



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras

TESIS

**“CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA FORMALIZACIÓN DE
LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA VINOCANCHÓN DEL
DISTRITO DE SAN JERÓNIMO CUSCO, 2016”**

PRESENTADO POR:

Bach. ROSMERY TINTAYA ORCCOHURANCCA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

ABANCAY - PERÚ

2017

DEDICATORIA

Dedico esta tesis principalmente a nuestro creador por darme la vida y permitirme haber llegado hasta donde estoy que es importante en mi formación Profesional. A mis padres por el apoyo incondicional y demostrarme que a los sueños se pueden alcanzar a pesar de las adversidades. A mis hijos que fueron mi principal fortaleza, que durante mi tiempo de estudios supieron comprender mi ausencia. A mis hermanos que me apoyaron moralmente. A mi pareja que siempre estuvo ahí apoyándome incondicionalmente compartiendo conmigo momentos buenos y malos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a nuestro Creador por permitirme estar aquí, a la Universidad Alas Peruanas y a los docentes que estuvieron junto conmigo durante mi Formación Profesional y durante la elaboración de mi Tesis, por las experiencias y conocimientos brindados.

Agradezco a los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco que me brindaron información en el estudio de la investigación.

Agradezco infinitamente a mis padres que de no ser por ellos nunca habría llegado a cumplir una de mis metas, que con su apoyo supieron empujarme hacia donde quise llegar.

RECONOCIMIENTO

La realización de esta investigación fue posible, en primer lugar, al taller de tesis que nos ofreció la Universidad Alas Peruanas Filial Abancay y a los docentes que integraron el taller de tesis, de quien se tuvo el apoyo, la confianza y disposición en absolver las dudas que existían.

Se agradece además a la coordinadora de la facultad de Ciencias Empresariales y Educación de la escuela profesional de Ciencias Contables y Financieras.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
RECONOCIMIENTO.....	IV
RESUMEN	X
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCIÓN	XVI
CAPÍTULO I	18
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO.....	18
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.	18
1.2 DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.	20
1.2.1 Delimitación Espacial.	20
1.2.2 Delimitación Social.	20
1.2.3 Delimitación Temporal.	20
1.2.4 Delimitación Conceptual.	20
1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
1.3.1 Problema Principal.	21
1.3.2 Problemas Específicos.....	21
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	22
1.4.1 Objetivo General.	22
1.4.2 Objetivos Específicos.....	22
1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
1.5.1 Hipótesis General.....	22
1.5.2 Hipótesis Secundarias.	22
1.5.3 Variables (Descripción Conceptual y Operacional).	24
1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.6.1 Tipo y Nivel De Investigación	25
1.6.2 Método y Diseño La De Investigación.....	25
1.6.3 Población Y Muestra De La Investigación.....	26
1.6.4 Técnicas e Instrumentos Para la Recolección de Datos	28

1.6.5	Justificación, Importancia Y Limitaciones De La Investigación.	29
	
CAPITULO II	32
MARCO TEÓRICO	32
2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.	32
2.1.1	Antecedentes Internacionales.	32
2.1.2	Antecedentes Nacionales.	33
2.1.3	Antecedentes Locales.	34
2.2	BASES TEÓRICAS.	36
2.2.1	Cultura Tributaria.	36
2.2.2	La Formalización.	44
2.3	BASES LEGALES.	51
2.3.1	Constitución Política Del Perú 1993 Art. 59°.	51
2.3.2	Ley De Promoción y Formalización De La Micro y Pequeña Empresa Ley nº 28015 Publicado el 03/07/2003 Art 2°.	51
2.3.3	Título II: Marco Institucional De Las Políticas De Promoción y Formalización. Capítulo I: De Los Lineamientos. Art. 4°.	51
2.4	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.	52
CAPITULO III	55
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	55
3.1	ANÁLISIS DE TABLAS Y GRÁFICOS.	55
3.1.1	Confiabilidad Del Instrumento.	55
3.1.2	Análisis De Tablas Y Gráficos.	58
3.2	PRUEBAS DE HIPÓTESIS.	65
3.2.1	Métodos De Análisis De Datos	66
3.3	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.	74
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES.	81

REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXOS	88
MATRIZ DE CONSISTENCIA	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.....	90
JUICIO DE EXPERTOS	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Requisitos de Inscripción Para Empresas.....	49
Tabla 2: Rangos Para el Alpha de Crombash.	57
Tabla 3: Prueba de Confiabilidad del Instrumento.	57
Tabla 4: Conciencia Tributaria Resultados.....	58
Tabla 5: Educación Tributaria Resultados.....	59
Tabla 6: Evasión Tributaria.....	60
Tabla 7: Variable Cultura Tributaria Resultados.....	61
Tabla 8: Dimensión Formalización Municipal.	62
Tabla 9: Dimensión Formalización Súper Intendencia Nacional de Admiración Tributaria.....	63
Tabla 10: Variable Formalización.....	64
Tabla 11: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una Muestra.....	66
Tabla 12: Cultura Tributaria y Formalización (Tabla Cruzada).....	67
Tabla 13: Coeficiente de correlación Entre Cultura Tributaria y La Formalización.....	68
Tabla 14: Conciencia Tributaria y Formalización (Tabla cruzada).....	69
Tabla 15: Coeficiente de Correlación Entre Conciencia Tributaria y Formalización.....	70
Tabla 16: Educación Tributaria y Formalización (Tabla Cruzada).....	71
Tabla 18: Evasión Tributaria y Formalización (Tabla Cruzada).....	73
Tabla 19: Coeficiente de Correlación Evasión tributaria y la formalización.....	73
Tabla 19: Instrumento de Investigación.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mercados de abasto en la Provincia del Cusco 2013.....	27
Figura 2: Conciencia Tributaria Resultados.....	59
Figura 3: Educación Tributaria Resultados.....	60
Figura 4: Evasión Tributaria Resultados.....	61
Figura 5: Variables Cultura Tributaria Resultados.....	62
Figura 6: Dimensión Formalización Municipal.....	63
Figura 7: Dimensión Formalización SUNAT.....	64
Figura 8: Variable Formalización Resultados.....	65
Figura 9: Cultura Tributaria y Formalización.....	68
Figura 10: Conciencia Tributaria y Formalización.....	70
Figura 11: Educación Tributaria y Formalización.....	72
Figura 12: Evasión Tributaria y Formalización.....	73
Figura 13: Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo, Cusco.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 14: Sección Abarrotes.....	107
Figura 15: Sección ropas.....	108
Figura 16: Sección Ropas.....	109
Figura 17: sección Ropas.....	110
Figura 18: Sección Abarrotes.....	111
Figura 19: Sección Abarrotes.....	112

RESUMEN

La presente tesis titulada las "CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA VINOCANCHO DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO CUSCO, 2016", se inició con la observación que gran parte de los comerciantes no cumplen con sus Obligaciones Tributarias, tienen la falta de voluntad de pago, esta situación es el resultado de que estos comerciantes no tengan cultura tributaria, valores y conciencia tributaria, conllevando por esta razón; a formular la siguiente interrogante: ¿cómo influye la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016?

La presente tesis se ha orientado al cumplimiento del siguiente objetivo. Determinar cómo la conciencia tributaria influye en la formalización de las comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón, del Distrito de San Jerónimo, Cusco.

En la parte metodológica se manifiesta que el tipo de investigación es no experimental, el nivel de investigación es el correlacional, método de investigación es el enfoque cuantitativo y el diseño de investigación es descriptivo correlacional. La población estuvo conformada por 80 comerciantes. Las técnicas de investigación fueron la encuesta y como instrumento el cuestionario que previamente fue validado y sometido a la prueba de confiabilidad y sometido habiendo obtenido en el alfa de cronbach en la primera variable de 0.655 y en la segunda variable de 0.632 de confiabilidad. En la investigación se han obtenido los siguientes resultados: Se demuestra que, si existe relación entre cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016. Se demuestra que, si existe relación entre conciencia tributaria y la formalización de los comerciantes del mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016. Se demuestra que, si existe relación entre educación tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.

Se demuestra que, si existe relación entre evasión tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016. Llegando a las siguientes conclusiones: La cultura tributaria tiene una influencia sobre la Formalización de los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016, porque el p_valor es 0.015 menor que el nivel de significancia (0.05) y su influencia es baja y directa, debido a la inexactitud de medidas para enfrentar la poca conciencia tributaria, ante la administración, ya que creen que las normas establecidas por la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) no se adecuan a la realidad económica que perciben, lo que ellos no están conscientes es de que gracias a sus aportaciones que realicen tanto el cómo el estado se beneficia en los gastos públicos. La cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito San Jerónimo Cusco es malo, porque el 64.2% de los comerciantes tienen la falta de accesibilidad a las capacitaciones tributarias por parte de la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria, Cusco y al poco entendimiento de las normas tributarias. Los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón Del Distrito de San Jerónimo Cusco, tienen una formalización regular en un 74.6%, en su gran mayoría están formalizadas ante la municipal del Distrito de San Jerónimo y pagan sus derechos y licencias de funcionamiento en dicha municipalidad, pero no en la formalización ante Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria donde no realizan el pago de sus impuestos, por lo que no se encuentran debidamente formalizados ante los registros de la Administración Tributaria. Se pudo observar que la conciencia tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco porque el p_valor es 0.016 que es menor que el nivel de significancia (0.05), influye de manera baja y directa en los comerciantes, el 71.6 % tienen una conciencia tributaria mala y en un 71.6% tiene una formalización regular a causa de que tiene poco conocimiento sobre lo que son las normas tributarias y la deuda tributaria, esto hace que los comerciantes evadan tributos, se ve que la poca conciencia tributaria influye en la Formalización de los comerciantes ante la Súper Intendencia Nacional de

Administración Tributaria. Se pudo observar que la educación tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco porque el p_valor es 0.007 es menor que el nivel de significancia (0.05), su influencia es baja y directa, en su mayoría el 34.3% afirma tener una educación tributaria buena y el 71.6% de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, afirma tener una formalización regular, se deben de realizar charlas informativas sobre el conocimiento de los deberes de tributar y las normas tributarias, considerar que es necesario para poder comprender los beneficios que esto trae a la sociedad, se ve que la buena educación tributaria influye positivamente en la formalización. También se pudo observar que la evasión tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco porque el p_valor es 0.022 que es menor que el nivel de significancia (0.05), la evasión tributaria influye positivamente y en forma directa, los comerciantes afirman en un 71.6% que la evasión tributaria y la formalización es regular, pues ellos evaden tributos a la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria pero no a la municipalidad, afirman que cumplen con el deber de tributar al estado, no distinguen que ellos solo cumplen con los deberes municipales y no con los deberes tributarios ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria, se ve que existe influencia entre la evasión tributaria y la formalización.

Palabra Clave: Cultura Tributaria, La Formalización.

ABSTRACT

This thesis entitled "TAX CULTURE AND ITS INFLUENCE ON THE FORMALIZATION OF THE TRADERS OF THE WHOLESALER MARKET VINOCHANCHO OF THE DISTRICT OF SAN JERÓNIMO CUSCO, 2016", began with the observation that a large part of the merchants do not comply with their Tax Obligations, they have lack of willingness to pay, this situation is the result of these traders have no tax culture, values and tax awareness, leading for this reason; to formulate the following question: how does the tax culture influence the formalization of the merchants of the Wholesale Market Vinocanchón of the District of San Jerónimo, Cusco, 2016?

The present thesis has been oriented to the fulfillment of the following objective. Determine how tax awareness influences the formalization of the merchants of the Wholesale Market Vinocanchón, District of San Jerónimo, Cusco.

In the methodological part it is stated that the type of research is non-experimental, the level of research is correlational, the research method is the quantified approach and the research design is descriptive correlational. The population consisted of 80 merchants. The investigation techniques were the survey and as an instrument the questionnaire that was previously validated and submitted to the reliability test and submitted having obtained in the alpha of cronbach in the first variable of 0.655 and in the second variable of 0.632 of reliability. The following results have been obtained in the investigation: It is shown that if there is a relationship between tax culture and the formalization of the merchants of the Vinocanchón market of the District of San Jerónimo Cusco, 2016. It is shown that if there is a relationship between tax awareness and the formalization of the merchants of the Vinocanchón Market of the District of San Jerónimo Cusco, 2016. It is shown that there is a relationship between tax education and the formalization of the merchants of the Vinocanchón Market of the District of San Jerónimo Cusco, 2016. It is shown that if there is a relationship between tax evasion and the formalization of the merchants of the Vinocanchón Market of the District of San Jerónimo Cusco, 2016. Reaching the

following conclusions: The tax culture has an influence on the Formalization of the merchants of the Vinocanchón Market of the District of San Jerónimo Cusco, 2016, because the p_value is 0.015 lower than the level of significance (0.05) and its influence is low and direct, due to the inaccuracy of measures to face the little tax awareness, before the administration, since they believe that the rules established by the Superintendency of National Tax Administration (SUNAT) are not adapted to the economic reality they perceive, what they they are not aware that thanks to their contributions they make as much as the state benefits in public expenditures. The tributary culture of the merchants of the Vinocanchón Wholesale Market of the San Jerónimo Cusco District is bad, because 64.2% of the merchants have a lack of accessibility to tax training by the Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, Cusco and the little understanding of the tax rules. The merchants of the Mayorcan Vinocanchón Market of the District of San Jerónimo Cusco, have a regular formalization in 74.6%, the vast majority are formalized before the municipal district of San Jerónimo and pay their rights and operating licenses in said municipality, but not in the formalization before Super National Administration of Tax Administration where they do not pay their taxes, so they are not properly formalized before the records of the Tax Administration. A It was observed that the tax conscience influences the formalization of the merchants of the Vinocanchón Wholesale Market of the District of San Jerónimo Cusco because the p_value is 0.016 that is lower than the level of significance (0.05), it has a low and direct influence on the merchants, 71.6% have a poor tax awareness and 71.6% have a regular formalization because they have little knowledge about what are the tax rules and the tax debt, this makes the traders evade taxes, it is seen that the little tax conscience influences the formalization of the merchants before the Super National Intendency of Tax Administration. It was observed that tax education influences the formalization of the merchants of the Vinocanchón Wholesale Market of the District of San Jerónimo Cusco because the p_value is 0.007 is lower than the level of significance (0.05), its influence is low and direct, mostly 34.3% affirm having a good tax education and 71.6% of the merchants of the Wholesale Market Vinocanchón of the District of San

Jerónimo Cusco, affirms to have a regular formalization, informative talks about the knowledge of the duties of taxation and the norms must be made tributary, consider that it is necessary to understand the benefits this brings to society, it is seen that good tax education positively influences formalization. It was also observed that tax evasion influences the formalization of the merchants of the Vinocanchón Wholesale Market of the District of San Jerónimo Cusco because the p_value is 0.022 which is lower than the level of significance (0.05), the tax evasion has a positive and positive influence Directly, the merchants affirm in a 71.6% that the tax evasion and the formalization is regular, because they evade tributes to the Super National Intendency of Tax Administration but not to the municipality, they affirm that they fulfill the duty of taxing the state, they do not distinguish that they only comply with the municipal duties and not with the tax duties before the Super National Intendance of Tax Administration, it is seen that there is an influence between Tax evasion and Formalization.

Key word: Tax Culture, Formalization.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA VINOCANCHÓN SAN JERÓNIMO CUSCO”, busca determinar como la Cultura Tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.

Desde el punto panorámico de la parte Tributaria los Comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016; poseen una baja Cultura Tributaria, hecho que hace no inscribirse al Registro Único del Contribuyente (RUC), no contribuir con sus impuestos y no formalizarse.

El contenido del presente trabajo consta de cuatro capítulos:

En el primer capítulo, se menciona e identifica las causas del problema de la investigación, así como los objetivos y a la respuesta que observa las hipótesis correspondientes y la Justificación de la investigación, Se menciona la metodología utilizada, así como la determinación de la población y muestra, las variables de la investigación.

En el segundo capítulo, se describe a los antecedentes relacionados a la investigación, el marco teórico representado por las variables y sus indicadores y la definición conceptual, teorías que permitió tener mejor conocimiento de los temas tratados y lograr el objetivo del trabajo de investigación.

Finalmente, **en el tercer capítulo**, se refiere al análisis e interpretación de los resultados logrados en el estudio de campo con las que se prueban las hipótesis de investigación, cuyos resultados son sometidos a comentarios; asimismo se dan a conocer las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

La importancia del presente trabajo radica en culturizar tributariamente a los comerciantes, que formalizar sus negocios no significa solo pagar más

impuestos, sino que ayudarlos a conducir su negocio con una visión más empresarial, amplia y competitiva; beneficiarse de los beneficios para los negocios formales. Esto es del punto de vista individual, pero hay otro aspecto aún más importante que es el crecimiento económico nacional que implicaría al ser formales, el País podría demostrar su crecimiento económico con datos reales y esto atraería capital extranjero; por otro lado el Estado obteniendo ingresos invertiría más a nivel social, cultural y todos nos beneficiaríamos. Estos resultados ya se han estado percibiendo es estos últimos años, específicamente desde cuando apareció la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, todo lo mencionado mejoraría si tomamos conciencia respecto a la tributación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO.

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.

Los comerciantes son la mayor fuente de generación de empleo para el estado y por ende la riqueza de nuestro país, ya que ayudan potencialmente al sostén de la economía de las familias; pero en la actualidad existen muchos informales; los gobiernos los ven como sus principales contribuyentes para la recaudación de tributos, pero lo que se ve es el problema a la falta de valores de las personas.

