



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD MENCIÓN  
TRIBUTACIÓN**

**TESIS**

**LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL COMERCIO DE LOS  
MERCADOS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO.**

**PERIODO 2021**

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**

**AUTOR**

Br. RUTH IVANKA CARRION USTO

**ASESOR:**

Mg. JUAN CARLOS MEDINA DELGADO

**CODIGO ORCID:** [0000-0001-8986-0493](https://orcid.org/0000-0001-8986-0493)

**CUSCO-PERÚ**

**2024**

# INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL COMERCIO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO . PERIODO 2021

presentado por: RUTH IVANKA CARRIÓN USTO con DNI Nro.: 46638221 presentado por: ..... con DNI Nro.: ..... para optar el título profesional/grado académico de MAESTRO EN CONTABILIDAD MENCION TRIBUTACIÓN

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 4 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 29 de NOVIEMBRE de 2021



Firma

Post firma MGT. JUAN CARLOS MEDINA DELGADO

Nro. de DNI 46757652

ORCID del Asesor 0000-0001-8986-0493

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259:410512769

# RUTH IVANKA CARRIÓN USTO

## LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL COMERCIO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO. PER...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:410512769

Fecha de entrega

29 nov 2024, 1:08 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

29 nov 2024, 1:12 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL COMERCIO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA D....docx

Tamaño de archivo

3.9 MB

182 Páginas

36,726 Palabras

201,614 Caracteres

# 4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

## Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 20 palabras)

## Fuentes principales

- 3%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad

### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

Dra. NELLY AYDE CAVERO TORRE, Directora (e) General de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada **LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL COMERCIO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO. PERIODO 2021** de la Br. RUTH IVANKA CARRION USTO. Hacemos de su conocimiento que el (la) sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día **DIECISIETE DE OCTUBRE DE 2024**.

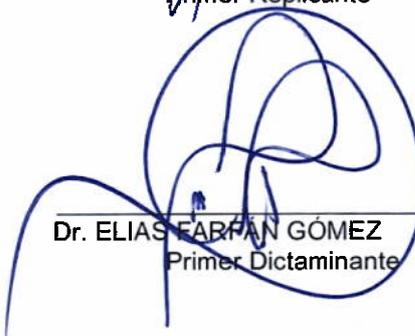
Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de MAESTRO EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN.

Cusco,

08 de NOVIEMBRE DEL 2024.

  
Dr. JULIO CELSO ORTEGA LOAIZA  
Primer Replicante

  
Dr. RAFAEL FERNANDO VARGAS SALINAS  
Segundo Replicante

  
Dr. ELIAS FARFÁN GÓMEZ  
Primer Dictaminante

  
Mg. ATILIO VARGAS ELGUERA  
Segundo Dictaminante

## **DEDICATORIA**

A Dios, a mis Padres Yolanda y Bernabé que me dieron la vida, también a mis hermanos Bruno, Gonzalo y Diego por todo su apoyo incondicional, espero les sirva de ejemplo de que todo se puede lograr, cuando uno es perseverante y disciplinado.

Y especialmente para mi bebé Mael Izan que estuvo acompañándome en todo el proceso de la elaboración de mi tesis y quien es mi gran motivo para seguir adelante y cumplir mis objetivos, metas y mis sueños como profesional.

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a nuestro creador Padre Celestial que es Dios, asimismo a mi Asesor de Tesis Mgt. Juan Carlos Medina Delgado ya que él formó gran parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que lo caracterizan muchas gracias por sus múltiples palabras que me sirvieron para el desarrollo y conclusión de la Tesis, de igual manera mi agradecimiento a la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco en el cual realice mis estudios de Maestría en Contabilidad mención Tributación, gracias por haberme permitido formarme en ella.

A mis padres quienes estuvieron siempre a mi lado apoyándome emocionalmente, especialmente a mi madre por ser el pilar más importante y siempre demostrarme su apoyo incondicional y cariño.

¡Gracias por ser quienes son y por creer en mí!

## INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
LISTA DE CUADROS.....	III
LISTA DE FIGURAS.....	IV
LISTA DE GRAFICOS.....	IV
RESUMEN EN ESPAÑOL Y EN EL IDIOMA ACREDITADO.....	V
ABSTRACT.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	VII
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Situación problemática.....	1
a. Problema general.....	9
b. Problemas específicos.....	9
1.2. Formulación del problema.....	9
1.3. Justificación de la investigación.....	9
1.4. Objetivos de la investigación.....	10
a. Objetivo general.....	10
b. Objetivos específicos.....	10
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	12
2.1. Bases teóricas.....	12
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	73
2.3. ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	78
2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	115
a. Hipótesis general.....	115
b. Hipótesis específicas.....	115

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES.....	116
2.5. Operacionalización de variable .....	117
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	118
3.1. Ámbito de estudio: localización política y geográfica.....	118
3.2. Tipo y nivel de investigación.....	118
3.3. Unidad de análisis .....	118
3.4. Población de estudio .....	120
3.5. Tamaño de muestra.....	120
3.6. Técnicas de selección de muestra .....	122
3.7. Técnicas de recolección de información.....	122
3.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información .....	123
3.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas .....	123
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	124
4.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.....	124
4.2. Pruebas de hipótesis.....	126
4.3. Presentación de resultados .....	131
CONCLUSIONES.....	142
RECOMENDACIONES.....	144
ANEXOS.....	152
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	153
ANEXO 2: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	154

## LISTA DE CUADROS

<b>Tabla 1</b> <i>Contraste de hipótesis general con el coeficiente de correlación R de Pearson.....</i>	127
<b>Tabla 2</b> <i>Contraste de hipótesis específica 1 con el coeficiente de correlación R de Pearso.</i>	128
<b>Tabla 3</b> <i>Contraste de hipótesis específica 2 con el coeficiente de correlación R de Pearso.</i>	129
<b>Tabla 4</b> <i>Contraste de hipótesis específica 3 con el coeficiente de correlación R de Pearso.</i>	130
<b>Tabla 5</b> <i>Nivel de cultura tributaria de los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021 .....</i>	131
<b>Tabla 6</b> <i>Nivel de cultura tributaria en la dimensión conciencia tributaria en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021 .....</i>	132
<b>Tabla 7</b> <i>Nivel de cultura tributaria en la dimensión educación tributaria en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021 .....</i>	133
<b>Tabla 8</b> <i>Nivel de cultura tributaria en la dimensión conocimiento tributario en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021 .....</i>	134
<b>Tabla 9</b> <i>Nivel del comercio en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021 .....</i>	135
<b>Tabla 10</b> <i>Nivel de comercio en la dimensión comercio mayorista en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021 .....</i>	136
<b>Tabla 11</b> <i>Nivel de comercio en la dimensión comercio minorista en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021 .....</i>	137
<b>Tabla 12</b> <i>Nivel de comercio en la dimensión regímenes tributarios en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021 .....</i>	138

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Nivel de cultura tributaria</i> .....	131
<b>Figura 2</b> <i>Nivel de la dimensión conciencia tributaria</i> .....	132
<b>Figura 3</b> <i>Nivel de la dimensión educación tributaria</i> .....	133
<b>Figura 4</b> <i>Nivel de la dimensión conocimiento tributaria</i> .....	134
<b>Figura 5</b> <i>Nivel de comercio</i> .....	135
<b>Figura 6</b> <i>Nivel de la dimensión comercio mayorista</i> .....	136
<b>Figura 7</b> <i>Nivel de la dimensión comercio minorista</i> .....	137
<b>Figura 8</b> <i>Nivel de la dimensión regímenes tributarios</i> .....	138

## LISTA DE GRAFICOS

<b>Gráfico 1</b> <i>Mercados de abastos registrados, según departamento, 2016</i> .....	43
<b>Gráfico 2</b> <i>Tipos de mercados de abastos</i> .....	44
<b>Gráfico 3</b> <i>Puestos fijos por rubros de negocio</i> .....	46
<b>Gráfico 4</b> <i>Número de mercados de abastos</i> .....	47
<b>Gráfico 5</b> <i>Comercio ambulatorio dentro y fuera de los mercados de abastos</i> .....	48
<b>Gráfico 6</b> <i>Mercado de abastos con presencia de comercio ambulatorio en los alrededores de sus instalaciones, 2016</i> .....	489
<b>Gráfico 7</b> <i>Mercado de abastos con presencia de ambulantes dentro y en los alrededores de sus instalaciones, según departamento, 2016</i> .....	50
<b>Gráfico 8</b> <i>División de comerciantes en el mercado de Vinocanchon</i> .....	52
<b>Gráfico 9</b> <i>Nivel de grado de instrucción de los comerciantes del mercado de abastos de la provincia del cusco</i> .....	54

## **RESUMEN EN ESPAÑOL Y EN EL IDIOMA ACREDITADO**

La cultura tributaria es considerada una política fundamental en varios países de Iberoamérica, aunque el objetivo principal de los programas de este tipo varía según el país. En algunos casos, el énfasis está en aumentar la cantidad de contribuyentes, mientras que en otros se busca optimizar la recaudación. Las estrategias son variadas, y muchas se enfocan en la población joven (los futuros contribuyentes) a través de programas de educación fiscal. Este tema es de especial interés y responsabilidad social, particularmente en el comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, donde se ha identificado como un problema relevante.

Por ello, el propósito de esta investigación fue analizar la relación entre la cultura tributaria y el comercio en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco durante el año 2021. La metodología utilizada fue cuantitativa, no experimental y de tipo descriptivo correlacional. Para recolectar la información, se aplicó una encuesta a 339 contribuyentes de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, cuyo cuestionario fue validado por expertos para garantizar su validez y confiabilidad.

Los resultados respaldan el objetivo principal del estudio, demostrando que la cultura tributaria influye de manera significativa en el comercio de estos mercados. Se identificó una correlación positiva alta, con un coeficiente de Pearson de 0.61 y un nivel de significancia que subraya la importancia de la cultura tributaria como factor relevante para mejorar el comercio en los mercados de abastos.

*Palabras clave:* Cultura Tributaria, Comercio, Mercado de Abastos, contribuyentes.

## ABSTRACT

Tax culture is considered a fundamental policy in several Latin American countries, although the main objective of programs of this type varies depending on the country. In some cases, the emphasis is on increasing the number of taxpayers, while in others the aim is to optimize collection. The strategies are varied, and many focus on the young population (future taxpayers) through tax education programs. This issue is of special interest and social responsibility, particularly in the trade of the food markets of the Province of Cusco, where it has been identified as a relevant problem.

Therefore, the purpose of this research was to analyze the relationship between tax culture and trade in the food markets of the Province of Cusco during the year 2021. The methodology used was quantitative, non-experimental and descriptive-correlational. To collect the information, a survey was applied to 339 taxpayers from the food markets of the Province of Cusco, whose questionnaire was validated by experts to guarantee its validity and reliability.

The results support the main objective of the study, demonstrating that tax culture significantly influences trade in these markets. A high positive correlation was identified, with a Pearson coefficient of 0.61 and a level of significance that underlines the importance of tax culture as a relevant factor to improve trade in supply markets.

*Keywords:* Tax Culture, Commerce, Food Market, taxpayers.

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación aborda un tema de gran relevancia y preocupación en la Provincia del Cusco, titulado: "La cultura tributaria en el comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco. Periodo 2021". El proyecto ha sido desarrollado conforme a la estructura establecida por la Resolución N° CD020-EPG-UNSAAC-2014, comenzando con la formulación del problema, el marco teórico conceptual, hipótesis y variables, metodología, y concluyendo con el cronograma de la tesis y los anexos correspondientes.

La cultura tributaria constituye un elemento clave para el desarrollo económico y social de cualquier país, ya que el cumplimiento adecuado de las obligaciones tributarias garantiza los recursos necesarios para la prestación de servicios públicos y la ejecución de políticas de desarrollo sostenible. En este contexto, los mercados de abastos, como centros de comercio tradicional y motor de la economía local, desempeñan un papel crucial en el tejido socioeconómico de la Provincia del Cusco. Sin embargo, este sector enfrenta desafíos significativos relacionados con la informalidad y la limitada adopción de prácticas tributarias responsables.

En los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, es evidente la coexistencia de actividades formales e informales, lo que genera un impacto negativo en la recaudación fiscal y en la capacidad del Estado para satisfacer las demandas ciudadanas. Este fenómeno no solo refleja un problema estructural, sino también una carencia de cultura tributaria entre los comerciantes, quienes en muchos casos desconocen o subestiman la importancia de contribuir al sistema tributario.

El período 2021, marcado por los efectos económicos y sociales de la pandemia de COVID-19, acentuó las dificultades para promover el cumplimiento tributario en sectores

tradicionalmente vulnerables como el comercio en mercados de abastos. Este contexto resalta la necesidad de estudiar los factores que influyen en la cultura tributaria en este ámbito, así como de identificar estrategias que permitan fortalecer el cumplimiento voluntario y fomentar una actitud proactiva hacia la tributación.

La presente investigación busca analizar el estado actual de la cultura tributaria en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, con el objetivo de identificar las principales barreras, percepciones y comportamientos asociados al cumplimiento tributario. Asimismo, pretende contribuir al diseño de políticas y programas orientados a mejorar la relación entre los comerciantes y el sistema tributario, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible en la región.

## CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Situación problemática

La tributación es la principal fuente de ingresos del Estado, permitiéndole ofrecer servicios básicos, especialmente a la población de menores recursos. Muchos países, incluido el nuestro, enfrentan desafíos en la recaudación de impuestos. En las naciones en desarrollo, la política tributaria suele enfocarse en lo que es factible, en lugar de aspirar a resultados ideales. Por esta razón, la teoría económica, y en particular la relacionada con la tributación óptima, ha tenido un impacto limitado en la estructuración de los sistemas fiscales en estos países.

En Iberoamérica, la cultura tributaria se considera una política esencial, aunque los objetivos de los programas varían entre países. Algunos buscan ampliar la base de contribuyentes, mientras que otros se concentran en aumentar la recaudación. Las estrategias adoptadas son diversas y, en su mayoría, están dirigidas a la juventud (los futuros contribuyentes) a través de programas de educación fiscal. Además, hay esfuerzos dirigidos a los contribuyentes actuales para fomentar su conciencia sobre la responsabilidad moral que tienen con la sociedad. A continuación, se presentan las estrategias aplicadas en países como Argentina, Brasil, Chile, España, Guatemala, México y Perú.

**Argentina:** La Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) implementa el programa "Educación tributaria". Este programa, mediante estrategias educativas y culturales dirigidas a niños y jóvenes, tiene como objetivo fomentar el entendimiento de la función social de los impuestos.

**Brasil:** En 1988 la Secretaría de Ingresos Federales de Brasil (Receita Federal), por intermedio de la Escuela de Administración Financiera (ESAF), introdujo el Programa Nacional de Educación Fiscal. Su objetivo ha sido promover e institucionalizar la educación fiscal para posibilitar la construcción de la conciencia ciudadana y resaltar el papel social de los tributos y de los presupuestos públicos. (Receita Federal, n. d).

**Chile:** El Servicio de Impuestos Internos (SII) lidera el Programa de Educación Fiscal, que fue creado en 2007. Este programa se basa en tres pilares fundamentales: la formación en valores, la construcción de la ciudadanía y la promoción de una cultura fiscal.

**España:** La Agencia Estatal de Administración Tributaria, en colaboración con el Instituto de Estudios Fiscales, gestiona la Educación Cívico-Tributaria. Con esta iniciativa, buscan proporcionar a los jóvenes conceptos clave sobre la responsabilidad fiscal, ayudándolos a asumir su rol como contribuyentes en una sociedad democrática.

**Guatemala:** La Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) es responsable del Programa Permanente de Cultura Tributaria. Desde 2005, han desarrollado actividades para integrar la cultura tributaria en el plan de estudios de la educación primaria, apoyadas por la distribución de textos escolares y juegos de mesa educativos sobre impuestos.

**México:** El Servicio de Administración Tributaria (SAT) promueve la cultura tributaria bajo el concepto de "Civismo Fiscal". A través de sus programas, busca fomentar una cultura fiscal centrada en el ciudadano como el núcleo de sus acciones.

**Perú:** La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) lidera el Programa de Cultura Tributaria, dividido en cuatro subprogramas: Escolar, Universitario, Público Interno y Público en General. En colaboración con el Ministerio de Educación, se ha incorporado

al currículo regional una capacitación de 120 horas denominada "Ciudadanía y Cultura Fiscal". Una actividad destacada de este programa es que, al concluir el curso, los estudiantes visitan establecimientos comerciales bajo la supervisión de funcionarios de la SUNAT, lo que les permite aplicar los conocimientos adquiridos.

Según Ordoñez y Tenesaca (2014) afirman que: En América Latina, las obligaciones tributarias, no representa un tema aislado, respecto a cultura tributaria, puesto que todo lo que se establece como obligación, es rechazado por el sujeto. Desarrollar una cultura tributaria en la que los ciudadanos perciban el cumplimiento de sus obligaciones fiscales como un deber esencial, alineado con los valores democráticos, es un desafío considerable. Un mayor nivel de conciencia cívica sobre la importancia de cumplir con los tributos podría ayudar a los países de la región a reducir los altos índices de evasión fiscal. La relación entre la cultura tributaria y la evasión fiscal en Latinoamérica y en Perú sigue siendo un tema de investigación crucial, ya que la falta de cultura tributaria es evidente en todos los países.

Para Ordoñez y Tenesaca (2014), Perú es un país que financia en gran medida el gasto público a través de la recaudación tributaria, no ha logrado avanzar según su potencial debido a la resistencia de muchos contribuyentes a cumplir con sus obligaciones fiscales, lo que ha llevado a una elevada evasión de impuestos. Tanto empresarios como ciudadanos particulares a menudo carecen de conocimientos claros sobre el sistema tributario, lo que contribuye a esta evasión. Además, algunos optan por no pagar impuestos porque consideran que los recursos no se invierten en lo prometido. Es importante recordar que los ingresos fiscales son fundamentales para la economía del país, ya que se destinan a cubrir necesidades sociales, como salud, educación, seguridad e infraestructura, entre otros.

Para Gil y Zapata (2017), en ese sentido, lo importante sería para crear una cultura tributaria más efectiva, es esencial implementar acciones que promuevan la comprensión de que los recursos tributarios pertenecen a la ciudadanía y que el Estado actúa solo como administrador de estos fondos. Para que el cumplimiento de las obligaciones fiscales sea voluntario por parte de los contribuyentes, es fundamental que perciban un beneficio tangible del pago de sus impuestos. Esto requiere una mayor transparencia en la gestión de los recursos públicos, así como un enfoque en la inversión visible y eficiente en áreas clave como salud, educación, seguridad e infraestructura. Al fortalecer la confianza en que los impuestos se traducen en mejoras concretas en la calidad de vida, los contribuyentes estarán más dispuestos a cumplir con sus deberes fiscales de manera proactiva.

Según Gil y Zapata (2017), la realidad peruana sobre tributación, debido al escaso conocimiento social sobre las normas y el destino de los tributos; consideran que, si los ciudadanos conocieran la importancia de esta acción, podrían mejorarse sustancialmente la demanda de salud, educación, infraestructura, entre otros.

Para Rosas y Castro (2016) el pago oportuno de obligaciones tributarias, depende mucho de la concientización que los ciudadanos tengan respecto al deber cívico de pagar tributos a esto se le conoce como cultura tributaria para esto se necesita tener un gran número de miembros que hayan entendido de manera clara el fin de la política tributaria y más aún de la cultura tributaria que se desea impartir. (2016, pp. 2)

Según García (2017), la cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. Esta cultura tributaria engloba un conjunto de valores, creencias y actitudes que la sociedad comparte en torno al pago de impuestos y el cumplimiento de las leyes, está estrechamente

relacionada con la confianza y credibilidad que los ciudadanos depositan en el gobierno. Cuando existe confianza en que el gobierno administra de manera transparente y eficiente los recursos recaudados, la sociedad tiende a ser más propensa a cumplir con sus obligaciones fiscales.

García (2017), afirma que con la cultura tributaria se pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso, 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.

La cultura tributaria es un tema de gran relevancia y responsabilidad compartida por toda la sociedad, especialmente en el comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, donde se ha convertido en un asunto crucial. Esta cultura implica asumir todas las obligaciones tributarias y se refleja en el cumplimiento voluntario de los deberes fiscales por parte de los contribuyentes. Además, promueve la conciencia de que la tributación no es solo una obligación fiscal, sino un deber cívico que cada ciudadano debe cumplir para contribuir al desarrollo del país.

La educación y la tributación están profundamente vinculadas, ya que a través de la educación se busca sensibilizar a los comerciantes de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, incentivando el cumplimiento adecuado de sus responsabilidades tributarias.

Es importante destacar que la educación es la herramienta fundamental para generar un cambio en la mentalidad, actitudes y acciones de los ciudadanos. Es el medio más poderoso para transformar el comportamiento y la forma de pensar de los comerciantes en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco.

Una mayor recaudación de impuestos es esencial para impulsar el crecimiento y desarrollo de la provincia. No obstante, en Perú, aproximadamente el 71.2% de la economía es informal, lo que

significa que una gran parte de la población no paga impuestos. Del 28.8 % que sí lo hace, muchos no contribuyen en la medida en que deberían, lo que genera una alta evasión fiscal. Esto afecta tanto a quienes cumplen con sus obligaciones como a aquellos que no lo hacen.

Por tanto, es responsabilidad de todos los miembros de la sociedad esforzarnos por erradicar esta situación. El primer paso es fomentar la conciencia tributaria, para que las personas cumplan voluntariamente con sus obligaciones fiscales conforme a la ley, lo que ayudará al desarrollo económico de la provincia del Cusco.

El comercio en los mercados de abastos ha sido objeto de estudio desde diversas disciplinas como la antropología y la economía, a las que se han sumado la arquitectura, la historia, los estudios culturales, la sociología, entre otros, en un enfoque cada vez más transdisciplinario. Aunque estos mercados están muy presentes en las ciudades, a menudo han sido relegados por los gobiernos. No obstante, en los últimos años, han cobrado un gran interés en las políticas públicas de muchas ciudades y en la investigación académica.

La Revista Economía y Sociedad 62, CIES (2014), señala que la informalidad, presente en estos mercados, crea una economía paralela que genera competencia desleal para las empresas formalizadas y priva a los trabajadores de los beneficios laborales que les corresponden. La formalización es un proceso que debe ser promovido, ya que trae consigo ventajas significativas para el desarrollo tanto del país como de sus ciudadanos. Sin embargo, cualquier esfuerzo por analizar la informalidad debe comenzar con una clara definición del sector informal, lo cual sigue siendo un tema de debate y sin un consenso unificado.

Definir adecuadamente este sector es esencial para diseñar políticas efectivas que promuevan la formalización y fortalezcan la economía.

El problema que se presenta en los mercados de abastos de la provincia del Cusco en relación con la cultura tributaria radica en que muchos comerciantes evaden el pago de impuestos debido a su falta de conocimiento sobre este tema. Esto se debe a que muchos de ellos comenzaron sus negocios como ambulantes y luego lograron obtener un puesto fijo dentro del mercado. Aunque los comerciantes son conscientes de que no cumplen con las normativas tributarias, no han recibido educación adecuada en materia fiscal, lo que contribuye al incumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Es importante señalar que la mayoría de los comerciantes de los mercados de abastos en la Provincia del Cusco no están registrados en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), un requisito fundamental para la formalización de cualquier negocio. Esta falta de registro impide que puedan obtener la Licencia de Funcionamiento por parte de la municipalidad. Además, no emiten ni solicitan comprobantes de pago en sus transacciones comerciales, lo que refleja una carencia de cultura tributaria, obstaculizando la formalización de sus negocios y el cumplimiento de sus responsabilidades fiscales.

En un sentido teórico, la informalidad se define como la falta de apego a lo formal y establecido. Sin embargo, en Perú, el problema radica en que muchas veces las instituciones no han funcionado de manera efectiva, lo que ha llevado a que la informalidad sea vista casi como una condición natural en el país. Esta percepción dificulta su erradicación y el avance hacia un sistema económico más formal y equitativo.

En la Provincia del Cusco, los mercados de abastos representan un eje fundamental para el desarrollo económico y social de la región, dado su papel en la comercialización de productos de primera necesidad. Sin embargo, se observa que gran parte de los comerciantes de estos mercados operan en un contexto caracterizado por un bajo nivel de cumplimiento de las obligaciones

tributarias. Este fenómeno responde a una combinación de factores, entre los que destacan la falta de conocimiento sobre la normativa tributaria, la percepción de que los impuestos no generan beneficios directos, y la insuficiente fiscalización por parte de las autoridades competentes.

A pesar de los esfuerzos realizados por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para fomentar una cultura tributaria en el país, en los mercados de abastos de Cusco aún persiste una informalidad significativa. Esto se traduce en evasión fiscal, subdeclaración de ingresos y un impacto negativo en la recaudación tributaria local, lo que a su vez limita la capacidad del Estado para financiar servicios públicos esenciales y ejecutar proyectos de desarrollo en la región.

El problema central radica en la insuficiencia de estrategias efectivas para promover una cultura tributaria sostenible entre los comerciantes de estos mercados. A ello se suma la falta de iniciativas de educación tributaria adaptadas a las características socioeconómicas y culturales de los comerciantes, así como una coordinación limitada entre las entidades encargadas de la fiscalización y la promoción tributaria.

Por lo tanto, surge la necesidad de investigar el estado actual de la cultura tributaria en el comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, identificando las principales barreras y oportunidades para implementar estrategias que fortalezcan el cumplimiento tributario en este sector.

La cultura tributaria es un aspecto común y relevante a nivel mundial, en el Perú y, por consiguiente, en nuestra Provincia del Cusco. En este contexto, surge el siguiente problema.

## 1.2. Formulación del problema

### a. Problema general

¿De qué forma se puede aplicar la Cultura Tributaria para mejorar las condiciones en el Comercio de los Mercados de Abastos de la Provincia del Cusco en el periodo 2021?

### b. Problemas específicos

- ¿De qué forma pueden aplicarse los principios de conciencia tributaria para mejorar las condiciones en el comercio en los mercados de abastos de Cusco durante el 2021?
- ¿De qué forma la educación tributaria puede mejorar el cumplimiento tributario en el comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco en el periodo 2021?
- ¿En qué cuantía los distintos niveles de conocimiento tributario afectan las decisiones comerciales en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco en el periodo 2021?

## 1.3. Justificación de la investigación

El presente trabajo de investigación, titulado “La cultura tributaria en el comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco. Periodo 2021”, responde a un interés profesional y tiene gran relevancia por las siguientes razones:

- **Contribución al crecimiento económico:** Representa un aporte significativo para el desarrollo de los mercados de abastos en nuestra provincia.

