Frecuentemente	
d	Siempre	

14	¿Tiene trabajadores en planilla?	
	a	Si
	b	No

**INDICADOR:**

**Mayor ingreso económico**

15	¿Cree que se beneficia al no declarar algunas ventas?	
	a	En desacuerdo
	b	Poco de acuerdo
	c	De acuerdo
	d	Muy de acuerdo

16	¿En ocasiones no ha emitido comprobante de ventas si el cliente no le exige?	
	a	Nunca
	b	A veces
	c	Frecuentemente
	d	Siempre

**INDICADOR:**

**Conocimiento de regímenes tributarios**

17	¿Conoce los regímenes tributarios a los que puede acogerse y sus beneficios?	
	a	No conozco
	b	Conozco poco
	c	Si conozco parcialmente
	d	Si conozco totalmente

18	¿Está conforme con su régimen tributario?	
	a	Nunca
	b	A veces
	c	Frecuentemente
	d	Siempre

**INDICADOR:**

**Amplia legislación tributaria**

19	¿Conoce las normas tributarias para su tipo de negocio o empresa?	
	a	No conozco
	b	Conozco poco
	c	Si conozco parcialmente
	d	Si conozco totalmente

20	¿Considera usted que las leyes favorecen a las grandes empresas?	
	a	Nunca
	b	A veces
	c	Frecuentemente
	d	Siempre

**INDICADOR: Conocimiento de las sanciones tributarias**

21	¿Conoce a cuánto ascienden las multas o cuáles son las sanciones por evasión de impuestos?	
	a	No conozco
	b	Conozco poco
	c	Si conozco parcialmente
	d	Si conozco totalmente

22	¿Cree que las multas que impone SUNAT son muy altas para su régimen tributario?	
	a	Nunca
	b	A veces
	c	Frecuentemente
	d	Siempre

**INDICADOR: Incumplimiento de obligaciones tributarias**

23	¿Tiene usted un contador que asesore sobre sus obligaciones como contribuyente?	
	a	Si
	b	No

24	¿Está al día con sus declaraciones y libros contables?	
	a	Nunca
	b	A veces
	c	Frecuentemente
	d	Siempre