El principal problema que se encuentra en los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, es que no cuentan con información oportuna y verídica de parte de la Administración Tributaria, del cual se ve un cierto abuso de los funcionarios de la Súper Nacional de Administración Tributaria, en las fiscalizaciones especialmente a los del Régimen Único Simplificado y los del Régimen Especial, todos estos aspectos hacen que los comerciantes no deseen formalizarse y evadan impuestos perjudicando al estado y a la realización de más obras públicas.

La informalidad a nivel nacional es de gran preocupación, los comerciantes son la mayor fuente de ingresos para el estado, Loayza (2013) nos dice:

Que el sector informal está constituido por el conjunto de empresa, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, pertenecen al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer.

Según (Villamil) a nivel nacional El 67% de las empresas informales no tiene RUC, no lleva cuentas y no tiene local propio.

La ciudad del Cusco no es la excepción de la informalidad, Velarde (2014) Afirma: “La Superintendente Regional de Administración Tributaria señaló que el 46% de los comerciantes en Cusco, son informales”.

La informalidad se presenta en la ciudad del Cusco y se puede evidenciar en los centros comerciales que no giran comprobantes de pago, evitando los pagos de impuestos hacia la Administración Tributaria tal es el caso de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón.

Es por ello que se realiza la presente investigación que nos permitirá conocer como la cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Vinocanchón San Jerónimo Cusco.

El desarrollo socio económico de la provincia de Cusco, Región Cusco se basa en una buena Política Tributaria del Estado para el bienestar social de los ciudadanos, para ello se crearon varios tributos que generen ingresos para poder cubrir los gastos públicos en la realización de obras públicas en bien de nuestra sociedad. Los ingresos recaudados por parte del Estado se establecen en los tributos que se dan a las personas naturales y persona jurídicas de acuerdo a los ingresos que tienen mes a mes y a los patrimonios obtenidos según su actividad económica, los comerciantes que no están debidamente inscritos ante la Administración Tributaria, esto debido a la mala cultura tributaria, son un problema para el crecimiento económico y social del nuestro país.

1.2 DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.

1.2.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL.

La presente investigación se realizará en el Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo cusco, 2016.

1.2.2 DELIMITACIÓN SOCIAL.

1.2.3 LA PRESENTE INVESTIGACIÓN HACE MENCIÓN A LOS INTERESADOS EN EL DESARROLLO DE ESTE ESTUDIO QUE ES PRINCIPALMENTE, LA AUTORA DE LA INVESTIGACIÓN QUE BUSCA LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE CULTURA TRIBUTARIA Y LA FORMALIZACIÓN. EL GRUPO SOCIAL OBJETO DE ESTUDIO SON LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA VINOCANCHÓN DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO CUSCO.DELIMITACIÓN TEMPORAL.

La presente investigación corresponde a los meses de enero a diciembre del año 2016.

1.2.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL.

La cultura tributaria y la formalización en los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo en la ciudad del Cusco en el año 2016, busca la influencia que existe entre cultura tributaria y la Formalización donde se conceptualiza cada variable con los siguientes autores:

Para Mendez P (2004) “la cultura tributaria Se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actividades compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento de los deberes tributarios”. A su vez para Cortázar V (2000) señala que “un mayor nivel de conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, junto a una percepción de riesgo efectivo por el incumplimiento, permitirá a los países de la región disminuir los elevados índices de evasión y contrabando existentes”. De estos dos conceptos se entiende que la cultura tributaria se divide en: Conciencia tributaria, Educación tributaria y Evasión tributaria.

Por otro lado, para Arruñada (2010) “La formalización de empresas, es decir, su inscripción en diversos registros públicos, es un proceso productivo ordinario y, como tal, no sólo origina costes sino que también proporciona servicios valiosos, tanto privados como públicos”. Por otro lado, Sánchez (2010) A su vez dice que la formalización va de la mano con “el cumplimiento de las disposiciones del Estado para el adecuado inicio de una actividad empresarial” de estos dos conceptos se entiende a la formalización que todo ciudadano que realice actividad económica debe estar legalmente formalizado en ante las entidades pertinentes como como son la formalización Municipal y la formalización ante la Súper Intendencia Nacional de Admiración Tributaria.

1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.

1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL.

¿Cómo la cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016?

1.3.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS.

- ¿Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de San Jerónimo Cusco, 2016?
- ¿Cómo es la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de san Jerónimo Cusco, 2016?
- ¿Cómo la conciencia tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco ,2016?
- ¿Cómo la educación tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016?
- ¿Cómo la evasión tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.4.1 OBJETIVO GENERAL.

Describir cómo la cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Describir cómo es la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco ,2016.
- Describir cómo es la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.
- Describir cómo la conciencia tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.
- Describir cómo la educación tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.
- Describir cómo la evasión tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.

1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.

1.5.1 HIPÓTESIS GENERAL.

La cultura tributaria influye significativamente con un nivel de coeficiente de correlacion baja en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.

1.5.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS.

- La cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco 2016, es regular.

- La formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco 2016, es regular.
- La influencia de la conciencia tributaria en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco 2016, es malo.
- La influencia de la educación tributaria en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco 2016, es regular.
- La influencia de la evasión tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco 2016, es regular.

1.5.3 VARIABLES (DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL).

VARIABLES	DEFINICION OPERACIONAL POR DIMENCIONES	DIMENSIONES
<p>Cultura Tributaria: según, Mendez P (2004) Se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actividades compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respecto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.</p> <p>La Formalización: Según, Arruñada (2010) nos dice que la formalización de empresas, es decir, su inscripción en diversos registros públicos, es un proceso productivo ordinario y como tal, no sólo origina costes sino que también proporciona servicios valiosos, tanto privados como públicos</p>	<p>La investigación que se va a desarrollar contiene dos variables y cada uno de ellos con sus respectivas dimensiones, cuya medición se efectuara a través de los indicadores correspondientes y cada uno de ellos serán redactados en términos de pregunta, con sus alternativas polifónicas que serán cuantificados como escala ordinal para ser procesados estadísticamente a través de tablas y figuras estadísticas.</p>	<p>Conciencia tributaria: Según, Según (Alva M, s.f.) “Es la interiorización de los deberes tributarios. Este elemento alude necesariamente a que los contribuyentes poco a poco y de manera progresiva, busquen conocer de antemano qué conductas deben realizar y cuáles no, que estén prohibidas respecto del sistema tributario. Aquí es donde normalmente se percibe el factor de riesgo, los contribuyentes observan que es mejor cumplir que faltar a la normatividad tributaria”</p> <p>Educacion Tributaria: Choy Z (2010) Nos dice; La Educación Tributaria como elemento fundamental para alcanzar una conciencia tributaria, tiene por finalidad mejorar la actitud del público en general frente a la tributación. El desarrollo de programas de educación tributaria a nivel escolar, por ejemplo: Pude contribuir para una formación individual en la que exista un mayor acatamiento y comprensión de las obligaciones.</p> <p>Evasión Tributaria: Según Cosulich A (1993) Esa falta de cumplimiento puede derivar en perdida efectiva de infresos paea el estado” la Evasion tributaria puede la omision de sus ingresos parcial o total.</p> <p>Formalizacion Municipales: Según la Garcés (2012) La formalización municipal permite actuar de acuerdo a las normas establecidas para evitar ciertas contingencias a futuro que pueden hacer que el negocio tenga que asumir sanciones que perjudique sus actividades.</p> <p>Formalizacion Tributaria: Según la Mgrt Garcés (2012) La La formalización tributaria, implica que al tener que cuantificar tus ventas para poder determinar el pago del IGV o del impuesto a la renta, si te encuentras en el RER o el RG, te permitirá ordenar tus actividades de compra para poder exigir la documentación respectiva y poder utilizar el crédito fiscal para deducir el IGV. Además existiría un registro de tus actividades comerciales, pudiendo SUNAT cruzar esta información entre tus diferentes proveedores. Esto permitiría ordenar las cuentas en la empresa y permite planificarte en los pagos que debes de realizar por el tema de impuestos.</p>

Fuente: Elaboración Propia

1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Se presentan los aspectos metodológicos que se siguieron en el estudio. Se hace una descripción del tipo y nivel de la investigación, método, el diseño utilizado, la población de estudio, las técnicas de recolección y análisis de datos.

1.6.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

a) Tipo de Investigación.

El tipo de investigación es básica o pura Sergio (2009), nos dice “Es la que no tiene propósito aplicativo inmediato, pues sólo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existente acerca de la realidad. Su objetivo de estudio lo constituye las teorías científicas, las mismo que las analiza para perfeccionar su contenido”. Se observó fenómenos que ya existen que luego fueron analizados con bases teóricas que ya existen, con manuales y técnicas de recojo de información que se desarrolló en los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco en el año 2016.

b) Nivel de Investigación.

El nivel de investigación es correlacional, Hernandez S (2010) Nos dice, este tipo de estudio tiene como finalidad la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables como es la cultura tributaria y la formalización.

1.6.2 MÉTODO Y DISEÑO LA DE INVESTIGACIÓN.

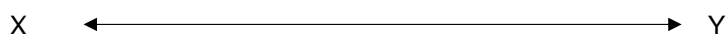
c) Método de Investigación.

El método de enfoque es cuantitativo, Hernandez S (2010) indica “el uso de recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”, para la aplicación de la investigación en

la cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo, Cusco.

d) Diseño de Investigación.

El diseño es descriptivo correlacional por que se describen relación entre dos variables; trata de describir un fenómeno o una situación mediante el estudio. “Gomero dice que consiste en medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar”. Hernandez S (2010). Por lo que orienta a la determinación del grado de relación existente entre la cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo, Cusco en una misma muestra de sujetos o el grado de relación existente entre dos variables. Su diagrama es el siguiente:



Donde:

X = Cultura Tributaria

Y= La Formalización

La relación de las variables X en Y nos lleva a la siguiente interpretación:

X influye en la variable Y.

1.6.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

a) Población

La población de estudio está constituida por los comerciantes el Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016 que consta de 1097 stands Según; Municipalidad Provincial del Cusco (2013, p. 245).

MERCADOS DE ABASTOS EN LA PROVINCIA CUSCO 2013

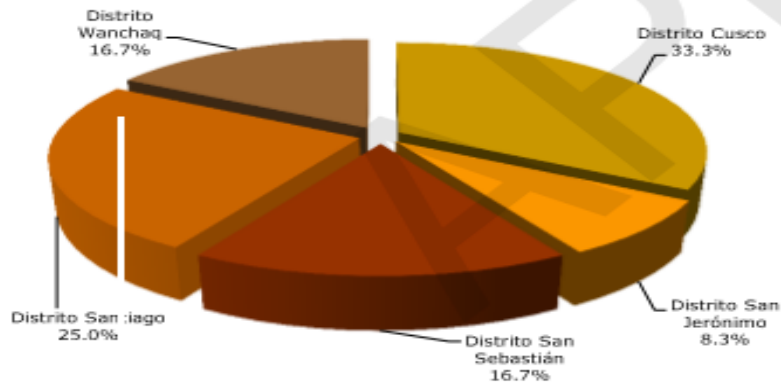


Figura 1: Mercados de abasto en la Provincia del Cusco 2013.

Nota: Se refiere al sector económico en base a los mercados existentes que existen en la Región Cusco, el distrito de San Jerónimo demuestra un 8.3% de este sector, que cuenta con 1097 stands.

Fuente: Elaboración equipo técnico de la sub gerencia de ordenamiento territorial (2012). Trabajo de campo.

En la investigación se consideró:

Población Objetiva: Se refiere a todo el grupo de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, de interés para la investigación, para la generalización de las conclusiones. La población objetivo por lo general tiene diversas características y también es conocida como la población teórica. Explorable.com (2009).

Población Accesible: También denominada población muestreada, es la porción finita de la población objetivo a la que realmente se tiene acceso y de la cual se extrae una muestra representativa. El tamaño de la población accesible depende del tiempo y de los recursos del investigador Arias (2006)

Se consideró una población accesible de acuerdo a la accesibilidad que se tuvo dentro de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, un total de 80 stands.

b) Muestra.

La muestra, al ser una parte de la población, es un subconjunto de los elementos que nos interesan estudiar: es un subconjunto de la población. Este razonamiento básico nos hace pensar que para construir una muestra debemos seleccionar a algunos elementos de la población Supo (2014)

Para definir el tamaño de la muestra existen muchas fórmulas, para lo cual se trabajó con la siguiente fórmula para determinar el tamaño de muestra:

Formula:

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

Donde:

n = Al tamaño de la población

N = Número de elementos del universo

p/q = Probabilidad con las que se presenta el fenómeno

Z = Es norma estándar y se calcula en el nivel de confianza

E = Error de estándar (varía entre 5%)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 80}{0.05^2(80 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 67$$

Donde aplicando la formula nos da un total de 67 stands del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.

1.6.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

a) Técnicas.

La recolección de datos se realizará en los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco 2016, se realizó:

- **Encuestas:** Técnica más usada, se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas para poder obtener información con respecto a la cultura tributaria y la formalización en los comerciantes Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco 2016.
- **Entrevista:** Técnica con contacto directo con los comerciantes Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco 2016, con el propósito de obtener información más espontánea y abierta.
- **Observación Directa:** Permite obtener información directa y confiable con los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco 2016, mediante un procedimiento sistemático (medios audiovisuales).
- **Análisis de Documentos:** Basada en fichas bibliográficas, se usa en la elaboración del marco teórico.
- **Internet:** Principal medio para recabar información como técnica para obtener información.
- **Instrumentos:** Los instrumentos de Investigación que se utilizaron fueron:
 - **Cuestionario:** En el cuestionario se utilizó preguntas cerradas.
 - **Guía de Observación:** Para la observación se utilizó la observación directa.

1.6.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.

a) Justificación.

La justificación busca describir cómo la cultura tributaria es de gran importancia ya que busca el desarrollo local que genere un crecimiento económico y que a su vez, de qué manera permite que los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016 se formalice, y esto contribuirá a los comerciantes con muchos beneficios.

La presente investigación da respuesta para conocer como la cultura tributaria influye en la formalizar de los comerciantes, sin embargo conocemos que pocos comerciantes en el Perú son formales. El aporte que se realizó considerando la investigación desde la relevancia social, se sabe que los comerciantes Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco se encuentran formalizados en la municipalidad más no ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria, a lo que lleva a investigar como la cultura tributaria influye la formalización.

A través de los resultados de la investigación se intenta contribuir en los factores positivos de la formalización de los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016 .

b) Importancia.

La investigación es de gran importancia para los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016 porque les permitirá conocer sobre cultura tributaria y así poder contribuir con el estado respetando las leyes de nuestro país formalizando sus negocios.

c) Limitaciones.

Las limitaciones que se tuvo en esta investigación son:

- **Limitaciones de tiempo:** El tiempo está establecido en lo que demanda en conocer la problemática y la recopilación de la información en los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016
- **Limitaciones Bibliográficas:** La poca información sobre referencia bibliográficas en temas de cultura tributaria que nos ayuden en poder constituir mecanismos de apoyo.
- **Limitaciones Económicas:** Existieron escasos recursos económicos para poder desplazarnos desde la ciudad del Cusco lugar donde se realizó la investigación hasta la ciudad de Abancay donde se llevó a cabo las aprobaciones y revisiones de la investigación.

- **Limitaciones Ideológicas:** En este punto se encontró la negatividad del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, en formalizarse y cumplir con las obligaciones tributarias que establece la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

Realizando la investigación, se encontró trabajo relacionados al tema a investigar en la Tesis:

2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES.

Rivera & Silveria (2012). Nos dice en su tesis: *Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona Central del Cantón Milagro* (Tesis de pregrado). Universidad Estatal de Milagro, Ecuador. Teniendo como objetivo general; reconocer que el proceso de formalización tributaria influye en el Desarrollo Socioeconómico de los comerciantes informales, permitiendo que su labor tenga los beneficios fiscales que el Estado les reconoce, empleando para ello un proceso de aprendizaje sobre las normas del Código de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, llegando a sus conclusiones: La falta de capacitación y formación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento de las obligaciones tributarias, fomentando así la irregularidad del control contable que se pierde en los esquemas fiscales del

Servicio de Rentas Internas. El sector financiero nacional no considera sujeto de crédito a los comerciantes informales ya que no tienen ningún sustento de que su negocio tenga estabilidad financiera. La falta de una educación tributaria crea actitudes de incumplimiento en las normas fiscales, debido al poco interés por prepararse a miras de llevar un proceso de desarrollo y actualización mercantil del control tributario. La informalidad de los comerciantes ubicados en la avenida García Moreno genera alta preocupación al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Milagro, más por la reubicación que genera el control vial del casco comercial, que los tributos que deben pagar para el SRI.

2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES.