- **Fortalecimiento de la conciencia tributaria:** Permite identificar diversas estrategias para fomentar la conciencia tributaria entre los comerciantes, ayudándoles a alcanzar mayores niveles de cumplimiento fiscal.
- **Generación de conciencia:** Los resultados del estudio contribuirán a crear una mayor conciencia tributaria en el comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco.
- **Beneficio académico:** Será útil para profesionales y estudiantes del área tributaria, sirviendo como guía para la elaboración de otros proyectos de investigación relacionados.
- **Recomendaciones para futuros estudios:** Se espera que las ideas y recomendaciones derivadas de este trabajo aporten de manera significativa a la comprensión de la cultura tributaria en el comercio de los mercados de abastos de la provincia del Cusco en el periodo 2021. Aunque este tema ha sido explorado por diferentes grupos, sigue siendo un problema de interés nacional que requiere atención y soluciones.

#### **1.4. Objetivos de la investigación**

##### **a. Objetivo general**

Proponer estrategias para la aplicación de la Cultura Tributaria que mejoren las condiciones comerciales en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco durante el periodo 2021.

##### **b. Objetivos específicos**

- Identificar y analizar los principios de conciencia tributaria que pueden aplicarse para mejorar las condiciones comerciales en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco durante el periodo 2021, promoviendo un mayor cumplimiento fiscal y beneficios económicos para los comerciantes.

- Evaluar de qué forma la educación tributaria puede contribuir a mejorar el cumplimiento tributario en el comercio de los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, identificando estrategias educativas que promuevan una mayor formalización y responsabilidad fiscal entre los comerciantes.
- Determinar en qué medida los distintos niveles de conocimiento tributario afectan las decisiones comerciales en los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, identificando cómo el nivel de conocimiento fiscal influye en la formalización, rentabilidad y cumplimiento de los comerciantes.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

### 2.1. Bases teóricas

#### 2.1.1. CULTURA TRIBUTARIA

- **Definición**

Existen múltiples definiciones de cultura tributaria, por lo que se llevó a cabo una revisión exhaustiva de diferentes autores, entre los cuales se destacan los siguientes:

En cuanto al término de Cultura Tributaria Armas y Colmenares (2009) lo definen así: la cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones. Se evidencia una notable desinformación sobre las estrategias y planes que la administración tributaria lleva a cabo para educar a los contribuyentes. Entre las conclusiones más relevantes destacan las diversas estrategias y programas educativos implementados por el SENIAT (Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria) con el fin de fomentar y desarrollar la cultura tributaria del contribuyente. (2009, p. 141)

Estos esfuerzos buscan aumentar el conocimiento sobre las obligaciones fiscales y promover un mayor cumplimiento de las mismas, lo cual es esencial para mejorar la recaudación y fortalecer el sistema tributario.

Del mismo modo afirma Armas y Colmenares (2009), es un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, que conducen al cumplimiento permanente y voluntario de

los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias.

Del mismo modo afirma Valero (2010), que la cultura tributaria es el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales, por lo que se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias. Además, es crucial destacar que el desarrollo de una cultura tributaria no se consigue de manera inmediata. Para lograrlo, es indispensable implementar un proceso educativo que promueva la conciencia tanto entre los contribuyentes como en las autoridades. Este proceso debe subrayar la importancia y la necesidad de cumplir con las obligaciones fiscales, ya que solo mediante este cumplimiento es posible atender las necesidades colectivas. Los recursos recaudados se integran en los presupuestos nacionales, regionales o municipales, lo que permite financiar servicios y proyectos esenciales para el bienestar social.

De acuerdo con la apreciación de Huere y Muña (2016), es el conjunto de valores, normas, actitudes, moral, etc., que son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra por los miembros de una sociedad, por tanto, es un factor que determina, regula y moldea la conducta humana (2016, p. 33).

Por otro lado, para Vanegas (2016) indica que la conciencia tributaria es la interiorización de los deberes tributarios, por lo que es necesario que a los contribuyentes, de forma progresiva, se les estimule a conocer qué conductas deben realizar y cuáles no por ir en contra del sistema tributario. (2016, p. 92)

Además, la conciencia tributaria consiste en cumplir de manera voluntaria, es decir, los contribuyentes deben, sin ser obligados, identificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la ley; lo importante es que el contribuyente, en ejercicio de sus facultades, desee cumplir, por lo que la obligación no es un elemento de intervención. Por último, el cumplimiento de manera voluntaria de los deberes tributarios generará un beneficio común para la sociedad, siendo el contribuyente parte de dicha sociedad disfrutará de los beneficios que esta tiene; por ello, cuando se paguen los tributos en el monto y tiempo pertinente, todo contribuyente necesariamente percibirá que se podrán solventar los servicios públicos, se mejorará asimismo su funcionamiento y el estado podrá dar un eficaz cumplimiento a los servicios dirigidos a la sociedad en general. (2016, p. 93)

Asimismo, afirma Cabrera (2007), si el pueblo sintiera que sus autoridades lo aman, pues le darían mayor confianza y credibilidad al gobierno. En este contexto, resulta razonable proponer una Cultura Tributaria en la que todos los ciudadanos, sin excepción, contribuyan con el pago de impuestos, abarcando desde quienes participan en actividades informales, como aquellos que piden limosna, hasta las grandes empresas. Ningún peruano debería estar exento de cumplir con sus obligaciones fiscales en ninguna circunstancia. Para establecer una Cultura Tributaria cimentada en valores fundamentales, será necesario reformar algunas leyes y crear nuevas normativas que fortalezcan esta visión, garantizando así un sistema más equitativo y sostenible.

Es fundamental reconocer que uno de los principales obstáculos para construir una cultura tributaria sólida y justa a menudo son aquellos que promueven préstamos internacionales. Estos actores se ven beneficiados cuando la sociedad se mantiene desorganizada, desorientada y atrapada en la corrupción, ya que en esas condiciones se genera una mayor dependencia de los financiamientos externos. Esta dependencia puede llevar a una situación en la que el país no pueda

pagar sus deudas, aumentando su subordinación económica a las potencias que otorgan esos préstamos. Por ello, es crucial fortalecer la cultura tributaria, fomentando el cumplimiento fiscal interno y reduciendo la necesidad de recurrir a préstamos internacionales, lo que permitirá una mayor autonomía y estabilidad económica.

Por otro lado, según Méndez et al., (2005), mencionan que para obtener una cultura tributaria que permita lograr cambios en el comportamiento de los contribuyentes se necesita tiempo. Por ello, no se puede esperar resultados inmediatos ni éxitos a corto plazo en la construcción de una cultura tributaria sólida. La adopción de un comportamiento cultural, especialmente en los ámbitos económicos, sociales y políticos, es un proceso gradual y complejo. Para que esta cultura se afiance, debe ser cultivada a lo largo de los años, sin ser improvisada ni tratada de manera superficial. La educación y la conciencia fiscal requieren un esfuerzo continuo, orientado a generar cambios profundos en la mentalidad de la sociedad y en su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Si pagar impuestos es un acto individual con un impacto social significativo, entonces la cultura tributaria es el concepto que integra ambas dimensiones, asegurando un compromiso tanto personal como colectivo.

Según afirma Georges (2012), la cultura tributaria se refiere a la tradición fiscal de un país y su interacción con los valores culturales de sus ciudadanos, como la honestidad, la justicia y el deber. Esta cultura influye directamente en la manera en que los ciudadanos perciben y cumplen con sus obligaciones tributarias, mostrando cómo los principios éticos y culturales afectan el respeto a las leyes fiscales. Una sólida cultura tributaria se fundamenta en la confianza mutua entre el gobierno y los contribuyentes, promoviendo un entorno en el que el cumplimiento voluntario de los impuestos se percibe como una responsabilidad cívica fundamental. Cuando los ciudadanos

confían en que sus contribuciones son bien utilizadas para el bienestar común, el cumplimiento fiscal se convierte en una expresión de compromiso con el desarrollo y progreso de la sociedad.

De acuerdo con la apreciación de Roca (2011) indica que es el conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación. (2011, p. 3)

Apoyándonos en Gonzales y Gonzales (2014), la cultura tributaria no solo se construye mediante la educación de los ciudadanos, sino que también está estrechamente vinculada al comportamiento humano. La actitud hacia el pago de impuestos implica tanto a contribuyentes como a consumidores. El contribuyente, considerado el sujeto activo del tributo, es quien asume la responsabilidad directa de pagar el impuesto. Mientras tanto, el consumidor es el sujeto pasivo, ya que, aunque no realiza el pago de manera directa, soporta el impuesto a través del costo de los bienes o servicios que adquiere. Ambos roles son fundamentales para el funcionamiento y la eficacia del sistema tributario, ya que reflejan la interdependencia de los diferentes actores económicos en el proceso de recaudación fiscal. Bajo este contexto, las dimensiones de la cultura tributaria son tres:

➤ **El componente cognitivo** de la actitud tributaria abarca el conocimiento y comprensión que un individuo tiene sobre la tributación. Esto incluye el dominio de hechos, opiniones, creencias, pensamientos, valores y expectativas, particularmente aquellos de carácter evaluativo, relacionados con el sistema fiscal. Este componente destaca la importancia y el valor que el objeto de la actitud, en este caso la tributación, tiene para el individuo. La percepción de cómo los

impuestos afectan al bienestar personal y colectivo, así como la comprensión de la función y el propósito de los tributos, son aspectos clave dentro de este componente cognitivo.

➤ **El componente afectivo** de la actitud tributaria se refiere a los sentimientos y emociones que las personas experimentan en relación con el sistema tributario. Este componente incluye las respuestas emocionales, como sentimientos de tensión, ansiedad, felicidad, preocupación o dedicación, que pueden influir en la actitud hacia el pago de impuestos. Estas emociones pueden reforzar o desafiar las creencias y opiniones que uno tiene sobre la tributación, afectando cómo se percibe y se actúa en relación con las obligaciones fiscales.

➤ **El componente conductual** de la actitud tributaria se refiere a las acciones y comportamientos que reflejan la actitud de una persona hacia el sistema tributario. Este componente muestra cómo las creencias y sentimientos sobre la tributación se traducen en comportamientos reales, ya sea a favor o en contra de las obligaciones fiscales.

A pesar de su importancia, la relación entre conducta y actitud puede ser ambigua, ya que las personas pueden tener actitudes positivas hacia la tributación, pero comportamientos negativos, o viceversa. Estudiar este componente es crucial para comprender cómo las actitudes se manifiestan en prácticas concretas, como el cumplimiento o la evasión de impuestos.

Según Georges (2012), uno de los factores internos más relevantes que influye en la recaudación tributaria es la cultura tributaria de los contribuyentes. Este aspecto es reconocido tanto por la Administración Tributaria como por las instituciones del Estado. En este sentido, la educación desempeña un rol crucial en el desarrollo de una cultura tributaria sólida. Esta cultura se concibe como la tradición fiscal de un país, en interacción con los valores culturales de los contribuyentes, como la honestidad, el sentido del deber y la justicia. Promover estos valores a través de la

educación contribuye significativamente a fortalecer el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales y optimizar la eficacia del sistema tributario. De esta forma, una ciudadanía educada y consciente de su responsabilidad tributaria es clave para el desarrollo económico y social sostenible.

La SUNAT (2020) define la "cultura tributaria" como una conducta manifestada a través del cumplimiento constante y duradero de los deberes tributarios. Esta cultura se fundamenta en el razonamiento, la reafirmación y la confianza en los valores éticos individuales, cumpliendo con la normativa y evidenciando acciones cívicas responsables. Incluye prácticas sociales y solidarias, fomentando actitudes éticas y responsables entre los ciudadanos. La cultura tributaria tiene como objetivo que las personas consideren la relevancia y el valor de la tributación para el desarrollo comunitario, lo que a su vez facilita la mejora e implementación de los servicios públicos.

- **Importancia de la Cultura Tributaria**

Para (Solórzano, (2012), la cultura tributaria es muy importante para el cumplimiento de las obligaciones tributaria a través de la recaudación de impuestos esto dependerá de la percepción de los contribuyentes y de las capacidades de fiscalizar y sancionar de la administración, hay entornos sociales en los que se puede observar un alejamiento entre la ley, la cultura y la conciencia, los cuales son el sistema que regulan las actitudes y conductas de las personas en una sociedad. No se pueden implementar normas y políticas tributarias de manera eficiente sin contar con un grupo adecuado de personas que las respalden. Es esencial tener un equipo comprometido y capacitado para garantizar que la planificación y las normas tributarias se cumplan con la debida responsabilidad. La eficacia en la aplicación de políticas fiscales depende de la adecuada ejecución y supervisión por parte de las personas encargadas, así como del compromiso con los principios y

objetivos establecidos. Sin este factor humano clave, las políticas tributarias pueden fallar en lograr sus metas y en promover una cultura tributaria efectiva. (2012, p. 10)

- **Objetivos de la Cultura tributaria**

Dentro de los objetivos de la Cultura tributaria afirma Solórzano (2012) que la finalidad fundamental es transmitir ideas las actitudes valores de una manera responsable con relación tributaria y comportamientos defraudadoras. El objetivo no es simplemente que los estudiantes comprendan contenidos académicos sobre actitudes y valores, sino que se debe asumir la responsabilidad ciudadana de cumplir con las obligaciones tributarias. Esto implica que los centros de estudio deben destacar la importancia de aceptar y cumplir con las obligaciones fiscales como un deber de todos los ciudadanos según las leyes del país. Además, es crucial entender los efectos negativos que el incumplimiento de estas obligaciones puede tener sobre la sociedad.

Incorporar la responsabilidad fiscal como uno de los valores fundamentales en la sociedad es esencial para desarrollar una cultura tributaria razonable. Esto significa que las obligaciones tributarias deben ser vistas como una responsabilidad social y cívica, y deben ser identificadas y valoradas como tal en la formación de los ciudadanos. (2012, p. 14)

Asimismo Porfirio (2012), el objetivo de la cultura tributaria es que la población adquiera sabiduría sobre el tema y entender la importancia de las obligaciones tributarias y beneficios que provienen a raíz de eso, intentamos que las personas de la sociedad tomen conciencia en relación que es una obligación constitucional contribuir al estado e informar la generalidades que las razones básicos de la tributación es facilitar al estado los medios y recursos necesarios, diseñar programas mediante el cual los contribuyentes tome consciencia de los derechos y obligaciones con lo cual practiquen los buenos accionares y principios y ser responsables con el cumplimiento de las obligaciones tributarias. (2012, p. 1)

- **Elementos de la Cultura Tributaria**

Según Armas y Colmenares (2009), los elementos que conforman la cultura tributaria se caracterizan por los siguientes atributos:

- **Valores:** Son principios y creencias que influyen en la percepción y el comportamiento de los ciudadanos respecto a la tributación. Incluyen la honestidad, el sentido del deber y la justicia.
- **Normas legales y sanciones:** Se refieren a las leyes y regulaciones que establecen las obligaciones fiscales y las consecuencias del incumplimiento. Estas normas son fundamentales para el ordenamiento tributario y para asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- **Símbolos:** Incluyen representaciones visuales y conceptuales relacionadas con el sistema tributario, como logotipos de instituciones fiscales, documentos oficiales, y campañas de concienciación. Los símbolos ayudan a comunicar y reforzar los valores y las normas tributarias.
- **Tecnología:** Se refiere a las herramientas y sistemas utilizados para la administración y cumplimiento de las obligaciones fiscales. Esto incluye plataformas en línea para la presentación de declaraciones, sistemas de auditoría y tecnología de información que facilita la gestión tributaria.

Estos elementos se integran para formar una cultura tributaria robusta, que fomente el cumplimiento y la responsabilidad fiscal en la sociedad.

### 2.1.1.1. CONCIENCIA TRIBUTARIA

Según Solórzano (2012), la **conciencia tributaria** se define como "la motivación intrínseca de pagar impuestos". Esto hace referencia a las actitudes y creencias de las personas que, sin necesidad de coacción, motivan su disposición a contribuir. La conciencia tributaria está vinculada a la disminución de la tolerancia hacia el fraude y depende de los valores personales de los contribuyentes. En otras palabras, la disposición a cumplir con las obligaciones fiscales se ve influenciada por principios internos y la percepción individual del deber cívico, más allá de la presión externa o las posibles sanciones legales.

Sin embargo, es importante destacar que, como señaló Linares (2020), actualmente las personas son más conscientes acerca del tema, gracias a las infracciones tributarias.

Solórzano (2012), opinó que la falta de conciencia tributaria no necesariamente actúa como un obstáculo para la infracción fiscal. En lugar de ser un impedimento, la ausencia de esta conciencia puede ser utilizada como una forma de intimidación para lograr la paz y la convivencia. Esto sugiere que, en algunos casos, la falta de una comprensión profunda de la importancia del cumplimiento tributario puede llevar a comportamientos evasivos, pero también puede ser manejada para fomentar una mayor disciplina y responsabilidad en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

Considerando lo planteado por Iglesias (2019), la conciencia tributaria es la cooperación de la sociedad con el Estado; o sea, con las contribuciones realizadas mediante el pago de tributos al Estado, este mejorará sus servicios públicos para que los habitantes dispongan de una excelente calidad de vida.

**Los valores de la conciencia tributaria pueden comprenderse a través de los siguientes conceptos:**

- **Proceso:** Este valor se refiere a cómo la conciencia tributaria se desarrolla en el individuo, reflejando los valores y comportamientos adquiridos en su entorno familiar y social. La manera en que una persona se comporta como ciudadano en relación con las cuestiones tributarias es una manifestación de este proceso. Se trata de una metodología que permite a los contribuyentes adoptar una perspectiva, ya sea correcta o errónea, sobre sus responsabilidades fiscales.
- **Contenido:** Este valor se refiere a las normas, principios, razones y directrices que influyen en la conducta del contribuyente en asuntos tributarios. La sabiduría tributaria implica comprender y ser capaz de aplicar los principios fiscales en la práctica. Incluye el conocimiento de los conceptos y sus implicaciones, permitiendo que los individuos actúen de manera informada y responsable con respecto a sus obligaciones fiscales.

Estos valores son esenciales para desarrollar una conciencia tributaria sólida, ya que influyen en cómo los ciudadanos perciben y cumplen con sus deberes fiscales.

Desde el punto de vista de Rodrigo (2015), la conciencia tributaria es binaria, es decir, que puede ser eficiente o deficiente dependiendo del entorno en el que las personas crecieron y de la manera en que desarrollaron su relación con el Estado. Asimismo, mencionó que la SUNAT tiene presente el trabajo que debe realizar para que la sociedad conozca el bienestar social que viene de la recaudación y el rechazo de los delitos tributarios.

Para desarrollar una sólida conciencia tributaria, es esencial resaltar los siguientes elementos:

- **Interiorización de los deberes tributarios:** Este aspecto se refiere al proceso en el que los colaboradores y contribuyentes se esfuerzan por comprender y conocer los comportamientos esperados en relación con el sistema tributario. Implica una profunda asimilación de las responsabilidades fiscales que deben cumplir, fomentando una actitud informada y proactiva hacia el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- **Cumplimiento voluntario:** Este elemento refleja que los colaboradores deben revisar y cumplir con sus deberes tributarios conforme a lo dispuesto por la constitución y las leyes fiscales. El cumplimiento voluntario se fundamenta en la disposición de los individuos para asumir sus responsabilidades fiscales de forma consciente, sin requerir coerción externa.
- **Beneficio común para la sociedad:** Los colaboradores deben comprender que el pago de impuestos no solo es una obligación legal, sino también una contribución directa al bienestar colectivo. Al cumplir con sus responsabilidades tributarias, los ciudadanos garantizan la financiación de servicios públicos esenciales, lo que permite al Estado mejorar dichos servicios y elevar la calidad de vida de la sociedad en general.  
  
Estos elementos son cruciales para promover una cultura tributaria que valore y fomente el cumplimiento fiscal como una responsabilidad tanto cívica como social.
- **Cumplimiento tributario.** - Según Calderón y Quintanas (2017), en diversos países se han implementado programas de **cumplimiento tributario cooperativo** con el objetivo de aumentar el nivel de acatamiento por parte de los ciudadanos, especialmente de las grandes empresas. Algunas de las medidas que se están utilizando en estos programas incluyen:
  - ✓ **Mejorar los servicios que presta la Administración Tributaria:** Esto consiste en optimizar la eficiencia y la calidad de los servicios proporcionados por las agencias fiscales, facilitando el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Mejorar la atención al contribuyente, reducir los tiempos de respuesta y simplificar los procesos son ejemplos claros de cómo se puede perfeccionar el funcionamiento de la Administración Tributaria para favorecer una mayor cooperación y cumplimiento por parte de los ciudadanos.

- ✓ **Mejorar los canales de información para los contribuyentes:** Esto implica la actualización y optimización de los medios a través de los cuales la administración tributaria proporciona información relevante a los contribuyentes. Puede incluir mejoras en las plataformas digitales, la creación de guías claras y accesibles, así como el fortalecimiento de la comunicación directa para asegurar que los contribuyentes estén bien informados sobre sus derechos y obligaciones fiscales.

Estas estrategias buscan fomentar una relación más colaborativa y transparente entre los contribuyentes y la administración tributaria, promoviendo un mayor cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales.

Para Amasifuén (2015), el cumplimiento tributario se relaciona con la cultura tributaria, siendo su función más importante el constituir una política en la que la cobranza sea para el desembolso público, los suministros y los bienes, equilibrando así la economía y el crecimiento del país, favoreciendo con la disminución de la desvalorización económica. Exactamente. A mayor desarrollo de la cultura tributaria entre los contribuyentes, mayor será su responsabilidad y compromiso al cumplir con sus obligaciones fiscales. Una sólida cultura tributaria fomenta una comprensión más profunda de la importancia de los impuestos, lo que lleva a un mayor sentido de deber cívico y a una actitud más proactiva en el cumplimiento de las responsabilidades tributarias. Este entendimiento y compromiso

no solo mejora la recaudación de impuestos, sino que también contribuye al fortalecimiento del sistema fiscal y al bienestar general de la sociedad.

### **2.1.1.2. EDUCACIÓN TRIBUTARIA**

La OECD (2021), Definió la educación tributaria como un conjunto amplio de actividades y actores cuyo objetivo es fomentar una conducta fiscal responsable, utilizando programas gubernamentales para instruir a los contribuyentes sobre cómo cumplir con el pago de impuestos y explicarles los intereses de la ciudadanía. Esto se debe a que la ética tributaria y la percepción de los ciudadanos están ligadas al gasto público; es decir, cuantos más ingresos se recauden, mejor será la calidad de los servicios públicos. Sin embargo, la falta de una adecuada educación tributaria genera un ciclo negativo en el que las personas no pagan impuestos y culpan al Estado por la falta de acción.

Por otro lado, indicó Samhan (2015), la educación tributaria tiene un compromiso significativo frente a la cultura tributaria, porque al incrementar la educación aumentaría la conciencia tributaria, por ende, cada contribuyente tiene la certeza de pagar sus tributos para el bienestar de la sociedad y el crecimiento del país.

En este marco, Guzmán (2020), consideró fundamental que los docentes incorporen la cultura tributaria en la educación escolar, ya que su rol es preparar a los estudiantes para ser ciudadanos responsables, conscientes de sus derechos y deberes, contribuyendo así al desarrollo de la sociedad. En efecto, incluir la educación tributaria desde temprana edad es clave para evitar la evasión fiscal en el futuro. Al inculcar a los jóvenes la relevancia del cumplimiento tributario y la responsabilidad fiscal, se establece una base sólida para una sociedad más comprometida con sus obligaciones cívicas. Esto ayuda a consolidar una cultura tributaria que supere patrones negativos y favorezca el progreso colectivo.

En el Currículo Nacional (2016), La SUNAT y el Ministerio de Educación, a través de la Resolución Magisterial N° 281-2016 - MINEDU, aprobaron el Currículo Nacional de la Educación Básica titulado “Educación Tributaria y Aduanera desde la escuela”. Este currículo tiene como objetivo priorizar la formación ciudadana mediante el fomento de valores en los estudiantes, para que comprendan y ejerzan sus deberes y derechos fiscales (2016, p. 8).

El Currículo Nacional está orientado a los docentes de educación primaria y secundaria con el objetivo de fomentar la conciencia tributaria entre los educadores de educación básica regular. Asimismo, ofrece una variedad de herramientas y recursos para que los maestros puedan ayudar a sus estudiantes a desarrollar hábitos que fortalezcan la cultura tributaria y aduanera, así como el respeto hacia los demás y la responsabilidad en el uso de los recursos económicos. Gracias a la implementación de este currículo, se capacitó a 4,528 docentes, lo que ha contribuido de manera significativa a la formación de una nueva generación con una mayor conciencia tributaria.

En este mismo sentido, Cuellar (2019), señala que, para los profesores, se ha planificado proporcionar toda la información disponible sobre los distintos planes curriculares en materia tributaria, con el fin de fortalecer el nivel educativo básico regular. Además, se ha decidido implementar materiales de lectura descargables sobre temas como el Rol Social de la Tributación, Conciencia Tributaria, El Perú y la Tributación, entre otros, que serían útiles para apoyar la labor docente en la enseñanza de estos contenidos.

### **2.1.1.3. CONOCIMIENTO TRIBUTARIO**

De acuerdo con Luján (2019), en el Perú existe un nivel deficiente de conocimiento tributario, por lo que algunas personas no cumplen con sus obligaciones; esto se debe a que desconocen las leyes tributarias y no manifiestan interés en educarse cívica y tributariamente, lo cual conlleva a

que cometan delitos tributarios, lo que se ve reflejado en la recaudación, dado que tienen una relación directa.

### **2.1.2. COMERCIO**

- **Definición**

Según Recio (2011), define el comercio como una actividad que el ser humano ha llevado a cabo desde tiempos antiguos, entendiendo que no todas las necesidades de una comunidad podían ser cubiertas con productos locales. Esto originó el intercambio de bienes entre comunidades. Así, una sociedad que se especializaba en el cultivo de ciertos cereales podía obtener otros productos o alimentos de diferentes regiones mediante el trueque, intercambiando bienes de igual valor. Aunque el comercio basado en el dinero, que se expandió en Europa a partir de la Edad Moderna, es más conocido, las civilizaciones antiguas practicaron el trueque durante siglos.

Asimismo Giraldo (2009), define como: “Es la actividad económica que consiste en comprar mercaderías para revenderlas, percibiendo una utilidad deseada”. “Término genérico que hace referencia a la actividad de compra, venta, intercambio o permuta de mercancías con ánimo de lucro. Lugar o recinto donde se lleva a cabo la actividad comercial”

Por otro lado, Amez (2003) indica que consiste en el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero. La creación del dinero como herramienta de cambio ha permitido simplificar enormemente el comercio, facilitando que una de las partes entregue a cambio dinero, en vez de otros bienes o servicios como ocurría con el trueque.

Según Silva (2022), el comercio se refiere al intercambio de bienes, servicios o algo de valor entre empresas o personas. Desde una perspectiva amplia, los países se preocupan por gestionarlo

de manera que aumente el bienestar de los ciudadanos, proporcionando puestos de trabajo, produciendo bienes y prestando servicios.

Para Gonzales (2011), es una actividad económica en la cual intervienen tanto compradores como vendedores, intercambiando libremente bienes y servicios con dinero, ya que es considerado como todo medio de pago generalmente aceptado, con la finalidad de satisfacer las necesidades tanto de oferentes y demandantes, esta actividad se la realiza generalmente dentro de un mercado que es un espacio físico donde pueden intervenir ambos grupos

Desde el trueque hasta la creación de divisas y el establecimiento de rutas comerciales, las personas han buscado continuamente formas de intercambiar bienes y servicios, lo que también implica desarrollar un proceso de distribución.

En este contexto, surge una duda frecuente: ¿es lo mismo comercio que negocio? En realidad, el comercio es un subconjunto del negocio, es decir, un tipo específico de actividad comercial. A partir de esto, se pueden identificar sus principales características:

Comprar o vender un único artículo se denomina transacción, mientras que el conjunto de transacciones de ese artículo en una economía es lo que se conoce como comercio.

La mayor parte del comercio ocurre a nivel internacional e involucra la compra y venta de bienes entre naciones.

El comercio no está vinculado a la producción industrial o empresarial, sino únicamente a la etapa de distribución de bienes y servicios.

El comercio favorece la prosperidad de las naciones y mejora el nivel de vida, aunque, si no es controlado o regulado adecuadamente, puede generar problemas graves.

## **IMPORTANCIA DEL COMERCIO**

Cuando se gestiona de manera adecuada, la actividad comercial puede mejorar la posición de un país en el mercado global. No obstante, cuando el comercio no está regulado, las grandes corporaciones pueden ganar demasiado poder y perjudicar el mercado interno.

Por esta razón, muchos países han creado agencias gubernamentales encargadas de promover y gestionar el comercio. Además, existen grandes organizaciones que regulan el comercio a nivel internacional. Un ejemplo de ello es la Organización Mundial del Comercio (OMC), que establece normas sobre los aranceles relacionados con la importación y exportación de bienes entre países.

Estas reglas buscan facilitar el comercio y garantizar condiciones equitativas para los países miembros. En América Latina, una organización similar que regula el comercio es el Mercosur.

Como menciona Silva (2022), esto muestra la importancia de tener un conjunto básico de estrategias para gestionar el comercio. Pero cada organización también depende de sus propias acciones para triunfar en este entorno tan competitivo.

De acuerdo con la apreciación de Recio (2011), el comercio tiene una profunda importancia para el ser humano, ya que no se limita solo al ámbito económico, sino que también impacta en lo social y lo cultural. Como se ha mencionado, es a través del comercio que una sociedad puede conectarse con otra, al reconocer que no es completamente autosuficiente y empieza a buscar otras comunidades que puedan proporcionarle lo que necesita. Este intercambio no solo satisface necesidades materiales, sino que el conocimiento y la interacción con otras culturas a través del comercio enriquecen significativamente a una sociedad.

## **CLASIFICACIÓN DEL COMERCIO:**

El comercio puede clasificarse según distintos criterios:

El **comercio mayorista** (también conocido como "comercio al por mayor") se refiere a la compra y venta de mercancías donde el comprador no es el consumidor final. En lugar de eso, la mercancía se adquiere para ser revendida a otros comerciantes o a empresas manufactureras que la transformarán en nuevos productos.

Por otro lado, el **comercio minorista** (también llamado "comercio al por menor" o "comercio detallista") implica la compra y venta de bienes a los consumidores finales, es decir, aquellos que los usan o consumen directamente.

El **comercio interior** se realiza entre personas dentro del mismo país y bajo la misma jurisdicción, mientras que el **comercio exterior** involucra transacciones entre personas de diferentes naciones.

El **comercio terrestre** y el **comercio marítimo** se refieren al medio utilizado para transportar la mercancía, y cada uno corresponde a una rama del derecho mercantil que lleva el mismo nombre.

Finalmente, el **comercio por cuenta propia** se realiza en nombre del comerciante, mientras que el **comercio por comisión** se efectúa en nombre de un tercero.

## **CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO MAYORISTA**

Entre las principales características del comercio mayorista se destacan las siguientes:

- Capacidad para vender grandes cantidades de un mismo producto.
- Requiere menor inversión en marketing en comparación con otros tipos de comercio.
- Los costos operativos son más bajos que en el comercio minorista.

- El enfoque principal está en la gestión del proceso de fabricación, asegurando siempre un inventario amplio del producto.
- Es crucial manejar de manera eficiente la logística de transporte y distribución de la mercancía.
- Mantiene relaciones con los ejecutivos de empresas intermediarias que compran productos al por mayor.
- Gracias a su modelo de negocio, tiene la capacidad de negociar precios más bajos con los fabricantes.

### **CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO MINORISTA**

Por otro lado, algunas de las principales características del comercio minorista son las siguientes:

- Los productos se pueden vender a un precio más alto por unidad.
- Al tener contacto directo con el cliente final, se obtiene una ventaja al conocer de primera mano las necesidades y preferencias del consumidor.
- La retroalimentación directa del cliente permite rediseñar las estrategias de comercialización.
- Ofrece más oportunidades para promocionar un producto, incluyendo muestreos y ofertas promocionales.
- Existen diversas soluciones digitales para este tipo de comercio, como las tiendas en línea, que facilitan las ventas minoristas.

## **REGÍMENES TRIBUTARIOS**

Según Torres (2023), los regímenes tributarios abarcan categorías que sirven para determinar la manera correcta en que pagara impuestos una empresa. También, las personas naturales o jurídicas pueden optar por alguna categoría. Adicionalmente, un negocio puede decidir cambiar de régimen tributario.

En este sentido Lizama y Patricia (2021), indican que los regímenes tributarios permiten a las empresas de todos los tamaños operar como entidades formales, con beneficios propios de cada régimen, a su vez establecen la manera y los niveles de los pagos de impuestos a los que están obligados. En Perú, la implementación de regímenes tributarios tuvo como objetivo integrar a las empresas en la economía formal, clasificándolas de acuerdo con su tamaño y nivel de ingresos para promover un cumplimiento tributario puntual. Las razones clave que destacan la importancia de estas categorizaciones tributarias en el país son:

- **Incentivos para la formalización:** Motivar a las empresas a registrarse y operar legalmente.
- **Fomento del desarrollo empresarial:** Apoyar el crecimiento y la expansión de las empresas.
- **Facilitación del cumplimiento:** Simplificar el proceso de cumplir con las obligaciones fiscales.
- **Equidad y progresividad:** Asegurar que las contribuciones tributarias sean justas y se adapten a la capacidad económica de cada empresa.

Desde 2017, en Perú se han establecido cuatro regímenes tributarios, los cuales son:

NRUS	RER	RMT	RG
Nuevo Régimen Único Simplificado	Régimen Especial de Renta	Régimen MYPE Tributario	Régimen General de Renta

*Nota.* Emprender SUNAT (2018), <https://emprender.sunat.gob.pe/ruc/regimenes-tributarios-mype/regimenes-tributarios>

### REGÍMENES TRIBUTARIOS VIGENTES EN EL PERÚ

Conceptos	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Régimen Especial de Renta - RER	Régimen MYPE Tributario - RMT	Régimen General de Renta
<b>Persona Natural o Jurídica</b>	Sólo para Personas Naturales.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.
<b>Límite de ingresos</b>	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1,700 UIT en el año.	Sin límite.
<b>Límite de compras</b>	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Sin límite.	Sin límite.
<b>Comprobantes de pago que pueden emitir</b>	Boletas de venta, Guías de remisión y tickets (*). Con el pago de la cuota mensual se tendrá por presentada la Declaración Mensual.	Facturas, boletas y todos los demás permitidos.		
<b>Declaración Jurada Mensual/ Anual</b>		Sólo Declaración Mensual.	Declaración Mensual y Anual.	
<b>Trabajadores</b>	Sin límite.	Máximo 10 por turno.	Sin límite.	Sin límite.
<b>Libros o registros contables que debe llevar</b>	Ninguno	Sólo Registro de Compras y Ventas.	Según tus ingresos.	Según tus ingresos.
<b>Valor máximo de activos fijos</b>	S/ 70,000 (no se computan predios ni vehículos)	S/ 126,000 (no se computan predios ni vehículos)	Sin límite.	Sin límite.

*Nota.* Emprender SUNAT (2018) <https://emprender.sunat.gob.pe/ruc/regimenes-tributarios-mype/regimenes-tributarios>

## **Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)**

El Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) es un sistema tributario creado para simplificar el cumplimiento fiscal de pequeños comerciantes, productores y personas que ejercen oficios. A continuación, se presentan sus características clave:

1. **Cuota Mensual:** Los contribuyentes deben abonar una cuota mensual, calculada en función de sus compras e ingresos. Este enfoque simplifica el pago de impuestos, reduciendo la complejidad en comparación con otros regímenes tributarios.

## **SUJETOS COMPRENDIDOS**

El Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) incluye a personas naturales y sucesiones indivisas que operan un negocio o ejercen un oficio, teniendo como clientes a consumidores finales. Ejemplos de esto son quienes tienen un puesto en el mercado, una zapatería, un bazar, una bodega o un pequeño restaurante, entre otros. También se consideran dentro del régimen a las personas naturales no profesionales que residen en el país.

Entre los sujetos que no están incluidos en el régimen se encuentran las personas naturales o sucesiones indivisas que son las siguientes:

<b>Por la característica del negocio:</b>	<p>Cuando en el transcurso de cada año el monto de sus ventas supere los S/. 96 000.00, o cuando en algún mes tales ingresos excedan el límite permitido para la categoría más alta de este Régimen.</p>
	<p>Realicen sus actividades en más de una unidad de explotación, sea ésta de su propiedad o la explote bajo cualquier forma de posesión</p>
	<p>El valor de los activos fijos afectados a la actividad con excepción de los predios y vehículos, supere los S/. 70,000.00</p>
	<p>Cuando en el transcurso de cada año el monto de sus compras relacionadas con el giro del negocio exceda de S/. 96 000.00 o cuando en algún mes dichas adquisiciones superen el límite permitido para la categoría más alta de este Régimen</p>
<b>Por el tipo de actividad</b>	<p>Presten el servicio de transporte de carga de mercancías siempre que sus vehículos tengan una capacidad de carga mayor o igual a 2 TM (dos toneladas métricas)</p>
	<p>Presten el servicio de transporte terrestre nacional o internacional de pasajeros</p>
	<p>Efectúen y/o tramiten cualquier régimen, operación o destino aduanero; excepto se trate de contribuyentes:  Cuyo domicilio fiscal se encuentre en zona de frontera, que realicen importaciones definitivas que no excedan de US\$ 500 (quinientos y 00/100 dólares americanos) por mes, de acuerdo a lo señalado en el Reglamento; y/o,  Efectúen exportaciones de mercancías a través de los destinos aduaneros especiales o de excepción previstos en los incisos b) y c) del artículo 83 de la Ley General de Aduanas, con sujeción a la normatividad específica que las regule; y/o,  Realicen exportaciones definitivas de mercancías, a través del despacho simplificado de exportación, al amparo de lo dispuesto en la normatividad aduanera</p>
	<p>Organicen cualquier tipo de espectáculo público.</p>
	<p>Sean notarios, martilleros, comisionistas y/o rematadores; agentes corredores de productos, de bolsa de valores y/u operadores especiales que realizan actividades en la Bolsa de</p>

	Productos; agentes de aduana y los intermediarios de seguros y/o auxiliares de seguros.
	Sean titulares de negocios de casinos, máquinas tragamonedas y/u otros de naturaleza similar.
	Sean titulares de agencias de viaje, propaganda y/o publicidad
	Realicen venta de inmuebles.
	Desarrollen actividades de comercialización de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos, de acuerdo con el Reglamento para la Comercialización de Combustibles Líquidos y otros productos derivados de los Hidrocarburos
	Entreguen bienes en consignación
	Presten servicios de depósitos aduaneros y terminales de almacenamiento
	Realicen alguna de las operaciones gravadas con el Impuesto Selectivo al Consumo
	Realicen operaciones afectas al Impuesto a la Venta del Arroz Pilado.

*Nota.* Emprender SUNAT (2018)

<https://emprender.sunat.gob.pe/ruc/regimenes-tributarios-mype/regimenes-tributarios>

(Base Legal: Artículos 2 y 3 del Decreto Legislativo N° 937)

## **CÓMO DETERMINAR QUÉ CATEGORÍA TE CORRESPONDE EN EL NRUS**

Cada contribuyente del Nuevo RUS debe abonar una cuota mensual, la cual se calcula en función de los límites mínimos y máximos de sus ingresos brutos y compras.

CATEGORÍA	INGRESOS BRUTOS O	CUOTA MENSUAL EN S/.
	ADQUISICIONES MENSUALES	
1	HASTA S/. 5,000	20
2	MÁS DE S/. 5,000 HASTA S/.8,000	50

*Nota.* Emprender SUNAT (2018)

<https://emprender.sunat.gob.pe/ruc/regimenes-tributarios-mype/regimenes-tributarios>

Además, si eres un contribuyente persona natural o sucesión indivisa, tienes la posibilidad de acceder a la Categoría Especial del Nuevo RUS, siempre que cumplas con ciertas condiciones y requisitos. Es importante recordar que, al ingresar a esta categoría, no estarás obligado a efectuar ningún.

<b>CATEGORÍA ESPECIAL</b>	<b>INGRESOS BRUTOS O ADQUISICIONES</b>	<b>CUOTA MENSUAL</b>
	<b>HASTA S/.60,000 ANUALES</b>	<b>No paga cuota mensual</b>
<p>Pueden acogerse a esta categoría los contribuyentes, sujetos del NRUS, que se dediquen:</p> <p><b>Únicamente</b> a la venta de frutas, hortalizas, legumbres, tubérculos, raíces, semillas y demás bienes especificados en el Apéndice I de la Ley del IGV e ISC, realizada en mercados de abastos; ó.</p> <p>Exclusivamente al cultivo de productos agrícolas y que vendan sus productos en su estado natural.</p>		
<p>Para considerarse dentro de la Categoría Especial del NRUS es condición haber presentado el Formulario N° 2010 en la red bancaria.</p> <p>-Si inicia actividades en el año: Presentará el formulario 2010 por el período tributario (mes) en que inicia sus actividades.</p>		

Nota. Emprerder SUNAT (2018)

➤ **RÉGIMEN ESPECIAL DE RENTA - RER**

El Régimen Especial de Renta (RER) está destinado a pequeñas empresas, tanto personas naturales como jurídicas, que se dedican a la comercialización de bienes adquiridos o producidos, así como a la prestación de servicios, siempre que sus ingresos netos anuales o compras no superen los S/ 525,000.

Ventajas de este Régimen Tributario:

- Solo se requieren llevar dos registros contables: el Registro de Compras y el Registro de Ventas.
- Solo es necesario presentar declaraciones mensuales.
- Se tiene la posibilidad de emitir cualquier tipo de comprobante.

<b>Régimen Especial - RER</b>	
<b>¿Cuánto pagar?</b>	<b>Impuesto a la Renta mensual:</b> cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales
	<b>Impuesto General a las ventas (IGV) mensual:</b> 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).

*Nota.* Emprender SUNAT (2018)

### **Exclusiones**

- No podrás acogerte al Régimen Especial de Renta (RER) si realizas las siguientes actividades:
- Contratos
- Transporte de mercancías en vehículos con capacidad de carga igual o superior a 2 toneladas
- Servicio de transporte terrestre nacional o
- Actividades relacionadas con medicina, odontología, veterinaria.

## RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO - RMT

- El Régimen MYPE Tributario está diseñado para Micro y Pequeñas Empresas, ya sean personas naturales o jurídicas, que obtienen rentas de Tercera Categoría y cuyos ingresos netos anuales no superan las 170
- Ventajas de este Régimen Tributario:
- El impuesto a pagar se calcula en función de la ganancia obtenida.
- Puedes emitir
- Permite realizar cualquier actividad económica.
- Contabilidad simplificada: solo debes llevar el Registro de Ventas, Registro de Compras y el Libro Diario en formato simplificado ((hasta 300 UIT)
- Posibilidad de acogerse a la prórroga del IGV.

<b>Régimen MYPE Tributario</b>		
¿Cuánto pagar?	Pago a cuenta mensual del Impuesto a la Renta:	
	<b>Monto Ingresos Netos</b>	<b>Tasa</b>
	Menor a 300 UIT	1% de los Ingresos Netos
	A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5 % de los Ingresos Netos o <u>Coficiente(*)</u>
	(*) El que resulte mayor, de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 85 de la Ley del Impuesto a la Renta.	
Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual: 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).		
¿Se presenta DECLARACIÓN ANUAL?	Sí, con la cual se regulariza el pago del impuesto a la renta, dependiendo de la ganancia obtenida:	
	<b>Tramo de ganancia</b>	<b>Tasa sobre la utilidad</b>
	Hasta 15 UIT	10%
	Más de 15 UIT	29.5%
	Si los activos superan el S/. 1 000,000 se debe declarar el Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN). Tasa: 0.4%	

*Nota.* Emprender SUNAT (2018)

➤ **RÉGIMEN GENERAL DE RENTA - RG**

El Régimen General está destinado a medianas y grandes empresas, tanto personas naturales como jurídicas, que generan rentas de tercera categoría. Este régimen no tiene restricciones en cuanto a ingresos o tipo de actividades, por lo que es aplicable a todos los contribuyentes, incluidos aquellos que no cumplen con los requisitos del Régimen MYPE Tributario.

Ventajas de este Régimen Tributario:

- Permite desarrollar cualquier actividad económica sin límite de ingresos.
- Puedes emitir cualquier tipo de comprobante de
- Si experimentas pérdidas económicas en un año, puedes descontarlas de las utilidades de los años siguientes

<b>Régimen General - RG</b>	
¿Cuánto pagar?	<b>Impuesto a la Renta:</b> Pago a cuenta mensual (el que resulte mayor de aplicar un coeficiente o el 1.5%, según la Ley del Impuesto a la Renta).
<b>Impuesto General a las Ventas (IGV)</b> <b>mensual:</b> 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).	
¿Se presenta una DECLARACIÓN ANUAL?	Sí, con la cual se paga una regularización del impuesto equivalente al 29.5% sobre la ganancia.

*Nota.* Emprender SUNAT (2018)

### **2.1.3. MERCADO DE ABASTOS**

#### **Evolución de los mercados de abastos en el Perú**

Según Malinarich (2018), en el Perú prehispánico se realizaban actividades comerciales en mercados temporales que se desarrollaban en plazas o vías principales. En esos tiempos no se tenía una moneda, por tal motivo el intercambio de bienes se daba bajo trueques. Esto se dio hasta la llegada de los españoles donde se instauró una moneda y valor a las cosas. Se establecieron mercadillos, los cuales funcionaban todos los días. Los mercados se establecían una vez por semana en plazas centrales, estos eran acompañados por actividades culturales y de ocio. Estos mercados se ubicaban en espacios libres, donde la aglomeración de puestos conformaba el mercado (Tianguis – puesto al aire libre). El primer centro de abastos se dio en 1822 en la plaza Bolívar, actual plaza ubicada frente al congreso.

Los mercados de abastos han estado estrechamente relacionados con el desarrollo de las ciudades desde sus inicios, con el objetivo de satisfacer necesidades básicas que aún persisten hoy en día. Estos mercados actúan como un nexo entre las zonas agrícolas y los ciudadanos, y suelen ubicarse en áreas de comercialización que no han sido planificadas o diseñadas, ya que se establecen a partir de una concentración masiva de pobladores en la ciudad.

#### **Definición**

Según Medina (2009), afirma el mercado no solo es un espacio comercial de carácter universal, sino también es un escenario privilegiado y simbólico para el producto fresco, sitio excepcional para la observación de contextos socioeconómicos, y de relaciones sociales: “Un espacio de encuentro, de negociaciones y transacciones entre personas de diferentes orígenes y credos donde

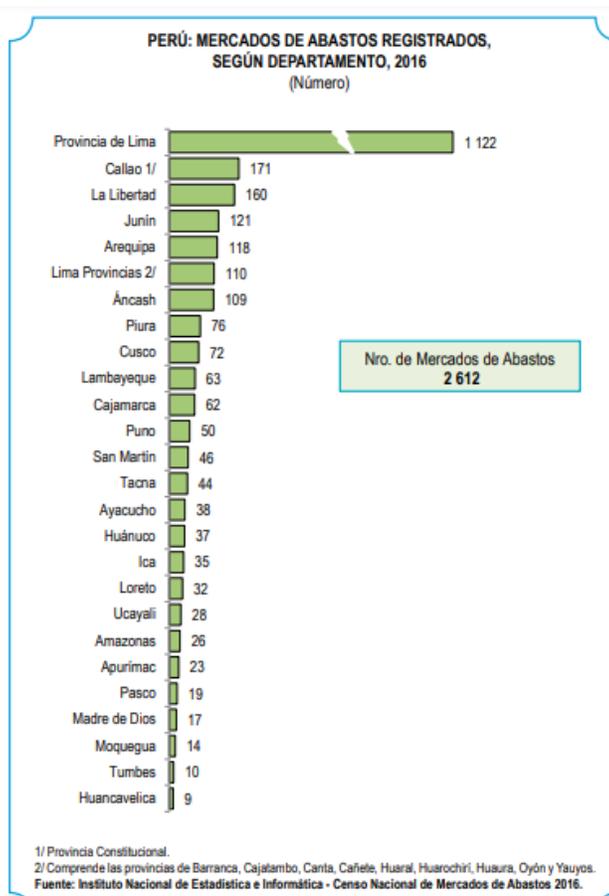
también se comunica, se hace circular y recibe información... por tanto un potente espacio sociocultural y de significación. (2009, p. 183)

## CENSO NACIONAL DE MERCADOS DE ABASTOS 2016

Número de mercados de abastos A nivel nacional se han registrado 2 mil 612 mercados de abastos. El departamento de Lima concentra el 47,2% (1 mil 232) del total de mercados en el país, en tanto los departamentos de La Libertad, Junín y Arequipa agrupan en conjunto el 15,3% (399).

### Gráfico 1

*Mercados de abastos registrados, según departamento, 2016*



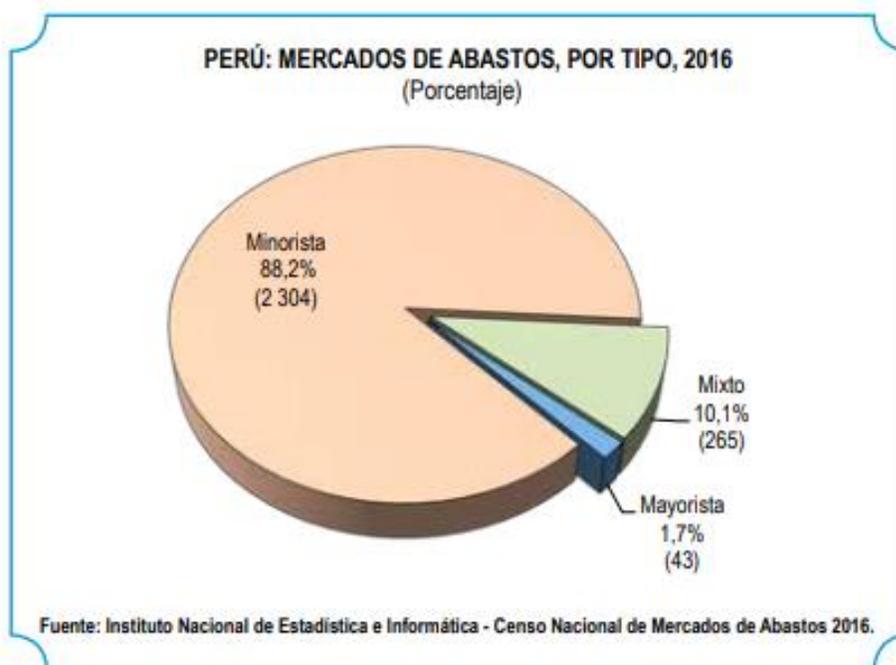
*Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática-Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016.*

- **Tipos de mercados de abastos**

En relación con la cadena de distribución de productos y servicios, los resultados del Censo Nacional de Mercados de Abastos de 2016 indican que el 88,2% de estos mercados se dedican al comercio minorista, mientras que solo el 1,7% realiza ventas al por mayor. Además, el 10,1% de los mercados de abastos es de tipo mixto, lo que significa que permiten tanto compras al por mayor como al por menor. Es importante destacar que los departamentos de Madre de Dios, Moquegua y Pasco se dedican exclusivamente a las ventas minoristas.

## Gráfico 2

*Tipos de mercados de abastos*



*Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática – Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016.*

A nivel departamental, Lima concentra la mayor cantidad de mercados de abastos mayoristas (46,5%), minoristas (48,9%) y mixtos (32,5%). Además, Junín agrupa el 7,0% de

los mercados mayoristas, mientras que la Provincia Constitucional del Callao tiene el 7,2% de los mercados minoristas. Por su parte, Arequipa y Cusco destacan por concentrar el 11,3% y 7,5% de los mercados mixtos, respectivamente.

#### **Mercado minorista**

El mercado minorista se refiere a mercados cubiertos y permanentes que ofrecen productos frescos o perecederos, donde el cliente es el consumidor final (Unión Mundial de Mercados Mayoristas y Minoristas, 2008).

#### **Mercado mayorista**

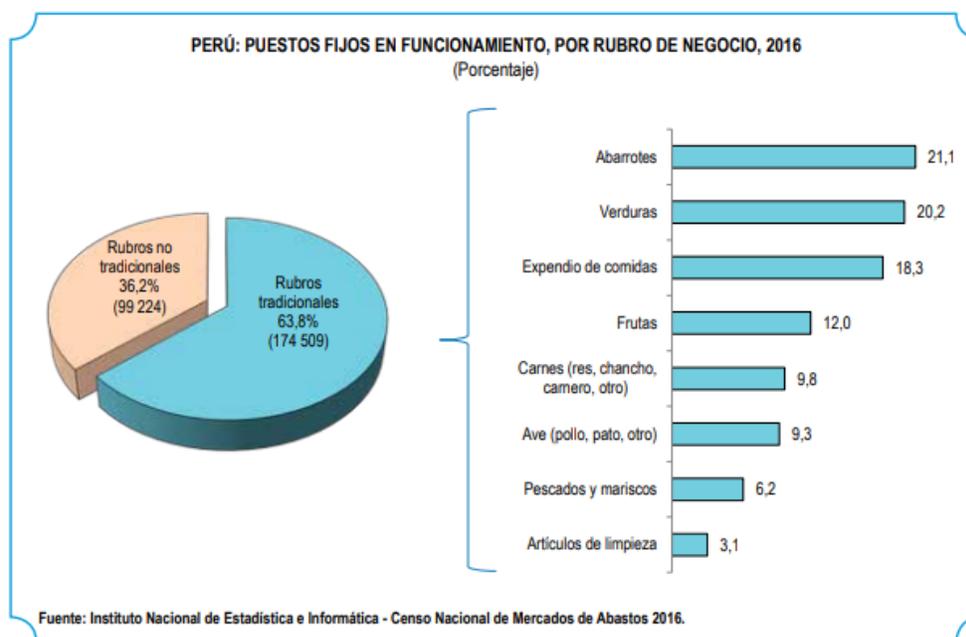
El mercado mayorista se dedica a la venta de productos al por mayor, sin realizar ventas al por menor. Los mayoristas venden múltiples unidades de los productos que distribuyen, generalmente actuando como distribuidores o proveedores que abastecen a los mercados minoristas, donde los consumidores finales realizan sus compras.