Tarazona & Veliz de Villa (2013), Nos dice en su tesis: *Cultura Tributaria en la formalización de las Mypes* (tesis de pregrado). Universidad de Ciencias y Humanidades de Pomabamba, Anchas, Perú. Teniendo como Objetivo general: Determinar la incidencia de la cultura tributaria en la formalización de la empresa T&L S.A.C. como Micro Empresa en la ciudad de Pomabamba, Anchas, 2013. De acuerdo a los resultados obtenidos se llegó a las siguientes conclusiones: Que el nivel de Cultura Tributaria en la provincia de Pomabamba es muy bajo por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen; por tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización. El gobierno de la de la provincia de Pomabamba no cuenta con una política o plan de acciones correspondientes en la difusión de los temas tributarios ni en la supervisión de ellos, por el cual en su jurisdicción existe un alto índice de informalidad y es así que la empresa T&L S.A.C. aún no cuenta con licencia de funcionamiento. La formalización de una micro empresa en la provincia de Pomabamba es muy costosa y demanda mucho más tiempo, a comparación con la ciudad de Lima; además los contribuyentes desconocen de la ley MYPE, tal es el caso de la empresa T&L S.A.C. quien no se acogió a dicha norma. En general concluimos que la empresa T&L S.A.C. Aún no está acogido en el rango de sus obligaciones y beneficios que estipula el D.L. 1086 los cuales más favorables que estar en la normativa general. Burga (2014). Nos dice en su tesis: *Cultura Tributaria y obligaciones Tributarias en las*

empresas comerciales del emporio Gamarra, (tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú. Teniendo como objetivo general, Determinar la influencia de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014, Por los resultados obtenidos se llegó a las siguientes conclusiones: 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. Los contribuyentes tienden hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y de su Administración Tributaria.

2.1.3 ANTECEDENTES LOCALES.

Valencia (2013). Nos dice en su tesis: La política Tributaria y su Influencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo (Tesis de pregrado). Universidad San Antonio Abad del Cusco, Cusco, San Jerónimo. Donde el Objetivo General es; Determinar si la política tributaria influye en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo, Cusco, año 2013 llegando a las siguientes conclusiones: La política tributaria tiene una influencia poco adecuada en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo, Cusco, debido a una inadecuada política tributaria, carencia de medidas para enfrentar la evasión tributaria y deficiente Programa de Educación Tributaria. La comprensión de los lineamientos de política tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo, Cusco debido a que no están de acuerdo a la realidad económica del país, se basan en el incremento de los impuestos y al ataque agresivo al sector formal. La evaluación del control de la evasión tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo, Cusco, debido a la inequidad y complejidad del Sistema Tributario, la corrupción de nuestras autoridades de turno y por la deficiente calidad de

servicios en la prestación de servicios públicos. La implementación de Programas en Educación Tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo, Cusco, debido a que la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria, no divulga, educa ni promociona la cultura tributaria como debe ser. Huerta Hanampa (2016). Nos dice en su tesis: La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado, Madre de Dios abril - agosto. (Tesis de pregrado). Universidad Andina del Cusco, Cusco, Cusco, Perú. El objetivo fundamental de este estudio fue determinar la relación existente entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado, Madre de Dios abril, agosto del 2016, con los resultados obtenidos en la prueba de campo se llegó a las siguientes conclusiones: Que, si existe relación positiva considerable entre cultura tributaria y la obligación tributaria de los comerciantes del mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado, Madre de Dios abril, agosto del 2016, esto indica que a pesar que el grado de cultura tributaria sea mínima los comerciantes están cumpliendo con el pago de las obligaciones tributarias. Que, si existen relación positiva entre conciencia tributaria y las obligaciones tributarias del mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado, Madre de Dios abril, agosto del 2016, esto indica que a qué pesar el contribuyente no tiene conciencia tributaria si cumple con el pago de sus obligaciones tributarias por miedo a ser sancionados por la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria. Que, si existe relación positiva entre educación tributaria y las obligaciones tributarias del mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado, Madre de Dios abril, agosto del 2016, esto indica que el comerciantes a pesar que tenga una educación tributaria débil cumple con pagar sus obligaciones tributarias. Que, si existe relación positiva entre evasión tributaria y las obligaciones tributarias del mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado, Madre de Dios abril - agosto del 2016, esto indica que el comerciantes a pesar que tenga un comportamiento fraudulento cumple con

pagar sus obligaciones tributarias. Pacheco & Puclla (2013). Nos dice en su tesis: Política Tributaria y su Influencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Centro Comercial Confraternidad de la Ciudad del Cusco (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Antonio Abad del Cusco, Cusco, Cusco, Perú. El Objetivo General de esta Investigación es; Determinar como una Política Tributaria influye en la Cultura Tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Confraternidad de la ciudad del Cusco, periodo 2013. Llegando a las siguientes conclusiones: Se determina que la Política Tributaria del Estado, no está presente en los comerciantes del Centro Comercial Confraternidad, y tiene relación directa con la formación de la cultura tributaria, de los vendedores. Que la evasión Tributaria por los comerciantes del Centro Comercial Confraternidad, es por la influencia de la Cultura Tributaria, y la poca presencia del Estado, mediante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria Cusco. La poca presencia de los Instituciones Educativos, la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria, y otras instituciones del Gobierno, realicen una educación de las políticas tributarias, para evitar la evasión de los tributos, con una concientización tributaria.

2.2 BASES TEÓRICAS.

2.2.1 CULTURA TRIBUTARIA.

En primer lugar, para poder comprender sobre cultura tributaria, comentaremos acerca de lo que es cultura, a lo largo de los años se ha visto como la cultura ha ido evolucionado en costumbres y actitudes de las personas. Giddens (1989). Afirma:

Cultura se refiere a los valores que comparten los miembros de un grupo dado, a las normas que pactan y a los bienes materiales que producen. Los valores son ideales abstractos, mientras que las normas son principios definidos o reglas que las personas deben cumplir. (p. 3)

Para definir el término de cultura tributaria, primero se debe empezar por entender que es la cultura, luego introducir el concepto de tributación que es

sinónimo de la palabra tributo. Villegas (2001) Afirma: “el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley”, con la contribución de los impuestos se genera grandes beneficios para el estado.

Entendiendo sobre lo que es un tributo podemos llegar a una definición de los que es cultura tributaria Y así relacionar ambas ideas para obtener la definición del término que interesa sobre lo que es cultura tributaria. Mendez (2004) Afirma:

Se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actividades compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respecto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.

La cultura tributaria es lo que todos comerciantes deben poseer, con sus valores bien determinados, su ética y moral personal deben ser el cimiento para poder poseer una buena cultura tributaria voluntaria. Armas & Colmenares (2004). Afirma:

Cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarias por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos y no bajo presión, por temor a las sanciones establecidas en el Código Orgánico Tributario (Pág. 144).

En este sentido se entiende que el cumplimiento voluntario, es deber de cada ciudadano realizando sus pagos tributarios oportunamente y cumpliendo con la sociedad en contribuir al crecimiento de la sociedad, no solo se debe de enfocar en las estrategias, sino que también se debe de considerar las consecuencias que trae la mala cultura tributaria Cortázar (2000). Afirma que:

Es necesario desarrollar una cultura tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos. Un mayor nivel de conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, junto a una percepción de riesgo efectivo por el incumplimiento, permitirá a los países de la región disminuir los elevados índices de evasión y contrabando existentes.

La cultura tributaria implica una labor de prevención contra la evasión tributaria y debe hacerse habitual en el día a día de los contribuyentes, de esta manera se podrá reducir la evasión tributaria. Rodríguez (2011). Afirma:

En la cultura tributaria se trata de ver el sentido cotidiano de la evasión y la fiscalidad, ya que no constituye simplemente un conjunto de ingresos y gastos estatales, sino la manera como se materializa la escala de valores de una sociedad.

Con la cultura tributaria se puede evitar la evasión tributaria, la cultura tributarias no es más que una estrategia a largo plazo encaminada al objetivo de hacer sostenible el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias con base en principios, valores y actitudes adecuados con el deber ciudadano de contribuir a que el Estado cumpla con sus fines constitucionales.

2.2.1.1 Importancia de la Cultura Tributaria.

Con la cultura tributaria se pretende que los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa colectividad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que este cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes. Amasifuen (2015). Afirma:

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.

En este sentido es muy importancia hacer conocer a la ciudadanía en general sobre lo importante que es la cultura tributaria donde todos debemos pagar impuestos sin exclusión, ningún ciudadano debe estar excluido del pago de impuestos para poder llevar adelante la cultura tributaria basada en los valores interiorizados dentro de cada persona.

Es importante que todos los ciudadanos posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recaudan el Estado en carácter de administración, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos.

La falta de cultura tributaria lleva a la evasión tributaria, lo que genera retraso para el país. Para que el Estado pueda cumplir con su obligación de velar por el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que esta requiere, se necesita de recursos que previene principalmente de los tributos pagados por los contribuyentes.

2.2.1.2 Conciencia Tributaria.

La Conciencia Tributaria no es más que los valores éticos y morales frente a la voluntad de los comerciantes del Mercado Mayorista del Distrito de San Jerónimo Cusco, de cumplir con sus obligaciones y deberes tributarios, porque entiende que ello causará beneficios en la sociedad. Alva (2010). Afirma: “Es la interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados”

Esta definición incluye varios elementos:

El primero, es la interiorización de los deberes tributarios. Este elemento alude necesariamente a que los contribuyentes poco a poco y de manera progresiva, busquen conocer de antemano qué conductas deben realizar y cuáles no, que estén prohibidas respecto del sistema tributario. Aquí es donde normalmente se percibe el factor de riesgo, los contribuyentes observan que es mejor cumplir que faltar a la normatividad tributaria.

El segundo, consiste en cumplir de manera voluntaria, que se refiere a que los contribuyentes deben, sin necesidad de coacción, verificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la Ley. Lo importante es que el contribuyente, en ejercicio de sus facultades, desea hacerlas. La coacción no debe intervenir aquí. Esto es aún extraño en nuestra sociedad.

El tercero, es que el cumplir acarreará un beneficio común para la sociedad.

Siendo el contribuyente un ser humano, debe pertenecer a una comunidad y disfrutar de los beneficios que ésta tiene. Por ello, cuando se paguen los tributos en el monto y tiempo respectivo, todo contribuyente necesariamente percibirá que se podrán solventar los servicios públicos, se mejorará asimismo su funcionamiento. El Estado podrá dar un eficaz cumplimiento a los servicios dirigidos a la sociedad en general. Bravo (2012). Afirma: “En la literatura, la conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También se la define como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo” (p.175)

a) Cumplimiento de la Norma Tributaria.

“El cumplimiento tributario consiste en presentar la declaración jurada de impuestos en término, incluyendo información completa y exacta a fin de determinar la obligación tributaria y pagar el saldo de la misma, de corresponder” Toninelli (2010). Con el cumplimiento de la norma tributaria se puede prevenir la evasión tributaria, los ciudadanos deben de tener bien interiorizados los valores personales, para así poder cumplir con el de pagando sus impuestos.

El cumplimiento de las Normas 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.

b) Cumplimiento del Pago de Tributos.

El cumplimiento de los pagos tributarios, se debe realizar de acuerdo a las normas y leyes que el estado exige a todo ciudadano que realiza una activa económica, según TUO SUNAT (2013), indica que: El pago de la deuda tributaria será efectuado por los deudores tributarios y, en su caso, por sus representantes. Los terceros pueden realizar el pago, salvo oposición motivada del deudor tributario”.

c) Deberes Tributarios.

“Son los deberes que tiene todo ciudadano de tributar o en otras palabras de pagar impuestos al Estado por distintas razones” Scribd (2017), que todo ciudadano debe pagar al estado por la explotación de un comercio, por la actividad económica que realiza, la contratación de empleados, la posesión de activos, la condición de trabajador independiente, entre otros. Son aquellos pagos a los llamamos tasas y contribuciones al Estado.

2.2.1.3 Educación Tributaria.

“La educación tributaria como elemento fundamental para alcanzar una conciencia tributaria, tiene por finalidad mejorar la actitud del público en general frente a la tributación”. Choy Z (2010). La educación tributaria es de suma importancia para poder introducir la buena cultura tributaria en los contribuyentes, se logra a través de la implementación de charlas donde los contribuyentes comenten experiencias sobre la tributación, capacitaciones, donde den a conocer sobre la tributación y la normas que exigen la Administración Tributaria. Al respecto de esto Díaz R & Lindenberg B (2015).
Afirma:

Supone dar un paso más y fomentar desde edades tempranas una mayor comprensión ciudadana de la importancia de los impuestos para el desarrollo colectivo, pero también de su derecho a que los recursos públicos sean gestionados de manera eficaz, eficiente y transparente. Para ello se combina por lo general elementos relacionados con valores, ciudadanía y cultura fiscal.

Al respecto si bien es cierto en muchas de las instituciones no ven este tema como algo importante, para poder tener bien interiorizado la cultura tributaria, es muy Adecuado implementar estos valores desde edades muy tempranas con incentivos que les lleve a colaborar con la tributación, con juegos didácticos, concursos entre otro y así formar personas con valores tributarios. Según, “La educación como instrumento de igualdad de oportunidades, inclusión social y conformación de capital humano capacitado” CEPAL (2011).

2.2.1.4 Evasión Tributaria.

La evasión tributaria es el incumplimiento de los deberes que los ciudadanos tienen con el estado el de contribuir con el pago de sus impuestos Cosulich (1993) “ Esa falta de cumplimiento puede derivar en perdida efectiva de infresos para el Estado” la evasion tributaria puede la omision de sus ingresos parcial o total. Es parcial cuando el contribuyente declara y paga puntualmente, pero solo una parte de los tributos a los que está obligado. Es total, cuando evita todo el pago de dichos tributos, aun cuando no se utilice ningún medio. Bravo (2012). Afirma: “Cualquier hecho que lleve a comentar u omitir su obligación de declarar totalmente su ingreso, patrimonio, ganancia, venta, como la finalidad de que no sea considerada como parte de la base sobre la que se calcula el impuesto”.

a) Generar más Ingresos.

El contribuyente cree que cuando más ingresos tienen más impuestos debe pagar y para esto busca las maneras de evadir Impuestos. Cosulich Ayala (1993) Afirma:

Se cree que con la evasión de impuestos se genera más ingresos a favor de los contribuyentes, es así que los contribuyentes prefieren no realizar sus obligaciones tributarias voluntariamente, creyendo que si las cumplen están afectando a su economía y al de su negocio, al ocultar los ingresos, los contribuyentes reducen la base imponible del impuesto sobre las ventas y la del impuesto sobre la renta. Las empresas suelen reducir considerable te sus impuestos mediante el procedimiento de ocultar tanto compras como ventas.

b) Desconocimiento de la Norma.

El desconocimiento de las Normas Tributarias es la principal causa que lleva a los contribuyentes a evadir los impuestos, esto es ocasionado por la mala cultura tributaria que tienen muchos contribuyentes, las medianas y pequeñas empresas en especial los comerciantes, desconocen los beneficios que se pueden lograr con las Normas Tributarias en amparo de los mismos acogiéndose a las normas. Arroyo Amdor, s.f. Afirma:

El desconocimiento de nuestras leyes, lo que origina un impacto en nuestra economía, por las multas, recargos y todos los demás conceptos que se puedan acumular, adicionales al importe original de los impuestos, que puede llegar a tener serias consecuencias. Es importante mencionar que el desconocimiento de nuestras leyes, no nos libera del cumplimiento de éstas, de acuerdo a lo que establece el Código Civil.

c) Normas Complejas.

A consecuencia de las Normas Complejas los contribuyentes no entienden de la importancia de pagar y contribuir las deudas tributarias al Estado y esto los lleva a tener un mal entendimiento sobre las leyes y busca como evadir tributos. Cosulich Ayala (1993) Afirma:

Las Normas Jurídicas Tributarias son complejas por su propia naturaleza técnica. Esa complejidad está confirmada, por ejemplo, en la existencia de normas que regulen la misma base imponible y

los contribuyentes, la existencia de exoneraciones amplias o condicionadas, la vigencia de regímenes de fomento o incentivos con procedimientos muy detallados y confusos, el alcance no siempre claro en cuanto a las facultades y deberes de la Administración Tributaria y de los contribuyentes.

2.2.2 LA FORMALIZACIÓN.

La formalización es la técnica organizacional de prescribir como, cuando, con que elementos, cumplir con las legalidades que exige la ley, al hablar de formalización debemos tomar en cuenta ciertos registros y pasos de inscripción Arruñada (2010) Afirma: “la formalización de empresas, es decir, su inscripción en diversos Registros Públicos, es un proceso productivo ordinario y, como tal, no sólo origina costes, sino que también proporciona servicios valiosos, tanto privados como públicos”.

A su vez la formalización va de la mano con “el cumplimiento de las disposiciones del Estado para el adecuado inicio de una actividad empresarial” Sánchez (2010) y respetando las Normas y leyes vigentes que existe como la ley 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, donde nos da a conocer sobre la “Micro y Pequeña Empresa, es una unidad económica constituida por una Persona Natural o Jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio”. El Peruano (2003).

La formalización en los comerciantes es otorgar herramientas accesibles que les ayude positivamente en las operaciones y actividad económicas que realicen de acuerdo al tipo de actividad que tengan, acompañadas de las legalidades, la ética y la libre competencia, con la responsabilidad y la perseverancia que debemos tener no solo con los impuestos si no que a su vez también con el cuidado y protección del medio ambiente, la formalización representa el uso de las Normas ambientales a las que deben estar sometidas por el bien y la salud de las personas. Hidalgo (2012). Afirma: “Los intentos por formalizar las empresas en el país no han dado resultados que se esperaban.

Tal es el caso de la Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa MYPES”.