### **PUESTOS FIJOS POR RUBROS DE NEGOCIO**

De los 273 mil 733 puestos en funcionamiento, el 63,8% corresponde a giros tradicionales de negocios y el 36,2% a rubros no tradicionales. Dentro del primer grupo, destacan los puestos dedicados a la venta de abarrotes (21,1%), verduras (20,2%), expendio de comidas (18,3%), venta de frutas (12,0%), entre otros.

### Gráfico 3

#### *Puestos fijos por rubros de negocio*



*Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática – Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016.*

## CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS DE ABASTOS

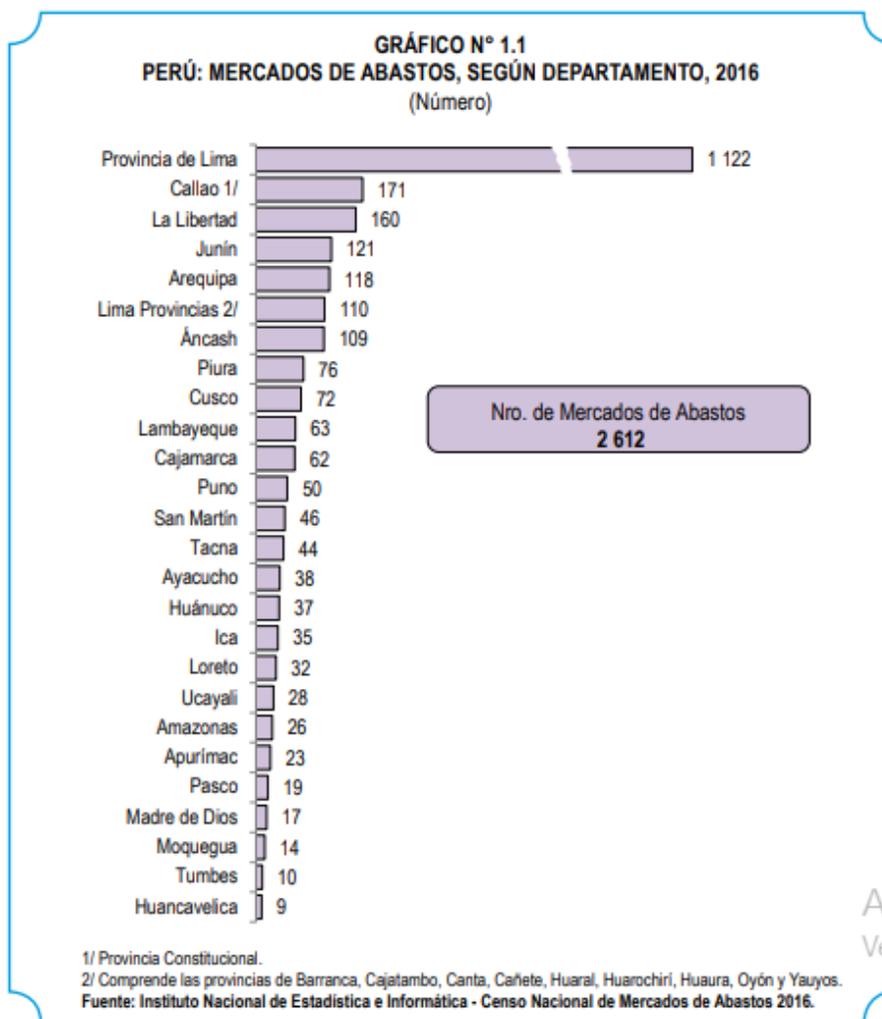
### Número de mercados de abastos

Según los resultados del Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016, existen 2,612 mercados de abastos en todo el país. Estos centros de expendio están distribuidos de manera desigual a nivel departamental, lo cual está relacionado con el tamaño de sus economías y su contribución a la economía nacional. La provincia de Lima concentra el 43,0% (1,122) del total de mercados del país, seguida por la Provincia Constitucional del Callao con el 6,5% (171), y los departamentos de La Libertad con 6,1% (160), Junín con 4,6% (121) y Arequipa

con 4,5% (118). Los departamentos con menor cantidad de mercados de abastos son Moquegua con 0,5% (14), Tumbes con 0,4% (10) y Huancavelica con 0,3% (9).

#### Gráfico 4

*Número de mercados de abastos*



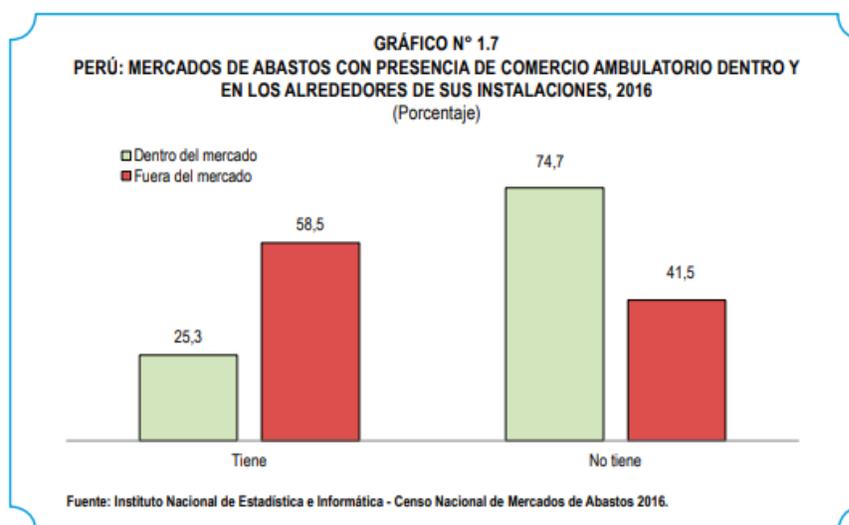
*Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática – Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016.*

## COMERCIO AMBULATORIO DENTRO Y FUERA DE LOS MERCADOS DE ABASTOS

Los resultados del Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016 muestran que el 25,3% de los mercados de abastos del país tienen comercio ambulatorio dentro de sus instalaciones (661), en tanto que el 58,5% reporta la presencia de ambulantes en los exteriores (1 mil 527).

### Gráfico 5

*Comercio ambulatorio dentro y fuera de los mercados de abastos*

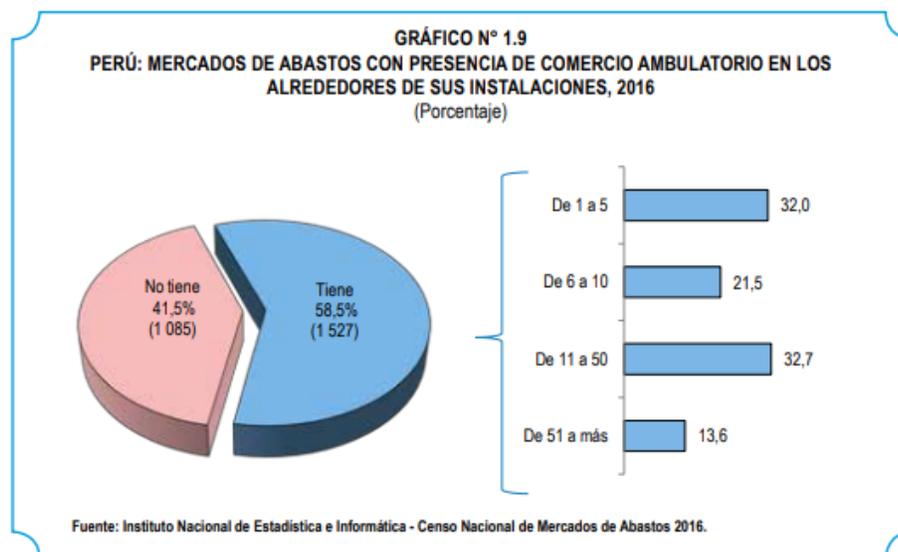


*Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática – Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016.*

En cuanto a los centros de abasto que tienen presencia de comercio ambulatorio en su interior, el 40,1% de ellos permite la presencia de 1 a 5 ambulantes, el 20,9% de 6 a 10, el 32,8% de 11 a 50 y el 6,2% de 51 a más ambulantes.

## Gráfico 6

*Mercado de abastos con presencia de comercio ambulatorio en los alrededores de sus instalaciones, 2016*



*Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática – Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016.*

A nivel departamental, el censo revela que la presencia de comercio ambulatorio en los alrededores de los centros de abasto es una situación que predomina generalmente en todos los departamentos del país, principalmente en Huancavelica (100%), Cajamarca (93,5%), **Cusco (76,4%)** y Arequipa (75,4%). En el departamento de Lima representa el 51,9%. Por otra parte, los mercados de abastos que permiten el comercio ambulatorio en sus instalaciones es una característica que prevalece en los departamentos de Amazonas (69,2%), Loreto (68,8%), Cajamarca (64,5%) y Tumbes (60,0%). En la provincia de Lima representa el 18,6%

## Gráfico 7

*Mercado de abastos con presencia de ambulantes dentro y en los alrededores de sus instalaciones, según departamento, 2016*

**CUADRO N° 1.6**  
**PERÚ: MERCADOS DE ABASTOS CON PRESENCIA DE AMBULANTES DENTRO Y EN**  
**LOS ALREDEDORES DE SUS INSTALACIONES, SEGÚN DEPARTAMENTO, 2016**  
(Porcentaje)

Departamento	Total Mercados	Tiene ambulantes dentro del mercado	Tiene ambulantes en los alrededores del mercado
<b>Total</b>	<b>2 612</b>	<b>25,3</b>	<b>58,5</b>
Amazonas	26	69,2	50,0
Áncash	109	37,6	60,6
Apurímac	23	43,5	69,6
Arequipa	118	31,4	75,4
Ayacucho	38	47,4	73,7
Cajamarca	62	64,5	93,5
Callao 1/	171	11,1	52,6
<b>Cusco</b>	<b>72</b>	<b>43,1</b>	<b>76,4</b>
Huancavelica	9	11,1	100,0
Huánuco	37	27,0	62,2
Ica	35	20,0	57,1
Junín	121	15,7	58,7
La Libertad	160	25,0	56,9
Lambayeque	63	34,9	66,7
Lima	1 232	18,3	51,9
Loreto	32	68,8	65,6
Madre de Dios	17	23,5	70,6
Moquegua	14	14,3	42,9
Pasco	19	26,3	73,7
Piura	76	38,2	64,5
Puno	50	14,0	72,0
San Martín	46	50,0	67,4
Tacna	44	40,9	63,6
Tumbes	10	60,0	70,0
Ucayali	28	25,0	46,4
Provincia de Lima	1 122	18,6	51,2
Lima Provincias 2/	110	14,5	59,1

1/ Provincia Constitucional.

2/ Comprende las provincias de Barranca, Cajatambo, Canta, Cañete, Huaral, Hurochiri, Huaura, Oyón y Yauyos.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016.

*Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática – Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016.*

- **ASPECTOS GENERALES DE LOS MERCADOS PRINCIPALES DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO, DENTRO DE ELLO TENEMOS LOS SIGUIENTES MERCADOS:**

➤ **MERCADO VINOCANCHON**

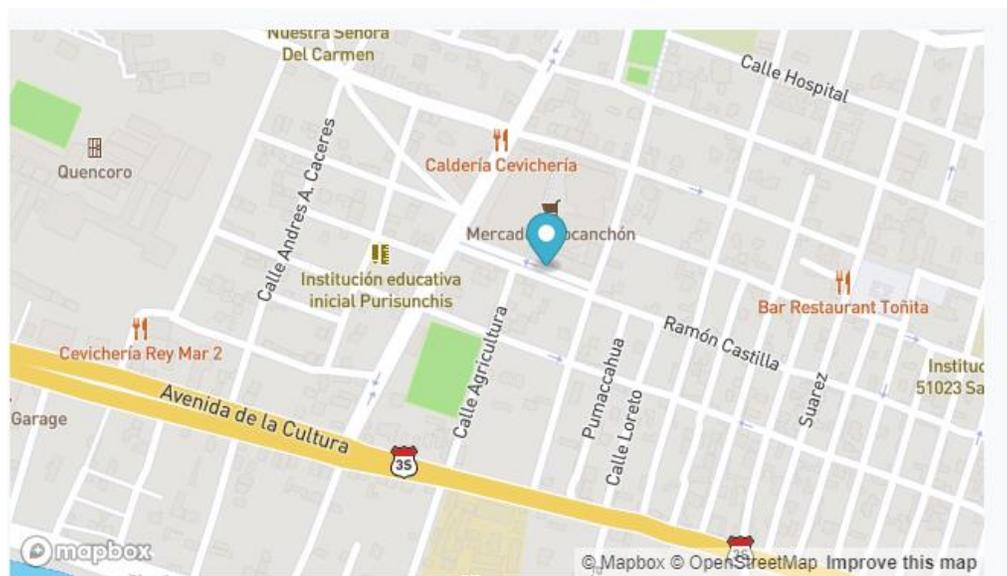
**Historia:**

Se estima que entre los años 1950 y 1960, el comercio de productos de primera necesidad en San Jerónimo se realizaba en la Plaza de Armas de ese distrito. Posteriormente, entre los años 1980 y 1985, se produjo su reubicación hacia la zona entre la calle Lima y la calle Suárez (conocida como "El Bosque"), adoptando el nombre de "Mercadillo". En el año 2000, con el traslado de comerciantes mayoristas desde la Avenida El Ejército, el lugar fue renombrado como Mercado Mayorista de Vinocanchón.

El Mercado de Abastos de Vinocanchón tiene sus raíces en una feria tradicional dominical que reunía a los comerciantes de los distritos del Valle del Sur, ya que la ciudad de Cusco estaba bastante alejada de esas comunidades. Entre 2000 y 2002, los puestos de venta diaria crecieron de 47 a más de 700, y durante los fines de semana se llegaron a tener entre 1,000 y 1,500 puestos.

En 2004, el reglamento interno del mercado fue modificado de forma participativa, adaptándolo a las nuevas dinámicas del conglomerado Vinocanchón. Estas acciones contribuyeron a un aumento significativo en la afluencia de clientes, pasando de 2,500 por semana en 2001 a 72,300 en 2004.

**Constitución.** - Es un centro de abastecimiento zonal de tipo mixto (minorista y mayorista) que comenzó a operar en 1986. Con 36 años de funcionamiento, se ha consolidado como un mercado tradicional en su comunidad.



*Nota. Google maps*

El Mercado de Vinocanchón está ubicado en el kilómetro 0 de la Avenida Retamales, en el distrito de San Jerónimo, provincia de Cusco, dentro de la región del mismo nombre. Este mercado se encuentra a una altitud de 3,224 metros sobre el nivel del mar (msnm), lo que lo sitúa en la **Región Quechua** dentro del distrito de San Jerónimo.

**Datos generales.** – El Mercado de Abastos Vinocanchón, ubicado en el distrito de San Jerónimo, representa el 15.16% de los puestos de venta de todos los mercados de la ciudad de Cusco. Es el único mercado en la región que cuenta con un sistema de carga y descarga, y alberga tanto a comerciantes mayoristas y minoristas como a productores de la región de Cusco.

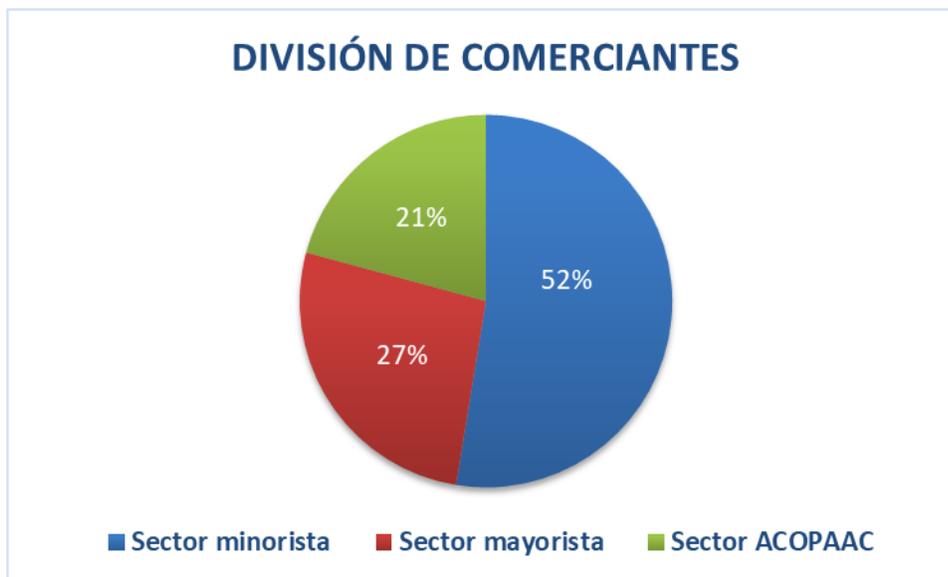
El Mercado de Vinocanchón cuenta con 1,161 puestos de venta construidos, pero alberga a más de 1,693 comerciantes. El mercado está equipado con energía eléctrica, agua potable y un sistema de alcantarillado, y es administrado por la Municipalidad.

**División de comerciantes:**

1. **Sector minorista:** Compuesto por 890 comerciantes.
2. **Sector mayorista:** Conformado por 451 comerciantes.
3. **Sector ACOPAAC:** Incluye a 352 comerciantes.

**Gráfico 8**

*División de comerciantes en el mercado de Vinocanchon*



*Nota. Elaboración propia*

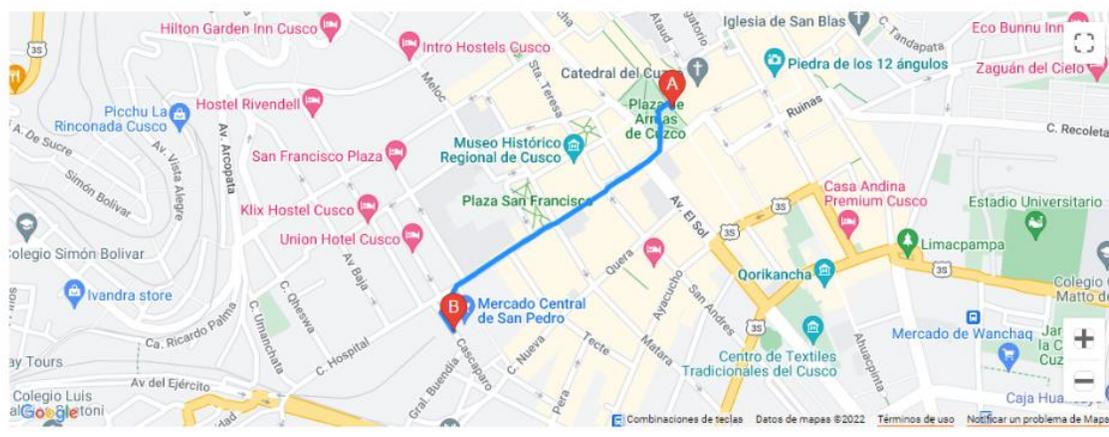
## ➤ Mercado Central de San Pedro

### Historia. -

- En el siglo XX, los comerciantes que inicialmente ocupaban la Plaza de Armas y la Plaza San Francisco fueron trasladados a la "Pampa de Qasqaparo", donde años más tarde se construyó el Mercado de San Pedro.
- Este mercado fue inaugurado en 1925. Su diseño se caracteriza por las altas columnas que sostienen amplias calaminas. En 1950, el mercado fue ampliado para atender la creciente demanda de compradores, y desde entonces ha conservado su estructura original.
- Cerca del Mercado de San Pedro se encuentra otro mercado popular en Cusco, el Mercado de Qasqaparo. Además, justo al frente, se sitúa la iglesia de San Pedro, conocida por su arquitectura barroca y hermosos lienzos en su interior.

**Constitución.** - El Mercado de San Pedro es uno de los lugares más pintorescos y emblemáticos de la ciudad del Cusco. En este mercado se reúnen cientos de ciudadanos cusqueños y turistas extranjeros para adquirir una variedad de productos alimenticios, además de artesanías de todo tipo. Es un espacio ideal para sumergirse en la cultura local y conocer más sobre las tradiciones del Cusco. Está ubicado en pleno centro histórico, a solo unos pasos de la Plaza de Armas, lo que lo convierte en un destino popular tanto para locales como para visitantes.

### Mapa para llegar a el mercado central



**Datos generales.** – Actualmente, allí existen 1180 tienda que comercializan frutas, verduras, panes, golosinas, utensilios, desayunos, almuerzos, así como toda clase de artesanías.

**NIVEL DE GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO (Mercado de Abastos de Vinocanchon y Mercado Central de San Pedro)**

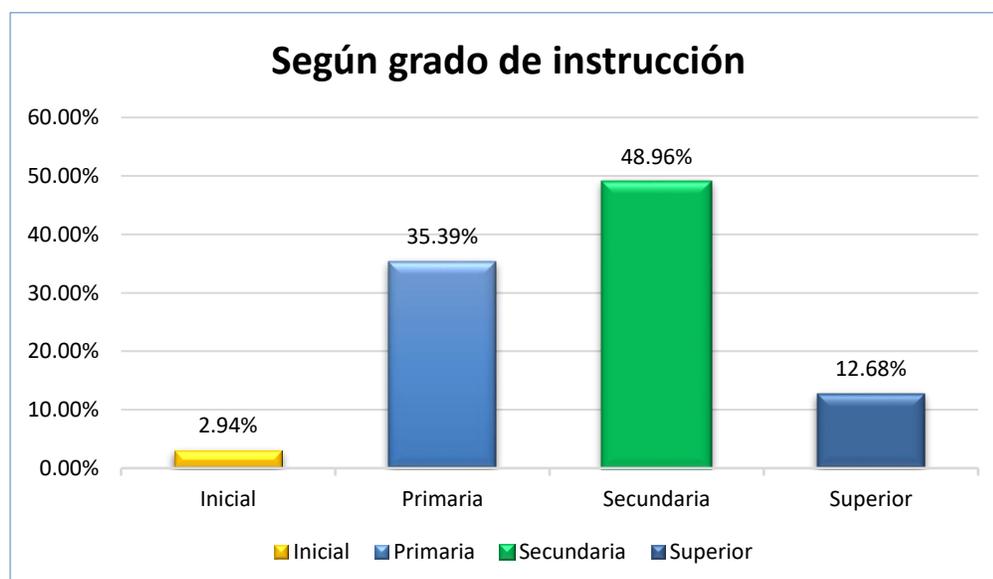
**Tabla 1**

*Según grado de instrucción*

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Inicial	10	2.94%
Primaria	120	35.39%
Secundaria	166	48.96%
Superior	43	12.68%
<i>Total, de encuestas</i>	339	100%

**Gráfico 9**

*Según grado de instrucción*



*Nota.* Según los datos mostrados en la tabla y el gráfico, el 48,96% de los comerciantes señaló haber completado la educación secundaria, siendo este el nivel más representativo. En tanto, el 35,39% indicó haber finalizado la primaria y el 12,68% reportó haber alcanzado el nivel superior. Es importante destacar que la mayoría de los comerciantes poseen estudios secundarios completos y necesita encontrar alternativas que les permitan obtener ingresos económicos.

## **BASE LEGAL**

### **Ley N° 28194 - Ley para la Lucha Contra la Evasión y para la Formalización de la Economía**

(Vigente a partir del 27 de marzo de 2004, actualizada el 31 de octubre de 2005)

#### **Considerando:**

- Que la Ley N° 28194 establece disposiciones para combatir la evasión fiscal y promover la formalización de la economía, introduciendo el uso obligatorio de ciertos medios de pago para obligaciones monetarias y creando el Impuesto a las Transacciones Financieras.
- Que es necesario dictar normas reglamentarias para garantizar la adecuada implementación de lo dispuesto en dicha ley.

Con base en las facultades otorgadas por la Primera Disposición Final de la Ley N° 28194 y el numeral 8) del artículo 118° de la Constitución Política del Perú.

## **Constitución Política del Perú – Promulgada el 29 de diciembre de 1993**

En relación con el tema tributario, el Artículo 74° establece que los tributos solo pueden ser creados, modificados o derogados, así como las exoneraciones establecidas, mediante ley o decreto legislativo en caso de delegación de facultades, salvo en lo que respecta a aranceles y tasas, que se regulan por decreto supremo. Los Gobiernos Regionales y Locales tienen la facultad de crear, modificar, suprimir o exonerar contribuciones y tasas dentro de su jurisdicción, siempre respetando los límites establecidos por la ley. El Estado, en el ejercicio de su potestad tributaria, debe adherirse a los principios de reserva de ley, igualdad y a los derechos fundamentales de la persona. Asimismo, se establece que ningún tributo puede ser confiscatorio.

### **Ley Marco del Sistema Tributario Nacional**

En virtud de las facultades delegadas, el Poder Ejecutivo promulgó el Decreto Legislativo N° 771.

#### **Objetivos:**

- Incrementar la recaudación de impuestos.
- Brindar mayor eficiencia, permanencia y simplicidad al sistema tributario.
- Distribuir de manera equitativa los ingresos correspondientes a las municipalidades.

## EL SISTEMA TRIBUTARIO PERUANO

Según Timaná y Pazo (2014), a través de la historia tributaria del Perú se puede observar cómo la imposición de los tributos siempre ha estado presente en la vida cotidiana de las personas sin importar su cultura, religión o lengua. Así, el sistema fiscal tuvo dos etapas: antes y después de la llegada de los españoles, en ambas el Estado actuó como receptor de bienes en moneda, trabajo o especie que destinaba a financiar el cumplimiento de sus funciones.

Según Carrillo et al. (2022), el Sistema Tributario Nacional es el conjunto de normas jurídicas que establecen tributos y, asimismo, las que regulan los procedimientos y deberes formales necesarios para hacer posible el flujo de tributos al Estado; así también las que contienen los principios del Derecho Tributario, usualmente sedimentadas en el texto constitucional. El Código Tributario constituye el eje fundamental del Sistema Tributario Nacional, ya que sus normas se aplican a los distintos tributos.

### Elementos del Sistema Tributario Peruano

Según Bautista (2020), el Sistema Tributario Peruano está constituido por los siguientes elementos:

- a. **La Política Tributaria:** Establece las directrices que guían, organizan y fundamentan el Sistema Tributario. Esta política es elaborada y presentada por el Ministerio de Economía y Finanzas.
- b. **Las Normas Tributarias:** Son las disposiciones legales que permiten llevar a cabo la política tributaria. En nuestro país, esto incluye el Código Tributario y una serie de normas adicionales que lo complementan.