Nos dice: Pretell (2013). “La formalización es más importante desde el punto de vista tributario, antes que desde el punto de vista del acceso al crédito, ya que al Estado le conviene que existan más sujetos que pagan impuestos” (p.3) al respecto con lo citado es cierto que es más importante la formalización tributaria y ante la Súper Intendencia de Administración Tributaria del Estado, donde se puede ver que existe informalidad al no estar debidamente inscritos.

2.2.2.1 Beneficios de la Formalización.

La formalización no solo beneficia al estado, también trae muchos beneficios a los informales al cumplir con lo que exige la ley, pues un comerciante formalizado es reconocido y puede acceder a ingresar a mercados más competitivos donde genere más ingresos, además que con la formalización se puede acceder a créditos financieros para poder incrementar su capital de trabajo e invertir más, exportar o participar de una cadena exportadora, participar en programas de apoyo a las Micro y Pequeña Empresa, tranquilidad por encontrarse dentro del marco legal. El estado promueve la formalización a través de reconocimientos de empresarios impulsores que lograron salir adelante.

2.2.2.2 Formalización Municipal.

En el sector comercio y en especial en los centros comerciales, mercados asociaciones y galerías es de suma importancia estar formalizados ante la municipalidad cumpliendo la normativa municipal y las Ordenanzas Municipales Silupú (2012). Afirma: “La formalización municipal permite actuar de acuerdo a las normas establecidas para evitar ciertas contingencias a futuro que pueden hacer que el negocio tenga que asumir sanciones que perjudique sus actividades”. La formalización Municipal es cumplir con las Normativas y Ordenanzas que exige, estar inscritos en sus Registros y Padrones.

a) Inscripción Municipal.

Para poder iniciar las actividades de un negocio es estar inscritos en la Municipalidad y realizar obligatoriamente la solicitud de la licencia de funcionamiento, ante la municipalidad de la jurisdicción donde se realiza la actividad económica al contar con una licencia de funcionamiento es la garantía que tendrán los clientes, ofreciéndoles seguridad y bienestar.

Los pasos que debemos de seguir son:

- Primero se acudir al área de licencias de funcionamiento en la jurisdicción donde se realizará el negocio. Los costos son de acuerdo al tipo de tipo de área de tu local, e su posterioridad los funcionarios de la municipalidad deberá ir a verificar y constatar si cuenta todos los documentos necesarios para que puedan emitir la orden de pago, luego solicitud de licencia de funcionamiento con carácter de declaración jurada que incluya N° de Documento de Identidad o carne de extranjería del solicitante.
- Vigencia de poder del representante legal para el caso de empresas bajo la forma de personas jurídicas.
- Certificado de inspección técnica de detalle o multidisciplinaria, para establecimientos mayores a 500 m2.
- Requisitos adicionales dependiendo del giro del negocio como por ejemplo autorizaciones sectoriales, informes de números de estacionamientos, títulos profesionales, entre otros.

Seguidamente la municipalidad evaluara dos aspectos para poder otorgar la licencia:

- La zonificación y compatibilidad de uso, la cual consiste en verificar en el plano del distrito si tu giro del negocio es compatible con esta zona.
- El cumplimiento de las condiciones de seguridad de tu establecimiento requerido por defensa civil, las cuales serán aprobadas por una inspección que puede ser antes o después de la entrega de la licencia de funcionamiento.

- El plazo máximo de emisión de tu licencia de funcionamiento es de quince días hábiles. Si en ese lapso la municipalidad no notifica indicando que se ha cumplido con todos los requisitos para la entrega de la licencia, quiere decir que el trámite ha sido aprobado.

2.2.2.3 Formalización Súper Intendencia Nacional .

Toda actividad generadora de ingresos debe estar suscrito ante la Súper Intendencia Nacional, para poder acogerse a las Normas establecidas por ley y acogerse a un régimen de acuerdo con los ingresos que este le genere, Silupú (2012) Afirma:

Es tener que cuantificar tus ventas para poder determinar el pago del Impuesto General a las Ventas o del impuesto a la renta, si te encuentras en el Régimen Especial del Impuesto a la Renta o el Régimen General, te permitirá ordenar tus actividades de compra para poder exigir la documentación respectiva y poder utilizar el Crédito Fiscal para deducir el Impuesto General a las Ventas. Además, existiría un registro de tus actividades comerciales, pudiendo la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria, cruzar esta información entre tus diferentes proveedores.

Esto permitiría ordenar las cuentas en la empresa y permite la planificación en los pagos que se debe de realizar por el tema de impuestos, y el cumplimiento de los mismos.

a) Inscripción Registro Único del Contribuyente.

La inscripción ante las Administración Tributaria, implica estar inscritos con el Registro Único del Contribuyente SUNAT (2017). Indica: “Es el Registro en el que se deben registrar los contribuyentes respecto de los tributos que administra la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria y constituye una base de datos cuya información es actualizada

permanentemente por los contribuyentes y por la misma Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria”.

El registro ante la Administración Tributaria es la obtención de número de Registro Único del Contribuyente que consta de 11 dígitos, la identificación del contribuyente tanto como persona natural como persona jurídica, para la persona natural se asigna el número de Registro Único del Contribuyente de acuerdo con el número de Documento de Identidad que tuviese adicionándole el número 10 a comienzo y el último dígito que se observa en el Documento de Identidad adicional a los 8 números, en cuanto a la persona jurídica se asigna 11 dígitos que son asignados por la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria comenzando con el número 20 al comienzo. Para la inscripción de Registro Único del Contribuyente SUNAT (2017). Indica: “Para obtener su número de Registro Único del Contribuyente deberá acercarse a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano a su domicilio fiscal o realizarlo mediante la página web de la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria y presentar los documentos solicitados:

- **Requisito De Inscripción Para Empresas.**

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS		
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		PERSONA JURÍDICA
SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	DNI del Representante Legal
Exhibir el original del DNI	Exhibir el original del DNI	Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
	Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.	

Tabla 1: Requisitos de Inscripción Para Empresas.

Fuente: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>.

- **Tipos de Régimen a que me debo Acoger.**

SUNAT (2017). Nos dice: “Que a partir del ejercicio 2017, los regímenes tributarios han sufrido modificaciones. Antes contábamos con sólo tres regímenes: Nuevo Registro único Simplificado, Régimen Especial y Régimen General”, desde enero del 2017, los contribuyentes tienen la opción de acogerse al Régimen de la Micro y Pequeña Empresa Tributaria, publicado en la Republica, el 20 de diciembre del 2016 con el Decreto Legislativo 1269, cuyos ingresos netos no superen las 1,700 Unidad Impositiva Tributaria (S/ 6, 885,000). A continuación, nombraremos los tipos de regímenes que existen:

- **Nuevo Régimen Único Simplificado.**

El Nuevo Registro Único Simplificado fue 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 Registro único Simplificado las personas que desarrollan un oficio (SUNAT, s.f.).

- **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. (SUNAT, s.f.)

- **Régimen Micro y Pequeño Empresario Tributario**

Personas Comprendidas: En este régimen comprende a Personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no

superen las 1 700 Unidad Impositiva Tributaria en el ejercicio gravable.
(SUNAT, s.f.)

Personas no comprendidas:

- (i) Quienes tengan vinculación directa o indirecta en función al capital con otras personas naturales o jurídicas y cuyos ingresos netos anuales en conjunto superen 1 700 Unidad Impositiva Tributaria .
- (ii) Sucursales, agencias o cualquier otro establecimiento permanente en el país de empresas constituidas en el exterior.
- (iii) Quienes en el ejercicio anterior hayan obtenido ingresos netos anuales superiores a 1700 Unidad Impositiva Tributaria .
- (iv) Tendrán vinculación directa: Una persona natural o jurídica posea más del 30% de capital de otra persona jurídica, directamente o por intermedio de un tercero.
- (v) Más del 30% del capital de dos o más personas jurídicas pertenezca a una misma persona natural o jurídica, directamente o por intermedio de un tercero.
- (vi) El capital de dos o más personas jurídicas pertenezca en más del 30% a socios comunes a éstas.
- (vii) También se considera que existe vinculación cuando en cualquiera de los casos señalados en los dos primeros literales la proporción de la capital indicada en los mismos pertenezca a cónyuges entre sí. (SUNAT, s.f.)

- **Impuesto a la Renta de Tercera Categoría**

Grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo. (SUNAT, s.f.)

2.3 BASES LEGALES.

Dentro de las bases legales se consideró:

2.3.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ 1993 ART. 59°.

El estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades

2.3.2 LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA LEY Nº 28015 PUBLICADO EL 03/07/2003 ART 2°.

Definición de Micro y Pequeña Empresa. La Micro y Pequeña 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. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

2.3.3 TÍTULO II: MARCO INSTITUCIONAL DE LAS POLÍTICAS DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN. CAPÍTULO I: DE LOS LINEAMIENTOS. ART. 4°.

Política Estatal. El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las Micro y Pequeña Empresa y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacionales, Regionales y Locales y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización,

administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las Micro y Pequeña Empresa, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenido.

2.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.

- **Benéficos Tributarios:** Es cualquier sistema de fraccionamiento, aplazamiento o beneficio de regularización, sea este de carácter general, especial o particular.
- **Evasión Fiscal:** Acto ilegal para evitar el pago de impuestos mediante la omisión de ingresos o el abultamiento de las deducciones.
- **Código Tributario:** Es el conjunto de normas que establecen el ordenamiento jurídico tributario de un país o estado.
- **Mercado:** Lugar público con tiendas o puestos de ventas donde se comercializan, en especificar con alimentos y otros productos de primera necesidad. Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.
- **Omisión:** Tributariamente, contribuyente que no ha cumplido con sus obligaciones tributarias formas y sustanciales, infringiendo las disposiciones sobre la materia.
- **MYPE:** Micro y Pequeña empresa.
- **Sanción Tributaria:** Es el castigo aplicado a los contribuyentes que comenten infracciones tributarias.
- **Tasa:** Es el tributo cuya obligación tiene como hecho general la presentación efectiva por el estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.
- **CEPAL:** La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) es el organismo dependiente de la Organización de las Naciones Unidas responsable de promover el desarrollo económico y social de la región. Sus labores se concentran en el campo de la investigación económica.
- **SUNAT:** Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria; 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

- **UIT:** Unidad Impositiva Tributaria; Según el Código Tributario, la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) es un valor de referencia que puede ser utilizado en las normas tributarias, entre otros.
- **SAT:** La Superintendencia de Administración Tributaria, es una entidad estatal descentralizada, que tiene competencia y jurisdicción en todo el territorio de la República de Guatemala para el cumplimiento de sus objetivos, tiene las atribuciones y funciones que le asigna su Ley Orgánica
- **Régimen:** Son las categorías bajo las cuales una Persona Natural o Persona Jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe estar registrada en la SUNAT
- **IGV:** El IGV o Impuesto General a las Ventas es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere.
- **RER:** 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.
- **RG:** Es un régimen tributario que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (aquellas provenientes del capital, trabajo o de la aplicación conjunta de ambos factores).
- **RUC:** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas físicas o jurídicas, para fines tributarios.
- **NRUS:** 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.

CAPITULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

3.1 ANÁLISIS DE TABLAS Y GRÁFICOS.

3.1.1 CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.

Según Ruiz B (2000) ,el índice de consistencia permite medir si un instrumento tiene la fiabilidad suficiente para ser aplicado, si su valor está por debajo de 0.6 el instrumento que se está evaluando, presenta una variabilidad heterogénea en sus ítems y por tanto nos llevará a conclusiones equivocadas.

Para calcular el valor de α , se utilizó la fórmula:

Donde los valores son:

α = Alfa de Cronbach

K = Número de ítems

V_i = Varianza de cada ítem

V_t = Varianza total

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

En ese sentido a continuación se calculó la varianza de los ítems, para lo cual se utilizó el estadístico SPSS, v. 23; mediante la prueba de varianzas de

los ítems del instrumento formulado, los rangos de confiabilidad establecidos son:

Tabla 2: Rangos Para el Alpha de Crombash.

Rango	Magnitud
0.01 a 0.20	Muy baja
0.21 a 0.40	Baja
0.41 a 0.60	Moderada
0.61 a 0.80	Alta
0.81 a 1.00	Muy alta

Fuente: Ruiz (2000) *Instrumentos de investigación educativa. Procedimientos para su diseño y validación. Barquisimeto: CIDEG, C.A.*

Nota: Al respecto, se presentan el criterio de Ruiz (2000) quien afirma que es "una manera práctica de interpretar la magnitud de un coeficiente de confiabilidad puede ser guiada por la escala siguiente". (p.70)

De acuerdo a los rangos establecidos, se analizó el índice Alpha de Combrach obteniéndose los siguientes resultados para el instrumento establecido bajo la denominación estudio "la cultura tributaria y su influencia en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón del distrito de San Jerónimo Cusco, 2016" Tabla N° 13

Confiabilidad del instrumento para el estudio "cultura tributaria y su influencia en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de San Jerónimo Cusco 2016", mediante la prueba del Alpha de Combrach.

Tabla 3: Prueba de Confiabilidad del Instrumento.

Variables	Alfa de Cronbach
"Cultura Tributaria"	0.623
"La Formalización"	0.632

Fuente: Resultados SPSS.

El valor de Alpha calculado se encuentra en el intervalo de confianza $0.61 < \text{Alfa} < 1$, por tanto el instrumento aplicado recoge datos confiables y para estos cálculos se hizo con el programa estadístico IBM SPSS v23; lo cual

permite manifestar que dicho instrumento presenta una confiabilidad alta, el cual es pertinente.

Se concluye así que el instrumento aplicado para la “Cultura Tributaria y su Influencia en la Formalización de los Comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del distrito de San Jerónimo Cusco, 2016” es Confiable, por tanto, los datos recogidos tienen consistencia interna garantizando así un estudio válido.

3.1.2 ANÁLISIS DE TABLAS Y GRÁFICOS.

A continuación se presentan los resultados de cada dimensión de los niveles para el estudio “Cultura Tributaria y su Influencia en la Formalización de los Comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016”; para una mejor comprensión, estos resultados se han organizado en atención a las hipótesis, que a su vez, responden a la variable en estudio y sus respectivas dimensiones.

Tabla 4: Conciencia Tributaria Resultados.

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	48	71,6
Regular	19	28,4
Total	67	100,0

Fuente: Resultados SPSS.

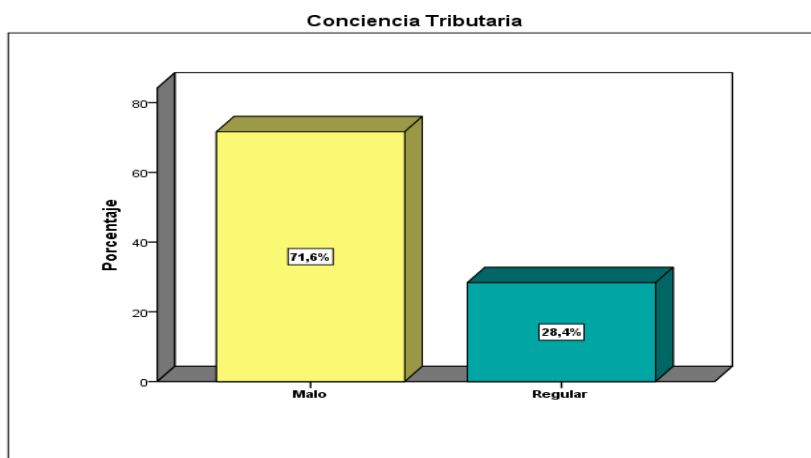


Figura 2: Conciencia Tributaria Resultados.

Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: En la tabla N° 4 El 71.6% de los comerciantes afirman que tienen una conciencia tributaria malo y el 28.4% afirman que tiene y una conciencia tributaria regular, dentro del mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco.

Interpretación: Los resultados indican que la mayor parte de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón tiene una conciencia tributaria mala, que confirma que no existe conciencia tributaria lo que lleva a que genera una falta de cultura tributaria.

Tabla 5: Educación Tributaria Resultados.

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	9	13,4
Regular	19	28,4
Bueno	23	34,3
Muy bueno	16	23,9
Total	67	100,0

Fuente: Elaboración Propia

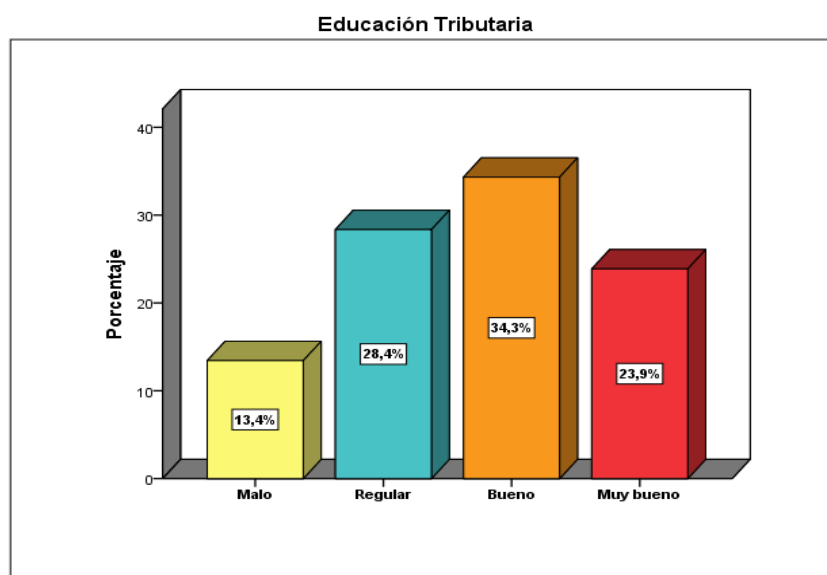


Figura 3: Educación Tributaria Resultados.

Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: En la tabla N° 5 El 13.4% afirman que la educación tributaria es malo, el 28.4% afirman que la educación tributaria es regular, el 34.3% afirman que la educación tributaria es bueno y el 23.9% que la educación tributaria es muy buena, para los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco.

Interpretación: Los resultados demuestran que la mayor parte de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, indican que la educación tributaria es buena, que se debe de implementar educación tributaria, para poder tener conocimientos sobre cultura tributaria.

Tabla 6: Evasión Tributaria.

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	16	23,9
Regular	48	71,6
Bueno	3	4,5
Total	67	100,0

Fuente: Resultados SPSS.

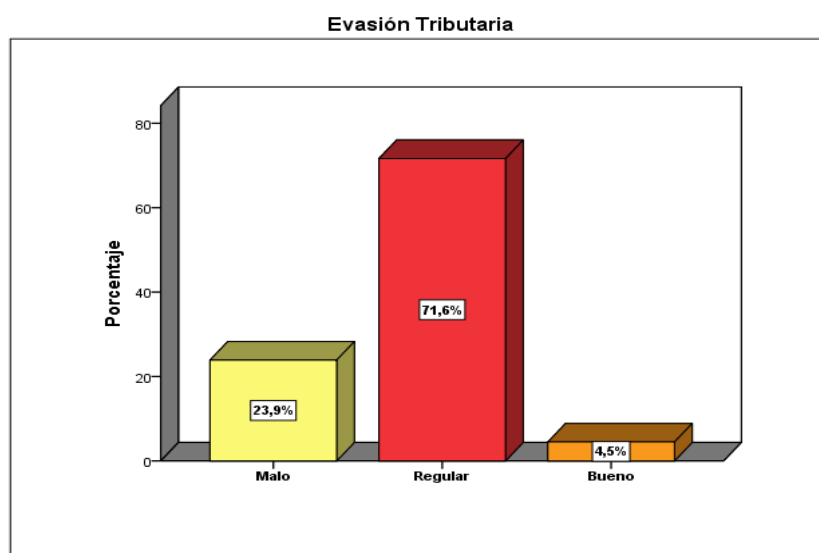


Figura 4: Evasión Tributaria Resultados.

Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: En la tabla N° 6 El 23.9% de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, afirman que la evasión tributaria es malo, el 71.6% afirman que la evasión tributaria es regular y el 4.5% que es bueno, dentro del mercado Vinocanchón.

Interpretación: Los resultados demuestran que la mayor parte de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón, indican que la evasión tributaria es regular, estos resultados son porque los comerciantes indican que no evaden tributos porque están formalizados ante la municipalidad del Distrito de San Jerónimo, lo que genera una mala práctica de cultura tributaria.

Tabla 7: Variable Cultura Tributaria Resultados.

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	43	64,2
Regular	24	35,8
Total	67	100,0

Fuente: Elaboración Propia.

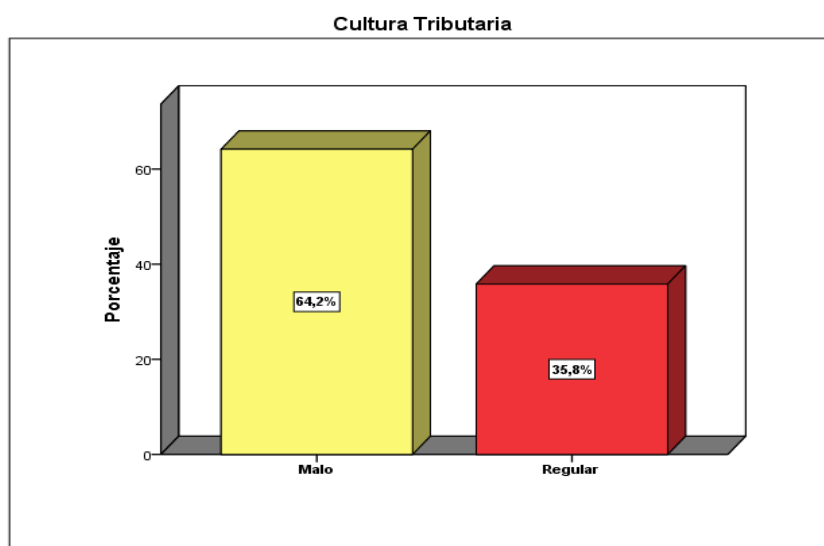


Figura 5: Variables Cultura Tributaria Resultados.

Fuente: Resultados SPSS.

Análisis: En la tabla N° 7 El 64.2% de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco afirman que tienen una cultura tributaria malo y el 35.8% de los comerciantes tiene y una cultura tributaria regular.

Interpretación: Los resultados demuestran que la mayor parte de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco , indican que la cultura tributaria es malo, lo que nos confirma la falta de cultura tributaria.

Tabla 8: Dimensión Formalización Municipal.

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	7	10,4
Regular	41	61,2
Bueno	19	28,4
Total	67	100,0

Fuente: *Elaboración Propia.*

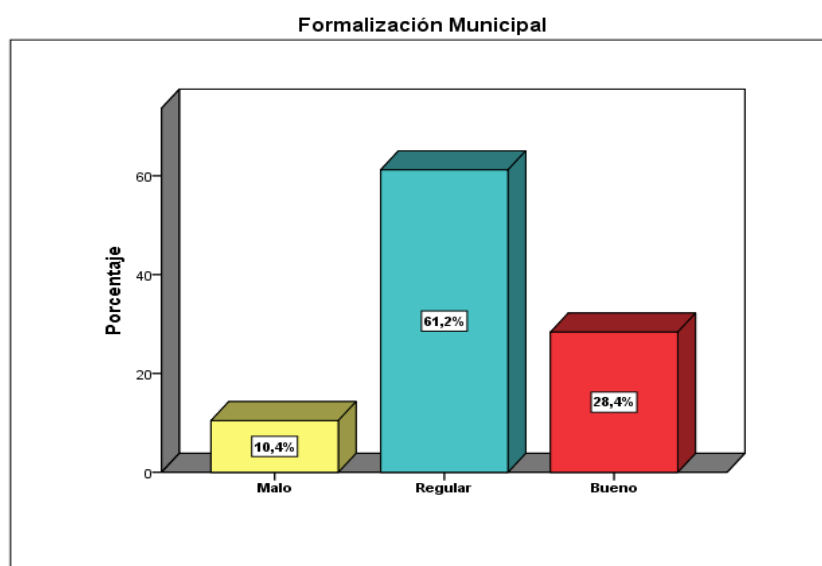


Figura 6: Dimensión Formalización Municipal.
Fuente: *Elaboración Propia.*

Análisis: En la tabla N° 8 El 10.4 % afirman que la formalización ante la Municipalidad es malo, el 61.2% afirman que es regular y el 28.4% afirman que es bueno la Formalización ante la Municipalidad del Distrito de San Jerónimo Cusco, en el mercado Vinocanchón.

Interpretación: Los resultados demuestran que la mayor parte de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón, indican que la formalización municipal es regular, lo que evidencia que no todos los comerciantes están formalizados ante la municipalidad del Distrito de San Jerónimo.

Tabla 9: Dimensión Formalización Súper Intendencia Nacional de Admiración Tributaria.

	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	4,5
Malo	39	58,2
Regular	25	37,3
<i>Total</i>	<i>67</i>	<i>100,0</i>

Fuente: *Elaboración Propia.*

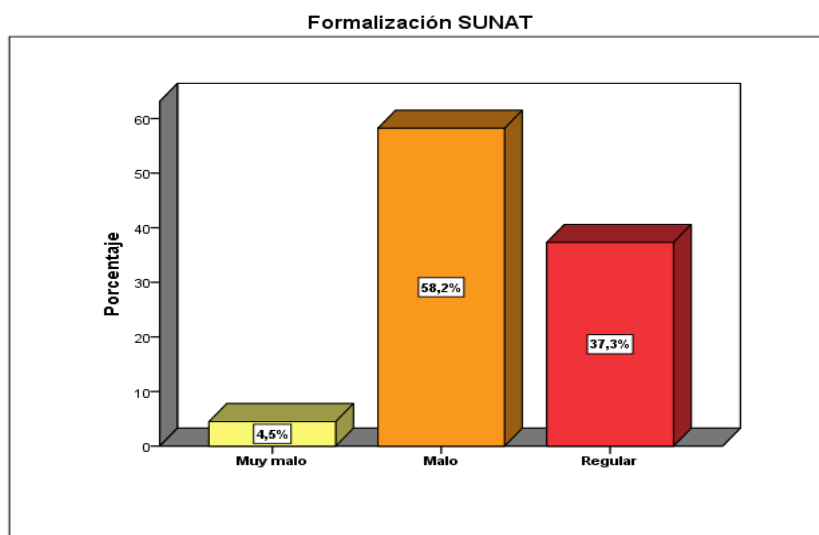


Figura 7: Dimensión Formalización SUNAT.
Fuente: *Elaboración Propia.*

Análisis: En la tabla N° 9 El 4.5% de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, afirman que la formalización ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria es muy malo, y el 58.2% afirma que malo y el 37.3% afirman que la formalización ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria es regular.

Interpretación: Los resultados demuestran que la mayor parte de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, indican que la formalización ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria es malo, lo que nos confirma que no están formalizados ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria, esto debido a que no existe cultura tributaria.

Tabla 10: Variable Formalización.

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	19	28,4
Regular	48	71,6
<i>Total</i>	<i>67</i>	<i>100,0</i>

Fuente: *Resultados SPSS.*

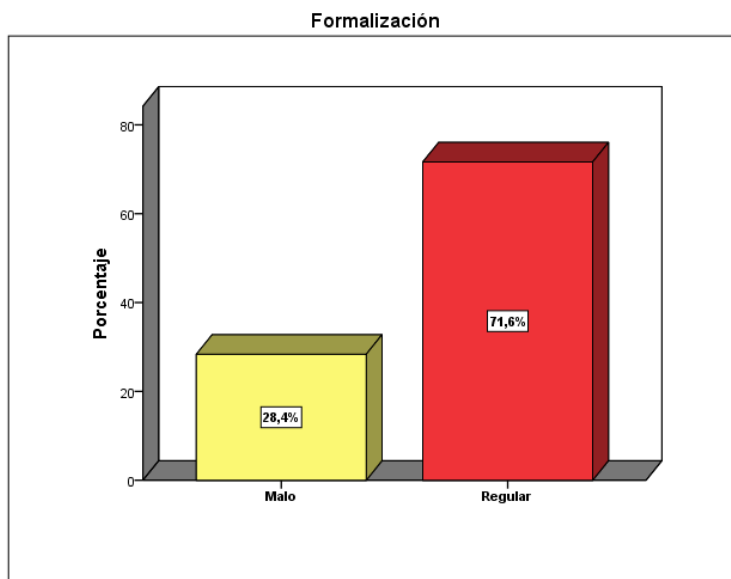


Figura 8: Variable Formalización Resultados.
Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: En la tabla N° 10 El 28.4% de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco afirman que la formalización es malo, y el 71.6% afirman que la Formalización es regular, dentro del Mercado Mayorista Vinocanchón.

Interpretación: Los resultados demuestran que la mayor parte de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco , indican que la formalización es regular, estos resultados son por que los comerciantes solo están formalizados ante la municipalidad del Distrito de San Jerónimo y no ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria.

3.2 PRUEBAS DE HIPÓTESIS.

Se realizó la prueba de normalidad con el estadístico Kolmogorov Smirnov para la muestra, para saber si cumple con el supuesto de normalidad como se observa en la siguiente tabla, lo cual todos los p_valor son menores a 0.05, no cumple la distribución normal.

Tabla 11: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una Muestra

	N	Estadístico de prueba	P_valor
Conciencia tributaria	67	0,450	0,000
Educación tributaria	67	0,302	0,000
Evasión tributaria	67	0,425	0,000
Cultura tributaria	67	0,486	0,000
Formalización municipal	67	0,334	0,000
Formalización sunat	67	0,348	0,000
Formalización	67	0,506	0,000

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis: Hipótesis estadísticas	Ho: Existe la distribución normal en las dimensiones y variables: Conciencia tributaria, Educación tributaria, Evasión tributaria, Formalización municipal, Formalización Sunat, Cultura tributaria y Formalización
	Ha: No existe la distribución normal en las dimensiones y variables: Conciencia tributaria, Educación tributaria, Evasión Tributaria, Formalización Municipal, Formalización Sunat, Cultura Tributaria y Formalización
Nivel de significación	$\alpha = 0,05 = 5\%$
Valor p calculado	$p_{valor} = 0,00 = 0.05 = 5\%$
Conclusión	Como $p_{valor} < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que no existe la distribución normal en las dimensiones y variables: Conciencia Tributaria, Educación Tributaria, Evasión Tributaria, Formalización Municipal, Formalización Sunat, Cultura Tributaria y Formalización.

3.2.1 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS

Para analizar los datos que se obtendrán de ambos cuestionarios, se utilizara el programa computacional estadística con ayuda del software IBM versión 23 y Excel, para hacer descripción detallada de las variables. En cuanto

a la naturaleza de las variables estudiadas, siendo estas de tipo ordinal, se usó la prueba estadística de tau- b de Kendall. Lo cual nos indica si las variables están asociadas y en qué medida. Luego se utilizó: **Tau-B-Kendall**, que es la medida no para métrica de la correlación para variables ordinales o de rango. El signo del coeficiente indica la dirección de la relación y el valor absoluto indica la fuerza de la relación; indican los valores mayores que la relación es más estrecha. Los valores posibles van de -1 a 1, pero de un valor de -1 o +1 solo se puede obtener a partir de las tablas cuadradas. Luego se utilizó la siguiente fórmula para el cálculo de esta medida:

$$\tau_b = (n_p - n_q) / \sqrt{(n_p + n_q + n_{E(X)})(n_p + n_q + n_{E(Y)})}$$

Dónde: n_p indica el número de no inversiones.

n_q Indica el número de inversiones.

$n_{E(X)}, n_{E(Y)}$ indican el número de empates.

La Interpretación Del Valor De" Tau-b de Kendall".

- De 0.00 a 0.19 muy baja correlación.
- De 0.20 a 0.39 baja correlación.
- De 0.40 a 0.59 moderada correlación.
- De 0.60 a 0.89 alta correlación.
- De 0.90 a 1.00 muy alta correlación.

A continuación, se presentan las tablas cruzadas para cada dimensión y variable respectivamente:

Tabla 12: Cultura Tributaria y Formalización (Tabla Cruzada)

Cultura tributaria	Formalización				Total	
	Malo		Regular			
	N	%	N	%	N	%
Malo	16	23,9%	27	40,3%	43	64,2%
Regular	3	4,5%	21	31,3%	24	35,8%
Total	19	28,4%	48	71,6%	67	100,0%

Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: Se observa que el 23.9% de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, indican que la cultura tributaria y la formalización es malo, el 4.5% afirman que la cultura tributaria es regular pero la formalización malo, el 40.3% afirman que cultura tributaria es malo y la formalización es regular y el 31.3% afirman que cultura tributaria y la formalización es regular.

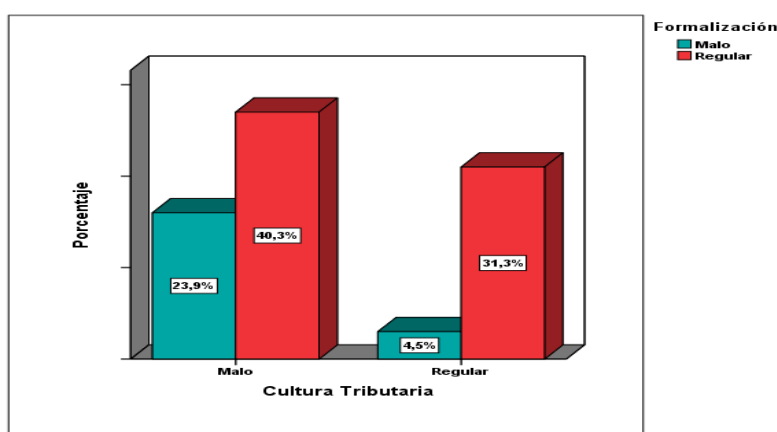


Figura 9: Cultura Tributaria y Formalización.
Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 13: Coeficiente de correlación Entre Cultura Tributaria y La Formalización.

		Error estándar			
		Valor	asintótico	T aproximado	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0,263	0,103	2,434	0,015

Fuente: Resultados SPSS.

Interpretación y análisis: Hipótesis estadísticas	y	Ho: No existe influencia significativa entre cultura tributaria y la formalización.	
		Ha: Existe influencia significativa entre cultura tributaria y la formalización.	
Nivel de significación	de	$\alpha = 0,05$	
Estadígrafo de contraste	de	$\tau_b = \frac{(n_p - n_q)}{\sqrt{(n_p + n_q + n_{E(X)})(n_p + n_q + n_{E(Y)})}}$	
		Valor calculado	$\tau_b = 2.423$

Valor p calculado	$p_{valor} = 0,015$
Conclusión	Como $p < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se concluye Existe influencia significativa entre cultura tributaria y la formalización. El nivel de influencia es positivo, de acuerdo al cuadro de interpretación de valor "Tau-b", porque el coeficiente de asociación es 0.263

Tabla 14: Conciencia Tributaria y Formalización (Tabla cruzada).