- c. La Administración Tributaria:** Está formada por los organismos del Estado responsables de implementar la política tributaria. En el ámbito del Gobierno Central, esta administración está representada por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

## **EL TRIBUTO Y SU CLASIFICACIÓN**

### **Definición del Tributo.**

Según Villegas (2001), el tributo es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio, sobre la base de la capacidad contributiva, en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines.

### **Clasificación del Tributo.**

Según Villegas (2001), el tributo se clasifica en:

- a. Impuesto:** Es el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente. En otras palabras, estos recursos son empleados por el Estado en forma discrecional para el conjunto de sus funciones. Por ejemplo, el Impuesto a la Renta.
- b. Contribución:** Es el tributo cuyo hecho generador son los beneficios obtenidos a partir de la realización de obras públicas o actividades estatales. Estos recursos deben emplearse para atender los gastos generados por dichas obras públicas o actividades estatales. Por ejemplo, la Contribución al SENCICO.
- c. Tasa:** Es el tributo que se abona como resultado de la prestación concreta de un servicio público que beneficia directamente al contribuyente. Por ejemplo, los derechos arancelarios de los Registros Públicos

Según Rosado y Kimie (2015), el tributo cumple las siguientes funciones:

### **Funciones del Tributo**

- a. Función Fiscal:** La recaudación de tributos tiene como objetivo incrementar los ingresos del Estado para financiar el gasto público. Cada año, el Poder Ejecutivo presenta un Proyecto de Ley de Presupuesto Público al Congreso, el cual lo aprueba y convierte en ley. En este presupuesto no solo se determina cuánto se ingresa y se gasta, sino que también se establecen medidas tributarias que deben ser aprobadas por el Congreso como normas tributarias. Por ejemplo, el Estado debe buscar la simplicidad del sistema tributario, ya que un sistema complejo fomenta una cultura de evasión y puede crear oportunidades para la corrupción.

Según Estevão (2019), un informe de 2014 del Grupo Banco Mundial reveló que una reducción del 10 % tanto en el número de pagos como en el tiempo para cumplir con los requisitos tributarios puede disminuir la corrupción en materia tributaria en un 9.64 %. Un código más simple puede incentivar a más empresas pequeñas a ingresar al sector formal que paga impuestos. Además, esto crea un entorno más predecible para los inversionistas internacionales, lo que atrae inversiones y aumenta los ingresos tributarios. Según el informe, "nos alegra que los países reconozcan el beneficio de realizar estos cambios y estén tomando medidas al respecto". Actualmente, 50 economías cuentan con solo un impuesto por base impositiva. En los últimos 13 años, 57 economías han agrupado o eliminado ciertos impuestos. El Estado también puede explorar nuevas fuentes de ingresos; los impuestos sobre la propiedad, el consumo y el carbono son fuentes importantes de ingresos potenciales

en países de bajos ingresos, ya que se aplican principalmente a las familias más ricas. Además, estos impuestos pueden desalentar comportamientos no deseados, como conducir en zonas congestionadas, fumar o consumir alimentos poco saludables.

- b. Función Económica:** A través de los tributos, se busca orientar la economía en una dirección específica. Por ejemplo, para proteger la industria nacional, se pueden aumentar los impuestos sobre las importaciones o imponer nuevas cargas tributarias para encarecer los productos importados y reducir la competencia con los productos nacionales. Por otro lado, para fomentar las exportaciones, se pueden reducir o eliminar los impuestos. En nuestro país, las exportaciones están libres de impuestos y disponen de un mecanismo de reintegro tributario que compensa los impuestos abonados por los insumos utilizados en su fabricación.
- c. Función Social:** Los tributos desempeñan un papel redistributivo en el ingreso nacional, ya que los impuestos recaudados de los contribuyentes se reinvierten en la comunidad mediante obras públicas, servicios y programas sociales. Este enfoque beneficia particularmente a las familias con menores recursos económicos.

**El Contribuyente.** - Según Carrillo et al. (2022), es la persona física o también, en su caso, la persona jurídica que tiene derechos y obligaciones tributarias frente a una entidad pública, denominada Administración Tributaria. El contribuyente es el obligado al pago de los tributos (impuestos, contribuciones y tasas) con el fin de financiar las actividades del Estado. En términos de la relación jurídica, el contribuyente es el sujeto pasivo en derecho tributario, mientras que el sujeto activo es el Estado.

### **Clasificación del Contribuyente:**

Los contribuyentes se dividen en dos grandes grupos:

**a. Persona Natural:** Son individuos con existencia física que obtienen rentas a través de su trabajo personal. En el sistema tributario peruano, esto incluye a profesionales tanto dependientes como independientes, personas que tienen un negocio, y quienes perciben ingresos por el arrendamiento de bienes o por rentas de capital, entre otros.

**b. Persona Jurídica:** Se refiere a las entidades formadas por la asociación de varias personas en una organización o sociedad, conforme a lo establecido en la Ley General de Sociedades. Estas entidades están registradas en los Registros Públicos y poseen un número de RUC que gestionan ante la SUNAT para llevar a cabo las actividades para las cuales fueron constituidas.

### **Gestión del cumplimiento y clasificación de contribuyentes**

Según González (2021), desde el punto de la Administración Tributaria, la gestión del cumplimiento puede ser clasificada como un desafío de complejidad muy alta, dado que debe considerar múltiples aspectos, entre otros: la cantidad y diversidad de contribuyente (actividades, tamaños, regímenes, volúmenes de operaciones, cantidad de clientes, proveedores y empleados), la dinámica de los negocios y estructuras asociadas (creación y término de empresas, modelos de negocios, modificaciones e integraciones), la diversidad y permanente actualización de las temáticas tributarias (marco legal, normativo, impuestos, franquicias y procesos) y la evolución de las técnicas y tecnologías disponibles (sistemas, softwares y capacidades de procesamiento).

La Administración Tributaria debe implementar estrategias para maximizar el cumplimiento tributario, considerando las limitaciones de recursos disponibles y buscando la satisfacción de los contribuyentes. Para lograr esto, es crucial conocer a los contribuyentes, lo que implica una segmentación efectiva y comprensión de su disposición al cumplimiento.

La segmentación permite enfocar las acciones institucionales en grupos específicos, lo que optimiza los esfuerzos y recursos. Además, las herramientas tecnológicas juegan un papel fundamental en este proceso, ya que pueden simplificar problemas complejos y transformarlos en escenarios más manejables. Esto facilita la toma de decisiones y mejora la automatización de procesos, contribuyendo a un sistema tributario más eficiente y eficaz.

## **Deberes y Derechos del Contribuyente**

### **Deberes del Contribuyente.**

De acuerdo con el Artículo 87° del Código Tributario, los deberes del contribuyente son fundamentales para asegurar el correcto funcionamiento del sistema tributario. Estos deberes incluyen:

1. **Inscripción:** Los contribuyentes deben inscribirse en los registros de la Administración Tributaria.
2. **Acreditación:** Deben poder acreditar su inscripción cuando sea requerido por la Administración Tributaria.
3. **Emisión de comprobantes:** Están obligados a emitir y/o otorgar los comprobantes de pago que cumplan con los requisitos formales establecidos por la ley y en los casos previstos por las normas legales.

4. **Llevar registros:** Es necesario llevar libros de contabilidad u otros registros conforme a lo establecido por la ley.
5. **Permitir el control:** Deben permitir el control por parte de la Administración Tributaria, presentando o exhibiendo las declaraciones, informes, libros de actas, registros y otros documentos relacionados con obligaciones tributarias, cumpliendo con los plazos y condiciones requeridos.
6. **Proporcionar información:** Están obligados a proporcionar la información solicitada por la Administración Tributaria sobre sus actividades o las de terceros relacionados, de acuerdo con las normas tributarias.
7. **Conservación de documentos:** Deben conservar los libros, registros y documentos relacionados con hechos que generen obligaciones tributarias mientras el tributo no haya prescrito.

Estos deberes buscan promover la transparencia, el cumplimiento y la correcta recaudación de tributos, contribuyendo así a la sostenibilidad del sistema fiscal.

### **Derechos del Contribuyente.**

De acuerdo con el Artículo 92° del Código Tributario, los derechos del contribuyente son esenciales para asegurar un trato justo y transparente en las relaciones con la Administración Tributaria. Estos derechos incluyen:

1. **Trato respetuoso:** Ser tratado con respeto y consideración por el personal de la Administración Tributaria.
2. **Devolución de pagos indebidos:** Exigir la devolución de lo pagado indebidamente o en exceso, conforme a las normas vigentes.

3. **Rectificación de declaraciones:** Sustituir o rectificar sus declaraciones juradas de acuerdo con las disposiciones aplicables.
4. **Recursos de impugnación:** Interponer reclamos, apelaciones, demandas contencioso-administrativas y otros medios impugnatorios.
5. **Conocimiento de trámites:** Conocer el estado de tramitación de los procedimientos en los que sea parte y la identidad de las autoridades de la Administración Tributaria encargadas de esos procedimientos.
6. **Ampliación de resoluciones:** Solicitar la ampliación de lo resuelto por el Tribunal Fiscal.
7. **No aplicación de intereses:** Solicitar la no aplicación de intereses y sanciones en casos de duda razonable o dualidad de criterio.
8. **Quejas por demoras:** Interponer quejas por omisiones o demoras en la resolución de procedimientos tributarios o por incumplimientos de las normas establecidas en el Código Tributario.
9. **Formulación de consultas:** Formular consultas a través de entidades representativas y obtener la orientación adecuada sobre sus obligaciones tributarias.
10. **Copia de documentos:** Solicitar copia de las declaraciones o comunicaciones presentadas a la Administración Tributaria.
11. **Aplazamiento y fraccionamiento:** Solicitar el aplazamiento y/o fraccionamiento de sus deudas tributarias.
12. **Prescripción de deudas:** Solicitar la prescripción de la deuda tributaria a la Administración Tributaria, incluso cuando no haya deuda pendiente de cobranza.

13. **Servicio eficiente:** Recibir un servicio eficiente por parte de la Administración y contar con las facilidades necesarias para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, de acuerdo con las normas vigentes.

Estos derechos garantizan que los contribuyentes puedan interactuar de manera equitativa con la Administración Tributaria y tengan acceso a los recursos necesarios para cumplir con sus obligaciones fiscales.

**La Obligación Tributaria.** - Como indica Nakashima (2015), la obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente (art. 1 del Código Tributario).

Es fundamental señalar que la obligación constituye un vínculo jurídico, mientras que la "prestación" se refiere al contenido de dicha obligación, es decir, a la acción que debe llevar a cabo el deudor tributario. En este sentido, la acción o prestación del deudor tributario implica "realizar el pago de la deuda tributaria". El propósito de la obligación es que el deudor efectúe dicho pago, y si este no se cumple, la Administración Tributaria tiene la autoridad para exigir el cumplimiento de la obligación de forma coactiva o forzada.

### **Elementos de la Obligación Tributaria**

#### **Los componentes de la obligación tributaria son:**

**a. Sujeto Activo:** También conocido como acreedor, está representado por la Administración Tributaria, que actúa como la manifestación patrimonial del Estado en su calidad de persona jurídica.

**b. Sujeto Pasivo:** Conocido también como deudor o contribuyente, se refiere a cualquier persona que realiza el hecho gravado.

**Cumplimiento Voluntario.** -Como indica Iberico (2000), el cumplimiento tributario se define como la declaración correcta de la obligación tributaria en el momento apropiado y de acuerdo con las regulaciones tributarias. Esta definición no presupone nada sobre las motivaciones de los contribuyentes. Por lo tanto, el incumplimiento puede incluir una sub-declaración de ingresos, ya sea por acciones intencionales o por desinformación, confusión, negligencia o descuido.

Si bien resulta difícil en la práctica discernir qué parte del incumplimiento es intencional y cuál no lo es, la Administración Tributaria utiliza diversas estrategias para abordar el problema del incumplimiento. Las iniciativas de educación, difusión y orientación al contribuyente están dirigidas a disminuir el incumplimiento no intencional, mientras que la fiscalización se enfoca en contrarrestar el incumplimiento intencional.

El cumplimiento se clasifica como "voluntario" o "involuntario" según la intervención de la Administración Tributaria. Se considera "voluntario" cuando se lleva a cabo sin la participación de esta. En términos estrictos, el cumplimiento tributario se considera voluntario cuando el contribuyente paga sus obligaciones de manera correcta y puntual. Sin embargo, en la práctica, también puede interpretarse como cumplimiento voluntario si el contribuyente decide cumplir con sus obligaciones por su propia voluntad, aunque sea fuera del plazo establecido, siempre que no haya intervención de la administración.

**Factores que Influyen en el Cumplimiento de la Obligación Tributaria.** De acuerdo con Mogollón (2014), algunos de los “factores que influyen en el cumplimiento voluntario tributario” serían:

**a. El Marco Económico:** La situación económica de un país constituye el punto de partida y el contexto en el que se establece la relación entre el contribuyente y la Administración Tributaria. La literatura sobre el incumplimiento tributario sugiere que existe una relación directa entre el nivel de ingresos de una economía y el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Aunque el debate sobre la validez de esta afirmación continúa, la experiencia empírica muestra que la Administración Tributaria enfrenta mayores dificultades para fomentar el cumplimiento tributario voluntario en épocas de recesión que en períodos de crecimiento económico.

**b. Un Sistema Tributario Eficaz:** La decisión del contribuyente de cumplir con sus obligaciones fiscales se basa en la comparación entre los beneficios que recibe del Estado y lo que aporta en términos de poder de compra en el mercado, así como en su situación relativa frente a otros contribuyentes. Si los contribuyentes perciben una desproporción entre el valor de los servicios que reciben y el intercambio que realizan con su poder adquisitivo, o sienten que son tratados de forma desigual en comparación con otros, es más probable que opten por evadir el pago de impuestos.

**c. La Eficiencia de la Administración Tributaria:** Cuanto más efectiva sea la Administración Tributaria en el control y la fiscalización de los contribuyentes para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, menor será la evasión fiscal en el país. En Perú, los ciudadanos tienden a exigir una presencia constante y continua de la Administración Tributaria para asegurar que se respeten las normas fiscales.

**d. Servicio al Contribuyente:** El cumplimiento voluntario resulta más eficiente y menos costoso, tanto para los contribuyentes como para la Administración Tributaria, cuando esta última se enfoca en brindar asistencia para facilitar el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Proveer acceso a información, orientación y educación tiene un impacto significativo en el cumplimiento

tributario, ya que disminuye los costos asociados, fomenta el pago voluntario y contribuye al desarrollo de una cultura tributaria sólida.

### **Medidas para Mejorar el Cumplimiento de la Obligación Tributaria**

Basándonos en la clasificación propuesta por Prieto (1994), podríamos afirmar que existen tres tipos de medidas para mejorar el cumplimiento de la obligación tributaria. Estas son:

**a. Medidas Incentivadoras del Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias:** Estas son una serie de mecanismos modernos que se han implementado en algunos países desarrollados para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, y se incluyen:

- Mejora de los sistemas de información disponibles para los contribuyentes, con el objetivo de reducir la complejidad, el tiempo y los costos en la liquidación de impuestos.
- Fomento de programas de educación fiscal, que abarcan un conjunto de estrategias diseñadas para aumentar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias entre contribuyentes, estudiantes y la sociedad en general.
- Apertura de canales de diálogo y concertación entre la Administración Tributaria y los contribuyentes, con el fin de resolver situaciones conflictivas que surgen en la práctica diaria.

**b. Medidas Preventivas del Incumplimiento de las Obligaciones Tributarias:** La Administración Tributaria busca restablecer los ideales fundamentales de un buen sistema fiscal mediante medidas que previenen la posible defraudación de impuestos. Estas medidas incluyen:

- Simplificación de las normas tributarias, que implica un esfuerzo considerable para establecer reglas claras, específicas y sin vicios, evitando la excesiva abstracción.
- Reducción de la presión indirecta sobre los contribuyentes, así como de los costos de gestión e inspección que asume la Administración Tributaria.
- Empleo de métodos simplificados para determinar las bases imponibles, evitando aquellos que se basan en estimaciones indirectas que a menudo generan injusticias fiscales.
- Disminución de las obligaciones formales, simplificando los procedimientos de declaración y los formularios tributarios.
- Implementación de sistemas de retenciones y pagos fraccionados, lo que asegura en parte la recaudación futura.

**c. Medidas Represoras del Incumplimiento de las Obligaciones Tributarias:** Estas son medidas de protección para la Administración Tributaria, caracterizadas por su naturaleza represiva y que se desarrollan tanto en el ámbito del Derecho Penal como en la actuación administrativa. Estas incluyen:

- Prerrogativas y facultades de la Administración Tributaria para descubrir infracciones, sin las cuales la sanción sería difícil de implementar.
- Establecimiento de un sistema eficaz de infracciones tributarias destinado a sancionar el fraude fiscal.
- Configuración del delito fiscal dentro de la estructura tributaria, cuya sanción sería penal en lugar de administrativa.

## **LA EVASIÓN TRIBUTARIA Y LOS DELITOS ADUANEROS EN EL PERÚ.**

Según Rojas (2015), la evasión tributaria se refiere a la eliminación o reducción de una obligación tributaria, realizada dentro del ámbito de un país, por aquellos que tienen la obligación legal de pagarla. Este resultado se obtiene a través de conductas que contravienen las disposiciones legales. En este sentido, la evasión tributaria constituye tanto un objetivo como un conjunto de acciones fraudulentas empleadas para eludir total o parcialmente el pago de impuestos. Según nuestra normativa, estas acciones son clasificadas como infracciones vinculadas a la evasión fiscal.

### **Modalidades de Evasión Tributaria**

#### **Las modalidades de evasión tributaria incluyen:**

- a. No declarar las ventas o ingresos obtenidos.
- b. No emitir los comprobantes de pago correspondientes.
- c. No realizar el pago de impuestos.
- d. Apropiarse del IGV que el comprador ha pagado.
- e. Utilizar comprobantes de pago de empresas que no existen.
- f. Entregar comprobantes falsificados.
- g. Emplear la doble facturación.
- h. Mantener libros contables de forma fraudulenta.

Otro tipo de conductas de los contribuyentes buscan disminuir indebidamente el monto de sus obligaciones tributarias a través de la utilización de figuras legales poco comunes, interpretaciones forzadas de las normas, aprovechamiento de vacíos legales y uso de paraísos fiscales, entre otros

métodos. A esta clase de comportamiento se le denomina elusión tributaria, y se diferencia de la evasión en que la infracción de la ley suele ser encubierta y difícil de probar.

**El código tributario:** Constituye la base del Sistema Tributario Nacional, ya que define los principios generales, institucionales, procedimientos y normativas que estructuran el marco jurídico-tributario. Este código regula las relaciones jurídicas derivadas de los tributos y se aplica a todos ellos, incluyendo impuestos, contribuciones y tasas, así como a las relaciones generadas por su aplicación. En este contexto, el Código Tributario cumple este propósito al establecer que la retención y percepción de tributos son obligaciones tributarias, las cuales se encuentran reguladas en el Libro I, enfocado en la regulación de dichas obligaciones

## 2.2. MARCO CONCEPTUAL (palabras clave)

- **Administración tributaria:** Según Tributaria y Aduanera, se refiere a la entidad del poder público, ya sea a nivel nacional o municipal, que tiene la principal responsabilidad de recaudar tributos. En cuanto a los impuestos del gobierno nacional, la SUNAT es la administración tributaria responsable de su recaudación. Por otro lado, los Gobiernos Locales son los encargados de gestionar las contribuciones y tasas municipales, que incluyen derechos, licencias o arbitrios, así como, de manera excepcional, los impuestos que la ley les asigna.
- **Cultura:** Según la RAE (2014), Real Academia de la Lengua Española se define como el conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Asimismo, indican Armas y Colmenares (2009), “la cultura es aprendida y compartida, el hombre no hereda la mayor parte de sus modos habituales de comportamiento, lo adquiere en el curso de su vida” (2014, p. 146).
- **Contribución:** Se define como el tributo cuyo hecho generador son los beneficios que se obtienen de la realización de obras públicas o de actividades del Estado. Un ejemplo de esto es la Contribución al SENCICO. Fuente: Norma II del Título Preliminar del Código Tributario.
- **Contribuyente:** Se refiere a la persona que lleva a cabo el hecho que origina la obligación tributaria o sobre la cual este hecho se produce. Fuente: Artículo 8º del Código Tributario.

- **Comercio:** Afirma Gonzales (2011), que el comercio es una actividad económica en la cual intervienen tanto compradores como vendedores, intercambiando libremente bienes y servicios con dinero, ya que es considerado como todo medio de pago generalmente aceptado, con la finalidad de satisfacer las necesidades tanto de oferentes y demandantes, esta actividad se la realiza generalmente dentro de un mercado que es un espacio físico donde pueden intervenir ambos grupos.
- **Crecimiento Económico:** Se refiere al aumento en la renta o el valor de los bienes y servicios finales producidos por una economía, generalmente un país, durante un período específico. El indicador más comúnmente utilizado para medir el crecimiento económico es la variación del Producto Bruto Interno (PBI).  
[\(https://www.ipe.org.pe/portal/crecimiento-economico/\)](https://www.ipe.org.pe/portal/crecimiento-economico/)
- **Cultura Fiscal:** Según Ruiz de Zuazu es el conjunto de principios, valores y actitudes que influyen y direccionan el comportamiento de todos los actores sociales que participan en la configuración de la realidad fiscal de una nación, incluyendo tanto a las instituciones públicas como a los ciudadanos.
- **Cultura Tributaria:** Armas y Colmenares (2009), definen como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes que comparten los miembros de una sociedad en relación con la tributación y el cumplimiento de las leyes que la regulan. Esto fomenta un cumplimiento continuo y voluntario de las obligaciones tributarias, fundamentado en la razón, la confianza y la afirmación de valores como la ética personal, el respeto a la ley, la

responsabilidad ciudadana y la solidaridad social, tanto por parte de los contribuyentes como de los funcionarios de las distintas administraciones tributarias.

- **Conciencia tributaria:** Es el sentido común que cada persona tiene para actuar o adoptar una posición respecto a los tributos. (<https://es.slideshare.net/ebiolibros/la-cultura-tributaria>)
- **Educación tributaria:** Se considera la estrategia clave para fomentar una cultura fiscal, fundamentada en el concepto de ciudadanía fiscal. Este concepto implica reconocer el cumplimiento de las obligaciones tributarias como una contraprestación esencial para el ejercicio legítimo de los derechos cívicos.
- **Evasión tributaria:** Se refiere a un esfuerzo u omisión intencional y malicioso, que implica una acción deliberada para eludir o disminuir, de manera sistemática y en beneficio propio o de terceros, el pago de obligaciones tributarias. Este comportamiento conlleva realizar actos que violan las normas legales establecidas. Es la conducta de los contribuyentes (individuos o empresas) que evita el pago de impuestos mediante el uso de medios fraudulentos.
- **Ética:** (Vieira), Es el criterio que nos permite decidir hacer lo correcto en una situación determinada, procurando el bien común. Está relacionada esencialmente con nuestro modo de vida y su concepción práctica es predominante para tener un comportamiento correcto.

- **Ética Pública:** (Diego Bautista), Se refiere a la ética aplicada y puesta en práctica en el ámbito público. Señala principios y normas para ser aplicados en la conducta del hombre que desempeña una función pública. Tiene por objeto conseguir que las personas que ocupen un cargo público lo hagan con diligencia y honestidad como resultado de la razón, la conciencia, la madurez de juicio, la responsabilidad y el sentido del deber.
- **Impuesto:** Se define como el tributo cuyo pago no implica una contraprestación directa del Estado a favor del contribuyente. Un ejemplo de esto es el Impuesto a la Renta. Fuente: Norma II del Título Preliminar del Código Tributario.
- **Obligación tributaria:** Se refiere al vínculo legal entre el acreedor y el deudor tributario, cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria, y que puede ser exigido de forma coercitiva.
- **Ocultar bienes o ingresos para pagar menos impuestos:** Se refiere a la práctica de ocultar facturas de ventas o ingresos, o de declarar solo parcialmente la verdadera situación de las transacciones, lo que permite al evasor disminuir el monto de impuestos a pagar.
- **Incumplimiento de obligaciones tributarias:** Se refiere a la falta de pago de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, una práctica que es bastante común en Perú y en otros países de Latinoamérica.

- **Nivel de informalidad:** Se considera una de las principales causas de la evasión tributaria. Los actores informales llevan a cabo operaciones comerciales al margen de la ley, evitando emitir comprobantes de pago debido a su estatus de informalidad.
- **Mercado de abastos:** Es un espacio público que cuenta con tiendas o puestos de venta donde se comercia, especialmente con alimentos y otros productos de primera necesidad. También se puede definir como un mercado municipal donde se concentran las transacciones de productos alimenticios.

## **2.3. ANTECEDENTES EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**(estado del arte)**

### **2.3.1. VISIÓN HISTÓRICA**

A través de la historia tributaria del Perú se puede observar cómo la imposición de los tributos siempre ha estado presente en la vida cotidiana de las personas sin importar su cultura, religión o lengua. Así, el sistema fiscal tuvo dos etapas: antes y después de la llegada de los españoles, en ambas el Estado actuó como receptor de bienes en moneda, trabajo o especie que destinaba a financiar el cumplimiento de sus funciones.

Persas, egipcios y romanos contaban con sistemas organizados de recaudación de impuestos y, también, conocían la forma de evadir tasas y tributos.

En la antigüedad el retiro de recursos a la población tenía carácter de imposición por parte de los conquistadores que, de este modo, acumulaban riqueza, gracias a un saqueo prolongado. Más tarde, la sustracción fue institucionalizada como tributo, que sancionaba el estado de sujeción del país conquistado respecto del ocupante. Exigirlo no significaba una obligación por parte de pueblo dominante.

Asimismo, para los hebreos los diezmos constituían obligación de tributar y aquellos que las evadían se hacían merecedores a sanciones físicas al ser azotados públicamente.

No cabe duda de que la evasión tributaria ha sido castigada con severidad en algunos países, llegando incluso a llevar a los infractores a prisión. Algunos hechos históricos destacan porque permitieron acusar a personas que, aunque cometieron actos graves contra la moral y los principios éticos, no fueron encarceladas por sus crímenes, sino por incumplir con su deber de tributar. Esto

evidencia la importancia que tiene para las economías y el Estado ejercer su capacidad coercitiva, disciplinando a quienes evaden impuestos para evitar que continúen haciéndolo.

Asimismo, para los hebreos, los diezmos representaban una obligación tributaria, y quienes evadían dicha obligación eran merecedores de sanciones físicas, como ser azotados públicamente. El emperador Darío instauró el principio de imposición por cuota, con el fin de aplicar los tributos de manera equitativa, abarcando impuestos sobre la propiedad, las cortesanas, el comercio y diversas formas de liturgia.

En la década de los cincuenta, el desarrollo se entendió prácticamente como un sinónimo de crecimiento económico e industrialización. El ser humano fue considerado como un factor más de producción, es decir, como un medio para alcanzar un crecimiento económico mayor. El indicador por excelencia del desarrollo fue el ingreso por habitante. Además, se consideró que existía un solo camino al desarrollo y que el modelo a seguir era Estados Unidos. Estas ideas se convirtieron en las dominantes a la hora de hablar del desarrollo de un país.