		Formalización				Total	
		Malo		Regular			
		N	%	n	%	N	%
Conciencia tributaria	Malo	17	25,4%	31	46,3%	48	71,6%
	Regular	2	3,0%	17	25,4%	19	28,4%
Total		19	28,4%	48	71,6%	67	100,0%

Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: se observa que el 25.4% de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, indican que la conciencia tributaria y la formalización es malo, el 3.0% afirman que la conciencia tributaria es regular pero la formalización malo, el 46.3% afirman que conciencia tributaria es malo y la formalización es regular y el 25.4% afirman que conciencia tributaria y la formalización es regular.

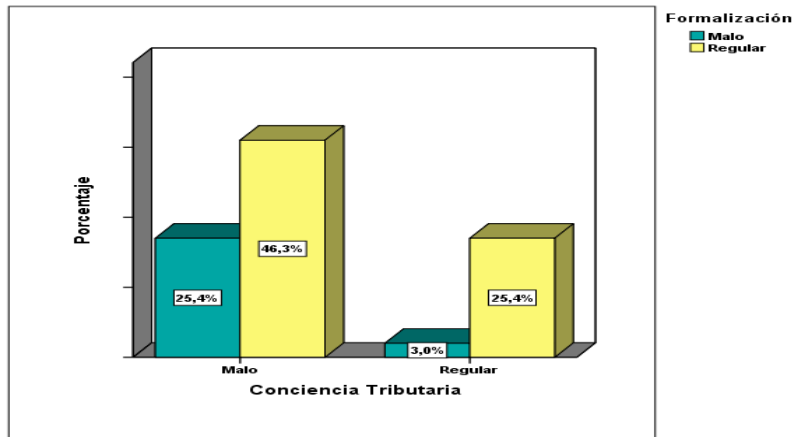


Figura 10: Conciencia Tributaria y Formalización.
Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 15: Coeficiente de Correlación Entre Conciencia Tributaria y Formalización.

		Error estándar			
		Valor	asintótico	Aprox. S	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0,249	,096	2,420	0,016

Fuente: Resultados SPSS.

Interpretación y análisis: Hipótesis estadísticas	Ho: No existe influencia significativa entre conciencia tributaria y la formalización.
	Ha: Existe influencia significativa entre conciencia tributaria y la formalización.
Nivel de significación	$\alpha = 0,05$
Estadígrafo de contraste	$\tau_b = \frac{(n_p - n_q)}{\sqrt{(n_p + n_q + n_{E(X)})(n_p + n_q + n_{E(Y)})}}$
	Valor calculado $\tau_b = 2.420$
Valor calculado	p $p_valor = 0,016$

Conclusión	<p>Como $p < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se concluye existe influencia significativa entre conciencia tributaria y la formalización.</p> <p>El nivel de influencia es baja, de acuerdo al cuadro de interpretación de valor "Tau-b", porque el coeficiente de asociación es 0.249.</p>
------------	--

Tabla 16: Educación Tributaria y Formalización (Tabla Cruzada).

		Formalización				Total	
		Malo		Regular			
		n	%	n	%	n	%
Educación tributaria	Malo	8	11,9%	1	1,5%	9	13,4%
	Regular	3	4,5%	16	23,9%	19	28,4%
	Bueno	6	9,0%	17	25,4%	23	34,3%
	Muy bueno	2	3,0%	14	20,9%	16	23,9%
Total		19	28,4%	48	71,6%	67	100,0%

Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: Se observa que el 11.9% de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, indican que la educación tributaria y la formalización es malo, el 3.0% afirman que la educación tributaria es muy bueno pero la formalización malo, el 1.5% afirman que la educación tributaria es malo y la formalización es regular y el 20.9% afirman que la educación tributaria es muy bueno y la formalización es regular.

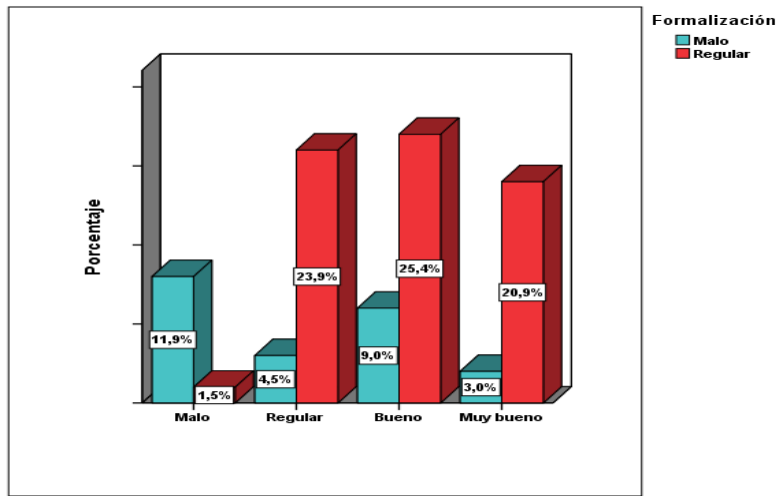


Figura 11: Educación Tributaria y Formalización.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 17: Coeficiente de Correlación Educación tributaria y la Formalización.

	Valor	Error estándar asintótico	Aprox. S	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0,312	0,109	2,710
				0,007

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación y análisis: Hipótesis estadísticas	Ho: No existe influencia significativa entre educación tributaria y la formalización.	
	Ha: Existe influencia significativa entre educación tributaria y la formalización.	
Nivel de significación	$\alpha = 0,05$	
Estadígrafo de contraste	$\tau_b = \frac{(n_p - n_q)}{\sqrt{(n_p + n_q + n_{E(X)})(n_p + n_q + n_{E(Y)})}}$	Valor calculado
		$\tau_b = 2,710$
Valor calculado p	$p_{valor} = 0,007$	
Conclusión	<p>Como $p < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se concluye existe influencia significativa entre educación tributaria y la formalización.</p> <p>El nivel de influencia es positivo, de acuerdo al cuadro de interpretación de valor "Tau-b", porque el coeficiente de asociación es 0.212.</p>	

Tabla 18: Evasión Tributaria y Formalización (Tabla Cruzada).

Evasión tributaria	Formalización				Total	
	Malo		Regular			
	N	%	N	%	n	%
Malo	8	11,9%	8	11,9%	16	23,9%
Regular	11	16,4%	37	55,2%	48	71,6%
Bueno	0	0,0%	3	4,5%	3	4,5%
Total	19	28,4%	48	71,6%	67	100,0%

Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: Se observa que el 11.9% de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, indican que la evasión tributaria y la formalización es malo, el 0.0% afirman que la evasión tributaria es bueno pero la formalización malo, el 11.9% afirman que evasión tributaria es malo y la formalización es regular y el 4.5% afirman que evasión tributaria es bueno y la formalización es regular.

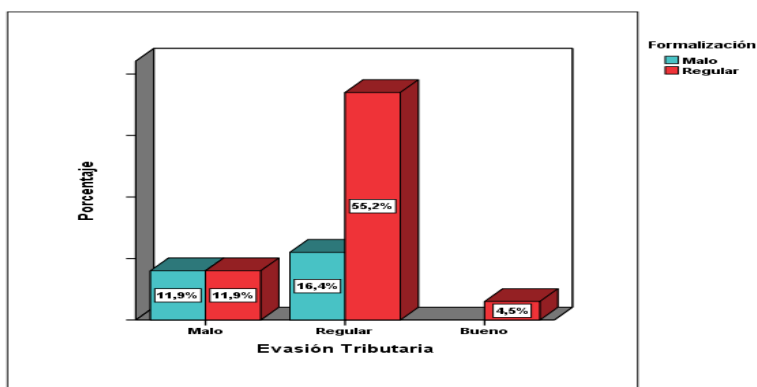


Figura 12: Evasión Tributaria y Formalización.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 19: Coeficiente de Correlación Evasión tributaria y la formalización.

		Error estándar		Aprox.	
		Valor	asintótico	Aprox. S	Sig.
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0,283	0,115	2,298	0,022

Fuente: Resultados SPSS.

Interpretación y análisis: Hipótesis estadísticas	Ho: No existe influencia significativa entre evasión tributaria y la formalización.	
	Ha: Existe influencia significativa entre evasión tributaria y la formalización.	
Nivel de significación	$\alpha = 0,05$	
Estadígrafo de contraste	$\tau_b = \frac{(n_p - n_q)}{\sqrt{(n_p + n_q + n_{E(X)})(n_p + n_q + n_{E(Y)})}}$	Valor calculado
		$\tau_b = 2,298$
Valor p calculado	$p_{valor} = 0,022$	
Conclusión	<p>Como $p < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se concluye existe influencia significativa entre evasión tributaria y la formalización.</p> <p>El nivel de influencia es positiva, de acuerdo al cuadro de interpretación de valor "Tau-b", porque el coeficiente de asociación es 0.283.</p>	

3.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

El objetivo principal de este estudio fue Describir cómo la cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016, además: Describir cómo es la cultura tributaria de los de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016. Describir cómo es la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016. Describir cómo la conciencia tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016. Describir cómo la educación tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016. Describir cómo la evasión tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo

Cusco, 2016. Un primer hallazgo demuestra la relación entre la variable cultura tributaria y la formalización de los comerciantes de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016. Como se demuestra en los resultados Como $p < 0,05$. El nivel de influencia es baja pero directa, porque existe correlación positiva en el coeficiente de asociación de 0.263, resultados que concuerdan con los estudios en la ciudad de Madre de Dios por Huerta (2016). Siendo unidad de análisis entre cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, concluye que existe un grado de correlación positiva considerable de 0.882, así mismo de en la ciudad de Cusco Valencia (2013), siendo la unidad de análisis en nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo tomando en muestra, durante el periodo 2013. En la ciudad del Cusco, se evidenció que la Política tributaria influye significativamente en la cultura tributaria.

Por otro lado, Armas & Colmenares(2004). Nos dice:

Cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarias por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos y no bajo presión, por temor a las sanciones establecidas (p.144).

Con los resultados obtenidos y de acuerdo a lo mencionado por el autor es importante tener un adecuado nivel de cultura tributaria como se observa en el grado de correlación entre cultura tributaria y la formalización es moderada lo que hace evidenciar que los comerciantes deben de tener un conocimiento profundo de los que es cultura tributaria para sí poder cumplir con el cumplimiento tributario.

Se demuestra la relación entre la dimensión conciencia tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016, como se demuestra los resultados estadísticos calculados Como $p < 0,05$ El nivel de influencia es baja y directa, porque el coeficiente de asociación es 0.249, resultados que concuerdan con los estudios en la ciudad de Madre de Dios (2016). Siendo la unidad de análisis

en la conciencia tributaria en los comerciantes del mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado tomando en muestra, durante el periodo 2016. Donde existe correlación positiva considerable de 0.879. Concluyendo que existe relación positiva entre conciencia tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Por otro lado, nos dice Alva M. (2010). Que la conciencia tributaria es la interiorización de los deberes tributarios, de acuerdo a los resultados obtenidos entre conciencia tributaria y la formalización se de muestra que la conciencia tributaria tiene una relación positiva para lograr formalizar a los comerciantes, estos deben de tener una conciencia tributaria adecuada donde no se deben de sentir presionados por las multas, deben de contribuir voluntariamente.

Se demuestra la relación entre la dimensión educación tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016, como se demuestra los resultados estadísticos calculados, Como $p < 0,05$ El nivel de influencia es baja y directa, porque el coeficiente de asociación es 0.312. Resultados que concuerdan con resultados que concuerdan con los estudios en la ciudad de Madre de Dios (2016). Siendo la unidad de análisis en la educación tributaria en los comerciantes del Mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado tomando en muestra, durante el periodo 2016, Donde existe correlación positiva considerable de 0.880. Concluyendo que existe relación positiva entre educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Por otra parte también llega a los siguientes resultados en la ciudad del Cusco Valencia (2013). Siendo la unidad de de analisis la Educacio Tributaria en los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchon del distrito de San Jeronimo tomando en muestra durante el periodo 2013, donde concluye que la implementacion de programas de educación tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la cultura tributaria de los del Mercado vinocanchon del Distrito de San Jeronimo, Cusco, debido a que la SUNAT no divulga, educa ni promociona la cultura tributaria como debe ser. También en el país del Ecuador por Rivera & Silveria (2012). Siendo la unidad de análisis en la educación tributaria en los comerciantes informales en la zona central del

cantón milagro. En el país del Ecuador, la falta de una educación tributaria crea actitudes de incumplimiento en las normas fiscales, debido al poco interés por prepararse a moras de llevar un proceso de desarrollo y actualización mercantil del control tributario.

Por otro lado, nos dice Choy (2010). “La educación tributaria como elemento fundamental para alcanzar una conciencia tributaria, tiene por finalidad mejorar la actitud del público en general frente a la tributación”, con los resultados obtenidos y con lo que nos dice el autor mencionado, la educación tributaria se debe de implementar adecuadamente dentro de los comerciantes ya que existe una baja educación tributaria esto se debe al poco interés que se tiene por tributar, la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria no logra concientizar a los comerciantes, no tiene estrategias de como llegar a ellos para poder informarlos adecuadamente.

Se demuestra la relación entre la dimensión evasión tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016, como se demuestra los resultados estadísticos calculados, Como $p < 0,05$. El nivel de influencia es baja y directa, porque el coeficiente de asociación es 0.283. Resultados que concuerdan con los estudios en la ciudad de Madre de Dios (2016) siendo la unidad de análisis en la Evasión Tributaria en los comerciantes del Mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado tomando en muestra, durante el periodo 2016, Donde existe correlación positiva considerable de 0.875. Concluyendo que existe relación positiva entre evasión tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Por otra parte, también llega a los siguientes resultados en la ciudad del Cusco Valencia (2013). Siendo la unidad de análisis en la evasión tributaria en los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón, La evaluación del control de la evasión tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016, debido a la inequidad y complejidad del Sistema Tributario, la corrupción de nuestras autoridades de turno y por la deficiente calidad de servicios en la prestación de servicios públicos.

Por otro lado Cosulich (1993). Nos dice que la “Evasión tributaria es la falta de cumplimiento de sus obligaciones por partes de los contribuyentes”, con los resultados obtenidos y lo que menciona el autor podemos demostrar que la existe relación entre la evasión tributaria y la formalización de los comerciantes, que no están dispuestos a tributar esto implica estar formalizados ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

CONCLUSIONES

- La cultura tributaria tiene una influencia sobre la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016, porque el p_valor es 0.015 menor que el nivel de significancia (0.05) y su influencia es baja y directa, debido a la inexactitud de medidas para enfrentar la poca conciencia tributaria, ante la administración, ya que creen que las normas establecidas por la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria no se adecuan a la realidad económica que perciben, lo que ellos no están conscientes es de que gracias a sus aportaciones que realicen tanto el cómo el estado se beneficia en los gastos públicos.
- La cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016 es malo, porque el 64.2% de los comerciantes tienen la falta de accesibilidad a las capacitaciones tributarias por parte de la administración de la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria Cusco y al poco entendimiento de las normas tributarias.
- Los comerciantes tienen una formalización regular en un 74.6%, en su gran mayoría están formalizadas ante la municipal del Distrito de San Jerónimo y pagan sus derechos y licencias de funcionamiento en dicha Municipalidad, pero no en la formalización ante Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria donde no realizan el pago de sus impuestos, por lo que no se encuentran debidamente formalizados ante los registros de la Administración Tributaria.
- Se pudo observar que la conciencia tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco porque el p_valor es 0.016 que es menor que el nivel de significancia (0.05), influye de manera baja y directa en los comerciantes, el

71.6 % tienen una conciencia tributaria mala y en un 71.6% tiene una formalización regular a causa de que tiene poco conocimiento sobre lo que son las normas tributarias y la deuda tributaria, esto hace que los comerciantes evadan tributos, se ve que la poca conciencia tributaria influye en la formalización de los comerciantes ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria.

- Se pudo observar la educación tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016 porque el p_valor es 0.007 es menor que el nivel de significancia (0.05), su influencia es baja y directa, en su mayoría el 34.3% afirma tener una educación tributaria buena y el 71.6% de los comerciantes afirma tener una formalización regular, se deben de realizar charlas informativas sobre el conocimiento de los deberes de tributar y las normas tributarias, considerar que es necesario para poder comprender los beneficios que esto trae a la sociedad, se ve que la buena educación tributaria influye positivamente en la formalización.
- También se pudo observar que la evasión tributaria influye en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016 porque el p_valor es 0.022 que es menor que el nivel de significancia (0.05), la evasión tributaria influye positivamente y en forma directa, los comerciantes afirman en un 71.6% que la evasión tributaria y la formalización es regular, pues ellos evaden tributos a la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria pero no a la municipalidad, afirman que cumplen con el deber de tributar al estado, no distinguen que ellos solo cumplen con los deberes municipales y no con los deberes tributarios ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria, se ve que existe influencia entre la evasión tributaria y la formalización.

RECOMENDACIONES.

- Es necesario que el Estado diseñe normas y estrategias, considerando las características y realidad de todo el sector económico en este caso de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, y que estas normas sean de fácil entendimiento y comprensión, hecho que al no dudar lo realizarían favorablemente en la formalización de este sector, donde a su vez se estaría fomentando en la conciencia tributaria de los comerciantes.
- Es necesario que la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria debe promover la educación tributaria en los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, dentro del lugar donde realizan sus actividades, con charlas, capacitaciones y con la participación de comerciantes que ya estén formalizados y cuenten sus experiencia acerca de los negocios formalizados y de lo benéficos que trae y así poder fomentar una buena cultura tributaria, esto se debe de realizar en convenio con la municipalidad Distrital de San Jerónimo Cusco.
- Es necesario que la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria realice control, fiscalización e inspección a los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco, para poder evitar la evasión tributaria y a su vez la verificación de productos provenientes del contrabando y evitar la competencia desleal entre el informal y el formal, hacer distinguir a los comerciantes sobre los impuesto que se deben de pagar a la Súper Intendencia Nacional de Administración Trinitaria y la Municipalidad, que no basta con pagar sus impuesto a la Municipalidad.
- Se recomienda a la Municipalidad del Distrito de San Jerónimo que solicite charlas y capacitaciones a la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria dentro del Mercado Vinocanchón y en horas donde no estén tan concurrido de clientela que son en horas de la tarde, a su vez que también por su parte realice capacitaciones.

- Para poder extender la cultura tributaria y con ella el cumplimiento voluntario de las obligaciones, es preciso que los contribuyentes posean confianza en la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria y además se sientan retribuidos por el Estado con servicios públicos de calidad, lo que evidencia una mejor calidad de vida en el ciudadano, de esta manera los comerciantes se sentirán más confiados para formalizarse.
- Es necesario que los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo Cusco no deben confundir la formalización municipal con la formalización ante la Súper Intendencia Nacional de Administración Tributaria, este último deben entender que al no cumplir, están infringiendo las normas y por ende evadiendo tributos que no ayudan al desarrollo de la sociedad.

Referencia Bibliografía

- Alva Gonzales, E. (s.f.). Saberes Compartidos Universidad del Pacifico. Obtenido de <http://www.saberescompartidos.pe/ciencias-empresariales/beneficios-tributarios-son-efectivos-para-lograr-la-formalizacion-de-las-mype.html>
- Alva M, M. (s.f.). Analisis Tributario. Recuperado el 10 de Mayo de 2017, de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-los-mecanismos-para-crearla/>
- Amasifuen R, M. (2015). Importancia de la Cultura Tributaria en el Perú. Accounting Business.
- Arias F, G. (2006). El Proyecto de Investigacion 6° Edición. Caracas Venezuela: Episteme C.A.
- Armas A, M. E., & Colmenares de E, M. (2004). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. REDHECS Edición N°6.
- Arroyo A, J. L. (s.f.). Organiza tu Vida Mejor. Recuperado el 20 de Septiembre de 2017, de <https://www.organizateya.com/financ/finanzas6.htm>
- Arruñada, B. (2010). Formalización Empresarial Costes Frente a Eficiencia Institucional. España: Aranzadi, SA.
- Bravo S, F. (2012). Cultura tributaria, Libro de Consulta. Lima: Punto y Grafía S.A.C.
- Burga, A, M. E. (2014). La Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias en el Emporio Gamarra. Lima.
- CEPAL. (2010). Evasión y equidad. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Choy Z, E. E. (2010). Estrategias para generar conciencia tributaria y su impacto en la recaudación tributaria en Perú. Arequipa: XXII Congreso Nacional de Contadores Públicos del Perú.

- Cortázar V, J. C. (2000). Estrategias educativas para el desarrollo de una "cultura tributaria" en América Latina. Experiencias y líneas de acción. CLAD Reforma y Democracia(17).
- Cosulich A, J. (1993). Evasion Tributaria. Serie Política Fiscal.
- Cosulich A, J. (1993). Evasion Tributaria (Proyecto Regional de Política) CEPAL-PNUD. Serie Política Fiscal.
- Díaz R , F. B., & Lindemberg B, A. H. (2015). Cultura Tributaria en América Latina (La moral fiscal y la búsqueda de una mayor reciprocidad entre el Estado y los ciudadanos en América Latina). México.
- El Peruano. (23 de Julio de 2017). D.L 28015. Ley de promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.
- Explorable.com. (15 de Noviembre de 2009). Población de la Investigación. Obtenido de <https://explorable.com/es/poblacion-de-la-investigacion>
- Flores B, M. A., & Miranda, S. A. (2013). La Cultura Tributaria y la Formalización del Comercio caso Centro Comerciales Altiplano. Cusco.
- Giddens, A. (1989). Sociología. Madrid: Alianza Editorial S.A.
- Hernandez S, R. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL / Interamericana Editores , S.A. DE C.V.
- Hidalgo S, L. (2012). Formalización de las MYPES: La Esperanza Eterna. Gestión.
- Huerta H, R. W. (2016). La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado mil ofertas de la ciudad de Puerto Maldonado, Madre de Dios. Cusco: UAC.
- Loayza, N. (2013). BCRP Revista Estudios Económico 43. Recuperado el 30 de Marzo de 2017, de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/revista-estudios-economicos.html>
- Mendez P, M. (2004). Cultura tributaria vs. Constitución de 1999. Espacio Abierto, vol. 13(1).

- Municipalidad Provincial del Cusco. (2013). Plan de Desarrollo Urbano Cusco . Cusco.
- OCDE/CEPAL. (2011). Perspectivas Económicas de América Latina 2012: Transformación del Estado para el Desarrollo. Comisión Económica para América Latina y el Caribe .
- Pacheco Mendoza, D. H., & Puclla Tito, R. (2013). Política Tributaria y su influencia en la Cultura Tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Confraternidad de la Ciudad del Cusco .
- Pretell, C. A. (2013). Universidad Privada del Norte. Obtenido de Microfinanzas y las mypes peru: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/161/Cr%C3%A9ditos%20Bancarios%20-%20PYMES.pdf?sequence=1>
- Rivera Hernández, J. L., & Silveria Ochoa , I. T. (2012). Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona Central del Cantón Milagro .
- Rodriguez, J. C. (2011). Cultura Tributaria, Propuestas y Argumentos. Paris - Asunción: Servicios Gráficos SV.
- Ruiz Bolivar, C. (2000). Instrumentos de investigación educativa. Procedimientos para su diseño y validación. Barquisimeto: CIDEG, C.A.
- Sánchez , B. B. (2010). Las MYPES en Perú. Su Importancia y Propuestas. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665>
- Santo Tomas de Aquino. (s.f.). La Ley. Ideas y Cultura.
- Scribd. (14 de Septiembre de 2017). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/286147612/DEBERES-TRIBUTARIOS#>
- Sergio, C. (2009). Metodología de la Investigación Científica. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
- Silupú G, B. L. (2012). Formalización tares de todo empresario. Perú 21.

- SUNAT. (14 de 09 de 2017). Boletín SUNAT. Obtenido de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios->
- SUNAT. (14 de 09 de 2017). SUNAT. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>
- SUNAT. (s.f.). Orientación SUNAT. Recuperado el 14 de Julio de 2017, de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/nuevo-regimen-unico-simplificado-nuevo-rus>
- Supo, J. (2014). Cómo Elegir una Muestra. Arequipa: Editado e Impreso por Bioestadística EIRL.
- Tarazona L , I., & Veliz de V, S. S. (2013). Cultura Tributaria en la Formalización de las MYPES. Anchas.
- Toninelli , A. R. (2010). Estrategias para mejorar el cumplimiento tributario y el cobro de los tributos. (6, Ed.) Centro Internacional de Administraciones Tributarias.
- TUO SUNAT. (22 de Junio de 2013). Decreto supremo No 135-99-EF, Art,30. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/fdetalle.html>
- TUO SUNAT. (22 de Junio de 2013). Decreto Supremo No 135-99-EF; Art.52. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/fdetalle.html>
- Valencia, D. (2013). La Política Tributaria y su Influencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado Vinocanchon del Distrito de San Jeronimo. Cusco: UNSAAC.
- Velarde, M. (18 de 02 de 2014). RPP Noticias. Obtenido de <http://rpp.pe/peru/actualidad/el-46-de-comerciantes-son-informales-en-el-cusco-noticia-670856>
- Villamil, R. (s.f.). La economía informal. 23 ° Congreso de Gestión de Personas. Recuperado el 22 de Agosto de 2017, de http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/10-APERHU_-_Roberto_Villamil.pdf

ANEXO

MATRIZ DE CONSISTENCIA: CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA FORMALIZACION DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA VINOCANCHON DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO CUSCO, 2016

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES		METODOLOGIA	ESTADISTICA
¿Cómo la cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016?	Describir cómo la cultura tributaria influye en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016.	La cultura tributaria influye significativamente con un nivel de coeficiente de correlación baja en la formalización de los comerciantes del Mercado Mayorista Vinocanchón en el Distrito de San Jerónimo Cusco, 2016.	VARIABLE DEPENDIENTE: CULTURA TRIBUTARIA		Tipo de Investigación: Basica o Pura.	Esquema: <pre> graph TD M[M] --> Ox[Ox] M --> Oy[Oy] Ox -- r --> Oy </pre>
PROBLEMAS SECUNDARIOS	OBJETIVOS ESPECIFICAS	HIPÓTESIS SECUNDARIAS	DIMENSIONES	INDICADORES	Nivel de Investigación: Correlacional	Donde: M: Muestra Ox: Observación a la Variable 1 Oy: Observación a la Variable 2 r: Correlación
¿Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016?	Describir cómo es la cultura tributaria de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016.	La cultura tributaria de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016 es regular.	Conciencia tributaria	Cumplimiento norma tributario Cumplimiento del pago de tributos Deberes tributarios		
¿Cómo es la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016?	Describir cómo es la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016.	La formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016 es regular.	Evasión tributaria	Capacitación Charlas Experiencia Generar más ingresos Desconocimiento de la norma Normas complejas	Metodo de Investigación: Enfoque Cualitativo	Población Objetiva: Se tendrá una población objetiva de 1097 comerciantes del Mercado Vinocanchón San Jerónimo cusco, 2016
¿Cómo la conciencia tributaria influye en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016?	Describir cómo la conciencia tributaria influye en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016.	La influencia de la conciencia tributaria en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016 es mala.	VARIABLE INDEPENDIENTE: FORMALIZACIÓN		Diseño de Investigación: Descriptivo Correlacional	
¿Cómo la educación tributaria influye en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016?	Describir cómo la educación tributaria influye en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016.	La influencia de la educación tributaria en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016 es regular.	Formalización municipal	Inscripción Municipal. Informar Pago de tributos	Técnicas: Se utilizará el cuestionario	Muestra: Sera probabilística, la selección se realizara de manera aleatoria, con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%
¿Cómo la evasión tributaria influye en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016?	Describir cómo la evasión tributaria influye en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016.	La influencia de la evasión tributaria influye en la formalización de los comerciantes del mercado mayorista Vinocanchón en el distrito de san Jerónimo Cusco, 2016 es regular.	Formalización SUNAT	Inscripción RUC Informar Pagar tributos	Metodos de Analisis de Datos: Los datos que se recojan serán procesados con la estadística descriptiva e inferencial.	

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Distinguido(a) servidor(a): Comerciante del Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo.

El cuestionario forma parte de un trabajo de investigación (tesis) cuyo fin es recoger información sobre **“La Cultura tributaria y su Influencia en la formalización de los comerciantes”**. Su participación es fundamental debiendo responder a cada afirmación con la mayor sinceridad, objetividad y veracidad posible.

1	2	3	4	5
Definitivamente no	Probablemente no.	Indeciso.	Probablemente sí.	Definitivamente sí.

N°	AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
CULTURA TRIBUTARIA						
	CONCIENCIA TRIBUTARIA					
1	¿Considera usted que los comerciantes del mercado cumplen voluntariamente la norma tributaria?					
2	¿Considera usted que los comerciantes del mercado conocen la norma tributaria?					
3	¿Considera usted que la norma tributaria es compleja?					
4	¿Los comerciantes del mercado cumplen con el pago voluntario de la deuda tributaria?					
5	¿Considera usted que la deuda tributaria que pagan los comerciantes del mercado el municipio es adecuada?					
6	¿Considera usted que el personal encargado del cobro de la deuda tributaria es el adecuado?					
7	¿Considera usted que la deuda tributaria beneficia a la sociedad?					
8	¿Considera usted que el pago de la deuda tributaria favorece al desarrollo municipal?					
9	¿Considera usted que los comerciantes conocen sus deberes tributarios?					
10	¿Considera usted que los comerciantes cumplen con sus deberes tributarios?					
	EDUCACIÓN TRIBUTARIA					
11	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?					
12	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?					
13	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben capacitarse respecto a las normas?					

	tributarias municipales?						
14	¿Considera usted que la SUNAT debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?						
15	¿Considera usted que la SUNAT debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?						
16	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben capacitarse respecto a las normas tributarias de la SUNAT?						
17	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar charlas sobre las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?						
18	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar charlas sobre las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?						
19	¿Considera usted que la SUNAT debe realizar charlas sobre de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?						
20	¿Considera usted que las charlas que realiza la SUNAT son adecuadas para los comerciantes del mercado Vinocanchón?						
21	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tienen experiencia con respecto a las obligaciones tributarias municipales?						
22	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tienen experiencia con respecto a las obligaciones tributarias de la SUNAT?						
	EVASIÓN TRIBUTARIA						
23	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tiene buenos ingresos?						
24	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus ingresos ante la municipalidad?						
25	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus egresos ante la municipalidad?						
26	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus ingresos ante la SUNAT?						
27	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus egresos ante la SUNAT?						
28	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón conocen las normas tributarias municipales vigentes?						
29	¿Considera usted que es importante que los comerciantes del mercado Vinocanchón conozcan las normas tributarias municipales vigentes?						

30	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón conocen las normas tributarias de la SUNAT vigentes?						
31	¿Considera usted que es importante que los comerciantes del mercado Vinocanchón conozcan las normas tributarias de la SUNAT vigentes?						
32	¿Considera usted que las normas tributarias municipales vigentes son compleja?						
33	¿Considera usted que las normas tributarias municipales vigentes se adaptan a la realidad de los comerciantes del mercado Vinocanchón?						
34	¿Considera usted que las normas tributarias vigentes de la municipalidad son compleja?						
35	¿Considera usted que las normas tributarias de la SUNAT vigentes se adaptan a la realidad de los comerciantes del mercado Vinocanchón?						
FORMALIZACIÓN							
FORMALIZACIÓN MUNICIPAL							
36	¿Considera usted que es importante que los comerciantes estén empadronados en los registros de la municipalidad?						
37	¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los tramites son complejos?						
38	¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los requisitos son complejos?						
39	¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los tiempos son prolongados?						
40	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus ingresos?						
41	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus egresos?						
42	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus trabajadores?						
43	¿Considera usted que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la municipalidad?						
44	¿Considera usted que es importante que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la municipalidad?						
FORMALIZACIÓN SUNAT							
45	¿Considera usted que es importante que los comerciantes tramiten su inscripción en el RUC?						
46	¿Considera usted que para que los comerciantes del mercado Vinocanchón que tramiten su RUC los						

	trámites son complejos?					
47	¿Considera usted que para que los comerciantes del mercado Vinocanchón que tramiten su RUC en los tiempos son prolongados?					
48	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus ingresos?					
49	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus egresos?					
50	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus trabajadores?					
51	¿Considera usted que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la SUNAT?					
52	¿Considera usted que es importante que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón paguen sus tributos a la SUNAT?					

Tabla 17: Instrumento de Investigación.

Fuente: elaboración propia.