### **2.3.2. ESTUDIOS PREVIO**

Al llevar a cabo la investigación, se realizó una búsqueda sobre el tema en diversos medios de información, incluyendo proyectos de investigación, artículos, tesis y sitios web, tanto a nivel nacional como internacional, con el fin de recopilar información. En este proceso, se encontraron los siguientes trabajos y artículos de investigación:

## a) Antecedentes Internacionales

### UNIVERSIDADES INTERNACIONALES

Según Espinoza Riera, A. N. y Huiracocha Uyaguari, D.C. (2015). En su tesis de título: “*Análisis del ingreso y recaudación en el sector informal de la ciudad de Cuenca (mercados: 9 de octubre y 10 de agosto) por el período fiscal 2012-2013*” [Tesis de Pregrado Universidad de Cuenca, Ecuador].

Concluyen que:

- El Régimen Impositivo Simplificado denominado, es el sistema de tributación que ha tenido mucha acogida a nivel nacional por parte de los medianos y pequeños empresarios y contribuyentes; este régimen ha propiciado que los contribuyentes cumplan con el pago de sus impuestos y ha contribuido a generar una cultura de acatamiento y voluntariado. (2015, p. 195)

- Las encuestas aplicadas, dieron como resultado un bajo porcentaje de comerciantes formalizados en el Régimen Impositivo Simplificado o en el Régimen General, significando que existe un alto porcentaje de comerciantes que no están pagando sus impuestos de manera puntual y permanente y con ello no contribuyen con el desarrollo y crecimiento del país. (2015, p. 195)

- Los comerciantes de los Mercados: 10 de Agosto y 9 de Octubre, han sido capacitados acerca de sus obligaciones como contribuyentes en los últimos años, no obstante, la posición que tienen la mayoría de contribuyentes para no cumplir con las obligaciones tributarias, indican que poseen poca información sobre el Régimen Impositivo Simplificado (RISE). Más de la mitad de negocios no se encuentran formalizados, consideran que los impuestos son pagos que más bien los perjudican, en su mayoría son negocios antiguos que por costumbre o por poco interés no se legalizan, sin embargo, mediante la investigación realizada se puede decir que las cuotas

mensuales que pagan los contribuyentes RISE son mínimas en comparación con los beneficios que reciben por parte del Estado como son: educación y salud gratuita, subsidios a la energía eléctrica, al gas de uso doméstico, al combustible, obras públicas, etc. (2015, p. 195 - 196)

- Existe también un porcentaje considerable de negocios nuevos que sin conocimiento de sus obligaciones tributarias a cumplir fueron creados ligeramente, por lo que no obedecen a ninguna legislación, es rescatable su predisposición al cambio si les proporcionan capacitación continua sobre todo cuando existan nuevas resoluciones que tengan que ver con el giro del negocio, puesto que temen a la autoridad tributaria, desconocen las leyes, y no desean que les clausuren o apliquen multas a los negocios. (2015, p.196)

- Un gran porcentaje de comerciantes no tienen instrucción académica, lo que trae consigo otros problemas relacionados como el desconocimiento de leyes, de sanciones, de beneficios, destino de los impuestos y que al no tributar están evadiendo los mismos. (2015, p.196)

- Un porcentaje considerable de comerciantes que laboran en los Mercados 10 Agosto y 9 de Octubre que tienen ingresos dentro de un rango de \$0 a \$100 mensuales, generalmente en los giros de: hortalizas, verduras, plantas medicinales y granos cocidos; y los que tienen ingresos dentro de un rango de \$101 a \$500 mensuales, consideran que no deberían pagar impuestos, ya que los ingresos que obtienen son bajos, pero comparando la cuota mensual RISE con los beneficios recibidos por parte del Estado, la alícuota pagada es insignificante. Por ejemplo: Una institución educativa privada cuesta \$100,00 mensuales aproximadamente, pero gracias a la recaudación de tributos por parte del Estado a través del Servicio de Rentas Internas, puede brindar una educación gratuita, beneficio al cual muchos de los contribuyentes de estos mercados tienen acceso y esto comparado con la cuota que pagan según la Tabla No.3 Cuotas RISE que va desde \$1,32 a \$3,96 mensuales según la categoría en la que se encuentren es bajo, frente al beneficio que reciben por

concepto de educación. El contribuyente también tiene acceso a salud gratuita, es además beneficiario de los diferentes subsidios, exoneraciones, bonos, obras públicas: como vías, etc. (2015, p.196 - 197)

- Según lo investigado los comerciantes tienen una mala percepción del cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que así como se les exige a las grandes empresas el pago de impuestos, es también obligación de los pequeños y medianos comerciantes contribuir al desarrollo del país, también se pudo observar que los comerciantes de los mercados piden más atención por parte del Estado, sin tomar en cuenta que para que el Estado cumpla con las exigencias que ellos piden, deben colaborar con sus contribuciones tributarias. (2015, p. 197)

- Es rescatable también señalar que existen comerciantes RISE que se encuentran satisfechos con el pago de las cuotas, pues manifestaron que el pago mensual es mínimo y tienen la facilidad para la cancelación del mismo, así como, se evitan la presentación de las declaraciones tanto del Impuesto a la Renta como del IVA. Además, con las campañas de concientización realizadas por la Administración Tributaria a la ciudadanía para la exigencia de los comprobantes de venta, existen muchos clientes que piden el respectivo comprobante y al estar formalizados pueden otorgarlos, recibiendo beneficios como: el incremento en la captación de consumidores y por ende mayores ventas. (2015, p. 197)

- El Servicio de Rentas Internas con el fin de difundir la Cultura Tributaria, ha venido realizando en los últimos años varias capacitaciones a los comerciantes de estos dos mercados, en donde se les incentiva a la formalización, puesto que, la ley es para todos y al ejercer una actividad económica están obligados a cumplir con las obligaciones tributarias, por lo tanto, la regularización en cualquier de los dos Regímenes no es opcional sino obligatoria. De esta manera los contribuyentes pagan de acuerdo al nivel de ingresos con lo que se obtiene una mayor equidad y

control en su aplicación para lograr una competencia leal y justa en un mercado en el que todos tengan oportunidad de crecer. (2015, p. 197 - 198)

**Comentario:** *La tesis mencionada está vinculada con el presente proyecto de investigación, ya que aborda la falta de cultura tributaria entre los universitarios, atribuida a la ausencia de una adecuada asesoría en el ámbito tributario.*

Según Santillán Silva, M. (2020) en su tesis de título: “*Cultura tributaria en los comerciantes del mercado La Condamine de la ciudad de Riobamba (Ecuador)*” [Tesis de posgrado Instituto Superior Universitario "San Gabriel", Ecuador].

Concluye que:

A partir del análisis de la información recabada en las encuestas aplicadas a los comerciantes del mercado La Condamine de la ciudad de Riobamba (Ecuador), se puede determinar, en primer lugar, que no cuentan con una cultura tributaria debido a su desconocimiento de la ley y de los principios básicos mencionados; por ejemplo, ignoran los requisitos que deben contemplar para que una factura sea válida, entre ellos, que en caso de mantener obligaciones pendientes se le otorga al contribuyente una autorización provisional de 90 días, y si tiene sus obligaciones tributarias al día la autorización es de un año calendario; la identificación exacta del contribuyente, la fecha de caducidad del documento, la forma de pago, el nombre del documento, el número preimpreso en orden cronológico, el detalle de la base imponible, el descuento y los impuestos, y también cómo se deben llenar correctamente los cheques, qué tiempo tienen para hacer efectivos dichos documentos, o las fechas límite para la presentación de sus obligaciones tributarias, lo que

depende del noveno dígito del Registro Único de Contribuyente (ruc) y de la actividad económica que ejecuta. (2020, p. 109)

En segundo lugar, las afectaciones que este desconocimiento causan en el Estado, que se ve imposibilitado de recaudar del sector informal, lo que impacta directamente en el gasto público, por ejemplo, no contar con los fondos suficientes para cubrir necesidades como los servicios sanitarios, educativos, culturales y recreativos, de seguridad y defensa, etc., se convierte en un verdadero reto debido a que con la Ley Orgánica de Simplicidad y Progresividad Tributaria (los pt, 2020), que entró en vigencia desde el 1.º de enero de 2020, el gobierno ecuatoriano esperaba recaudar usd \$620 millones que cubrirían el 12 % del déficit fiscal (Roa, 2020). Sin embargo, no se contaba con la pandemia de covid 19, que provocó que el SRI no alcanzara a cumplir la meta inicial de usd \$13.900 millones, cifras que se están recuperando frente a los primeros meses de la pandemia. Según datos del Ministerio de Finanzas, en noviembre el fisco recaudó usd \$1.031 millones por impuestos, que es el monto más alto desde que el país salió del semáforo en rojo. Además, las arcas fiscales recibieron en noviembre usd \$33 millones más que en el mismo mes de 2019. El reporte diario del sri mostraba hasta ayer, 2 de diciembre de 2020, que el mes pasado se recaudaron usd \$960 millones. Por el cambio de gobierno en febrero de 2021 el gobierno saliente dejó un borrador de reforma tributaria a la siguiente administración. Por su parte, el Fondo Monetario Internacional (El Comercio, 2020) sugiere, entre otros, incrementar en tres puntos el impuesto al valor agregado (i va), revisar algunas exenciones de impuestos para la tercera edad y ampliar la base de los contribuyentes. El Banco Central del Ecuador (BCE, 2020) proyecta que este año la economía caerá entre el 7,3 y el 9,6 %, y el próximo ejercicio se recuperaría en un 3,1 %. Según Finanzas, este año el hueco fiscal estimado es de usd \$7.700 millones (Tapia, 2020).

**Comentario:** *La tesis anterior está conectada con la presente, ya que se aplicaron encuestas a los comerciantes del mercado La Condamine en la ciudad de Riobamba, Ecuador, y destaca que carecen de cultura tributaria debido a su desconocimiento de la ley y de los principios básicos.*

Según Cárdenas López, A.C. (2012, Noviembre). En su tesis de título: *“La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha – Cantón Quito”* [Tesis de Posgrado]. Universidad Politécnica Salesiana, Quito.

Concluye que:

- ✓ La cultura tributaria no se logra de un día para el otro, para ello es necesario un proceso educativo que vaya formando la conciencia del contribuyente y del Estado con respecto a la importancia y necesidad que pueden tener los impuestos para que permitan cubrir las necesidades colectivas. (2012, p. 96)
- ✓ La realidad demuestra que la falta de conocimiento o en su defecto la mala aplicación y desconocimiento de las leyes o normas tributarias, eso sumado a la falta de difusión o del descuido de los contribuyentes, implica que la ciudadanía no conoce sus obligaciones y responsabilidades. (2012, p. 96)
- ✓ Para crear una cultura tributaria se debe actualizar los conocimientos de los contribuyentes y de esta manera se reducirían las brechas fiscales. (2012, p. 96)
- ✓ Es importante recordar a los contribuyentes que evitar o evadir el pago de impuestos, multas e intereses la Administración Tributaria si lo requiere puede realizar una revisión de las declaraciones y está en la facultad de hacer una reliquidación de sus

pagos y tendrá que cancelar el impuesto con los intereses y multas respectivos hasta la fecha que cumpla con el pago. (2012, p. 96)

- ✓ Existe un alto porcentaje de encuestados que manifiesta que los impuestos sirven para el beneficio del país. Consecuentemente, en la actualidad, el gobierno del Econ. Rafael Correa ha implementado diversas políticas para mejorar el sistema tributario y asegurar que los recursos recaudados se utilicen de manera eficiente y en beneficio del desarrollo nacional. Ha realizado diversas inversiones de carácter social en beneficio de todos los ciudadanos, por lo tanto, se deben tomar las acciones para que los contribuyentes tomen conciencia y cumplan con sus obligaciones tributarias. (2012, p. 97)
- ✓ Las personas encuestadas en la ciudad de Quito, alegan el desconocimiento, descuido, falta de tiempo como causas para el incumplimiento de sus obligaciones tributarias, como es la de obtener el RUC y emitir un comprobante de venta por las transacciones efectuadas, por lo tanto, están realizando actividades económicas en forma ilegal y están evadiendo impuestos. (2012, p. 97)
- ✓ Las personas encuestadas se informan sobre temas tributarios a través de la prensa, televisión, radio, lo que estaría fomentando la cultura tributaria y al estar informados y conscientes de sus derechos y de sus obligaciones, serán contribuyentes honestos. (2012, p. 97)

**Comentario:** *La tesis mencionada revela que la cultura tributaria es un aspecto clave relacionado con la conciencia tributaria tanto del contribuyente como del Estado. Además, el desconocimiento de las leyes o normas tributarias significa que la ciudadanía ignora sus obligaciones y responsabilidades.*

Según Chicas Zea, M. (2011, Marzo). En su tesis de título: “*Propuesta para crear una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala*” [Tesis Posgrado, Universidad de San Carlos de Guatemala]. usó como técnicas de investigación la encuesta y observación; entre sus principales conclusiones, tenemos:

1. Como consecuencia de la inexistente o equivocada cultura tributaria, se evidencia el desconocimiento y desinterés de la población guatemalteca hacia el correcto y oportuno pago de impuestos. (Chicas, 2011, p. 90).

2. La mínima capacidad instalada para impartir educación y los problemas de acceso a los centros de capacitación regionales, entre otras causas, hacen que la cultura tributaria sea casi nula en la mayoría de la población, principalmente en las áreas rurales. (2011, p. 90)

3. Por la dispersión geográfica y diversidad de públicos objetivos, el análisis de las estadísticas tributarias, será una fuente de información valiosa para el Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC). (Chicas, 2011, p. 90).

4. Si bien es cierto que la cultura tributaria no tiene una relación directa con la recaudación, el fin último de la unidad móvil es divulgar la cultura tributaria para contribuir a incrementar la recaudación y de esta manera proveer al Estado de los ingresos requeridos para financiar –entre otros- el gasto social y las inversiones en infraestructura, colaborando así con el desarrollo sostenible del país. (2011, p. 90)

5. Es de vital importancia continuar con estrategias de capacitación e información para incidir de manera positiva en la conformación de una cultura tributaria que señale la evasión como práctica nociva y que valore positivamente el cumplimiento tributario. (Chicas, 2011, p. 90).

*Comentario: Una propuesta relevante es la creación de una unidad móvil, que resultaría especialmente útil en áreas rurales. Esta unidad podría proporcionar capacitación en cultura tributaria a comerciantes y dueños de pequeños negocios que a menudo no están informados sobre cómo cumplir con sus obligaciones tributarias. Esta iniciativa ayudaría considerablemente a mejorar el conocimiento sobre el pago de tributos y a fomentar una mayor cultura tributaria en estos sectores.*

## b) Antecedentes Nacionales

### UNIVERSIDADES NACIONALES:

Según Laura Carita, N. S. (2018) en su tesis de título: *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la plataforma Andres Avelino Caceres caso: mercado “Virgen de fátima”- 2016* [Tesis pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa].

Concluye que:

PRIMERA: De los resultados obtenidos, sobre la influencia que tiene la cultura tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias es directa o positiva de nivel bajo al 99%, según (tabla 11)., Es decir, en la tabla antes mencionada se refleja el incumplimiento de los comerciantes con sus obligaciones con el Estado, al tener un menor grado de cultura tributaria. (2018, p. 98)

SEGUNDA: El grado de cultura tributaria en los comerciantes del mercado “Virgen de Fátima” es “bajo” a nivel general con un 60.7% de ausencia de conocimientos de los tributos que pagamos al estado (tabla 13), difiriendo este resultado en los de grado de instrucción universitaria con un 88.9% de nivel medio de conocimientos de cultura tributaria, así mismo la población que se encuentra en el Régimen General con un 84% se encuentra en grado ‘medio’. (2018, p. 98)

TERCERA: El grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes en su mayoría no formalizados del mercado “Virgen de Fátima” es ‘bajo’ a nivel general con un 81.4% (tabla 18), difiriendo este resultado en los comerciantes que están en el RUS 100% y el Régimen general con un 64% , los cuales están ubicados en el nivel medio respecto al inscribirse en el RUC, emitir y entregar comprobantes de pago, llevar libros de contabilidad, presentar la

declaración jurada, trasladar bienes con guía de remisión, informar y actualizar datos ante la SUNAT y permitir el control de la SUNAT. (2018, p. 98)

CUARTA: La microempresa Comercial Los Amigos acogida al Régimen General paga dos impuestos. El impuesto General a las Ventas (indirecto) con una tasa del 18%. El impuesto a la Renta (directo), con un coeficiente que se obtiene de las utilidades que genero el negocio siendo 1.55% y 1.68% para enero – febrero y marzo y diciembre respectivamente; así mismo al Impuesto a la Renta anual se aplicó una tasa del 29.5%. (2018, p. 98)

De acogerse al Nuevo RUS; no podría debido a que sus montos de ingresos y compras superan los montos de las categorías 1 y 2. Así mismo de acogerse al Régimen Especial o Régimen Mype Tributario; pagaría dos impuestos. El impuesto General a las Ventas con una tasa del 18%. El impuesto a la Renta; en este impuesto de estar en el Régimen Especial se aplica un coeficiente de 1.5% a los ingresos mensuales en cambio en el Régimen Mype Tributario se aplicaría un coeficiente de 1% siempre y cuando no superen sus ingresos netos anuales las 300 UIT; además para la Renta anual será de acuerdo a las tasas progresivas y acumulativas aplicando una tasa del 10% hasta 15 UIT. (2018, p. 98)

QUINTA: El régimen tributario más recomendable para una empresa depende de varios factores; giro del negocio, nivel de ventas, tipo de empresa, cantidad de trabajadores, entre otros. Por tanto, se debe analizar cada caso de acuerdo a los factores; es preciso mencionar que el Nuevo RUS es el más económico con respecto a la carga impositiva; pero tiene varias limitaciones entre ellas no llevar libros contables, no pueden emitir facturas y no presentan declaración anual; por lo que no podrán tener una buena información financiera; como se efectúa en Régimen Mype Tributario y Régimen General. (2018, p. 98)

*Comentario: En la tesis anterior se puede observar que hay una relación directa entre la cultura tributaria y el incumplimiento de los comerciantes respecto a sus obligaciones con el Estado, dado que poseen un menor grado de cultura tributaria.*

Según Mendoza Zelada, N. C. (2019) en su tesis de título: “*Causas de la evasión tributaria de los comerciantes mayoristas de abarrotes ubicados en el distrito de Cajamarca y su incidencia en la recaudación – año 2015*” [Tesis Posgrado Universidad Nacional de Cajamarca].

Concluye que:

- Para Mendoza “El análisis de los datos permitió conocer una de las causas de la evasión tributaria en los comerciantes mayoristas de abarrotes se debe al deseo de generar mayor utilidad.” (2019, p. 43).
- En el análisis de datos permitió determinar que uno de los factores de la evasión tributaria en los comerciantes mayoristas de abarrotes es por falta de cultura tributaria. (2019, p. 43).
- Se ha establecido en los datos obtenidos que las sanciones impuestas por la Administración Tributaria no son suficientes para combatir la evasión tributaria. — La mayoría de comerciantes (54.7%) se dedican al comercio de abarrotes más de 5 años, el 82.6% no reciben capacitación tributaria por parte de la SUNAT y el 68,6% considera excesivos los impuestos cobrados por el Estado. (2019, p. 43).
- El 40,7% de encuestados indicaron que su nivel de ventas diarias promedio oscila entre 5001 y 10 000 soles, además el 43% manifestaron que el monto promedio de sus ventas mensuales declaradas varía entre 30 001 a 70 000 soles y el 44,2% de comerciantes

encuestados indicaron que el porcentaje de emisión de comprobantes de pago es de entre 41% a 80% del porcentaje de sus ventas mensuales. (2019, p. 43).

- El 64% de comerciantes encuestados indicaron que una de las causas de la evasión tributaria se debe al deseo de generar mayor utilidad o ingreso, el 57% indicaron que el acogimiento a regímenes que no les corresponde es por falta de información y además el 66,3% precisaron que uno de los factores de la evasión de impuestos es por falta de cultura tributaria. (2019, p. 43).
- Del total de encuestados el 94,2% manifestaron que el nivel de ingresos por recaudación fiscal permite mejorar la capacidad redistributiva (redistribución de los fondos) del Estado, el 66,3% indicaron que Las sanciones impuestas por la Administración Tributaria (SUNAT) es suficiente para combatir la evasión tributaria y también el 90,7% de comerciantes encuestados indicaron que la evasión de impuestos afecta la recaudación tributaria en el país. (2019, p. 44).

**Comentario:** *La tesis anterior está vinculada a la presente, ya que uno de los factores que contribuyen a la evasión tributaria entre los comerciantes mayoristas de abarrotes es la falta de cultura tributaria.*

Según Choque Durán , I. A. (2023) en su Tesis de título: “ *Los regímenes tributarios y el cumplimiento tributario en el Perú, 2020-2022*” [Tesis Pregrado Universidad Nacional Mayor de San Marcos Universidad del Perú. Decana de América].

Concluye que:

1. Se concluye que los Regímenes Tributarios vigentes en el Perú están diseñados para cubrir las necesidades desde los pequeños hasta los grandes contribuyentes incluyendo a personas naturales y jurídicas ya que se toma en cuenta las características de los distintos contribuyentes, estos regímenes cumplen un rol importante en la promoción de la formalización, el desarrollo y crecimiento empresarial, pero se debe tener en cuenta que la aplicación y diseño de estos son fundamentales para mantener un sistema tributario justo y eficiente (2023, p. 84).

2. Respecto a la vinculación entre el Régimen General y el Régimen Mype tributario con la recaudación de impuestos se determina que estos 2 grandes regímenes si bien no concentran el mayor número de contribuyentes, recaudan la mayor cantidad de impuestos. Por otro lado, observó que posterior a la creación del Régimen Mype tributario en el año 2016 un gran número de contribuyentes del Régimen General migraron a este régimen para tener ventajas en cuanto a sus obligaciones y responsabilidades (2023, p. 84).

3. Se concluye que el Nuevo Régimen único Simplificado y el Régimen Especial de Renta contribuyen a la ampliación de la base tributaria, al igual que en países de América Latina la creación de los regímenes simplificados es una herramienta fundamental para reducir la informalidad e inculcar el cumplimiento tributario voluntario desde que las empresas son pequeñas. Desde la creación de estos 2 regímenes tributarios se ha visto un incremento progresivo que mantiene a lo largo del tiempo. (2023, p. 84).

**Comentario:** *Esta tesis proporcionará una base para analizar aspectos relacionados con los regímenes tributarios y evaluar el cumplimiento tributario que se presenta en el Perú.*

Según Choy Zevallos, M. L. (2011) en su Tesis de Título: *“El sector informal y la evasión tributaria en el Perú”*. [Tesis Posgrado, Universidad Alas Peruanas.]

Concluye que:

1. El sector informal, asociado al comercio ambulatorio y actividades de producción no registradas oficialmente, origina implicancias negativas para el crecimiento económico de un país, siendo causa de la reducción de la base impositiva y evasión tributaria e impidiendo un financiamiento sostenible de bienes públicos y de protección social. (2011, p. 166)
2. Los resultados de las encuestas confirman que existe informalidad y evasión tributaria, ante la pregunta a los encuestados si están inscritos en el RUC, el 81 % contestó no encontrarse inscrito en el RUC y el 19% estar inscrito. (2011, p. 166)
3. El comercio informal, comprendido por comerciantes que no están registrados ante la Superintendencia de la Administración Tributaria (SUNAT), afecta al Sistema Tributario a consecuencia de la evasión del impuesto general a las ventas, que se produce en el momento en que los comerciantes del sector informal realizan transacciones mercantiles, y perciben el monto de los impuestos contenidos en el

valor de las mercaderías, pero no trasladan a las cajas de la Administración Tributaria, porque no son sujetos de la obligación formal. (2011, p. 166)

4. Para Choy: “El resultado de las encuestas respecto al impuesto general a las ventas, confirman en un 72% que el impuesto la tasa que se aplica es injusta, en tanto sólo un 19% señala lo contrario.” (2011, p. 166)
  
5. La industria informal, comprendida principalmente por el industrial que se dedican de una manera completamente ilegal al desarrollo de alguna actividad manufacturera y no registra oficialmente sus ingresos ni los declara, afecta la recaudación del impuesto a la renta en nuestro país, porque no traslada a la caja fiscal de la Administración Tributaria por no estar identificados como sujetos de obligación formal. (2011, p. 166)
  
6. El resultado de las encuestas señala que existe evasión del impuesto a la renta, al responder los encuestados en un 47% que deja de pagar el impuesto a la renta y un 45% señala a veces, el mínimo porcentaje de 8% señala que nunca deja de pagar el impuesto a la renta. (2011, p. 166)

**Comentario:** *De la tesis anterior se puede concluir que el comercio informal, que incluye a los comerciantes no registrados ante la Superintendencia de la Administración Tributaria (SUNAT), tiene un impacto negativo en el Sistema Tributario debido a la evasión del impuesto general a las ventas.*

Según Marquina Cruzado, C. J. (2014) en su Tesis de Título: “*Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales SUNAT – Intendencia Lima en el periodo 2013*” [Tesis Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo - Perú]

Concluye que:

1. El conocimiento de los contribuyentes del cercado de Lima verificados por la Administración Tributaria –Intendencia Lima, respecto al cumplimiento de sus obligaciones formales es deficiente y tiene incidencia en los resultados de la verificación de manera negativa para el contribuyente. (2014, p. 74)
2. Para Marquina: “El grado de cultura con respecto al cumplimiento de sus obligaciones formales de los contribuyentes del cercado de Lima es Débil y es percibido como falta de difusión y/o capacitación por parte de la SUNAT.” (2014, p. 74)
3. En la mayoría de los casos el motivo de la infracción cometida por los contribuyentes, es originada frecuentemente por llevar con atraso mayor al permitido por las normas vigentes los Libros y/o Registros contables y por no exhibir la información solicitada. Siendo este último de doble efecto, ya que a pesar de ser multados también es sancionado por la vía administrativa con el Ingreso a recaudación de la cuenta de detracciones. (2014, p. 74)
4. La falta de cultura y/o conocimiento de los contribuyentes del cercado de Lima sobre el cumplimiento de sus obligaciones formales, incide Negativamente en la situación economía del contribuyente e indirectamente en la recaudación fiscal, ya que permite a la

Administración tributaria cumpla con sus objetivos institucionales (presión tributaria 17% PBI). (2014, p. 74)

*Comentario: De la tesis anterior se puede deducir que es importante mejorar el cumplimiento de las obligaciones y aumentar el conocimiento de los comerciantes sobre la cultura tributaria, así como su impacto en la recaudación nacional.*

Según Torres Carrera, L. E. (2021, mayo) en su Tesis de Título: “*Los regímenes tributarios y la formalización de los contribuyentes mypes en el Perú, período 2019.*” [Tesis Posgrado, Universidad Nacional del Callao.Lima-Perú]

Concluye que:

- Respecto a la hipótesis específica 1, se demostró que los regímenes tributarios contribuyen favorablemente en el cumplimiento tributario de los contribuyentes Mypes en el Perú, período 2019, debido a que dichos regímenes ayudan a clasificar a los contribuyentes de acuerdo a sus ingresos anuales. También se demostró con la aplicación de la prueba de chi-cuadrado que existe una relación alta y con un nivel de significación es menor a 0.05 ( $0.013 < 0.05$ ) demostrando la relación entre los regímenes tributarios y el cumplimiento tributario. (2021, p. 111)
- Respecto a la hipótesis específica 2, se demostró que los regímenes tributarios contribuyen favorablemente con solicitar los requisitos para pertenecer a un régimen a los contribuyentes Mypes en el Perú, período 2019, debido a que para pertenecer a uno de los cuatro regímenes vigentes se necesitan cumplir con los requisitos exigidos por la administración tributaria. También se demostró con la aplicación de la prueba de chi-cuadrado que existe una relación alta y con un nivel de significación es menor a 0.05

(0.000. < 0.05) demostrando la relación entre los regímenes tributarios y solicitar los requisitos para pertenecer a un régimen. (2021, p. 111)

- Respecto a la hipótesis específica 3, se demostró que los regímenes tributarios contribuyen favorablemente en la recaudación tributaria de los contribuyentes Mypes en el Perú, período 2019, debido a que la implementación de los cuatro regímenes ayuda a la formalización de emprendedores que están trabajando dentro de la informalidad, incrementando la recaudación tributaria. También se demostró con la aplicación de la prueba de chi-cuadrado que existe una relación alta y con un nivel de significación es menor a 0.05 ( $0.001 < 0.05$ ), demostrando la relación entre los regímenes tributarios y la recaudación tributaria. (2021, p. 111)

Respecto a la Hipótesis General, Los regímenes tributarios contribuyen favorablemente en la formalización de los contribuyentes Mypes en el Perú, período 2019. Se demostró la hipótesis general debido a que la inscripción de los contribuyentes en cualquiera de los regímenes vigentes según el nivel de ventas, los formaliza beneficiándolos y generando nuevas oportunidades de crecimiento. También se demostró con la aplicación de la prueba de chi-cuadrado que existe una relación alta y con un nivel de significación es menor a 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), demostrando la relación entre los regímenes tributarios y la formalización. (2021, p. 111)

*Comentario: La tesis anterior servirá para respaldar aspectos relacionados con los regímenes tributarios y la formalización de los contribuyentes de las micro y pequeñas empresas (mypes).*

Según Guardia Salas , S. (2021) en su tesis de Titulo: “*Relación de la cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta en un grupo de contribuyentes del mercado de abastos de la ciudad de Tingo María.*” [Tesis Posgrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco – Perú.]