JUICIO DE EXPERTOS



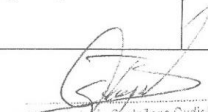
Señor: CPC Marco Antonio Castañaga Gudiel

EXPERTO VALIDADOR

Sírvase realizar la validación del instrumento para la recolección de datos de mi tesis denominada: **Cultura Tributaria y la Formalización de los Comerciantes del Mercado Vinocanchón San Jerónimo, 2016**

VALIDEZ DE CONTENIDO: JUICIO DE EXPERTOS

CRITERIOS	ESCALA DE VALORACION	
	Favorable (1 punto)	Desfavorable (0 puntos)
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación	1	
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio	1	
3. La estructura del instrumentos es adecuado	1	
4. Los ítems (preguntas) del instrumento están correctamente formuladas. (claras y entendibles)	1	
5. Los ítems (preguntas) del instrumento responden a la Operacionalización de la variable	1	
6. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento	1	
7. Las categorías de cada pregunta (variables) son suficientes	1	
8. El número de ítems (preguntas) es adecuado para su aplicación	1	


CPC Marco Antonio Castañaga Gudiel
CONTADOR PÚBLICO
MAT. N° 1844



DISEÑO DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Marco Antonio Castañaga Gudiel
 1.2 profesión: Contador Público Colegiado
 1.3 Grado académico: Magister
 1.4 Nombre del proyecto del instrumento o motivo de evaluación: Cultura Tributaria y la Formalización de los Comerciantes del Mercado Vinocanchón San Jerónimo, 2016
 1.4 Autor del instrumento: Rosmery Tintaya Orecohuarancca
 Instrumento

DIMENSIONES	INDICADORES	CRITERIOS DE PREGUNTAS	OPINION DE EXPERTO
Conciencia Tributaria	- Cumplimiento norma tributaria	¿Considera usted que los comerciantes del mercado cumplen voluntariamente la norma tributaria?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado conocen la norma tributaria?	2
		¿Considera usted que las normas tributaria es compleja?	2
	- Cumplimiento el pago tributos	¿Los comerciantes del mercado cumplen con el pago voluntario de la deuda tributaria?	2
		¿Considera usted que la deuda tributaria que pagan los comerciantes del mercado al municipio es adecuada?	2
		¿Considera usted que el personal encargado del cobro de la deuda tributaria es el adecuado?	2
		¿Considera usted que la deuda tributaria beneficia a la sociedad?	2
	- Deberes tributarios	¿Considera usted que el pago de la deuda tributaria favorece al desarrollo municipal?	2
		¿Considera usted que los comerciantes conocen sus deberes tributarios?	2
		¿Considera usted que los comerciantes cumplen con sus deberes tributarios?	2
	- Capacitación	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que la municipalidad debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?	2
¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben capacitarse respecto a las normas tributarias municipales?		2	
¿Considera usted que la SUNAT debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?		2	
¿Considera usted que la SUNAT debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?		2	
¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben capacitarse respecto a las normas tributarias de la SUNAT?		2	

Educación Tributaria	- Charlas	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar charlas sobre las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que la municipalidad debe realizar charlas sobre las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que la SUNAT debe realizar charlas sobre de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que las charlas que realiza la SUNAT son adecuadas para los comerciantes del mercado Vinocanchón?	2
	- Experiencia	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tienen experiencia con respecto a las obligaciones tributarias municipales?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tienen experiencia con respecto a las obligaciones tributarias de la SUNAT?	2
Evasión Tributaria	- Generar más ingresos	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tiene buenos ingresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus ingresos ante la municipalidad?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus egresos ante la municipalidad?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus ingresos ante la SUNAT?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus egresos ante la SUNAT?	2
	- Desconocimiento de la norma	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón conocen las normas tributarias municipales vigentes?	2
		¿Considera usted que es importante que los comerciantes del mercado Vinocanchón conozcan las normas tributarias municipales vigentes?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón conocen las normas tributarias de la SUNAT vigentes?	2
	- Normas complejas	¿Considera usted que es importante que los comerciantes del mercado Vinocanchón conozcan las normas tributarias de la SUNAT vigentes?	2
		¿Considera usted que las normas tributarias municipales vigentes son compleja?	2
		¿Considera usted que las normas tributarias municipales vigentes se adaptan a la realidad de los comerciantes del mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que las normas tributarias de la SUNAT vigentes se adaptan a la realidad de los comerciantes del mercado Vinocanchón?	2
	- Empadronarse	¿Considera usted que es importante que los comerciantes estén empadronados en los registros de la municipalidad?	2
		¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los tramites son complejos?	2
¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los requisitos son complejos?		2	
¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los tiempos son prolongados?		2	

Formalización Municipal	- Informar	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus ingresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus egresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus trabajadores?	2
	- Pago de Tributos	¿Considera usted que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la municipalidad?	2
		¿Considera usted que es importante que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la municipalidad?	2
		¿Considera usted que es importante que los comerciantes tramiten su inscripción en el RUC?	2
Formalización SUNAT	- Inscripción RUC	¿Considera usted que para que los comerciantes del mercado Vinocanchón que tramiten su RUC los trámites son complejos?	2
		¿Considera usted que para que los comerciantes del mercado Vinocanchón que tramiten su RUC en los tiempos son prolongados?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus ingresos?	2
	- Informar	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus egresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus trabajadores?	2
		¿Considera usted que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la SUNAT?	2
	- Pagar	¿Considera usted que es importante que todos los Comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la SUNAT?	2

OPINION DEL EXPERTO:

2=VALIDO

0=NO VALIDO


 CONTADOR PÚBLICO
 MARI...



CPCC. Yvone Yépez Farfán

EXPERTO VALIDADOR

Sírvase realizar la validación del instrumento para la recolección de datos de mi tesis denominada: **Cultura Tributaria y la Formalización de los Comerciantes del Mercado Vinocanchón San Jerónimo, 2016**

VALIDEZ DE CONTENIDO: JUICIO DE EXPERTOS

CRITERIOS	ESCALA DE VALORACION	
	Favorable (1 punto)	Desfavorable (0 puntos)
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación	1	
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio	1	
3. La estructura del instrumentos es adecuado	1	
4. Los ítems (preguntas) del instrumento están correctamente formuladas. (claras y entendibles)	1	
5. Los ítems (preguntas) del instrumento responden a la Operacionalización de la variable	1	
6. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento	1	
7. Las categorías de cada pregunta (variables) son suficientes	1	
8. El número de ítems (preguntas) es adecuado para su aplicación	1	

CONSEJADOR FISCAL COLEGIADO
Yvone Yépez Farfán
CPCC Yvone Yépez Farfán
CART. N° 1432



DISEÑO DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y nombres del experto CPCC. Yvone Yépez Farfán

1.2 profesión: Contador Público Colegiado

1.3 Grado académico: Magister

1.4 Nombre del proyecto del instrumento o motivo de evaluación: Cultura Tributaria y la Formalización de los Comerciantes del Mercado Vinocanchón San Jerónimo, 2016

1.4 Autor del instrumento: Rosmery Tintaya Orcohuarancca
Instrumento

DIMENSIONES	INDICADORES	CRITERIOS DE PREGUNTAS	OPINION DE EXPERTO
Conciencia Tributaria	- Cumplimiento norma tributaria	¿Considera usted que los comerciantes del mercado cumplen voluntariamente la norma tributaria?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado conocen la norma tributaria?	2
		¿Considera usted que las normas tributaria es compleja?	2
	- Cumplimiento el pago tributos	¿Los comerciantes del mercado cumplen con el pago voluntario de la deuda tributaria?	2
		¿Considera usted que la deuda tributaria que pagan los comerciantes del mercado al municipio es adecuada?	2
		¿Considera usted que el personal encargado del cobro de la deuda tributaria es el adecuado?	2
		¿Considera usted que la deuda tributaria beneficia a la sociedad?	2
	- Deberes tributarios	¿Considera usted que el pago de la deuda tributaria favorece al desarrollo municipal?	2
		¿Considera usted que los comerciantes conocen sus deberes tributarios?	2
		¿Considera usted que los comerciantes cumplen con sus deberes tributarios?	2
- Capacitación	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2	
	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?	2	
	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben capacitarse respecto a las normas tributarias municipales?	2	
	¿Considera usted que la SUNAT debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2	
	¿Considera usted que la SUNAT debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?	2	
	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben capacitarse respecto a las normas tributarias de la SUNAT?	2	

Educación Tributaria	- Charlas	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar charlas sobre las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que la municipalidad debe realizar charlas sobre las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que la SUNAT debe realizar charlas sobre de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que las charlas que realiza la SUNAT son adecuadas para los comerciantes del mercado Vinocanchón?	2
	- Experiencia	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tienen experiencia con respecto a las obligaciones tributarias municipales?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tienen experiencia con respecto a las obligaciones tributarias de la SUNAT?	2
Evasión Tributaria	- Generar más ingresos	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tiene buenos ingresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus ingresos ante la municipalidad?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus egresos ante la municipalidad?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus ingresos ante la SUNAT?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus egresos ante la SUNAT?	2
	- Desconocimiento de la norma	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón conocen las normas tributarias municipales vigentes?	2
		¿Considera usted que es importante que los comerciantes del mercado Vinocanchón conozcan las normas tributarias municipales vigentes?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón conocen las normas tributarias de la SUNAT vigentes?	2
		¿Considera usted que es importante que los comerciantes del mercado Vinocanchón conozcan las normas tributarias de la SUNAT vigentes?	2
	- Normas complejas	¿Considera usted que las normas tributarias municipales vigentes son compleja?	2
		¿Considera usted que las normas tributarias municipales vigentes se adaptan a la realidad de los comerciantes del mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que las normas tributarias de la vigentes son compleja?	2
		¿Considera usted que las normas tributarias de la SUNAT vigentes se adaptan a la realidad de los comerciantes del mercado Vinocanchón?	2
	- Empadronarse	¿Considera usted que es importante que los comerciantes estén empadronados en los registros de la municipalidad?	2
¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los tramites son complejos?		2	
¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los requisitos son complejos?		2	
¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los tiempos son prolongados?		2	

Formalización Municipal	- Informar	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus ingresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus egresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus trabajadores?	2
	- Pago de Tributos	¿Considera usted que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la municipalidad?	2
		¿Considera usted que es importante que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la municipalidad?	2
Formalización SUNAT	- Inscripción RUC	¿Considera usted que es importante que los comerciantes tramiten su inscripción en el RUC?	2
		¿Considera usted que para que los comerciantes del mercado Vinocanchón que tramiten su RUC los trámites son complejos?	2
		¿Considera usted que para que los comerciantes del mercado Vinocanchón que tramiten su RUC en los tiempos son prolongados?	2
	- Informar	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus ingresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus egresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus trabajadores?	2
	- Pagar	¿Considera usted que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la SUNAT?	2
		¿Considera usted que es importante que todos los Comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la SUNAT?	2

OPINION DEL EXPERTO:

2=VALIDO

0=NO VALIDO

CONTADOR PÚBLICO COLOMBIANO

 CPCC Yolanda Tarrón
 MAT. N° 1212



Señor: Mgt Manuel Vicente Solís Yépez

EXPERTO VALIDADOR

Sírvase realizar la validación del instrumento para la recolección de datos de mi tesis denominada: **Cultura Tributaria y la Formalización de los Comerciantes del Mercado Vinocanchón San Jerónimo, 2016**

VALIDEZ DE CONTENIDO: JUICIO DE EXPERTOS

CRITERIOS	ESCALA DE VALORACION	
	Favorable (1 punto)	Desfavorable (0 puntos)
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación	L	
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio	L	
3. La estructura del instrumentos es adecuado	L	
4. Los ítems (preguntas) del instrumento están correctamente formuladas. (claras y entendibles)	L	
5. Los ítems (preguntas) del instrumento responden a la Operacionalización de la variable	L	
6. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento	L	
7. Las categorías de cada pregunta (variables) son suficientes	L	
8. El número de ítems (preguntas) es adecuado para su aplicación	L	


Mgt. Manuel Vicente Solís Yépez
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
N° Mat. 3275



DISEÑO DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Manuel Vicente Solís Yépez
 1.2 profesión: Contador Público Colegiado
 1.3 Grado académico: Magister
 1.4 Nombre del proyecto del instrumento o motivo de evaluación: Cultura Tributaria y la Formalización de los Comerciantes del Mercado Vinocanchón San Jerónimo, 2016
 1.4 Autor del instrumento: Rosmery Tintaya Orcohuarancca
 Instrumento

DIMENSIONES	INDICADORES	CRITERIOS DE PREGUNTAS	OPINION DE EXPERTO
Conciencia Tributaria	- Cumplimiento norma tributaria	¿Considera usted que los comerciantes del mercado cumplen voluntariamente la norma tributaria?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado conocen la norma tributaria?	2
		¿Considera usted que las normas tributaria es compleja?	2
	- Cumplimiento el pago tributos	¿Los comerciantes del mercado cumplen con el pago voluntario de la deuda tributaria?	2
		¿Considera usted que la deuda tributaria que pagan los comerciantes del mercado al municipio es adecuada?	2
		¿Considera usted que el personal encargado del cobro de la deuda tributaria es el adecuado?	2
		¿Considera usted que la deuda tributaria beneficia a la sociedad?	2
	- Deberes tributarios	¿Considera usted que el pago de la deuda tributaria favorece al desarrollo municipal?	2
		¿Considera usted que los comerciantes conocen sus deberes tributarios?	2
		¿Considera usted que los comerciantes cumplen con sus deberes tributarios?	2
	- Capacitación	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que la municipalidad debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?	2
¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben capacitarse respecto a las normas tributarias municipales?		2	
¿Considera usted que la SUNAT debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?		2	
¿Considera usted que la SUNAT debe realizar cursos de capacitación de las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?		2	
¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben capacitarse respecto a las normas tributarias de la SUNAT?		2	

Educación Tributaria	- Charlas	¿Considera usted que la municipalidad debe realizar charlas sobre las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que la municipalidad debe realizar charlas sobre las obligaciones tributarias para el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que la SUNAT debe realizar charlas sobre de las obligaciones tributarias en el mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que las charlas que realiza la SUNAT son adecuadas para los comerciantes del mercado Vinocanchón?	2
	- Experiencia	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tienen experiencia con respecto a las obligaciones tributarias municipales?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tienen experiencia con respecto a las obligaciones tributarias de la SUNAT?	2
Evasión Tributaria	- Generar más ingresos	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón tiene buenos ingresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus ingresos ante la municipalidad?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus egresos ante la municipalidad?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus ingresos ante la SUNAT?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deberían declara sus egresos ante la SUNAT?	2
	- Desconocimiento de la norma	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón conocen las normas tributarias municipales vigentes?	2
		¿Considera usted que es importante que los comerciantes del mercado Vinocanchón conozcan las normas tributarias municipales vigentes?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón conocen las normas tributarias de la SUNAT vigentes?	2
		¿Considera usted que es importante que los comerciantes del mercado Vinocanchón conozcan las normas tributarias de la SUNAT vigentes?	2
	- Normas complejas	¿Considera usted que las normas tributarias municipales vigentes son compleja?	2
		¿Considera usted que las normas tributarias municipales vigentes se adaptan a la realidad de los comerciantes del mercado Vinocanchón?	2
		¿Considera usted que las normas tributarias de la vigentes son compleja?	2
		¿Considera usted que las normas tributarias de la SUNAT vigentes se adaptan a la realidad de los comerciantes del mercado Vinocanchón?	2
	- Empadronarse	¿Considera usted que es importante que los comerciantes estén empadronados en los registros de la municipalidad?	2
¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los tramites son complejos?		2	
¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los requisitos son complejos?		2	
¿Considera usted que para empadronarse en los registros de la municipalidad los tiempos son prolongados?		2	

Formalización Municipal	- Informar	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus ingresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus egresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la municipalidad sus trabajadores?	2
	- Pago de Tributos	¿Considera usted que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la municipalidad?	2
		¿Considera usted que es importante que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la municipalidad?	2
		¿Considera usted que es importante que los comerciantes tramiten su inscripción en el RUC?	2
Formalización SUNAT	- Inscripción RUC	¿Considera usted que para que los comerciantes del mercado Vinocanchón que tramiten su RUC los trámites son complejos?	2
		¿Considera usted que para que los comerciantes del mercado Vinocanchón que tramiten su RUC en los tiempos son prolongados?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus ingresos?	2
	- Informar	¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus egresos?	2
		¿Considera usted que los comerciantes del mercado Vinocanchón deben informar a la SUNAT sus trabajadores?	2
		¿Considera usted que todos los comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la SUNAT?	2
	- Pagar	¿Considera usted que es importante que todos los Comerciantes del mercado Vinocanchón pagan sus tributos a la SUNAT?	2

OPINION DEL EXPERTO:

2=VALIDO

0=NO VALIDO


 Mg. Manuel Vicente Solís Yépez
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 N° Mat. 3275

**FOTOS DE ENCUESTAS LOS COMERCIANTES DEL MERCADO
MAYORISTA VINOCANCHÓN DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO
CUSCOS, 2016**



Figura 13: Mercado Mayorista Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo, Cusco.

En la figura 16 se muestra la entrada principal del lugar donde se realizó la investigación y de donde se sacó la muestra de nuestra población.



Figura 14: Sección Abarrotes.

En la figura número 17 se muestra la sección abarrotes donde se puede apreciar la concurrida clientela en horas de la mañana lo que hace evidenciar del mercado genera ingresos diarios considerables.



Figura 15: Sección ropas.

En estas dos figuras se muestra el concurrido cliente que existe dentro del mercado.



Figura 16: Sección Ropas.

En la figura número 22 se observa el momento que se da información a la comerciante sobre el estudio que se está realizando, llegando a una conversación se pudo observar de que los comerciantes solo unos cuantos están inscritos ante la SUNAT, luego de esto se realizó la encuesta.



Figura 17: sección Ropas.

En la figura número 23 se observa que se realiza la encuesta a horas de la noche ya que los comerciantes indican de que no solo a esa hora están un tanto desocupados ya que durante el transcurso del día tienen que realizar sus ventas, esto se pudo constatar ya que fuimos en horas de la mañana a realizar la encuesta y no se pudo lograr por los comerciantes en realidad si estaban ocupados, lo que evidencia de que tienen buenos ingresos.



Figura 18: Sección Abarrotes.

En la figura número 24 se observa el momento que se realiza la encuesta a una comerciante en horas de la tarde, la comerciante indica que no es necesario estar inscrita en el SUNAT ya que esta formalizada en ante el municipio lo que hace concluir que no existe una buena cultura tributaria dentro del mercado Vinocanchón.



Figura 19: Sección Abarrotes.

En la figura número 25 se observa que la comerciante se encuentra un tanto confundida sobre lo que es tributar ante la SUNAT, no tienen conocimientos sobre las normas que establece el estado y que por parte de la municipalidad solo dan charlas sobre la formalidad que deben de llevar dentro del municipio y que la SUNAT no da charlas dentro del mercado.

Con formato: Centrado

Con formato: Izquierda: 3,5 cm,
Derecha: 2,5 cm, Arriba: 3 cm