Concluye que:

1. Los resultados hallados confirman el objetivo principal de la investigación, en el cual la cultura tributaria incide en la recaudación del impuesto a la renta en un grupo de contribuyentes del mercado de abastos de la ciudad de Tingo María, con un nivel de correlación positiva moderada ( $r=0.354$ ) y un nivel de significancia de (0.000), el cual explica que la cultura tributaria es una variable significativa para mejorar la recaudación del impuesto a la renta. (2021, p. 66)

2. Se ha evidenciado una relación media o moderada ( $r=0.286$ ) entre la dimensión cognitiva y la recaudación del impuesto a la renta, debido a que los contribuyentes conocen a medias los aspectos tributarios, tales como la importancia de los impuestos, las obligaciones que tienen, reconocimiento de la importancia de los comprobantes de pago y la oportunidad del pago de acuerdo con las características que dicta la SUNAT. (2021, p. 66)

3. En lo que respecta a la relación de la dimensión afectiva con la recaudación del impuesto a la renta, se obtuvo una correlación moderada ( $r=0.196$ ), el cual se explica que los contribuyentes requieren mejorar su actitud valorativa respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias. (2021, p. 66)

4. Los resultados han demostrado la existencia de relación entre la dimensión conductual y la recaudación del impuesto a la renta en un nivel moderado ( $r=0.407$ ), por lo que se requiere generar en los contribuyentes una conducta responsable hacia el cumplimiento de sus obligaciones

tributarias. Vale decir, de manera concientizada y voluntaria, más no coercitivamente. (2021, p. 66)

*Comentario: De acuerdo con la tesis anterior, se establece que la cultura tributaria es una variable clave para aumentar la recaudación del impuesto a la renta entre un grupo de contribuyentes del mercado de abastos de la ciudad de Tingo María.*

### UNIVERSIDADES PRIVADAS:

Según Rojas Arenas , Y. M. (2017). en su tesis de Titulo: “*La evasión tributaria en las empresas de transporte interprovincial de pasajeros y su incidencia en la recaudación fiscal – Perú – 2016*”[Tesis Pregrado, Universidad de San Martín de Porres Lima-Perú]

Concluye que:

1. La evasión tributaria en el sector transporte de pasajeros tiene diferentes factores que son determinantes; el precio de ser legal, cultura tributaria, el nivel de presión tributaria, y “las formalidades”, éste último, que en muchos casos exceden de lo regular, con procedimientos excesivos y complicados, lo que generan demasiada burocracia haciendo más difícil el camino hacia la formalidad. (2017, p. 53)

2. La existencia de datos e información nos ayudan a mejorar el sistema de recaudación y adecuarlo a la realidad, de esa manera, verificaremos en donde se encuentran los foros que determinan una gran evasión de impuestos, su influencia y sus características los que ocasionan disminución en el nivel de fondos que maneja el gobierno. (2017, p. 53)

3. Para Rojas “Contar con la suficiente información pertinente y oportuna permitirá conocer que el ocultar bienes o ingresos para pagar menos impuestos, determinan el nivel de recaudación fiscal.” (2017, p. 53)

*Comentario: La tesis anterior está conectada con la nuestra, ya que señala que la evasión tributaria tiene varios factores determinantes, y uno de ellos es la cultura tributaria.*

Según Bayona Zapata, L. A. (2020) en su tesis de Título: “*La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos en el mercado modelo, Chiclayo, 2018.*” [Tesis Pregrado, Universidad Señor Sipán, Pimentel-Perú].

Concluye que:

1. Con una alta cultura tributaria, con informarse bien sobre las obligaciones tributarias que tiene cada pequeño y micro empresario. La recaudación de impuestos sería más efectiva ya que es la base del sostenimiento del país, el comerciante quiere cancelar, pero hay un sobre costo, una empresa que sea formal hay más garantía de éxito ya que llevaría una contabilidad ordenada. (2020, p. 52)

2. Culturizarse tributariamente no es costoso y no requiere una gran inversión. A través del SATCH, se puede acceder a capacitaciones que ayudan a determinar el régimen tributario que corresponde y a calcular los impuestos a pagar. Esto permite a los contribuyentes conocer y cumplir adecuadamente con sus obligaciones fiscales sin incurrir en gastos significativos. (2020, p. 52)

3. Si en el aporte de los recursos son usados correctamente, otros de los factores que influyen se encuentra en la desconfianza en los gobiernos y en la corrupción, solo un 40 % estaban en el régimen tributario entre el Nuevo Rus, Régimen Especial mientras que los demás no opinaba. (2020, p. 52)

4. La fiscalización influye eficazmente en la recaudación. Se ha propuesto un plan de capacitación para mejorar la cultura tributaria en el mercado Modelo y así poder enriquecer su conocimiento tributario y disminuir la desmotivación que sienten los comerciantes para cumplir con sus obligaciones tributarias. (2020, p. 52)

***Comentario:*** *La tesis anterior está vinculada al presente trabajo de investigación, ya que señala que una elevada cultura tributaria puede conducir a una recaudación de impuestos efectiva.*

Según Aguinaga Risco , R. D. y Galvez Bernal , L. (2020, Agosto) en su tesis de Titulo: *La Cultura Tributaria y su Impacto en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de las PYME's del Sector Restaurantes en San Isidro y Miraflores en el Periodo 2018.* [Tesis Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima -Perú].

Concluyen que:

Los resultados obtenidos, demostraron que no existe mayor relación entre la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los empresarios. Esto responde principalmente a la situación actual por la que atraviesa nuestro país. Bajo un contexto de pandemia, nunca antes acontecido, que ha conllevado al cierre y a la adaptación de muchas empresas hacia nuevos modelos de negocio, sitúa a los empresarios ante una realidad que los conduce hacia un objetivo claro, el de supervivencia. En tal sentido, el presente estudio observo

que, en su gran mayoría no están dando la debida atención a aspectos relacionados a la cultura tributaria. Dichos resultados se vieron reflejados en las respuestas vertidas por parte de los administradores de los restaurantes seleccionados para la muestra. (2020, p. 125)

A nivel de conocimiento tributario, se observó que, en relación a lo conversado con los expertos, existe una clara deficiencia por parte de muchos administradores y responsables de negocio. Por otro lado, las encuestas reflejaron que en el momento en que se realizó el estudio, se encontraban en plena reactivación económica, motivo por el cual, muchos desconocían las implicancias a nivel tributario que conllevaba dicha situación. Tal situación conlleva a pensar que la SUNAT, hasta el momento en que se llevó a cabo las encuestas, no están tomando las medidas pertinentes a nivel de mecanismos de información y capacitación acerca de las nuevas medidas adoptadas como parte de la coyuntura por la que atraviesa el país. (2020, p. 125)

A su vez, cabe señalar, que existe contraposición entre lo que perciben los expertos y aquello que se evidencia en la realidad, en relación con los valores tributarios. En dicho sentido, los expertos manifiestan la importancia de desarrollar, en las nuevas generaciones, unos sólidos valores tributarios de los que carecen muchos contribuyentes en la actualidad; sin embargo, las encuestas reflejaron lo opuesto. Esto se atribuye fundamentalmente a que, en el momento de llevarse a cabo el estudio y la crisis vivida por la pandemia, muchos de los encuestados tenían un alto grado de inseguridad al responder; dado que, sentían temor de que estén siendo fiscalizados por SUNAT, bajo un contexto de investigación universitaria. Dicha incertidumbre fue reforzada por las actuales noticias que ponían en evidencia inspecciones inopinadas por parte de la administración tributaria. (2020, p. 125)

Además, analizando la relación entre las creencias tributarias y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones por parte de los empresarios, se evidenció que no existe mayor relevancia entre

las dos variables. La explicación a dicho hallazgo es lo cautelosos que estaban siendo los encuestados al proporcionar sus respuestas, la misma razón descrita en el párrafo anterior. Sin embargo, para los expertos, existe un mal manejo de los fondos recaudados que se percibe en una clara deficiencia de la calidad en los servicios públicos y pocas oportunidades de desarrollo. (2020, p. 125)

Finalmente, se concluye que la coyuntura bajo la cual se desarrolló la presente investigación se vio limitada hasta cierto punto; dado que, los encuestados no disponían de mucho tiempo para reflexionar en sus respuestas, sentían mucho temor de estar siendo fiscalizados por SUNAT y estaban más enfocados en dar una buena impresión que en responder realmente lo que pensaban. (2020, p. 125)

**Comentario:** *La tesis anterior nos indica que no hay una relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los empresarios, ya que la investigación se llevó a cabo en 2020, cuando el país estaba en medio de la pandemia de COVID-19.*

Según Del Maestro Chanamé, L. M. y Zapata Vera, K. I. (2021) en su tesis de Título: *La cultura tributaria de los contribuyentes de la asociación de trabajadores de ventanilla y su relación con la recaudación tributaria.* [Tesis Pregrado, UCH Universidad de Ciencias y Humanidades., Los Olivos, Lima Perú]

Concluyen que:

1. Partiendo de los resultados obtenidos de la investigación realizada a los participantes de la Asociación de Trabajadores del distrito de Ventanilla se puede afirmar que la conciencia tributaria de los contribuyentes se relaciona con la recaudación tributaria dado que, si los contribuyentes son

responsables con la cancelación de sus impuestos, evitarán las faltas y multas que les puede imponer la SUNAT, lo que traerá consecuencias positivas, como las mejoras de las localidades donde habitan. (2021, p. 34)

2. Se determinó que la educación tributaria se relaciona con la recaudación tributaria, pues si los contribuyentes reciben capacitaciones y charlas sabrán cuáles son los tributos a los que están acogidos, por lo que cumplirán con las obligaciones tributarias de forma adecuada, logrando así que la recaudación tributaria beneficie a la sociedad y al crecimiento del país. (2021, p. 34)

3. Con mención en los efectos que otorgó el análisis se puede mencionar que la cultura tributaria se relaciona con la recaudación tributaria, porque si los contribuyentes tienen un buen nivel de cultura tributaria se erradicarán las prácticas tributarias indebidas, logrando así que se pueda ejecutar con las obligaciones que el Estado tiene con la sociedad. (2021, p. 34)

***Comentario:** La tesis precedente nos indica que la cultura tributaria se relaciona con la recaudación tributaria, porque si los contribuyentes tienen un buen nivel de cultura tributaria se erradicarán las prácticas tributarias indebidas.*

Según Terrones Mejía, D.J. (2021, Junio) en su tesis de Título: *Cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los microempresarios ubicados en el boulevard del cuero del distrito de Villa El Salvador - 2020* [Tesis Pregrado, Universidad Autónoma del Perú].

Concluye que:

En la investigación realizada se ha comprobado que la hipótesis general obtiene como resultado un nivel de significancia de Rho Spearman de 0.000 el cual es menor a 0.05, es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, que indica que la cultura tributaria se

relaciona de manera significativa con las obligaciones tributarias. Asimismo, se muestra el coeficiente de correlación de 0.840 siendo positiva considerable. Todo esto se explica porque si hubiera una adecuada cultura tributaria muchos de los comerciantes y microempresarios cumplirían fielmente y voluntariamente con todas sus obligaciones tributarias, teniendo conocimiento de que la Sunat como recaudadora informe de los beneficios que esto trae. (2021, p. 87)

Se ha comprobado que la primera hipótesis específica obtiene como resultado un nivel de significancia de Rho Spearman de 0.000 el cual es menor a 0.05, es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, que indica que la cultura tributaria se relaciona de manera significativa con el pago de los tributos. Asimismo, se muestra el coeficiente de correlación de 0.863 siendo positiva considerable. Todo esto se explica porque si los microempresarios cuentan con una adecuada cultura tributaria, realizarían el pago de sus tributos a la Sunat, con conocimiento del impuesto general a las ventas, así como el impuesto a la renta y contribuir a Essalud de manera voluntaria. (2021, p. 87)

Se ha comprobado que la segunda hipótesis específica obtiene como resultado un nivel de significancia de Rho Spearman de 0.000 el cual es menor a 0.05, es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, que indica que la cultura tributaria se relaciona de manera significativa con la emisión de comprobantes. Asimismo, se muestra el coeficiente de correlación de 0.792 siendo positiva considerable. Todo esto se explica porque si los microempresarios a través de una adecuada cultura tributaria, sabrían que deben realizar la emisión de comprobantes, como lo son emitir las facturas, boletas al realizar cada venta o compra. . (2021, p. 87)

Se ha comprobado que la tercera hipótesis específica obtiene como resultado un nivel de significancia de Rho Spearman de 0.000 el cual es menor a 0.05, es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, que indica que la cultura tributaria se relaciona de manera significativa con la declaración de impuestos. Asimismo, se muestra el coeficiente de correlación de 0.764 siendo positiva considerable. Todo esto se explica porque a través de una cultura tributaria, los microempresarios sabrían que deben realizar y cumplir con la declaración de impuestos como lo son las declaraciones mensuales, la declaración anual entre otras declaraciones tributarias a Sunat. (2021, p. 88)

***Comentario:** La tesis anterior es relevante porque señala que la cultura tributaria está significativamente relacionada con las obligaciones tributarias, así como con la emisión de comprobantes.*

Según Quispe Quispe, M. L. y Ynchicsana Herrera, Y. (2023) en su tesis de Título: *Evasión tributaria y la informalidad en los comerciantes mayoristas del mercado Huancaro, Cusco 2023* [Tesis Pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima Perú].

Concluyen que:

1. Se concluye que la evasión tributaria se relaciona con la informalidad en los comerciantes mayoristas del Mercado Huancaro, Cusco 2023, de manera directa, fuerte y positiva ya que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0.787, esto a raíz de que una de los principales efectos de la informalidad es la evasión tributaria, que luego se traduce en informalidad laboral y en falta de recursos económicos para la ejecución de obras públicas. (2023, p. 27)

2. Se concluye que la relación entre la recaudación tributaria y la informalidad en los comerciantes mayoristas del Mercado Huancaro, Cusco 2023, es directa, fuerte y positiva porque se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0,791 que muestra que los bajos niveles de recaudación tributaria se relacionan con la informalidad que existe. (2023, p. 27)

3. Se concluye que la fiscalización tributaria y la informalidad en los comerciantes mayoristas del Mercado Huancaro, Cusco 2023, es directa, positiva y débil, ello porque se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0,291, esto debido a que pese a los esfuerzos de fiscalización llevados a cabo por la SUNAT la informalidad persiste. (2023, p. 27)

4. Se concluye que el incumplimiento tributario y la informalidad en los comerciantes mayoristas del Mercado Huancaro, Cusco 2023, se relacionan de manera directa, positiva y moderada ya que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0,726, que demuestra que una de las principales acciones que tienen los comerciantes al ser informales es el incumplimiento tributario. (2023, p. 27)

5. Se concluye que la relación entre la evasión tributaria y la informalidad empresarial en los comerciantes mayoristas del Mercado Huancaro, Cusco 2023, según el coeficiente de correlación de Spearman es de 0,627, que significa que la relación es positiva, directa y moderada, ya que producto son los comerciantes que tienen negocios pequeños uno de los principales grupos informales en la región y son los que comenten evasión tributaria. (2023, p. 27)

6. Se concluye que la relación entre la evasión tributaria y la informalidad laboral en los comerciantes mayoristas del Mercado Huancaro, Cusco 2023 es directa, positiva y fuerte, ya que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0,813 ya que uno de los principales efectos de la informalidad se aprecia al no registrar a los trabajadores en planillas ni darles las condiciones adecuadas para trabajar. (2023, p. 28)

**Comentario:** La tesis anterior se vincula con la nuestra, ya que aborda la limitada cultura tributaria de los comerciantes mayoristas del Mercado Huancaro, lo que resulta en su incumplimiento de las obligaciones tributarias establecidas por la SUNAT.

### c) Antecedentes Locales

#### UNIVERSIDADES LOCALES

Según Andia Ovalle, M. S. y Huallpa Aguirre, T. (2024) en su tesis de Título: *Cultura tributaria y su incidencia para prevenir la evasión tributaria de los comerciantes del centro comercial confraternidad, periodo 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Perú].

Concluyen que:

Se cumplió con el objetivo de determinar de qué manera la cultura tributaria influye en la prevención de la evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Confraternidad, periodo 2022, obteniendo los siguientes resultados, según la tabla N° 4 y figura N° 5 después de realizada la encuesta a 45 comerciantes del Centro Comercial Confraternidad, el 60% indica que, si es necesario la recaudación de tributos para el beneficio y progreso del país, el 18% indica que casi siempre pero también indican que no se ve progreso que en muchas oportunidades el dinero no es correctamente utilizado. (2024, p. 74)

Se cumplió con el objetivo de determinar de qué manera la conciencia tributaria influye en la prevención de la evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Confraternidad,

periodo 2022, obteniendo los siguientes resultados, según la tabla N° 1 y figura N° 2 después de realizada la encuesta a 45 comerciantes del Centro Comercial Confraternidad, el 47% indico que siempre se siente comprometido a pagar sus tributos voluntariamente, el otro 27% indica que casi siempre y el 9% casi nunca, entonces podemos concluir que aún una gran mayoría de contribuyentes no se sienten comprometidos con el pago de impuestos. (2024, p. 74)

Se cumplió con el objetivo de determinar de qué manera la educación tributaria influye en la prevención de la evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Confraternidad, periodo 2022, obteniendo los siguientes resultados, según la tabla N° 8 y figura N° 9 después de realizada la encuesta a 45 comerciantes del Centro Comercial Confraternidad, el 38% indica no conocer cuáles son las sanciones por no entregar comprobantes de pago, establecidas por la ley, el otro 24% indica que, si tiene conocimiento de las multas por no entregar comprobantes de pago, entonces podemos concluir que aún hay desconocimiento por parte de los comerciantes. (2024, p. 74)

Se cumplió con el objetivo de determinar de qué manera la cultura tributaria influye en la conducta del contribuyente para prevenir la evasión tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Confraternidad, periodo 2022, obteniendo los siguientes resultados, según la tabla N° 9 y figura N° 10 después de realizada la encuesta a 45 comerciantes del Centro Comercial Confraternidad, el 47% indica que siempre cumple con el pago de sus obligaciones tributarias puntualmente, el otro 24% indica que casi siempre y el 29% indica que a veces realiza el pago puntualmente. (2024, p. 75)

***Comentario:*** De la tesis anterior se puede resaltar la importancia de la educación tributaria, ya que esta puede prevenir la evasión fiscal entre los comerciantes del Centro Comercial Confraternidad.

Según Nina Ortega , S. (2018) en su tesis de Título: “*El desarrollo organizacional en el centro de abastos vinocanchon del distrito de san jerónimo año 2018*” [Tesis Pregrado,Universidad Andina del Cusco, Perú]

Concluye que:

1. El Desarrollo Organizacional en el centro de abastos de Vinocanchón del distrito de San Jerónimo es regular con un promedio de 3.13, esto indica que el desarrollo organizacional no es el adecuado, los socios en cierta manera tratan de trabajar en forma conjunta y asertiva, existe una adecuada convivencia e integración en los equipos de trabajo, con respecto al cambio no existen personas que promueven el cambio dentro de la organización y asimismo no existe adaptabilidad de parte de los trabajadores, en cuanto a los problemas estos son resueltos con dificultad debido a que no se toma en cuenta la intervención y participación de los socios, esto provoca que la relación entre socios y junta directiva sea deficiente provocando que no quieran participar y contribuir en el desarrollo de la organización. (2018, p. 101)

2. En cuanto al enfoque en la organización como un todo se muestra un resultado bueno con un promedio de 3.06; los socios consideran que el trabajo en conjunto es bueno con un promedio 3.83; en cuanto a priorizar fines comunes a los individuales es regular con un promedio de 3.15 lo cual indica que los socios trabajan en forma conjunta y con asertividad en las actividades planeadas dentro de la organización el cual ayuda a mejorar el desempeño del trabajo y alcanzar de una mejor manera los objetivos de la organización, en ocasiones los objetivos individuales son prioritarios antes que los comunes. (2018, p. 101)

3. En cuanto a la orientación sistémica se muestra un resultado regular con un promedio de 3.06; los socios consideran que el trabajo armónico es bueno con un promedio de 3.48; en cuanto

a la influencia en los demás es regular con un promedio de 2.63, lo cual evidencia que en ocasiones existe un trabajo armónico, pero no existe la influencia en los demás entre compañeros de trabajo debido a que se observa la envidia de negocios por la competitividad en la que se encuentran. (2018, p. 101)

4. En cuanto al agente de cambio se muestra un resultado regular con un promedio de 3.07; los socios consideran que el estímulo hacia el cambio es regular con un promedio de 2.90; en cuanto a las habilidades para implementar el cambio es regular con un promedio de 3.25, lo cual indica que en ocasiones existe personas como son los dirigentes que promueven el cambio para mejorar del centro de abastos ya sea en lo organizacional, en la infraestructura y en la distribución del mercado, asimismo algunos socios no son participes de este no contribuyen para implementar el cambio y esto hace que mencionado centro de abastos se encuentre retrasado en lo organizacional. (2018, p. 101)

5. En cuanto a la solución de problemas se muestra un resultado regular con un promedio de 3.0; los socios consideran que el diagnóstico de problemas es regular con un promedio de 3.10; en cuanto a las acciones para resolver problemas es regular con un promedio de 3.06, lo que evidencia que en ocasiones los trabajadores diagnostican problemas en la organización usando un método de análisis de causa-efecto para diagnosticar problemas pero muchas veces no toman las acciones correctas para corregir dichos problemas ya que no todos son participes de las decisiones que se toman. (2018, p. 102)

6. En cuanto a la aprendizaje por experiencia se muestra un resultado regular con un promedio de 2.90; los socios consideran que el análisis de experiencia es regular con un promedio de 2.90; en cuanto los intercambios de experiencia es regular con un promedio de 2.90 lo que evidencia que en ocasiones los trabajadores analizan sus experiencias pasadas como organización para

mejorar en un futuro, pero no comparten experiencias entre socios por miedo a que exista una elevada competitividad en sus negocios. (2018, p. 102)

7. En cuanto a la retroalimentación se muestra un resultado regular con un promedio de 2.96; los socios consideran que el retorno de información es regular con un promedio de 2.69; en cuanto a la direccionalidad de la información es regular con un promedio de 3.24, lo que evidencia que en ocasiones no existe retorno de información es decir los documentos emitidos a la junta directiva muchas veces no reciben respuesta y asimismo en ocasiones no se brinda informes de los acontecimientos organizacionales esto provocando molestias y conflictos dentro de la organización. (2018, p. 102)

8. En cuanto a la orientación a las contingencias se muestra un resultado regular con un promedio de 2.98; los socios consideran que la adaptabilidad al cambio es regular con un promedio de 3.02; en cuanto a abordar problemas inesperados es regular con un promedio de 2.90, lo que indica que en ocasiones los socios atraviesan etapas de cambio en sus negocios para el cual algunos socios innovan y buscan soluciones para mejorar, asimismo algunos socios no saben cómo enfrentar las etapas de cambio tanto en sus negocios y dentro de la organización. (2018, p. 102)

9. En cuanto al desarrollo de equipos se muestra un resultado bueno con un promedio de 3.42; los socios consideran que la interacción es regular con un promedio de 3.25; en cuanto al análisis de los procesos dentro de un equipo es bueno con un promedio de 3.58; lo que evidencia que existe una buena convivencia e interacción entre miembros de equipo y asimismo existe un análisis de procesos dentro de la organización, pero al momento de asignar labores a los miembros de equipos en ocasiones estos incumplen y esto provoca fastidios e inconvenientes dentro de los equipos de trabajo. (2018, p. 103)

10. En cuanto al enfoque interactivo se muestra un resultado regular con un promedio de 3.28; los socios consideran que la sinergia en la organización es regular con un promedio de 3.28; en cuanto a la comunicación dentro de la organización es regular con un promedio de 3.18, lo que evidencia que en ocasiones se observa integración de socios pero no se observa cooperación entre ellos para mejorar sus negocios, la comunicación que tienen los trabajadores con la junta directiva en ocasiones no son adecuadas debido a que los trabajadores muchas veces no están de acuerdo con las decisiones que toma la junta directiva. (2018, p. 103)

***Comentario:** La tesis previa nos muestra el desarrollo organizacional del centro de abastos de Vinocanchón, lo cual fue útil para mi investigación, ya que mi grupo de estudio se llevó a cabo en dicho mercado.*

## **2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **Hipótesis**

#### **a. Hipótesis general**

La aplicación de una cultura tributaria adecuada mejora significativamente las condiciones comerciales en los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, al promover un mayor cumplimiento fiscal y una gestión económica más eficiente entre los comerciantes.

#### **b. Hipótesis específicas**

- La aplicación de principios de conciencia tributaria mejora significativamente las condiciones comerciales en los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, al fomentar un mayor cumplimiento fiscal y generar beneficios económicos para los comerciantes.
- La implementación de una educación tributaria adecuada contribuye a mejorar el cumplimiento tributario en el comercio de los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, promoviendo una mayor formalización y responsabilidad fiscal entre los comerciantes.
- Los distintos niveles de conocimiento tributario afectan significativamente las decisiones comerciales en los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, de manera que un mayor conocimiento fiscal favorece la formalización, rentabilidad y cumplimiento tributario de los comerciantes.

## **IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES**

El presente trabajo de investigación se centra en la definición de los Objetivos, Hipótesis y Problemas, con el propósito de formular las variables que se integrarán con el Marco Teórico. Las variables utilizadas como elementos fundamentales de la hipótesis están identificadas de la siguiente manera:

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

**X= CULTURA TRIBUTARIA**

### **VARIABLE DEPENDIENTE**

**Y= COMERCIO**

## 2.5. Operacionalización de variable

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES				
TÍTULO: “LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL COMERCIO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO. PERIODO 2021”				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	
VARIABLE INDEPENDIENTE X= CULTURA TRIBUTARIA	<b>X1 = Conciencia Tributaria</b>	X1.1.= Cumplimiento voluntario	Para Ud. ¿Es importante el cumplimiento del pago de los impuestos?	
		X1.2.= Valores personales	Cree Ud. ¿Qué los valores personales son fundamentales para el cumplimiento del pago de los impuestos?	
		X1.3.= Deberes y obligaciones	¿Cree Ud. que Cumple con sus deberes y obligaciones como contribuyente?	
		X1.4.= Ingresos que recibe	¿Considera que es justo que pague impuestos por los ingresos que percibe de su negocio?	
	<b>X2 = Educación Tributaria</b>	X2.1.= Nivel de educación	Para Ud. ¿El nivel de educación de tributación ha permitido cumplir con las obligaciones tributarias?	
		X2.2.= Complejidad de las normas tributarias	Considera Ud. ¿Que las normas tributarias por su complejidad propician la informalidad de los comerciantes?	
		X2.3.= Desconocimiento de normas tributarias	Considera Ud. ¿Que la evasión de impuestos se da por desconocimiento de las normas tributarias?	
		X2.4. = Normatividad de la SUNAT	Conoce Ud. ¿La normatividad de la SUNAT para el pago de los tributos?	
	<b>X3= Conocimiento Tributario</b>	X3.1.= Nivel de conocimiento del Portal Web de la SUNAT	Ud. ¿Tiene el nivel de conocimiento sobre el Portal Web de la Sunat?	
		X3.2.= Nivel de conocimiento de los trámites en SUNAT - Virtual	Ud. ¿ Ha recibido orientación o charlas informativas sobre los trámites en Sunat -Virtual?	
		X3.3.= Nivel de conocimiento de los tributos	Tiene Ud. Conocimiento ¿Qué es el Impuesto, Contribución y Tasa?	
		X3.4.= Recaudo	Sabe Ud. ¿Qué hace el Estado Peruano con el pago de nuestros Impuestos?	
	VARIABLE DEPENDIENTE Y= COMERCIO	<b>Y1 = Comercio mayorista</b>	Y1.1. = Venta al por mayor	¿En cuanto a sus ventas al por mayor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?
			Y1.2 = Actividad de compra y venta de mercancías	¿Usted lleva un control de sus ventas al por mayor?
		<b>Y2 = Comercio minorista</b>	Y2.1. = Venta al por menor	¿En cuanto a sus ventas al por menor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?
			Y2.2. = Actividad de compra y venta de mercancías	¿Usted lleva un control de sus ventas al por menor?
<b>Y3 = Regímenes Tributarios</b>		Y3.1. = Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Para Ud. ¿El monto que paga por sus ventas declaradas corresponde a la categoría del NRUS en la que se encuentra afiliado?	
		Y3.2= Régimen Especial de Renta- RER	¿Cree Ud. que el desconocimiento de los regímenes tributarios como es el Régimen Especial de Renta- RER y presuntivos es factor determinante el cual impide acogerse a alguno de ellos?	
		Y3.3= Régimen MYPE Tributario - RMT	¿Para Ud. Cree que la entrada en vigor del Decreto Legislativo N°1269, que dio origen al Régimen MYPE tributario, favoreció a la ampliación de la Base tributaria en el Perú?	
		Y3.4= Régimen General de Renta - RG	¿Cree Ud. que en el futuro puede acogerse al Régimen General?	

## CAPITULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. **Ámbito de estudio: localización política y geográfica**

La investigación abarca a los contribuyentes de los mercados de abastos (Mercado Vinocanchón y Mercado Central de San Pedro) en la Provincia del Cusco. De este modo, el ámbito de estudio se limita a la Provincia del Cusco.

### 3.2. **Tipo y nivel de investigación**

Debido a la naturaleza de la investigación, el presente Proyecto se clasifica como “INVESTIGACIÓN APLICADA”. Según Baena (2014), este tipo de estudios busca encontrar soluciones que puedan ser implementadas o replicadas en situaciones similares; no se enfocan en desarrollar teorías, sino en aplicar teorías generales, es decir, confrontan la teoría con la realidad. De acuerdo con los objetivos del estudio, la investigación se enfoca en el nivel “DESCRIPTIVO CORRELACIONAL”, tal como lo define Hernández (2014), quien menciona que este tipo de estudio tiene como finalidad determinar la relación o grado de asociación que puede existir entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto o muestra específica. En los estudios correlacionales, se suele analizar la relación entre varias variables, y para evaluar el grado de conexión entre ellas, se siguen diversos pasos.

1. **Medición de Variables:** Primero, se deben medir las variables de interés utilizando herramientas y técnicas adecuadas. Esto asegura que los datos recogidos sean precisos y relevantes.
2. **Cuantificación:** Una vez medidas, se cuantifican las variables para facilitar su análisis. Esto implica convertir las medidas cualitativas en datos numéricos o aplicar escalas de medición apropiadas.

3. **Análisis:** Luego, se realiza un análisis estadístico para examinar las relaciones entre las variables. Esto puede incluir la utilización de métodos estadísticos como el coeficiente de correlación, regresión, o análisis de varianza, dependiendo de la naturaleza de las variables y el objetivo del estudio.
4. **Establecimiento de Vinculaciones:** Finalmente, se interpretan los resultados para establecer las vinculaciones entre las variables. Esto permite entender la fuerza y la dirección de las relaciones, así como identificar patrones o tendencias significativas.

Estos pasos ayudan a comprender cómo las variables están relacionadas entre sí y proporcionan una base para hacer inferencias sobre la naturaleza de esas relaciones.

### 3.3. Unidad de análisis

De acuerdo con la naturaleza de la investigación, el análisis de los resultados se llevó a cabo mediante la comparación de los comentarios o estudios previos con la información recolectada.

Este enfoque permite:

1. **Contrastar Resultados:** Comparar los hallazgos de la investigación con estudios anteriores para identificar similitudes o diferencias, lo que ayuda a contextualizar y validar los resultados obtenidos.
2. **Interpretar Datos:** Analizar cómo los resultados de la investigación se alinean o divergen respecto a la literatura existente, proporcionando una visión más completa sobre el tema estudiado.

3. **Revisar Hipótesis:** Evaluar la validez de las hipótesis formuladas en la investigación a la luz de la información recolectada y los estudios revisados.
4. **Identificar Tendencias:** Detectar patrones o tendencias en los datos que puedan corroborar o desafiar las conclusiones previas.

Este método de análisis asegura que los resultados se interpreten en un contexto más amplio y facilita una comprensión más profunda del fenómeno investigado.

### 3.4. Población de estudio

La población de estudio está compuesta por comerciantes del Mercado de Abastos conformado por **1693 comerciantes del Mercado Vinocanchon**, y **1180 del Mercado Central de San Pedro** que hacen un total de **2873** comerciantes del Mercado de Abastos ubicados en la Provincia del Cusco. De acuerdo con (Hernández - Sampieri, 2018), la población se define como la agrupación de objetos totales que abarcan algunas características que son habituales en la investigación.

### 3.5. Tamaño de muestra

Según (Hernández - Sampieri, 2018), definieron “muestra como un subgrupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectaran los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población” (p.196). Por lo tanto, para la determinación de dicha muestra se aplica la siguiente fórmula proporcionada por (Ñaupas H., 2014)

Para determinar el tamaño de la muestra en la presente investigación, se aplicará la siguiente fórmula

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

Dónde:

**N** = El total del universo (población)

**n** = Tamaño de la muestra

**p** = Proporción de comerciantes del Mercado de Abastos que están de acuerdo que la Cultura tributaria afecta el Comercio de los Mercados de Abastos de la Provincia del Cusco ( $p = 0.5$ ).

**q** = Proporción de comerciantes del Mercado de Abastos que no están de acuerdo que la Cultura tributaria afecta el Comercio de los Mercados de Abastos de la Provincia del Cusco ( $q = 0.5$ ).

**Z** = (**Valor de distribución normal estándar**): Este valor se utiliza en la distribución normal estándar para calcular los intervalos de confianza. Para un nivel de confianza del 95%, el valor de Z es 1.96. Esto significa que hay un 95% de probabilidad de que el valor estimado se encuentre dentro de 1.96 desviaciones estándar de la media en una distribución normal.

**$\varepsilon$**  = (**Error estándar de la estimación**): Es el margen de error permitido en la estimación. En este estudio, el error estándar de la estimación se ha fijado en 0.05. Esto indica que se acepta un margen de error de 0.05 en las estimaciones realizadas.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(2873)}{(0.05)^2(2873 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \mathbf{339 \text{ comerciantes}}$$

Seleccionar la muestra de forma aleatoria es un método clave para garantizar la representatividad y la validez de los resultados en una investigación. Por lo cual la muestra será seleccionada de forma aleatoria. Los pasos generales para realizar una selección aleatoria:

1. **Definir la Población:** Determina la población total de la cual se va a seleccionar la muestra. Esto incluye todas las unidades que cumplen con los criterios de inclusión del estudio.
2. **Elegir el Tamaño de la Muestra:** Basado en el nivel de confianza, el margen de error y el tamaño de la población, calcula el tamaño adecuado de la muestra. Herramientas estadísticas y fórmulas pueden ayudar en este cálculo.
3. **Generar Números Aleatorios:** Utiliza métodos de generación de números aleatorios para seleccionar los elementos de la muestra. Esto puede hacerse mediante software especializado, generadores de números aleatorios en línea o tablas de números aleatorios.
4. **Seleccionar la Muestra:** Aplica los números aleatorios generados para escoger los elementos específicos de la población. Cada unidad en la población debe tener la misma probabilidad de ser seleccionada.
5. **Revisar y Validar:** Asegúrate de que la muestra seleccionada sea representativa de la población y revisa que el proceso de selección se haya realizado correctamente.

La selección aleatoria ayuda a minimizar sesgos y asegura que cada unidad de la población tenga la misma oportunidad de ser incluida en la muestra, lo cual fortalece la validez y generalizabilidad de los resultados del estudio.

### **3.6. Técnicas de selección de muestra**

La principal técnica de selección de muestra que se utilizará en este estudio será aleatoria.

### **3.7. Técnicas de recolección de información**

La principal técnica que se utilizará en este estudio de investigación es el cuestionario previamente establecido.

### **3.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información**

Para tabular y analizar la información basada en los datos recolectados, se utilizó el software Excel y SPSS (Statistical Package for Social Sciences), aplicando el modelo de correlación de Pearson y un nivel de confianza del 95%.

### **3.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas**

Indica Hernández (2018), que en el proceso cuantitativo las hipótesis se someten a prueba o escrutinio empírico para determinar si son apoyadas o refutadas, de acuerdo con lo que el investigador observa. De hecho, para esto se formulan en la tradición deductiva. Ahora bien, en realidad no podemos probar que una hipótesis sea verdadera o falsa, sino argumentar que fue apoyada o no de acuerdo con ciertos datos obtenidos en una investigación particular. Desde el punto de vista técnico, no se acepta una hipótesis por medio de un estudio, sino que se aporta evidencia a favor o en contra. Cuantas más investigaciones apoyen una hipótesis, más credibilidad tendrá y por supuesto, será válida para el contexto (lugar, tiempo y participantes, casos o fenómenos) en que se comprobó. Al menos lo es probabilísticamente.

En el enfoque cuantitativo, las hipótesis se ponen a prueba en la “realidad” mediante la implementación de un diseño de investigación, la recolección de datos utilizando uno o varios instrumentos de medición, y el análisis e interpretación de esos datos. Por esta razón, los instrumentos diseñados serán evaluados por comerciantes con experiencia en los Mercados de Abastos de la Provincia del Cusco, a través de un juicio de expertos. Además, para comprobar su confiabilidad, se llevará a cabo un cuestionario piloto con 339 comerciantes seleccionados al azar, de acuerdo con el tamaño de la población, con el objetivo de garantizar la calidad de la información y obtener resultados satisfactorios.

## CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

#### 4.1.1. Técnica para el procesamiento y análisis de datos.

- a. **Técnica de recojo de datos:** Para ambas variables, se utilizó la técnica de la encuesta, la cual se aplicó a 169 contribuyentes del Mercado de Abastos de Vinocanchón y a 170 contribuyentes del Mercado de Abastos de San Pedro. En total, se encuestaron 339 contribuyentes de los mercados de abastos en la Provincia del Cusco durante el año 2021.
- b. **Procesamiento y presentación de resultados:** Una vez recolectados los datos obtenidos a través de los instrumentos, se llevó a cabo el análisis estadístico correspondiente y se creó una base de datos a partir de los resultados del cuestionario de encuesta aplicado. Estos datos fueron tabulados y presentados en tablas y gráficos de distribución de frecuencias, junto con sus respectivas interpretaciones. En todos los casos, se utilizó la estadística descriptiva, incluyendo la media y los porcentajes.
- c. **Análisis de datos:** Como señala Encinas (1993), los datos por sí solos tienen una importancia limitada; es necesario “hacerlos hablar”, lo cual es fundamental en el análisis e interpretación de los datos. Una vez obtenidos los resultados del trabajo de campo, y considerando el problema de investigación, los objetivos, las hipótesis del estudio y el marco teórico, se utilizó el software Microsoft Excel para someter los datos a pruebas estadísticas. Se construyeron cuadros aplicando porcentajes y se presentó un diagrama de barras, con el fin de explicar e interpretar las posibles relaciones que expresan las variables estudiadas.

**d. Aspectos éticos:** En lo que respecta a los aspectos éticos, se ha garantizado que el proceso de investigación respete los valores éticos fundamentales, actuando de manera integral, organizada, coherente, secuencial y racional en la búsqueda de nuevos conocimientos. El objetivo es determinar la veracidad o falsedad de las hipótesis y contribuir al avance de la ciencia contable. Dado que la investigación no implicó la manipulación de variables experimentales, no fue necesario obtener consentimiento informado; sin embargo, se aseguró el anonimato de los encuestados en todo momento.

**e. Análisis de fiabilidad de las variables**

**Validación del instrumento:** El cuestionario de encuesta utilizado en la investigación fue validado mediante la revisión y aprobación de jueces expertos en el área. Estos expertos evaluaron y confirmaron la validez de los instrumentos utilizados en la tesis. En el **ANEXO NRO.3** se ubica la **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO.**

## 4.2. Pruebas de hipótesis

Para la prueba de hipótesis se utilizó la prueba de coeficiente de correlación de Pearson ya que se tiene dos variables cuantitativas aleatorias, los valores que muestra este coeficiente se muestra a continuación

### R de Pearson



“Una relación estadística, por más fuerte y sugerente que sea, **nunca podrá establecer una conexión causal**: nuestras ideas de causalidad deben provenir de estadísticas externas y, en último término, de una u otra teoría”  
M. G. Kendall y A. Stuart, 1961.

Escala de valores del coeficiente de correlación de Pearson.

Correlación positiva perfecta	1
Correlación positiva muy fuerte	0,91 a 0,99
Correlación positiva fuerte	0,76 a 0,90
Correlación positiva considerable	0,51 a 0,75
Correlación positiva media	0,11 a 0,50
Correlación positiva débil	0,01 a 0,10
Correlación nula	0
Correlación negativa débil	-0,01 a -0,10
Correlación negativa media	-0,11 a -0,50
Correlación negativa considerable	-0,51 a -0,75
Correlación negativa fuerte	-0,76 a -0,90
Correlación negativa muy fuerte	-0,91 a -0,99
Correlación negativa perfecta	-1

Nota. Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista, (2010)

#### 4.2.1. Prueba de la hipótesis general

##### Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):

“La aplicación de una Cultura Tributaria adecuada no se relaciona en el Comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco durante el periodo 2021”

##### Hipótesis Alterna (H<sub>a</sub>):

“La aplicación de una Cultura Tributaria adecuada si se relaciona en el Comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco durante el periodo 2021”

**Tabla 1**

*Contraste de hipótesis general con el coeficiente de correlación R de Pearson*

	Variable Cultura tributaria				Variable Comercio			
	Conciencia tributaria	Educación tributaria	Conocimiento tributario	Cultura tributaria	Comercio mayorista	Comercio minorista	Regímenes tributarios	Comercio
Conciencia tributaria	1.00							
Educación tributaria	0.16	1.00						
Conocimiento tributario	0.19	0.06	1.00					
Cultura tributaria	0.73	0.59	0.63	1.00				
Comercio mayorista	0.13	-0.05	0.13	0.12	1.00			
Comercio minorista	0.10	-0.06	0.11	0.08	0.08	1.00		
Regímenes tributarios	0.19	0.15	0.04	0.20	0.03	0.18	1.00	
Comercio	0.42	0.51	0.75	0.61	0.64	0.59	0.66	1.00

*Nota.* Analizando la tabla se puede observar que si existe una relación entre Cultura Tributaria y Comercio con un coeficiente de correlación de R de Pearson de 0.61 lo que significa que existe una alta relación positiva.

#### 4.2.2. Prueba de la primera hipótesis específica

##### Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):

“La Cultura Tributaria en la dimensión conciencia tributaria no se relaciona en el Comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco. Periodo 2021”

##### Hipótesis Alterna (H<sub>a</sub>):

“La Cultura Tributaria en la dimensión conciencia tributaria si se relaciona en el Comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco. Periodo 2021”

**Tabla 2**

*Contraste de hipótesis específica 1 con el coeficiente de correlación R de Pearson*

	Variable Cultura tributaria				Variable Comercio			
	Conciencia tributaria	Educación tributaria	Conocimiento tributario	Cultura tributaria	Comercio mayorista	Comercio minorista	Regímenes tributarios	Comercio
Conciencia tributaria	1.00							
Educación tributaria	0.16	1.00						
Conocimiento tributario	0.19	0.06	1.00					
Cultura tributaria	0.73	0.59	0.63	1.00				
Comercio mayorista	0.13	-0.05	0.13	0.12	1.00			
Comercio minorista	0.10	-0.06	0.11	0.08	0.08	1.00		
Regímenes tributarios	0.19	0.15	0.04	0.20	0.03	0.18	1.00	
Comercio	0.42	0.51	0.75	0.61	0.64	0.59	0.66	1.00

*Nota.* Como se observa en la tabla si existe una relación entre las variables indicadas y es positiva con un coeficiente de correlación de 0.42 lo que significa que existe una moderada relación positiva.

### 4.2.3. Prueba de la segunda hipótesis específica

#### Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):

“La Cultura Tributaria en la dimensión educación tributaria no se relaciona en el Comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco. Periodo 2021”

#### Hipótesis Alterna (H<sub>a</sub>):

“La Cultura Tributaria en la dimensión educación tributaria si se relaciona en el Comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco. Periodo 2021”

**Tabla 3**

*Contraste de hipótesis específica 2 con el coeficiente de correlación R de Pearson*

	Variable Cultura tributaria				Variable Comercio			
	Conciencia tributaria	Educación tributaria	Conocimiento tributario	Cultura tributaria	Comercio mayorista	Comercio minorista	Regímenes tributarios	Comercio
Conciencia tributaria	1.00							
Educación tributaria	0.16	1.00						
Conocimiento tributario	0.19	0.06	1.00					
Cultura tributaria	0.73	0.59	0.63	1.00				
Comercio mayorista	0.13	-0.05	0.13	0.12	1.00			
Comercio minorista	0.10	-0.06	0.11	0.08	0.08	1.00		
Regímenes tributarios	0.19	0.15	0.04	0.20	0.03	0.18	1.00	
Comercio	0.42	0.51	0.75	0.61	0.64	0.59	0.66	1.00

*Nota.* Como podemos observar en la tabla si existe una relación entre las variables indicadas y es positiva con un coeficiente de correlación de 0.51 lo que significa que existe una moderada relación positiva.

#### 4.2.4. Prueba de la tercera hipótesis específica

##### Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):

“La Cultura Tributaria en la dimensión conocimiento tributario no se relaciona en el Comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco. Periodo 2021”

##### Hipótesis Alterna (H<sub>a</sub>):

“La Cultura Tributaria en la dimensión conocimiento tributario si se relaciona en el Comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco. Periodo 202

**Tabla 4**

*Contraste de hipótesis específica 3 con el coeficiente de correlación R de Pearson*

	Variable Cultura tributaria				Variable Comercio			
	Conciencia tributaria	Educación tributaria	Conocimiento tributario	Cultura tributaria	Comercio mayorista	Comercio minorista	Regímenes tributarios	Comercio
Conciencia tributaria	1.00							
Educación tributaria	0.16	1.00						
Conocimiento tributario	0.19	0.06	1.00					
Cultura tributaria	0.73	0.59	0.63	1.00				
Comercio mayorista	0.13	-0.05	0.13	0.12	1.00			
Comercio minorista	0.10	-0.06	0.11	0.08	0.08	1.00		
Regímenes tributarios	0.19	0.15	0.04	0.20	0.03	0.18	1.00	
Comercio	0.42	0.51	0.75	0.61	0.64	0.59	0.66	1.00

*Nota.* Analizando la tabla se puede observar que si existe una relación entre las variables indicadas con un coeficiente de correlación de R de Pearson de 0.75 lo que significa que existe una alta relación positiva.

### 4.3. Presentación de resultados

#### 4.3.1. Análisis descriptivo

4.3.1.1 La Cultura Tributaria de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco periodo 2021

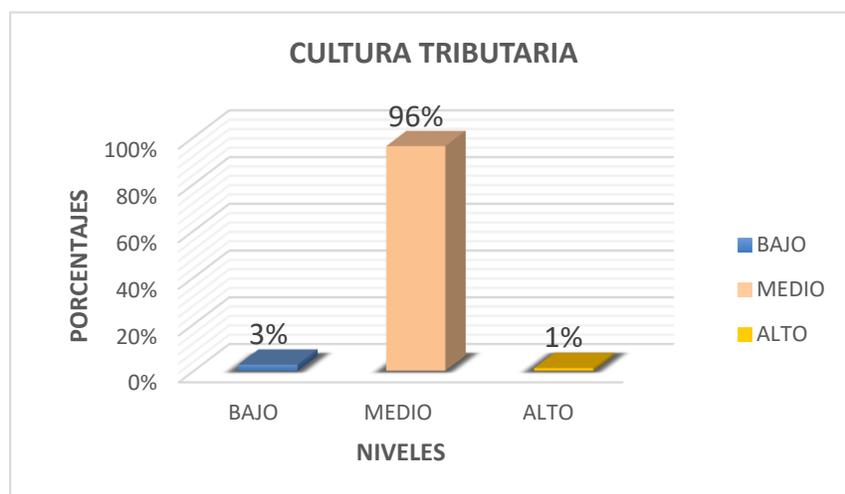
**Tabla 5**

*Nivel de cultura tributaria de los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021*

Cultura tributaria		
Niveles	Frec	%
Bajo	9	3%
Medio	326	96%
Alto	4	1%
Total, de encuestas	339	100%

**Figura 1**

*Nivel de cultura tributaria*



*Nota.* Se observa que el 96% de los encuestados del mercado de abastos de la Provincia del Cusco tienen un nivel de cultura tributaria media, seguido del 1% que se ubican en el nivel alto y un 3% en el nivel bajo. De los resultados obtenidos se puede concluir que no todos los contribuyentes del Mercado de Abastos de la Provincia del Cusco están muy informados respecto a la cultura tributaria.

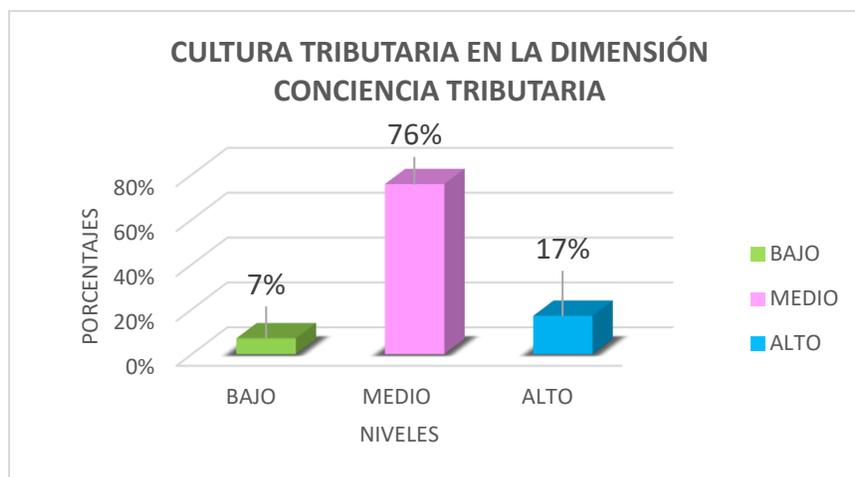
**Tabla 6**

*Nivel de cultura tributaria en la dimensión conciencia tributaria en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021*

Cultura tributaria en la dimensión conciencia tributaria			
Niveles	Frec	%	
Bajo	24	7%	
Medio	257	76%	
Alto	58	17%	
Total, de encuestas	339	100%	

**Figura 2**

*Nivel de la dimensión conciencia tributaria*



*Nota.* Con respecto a la dimensión del nivel de Conciencia Tributaria se obtuvo que el 76% del número de encuestados investigados se encuentran en el nivel medio, seguido del nivel bajo con un 7% y un 17% están en el nivel alto. De estos resultados se puede concluir que no todos los contribuyentes del Mercado de Abastos de la Provincia del Cusco poseen una adecuada conciencia tributaria.

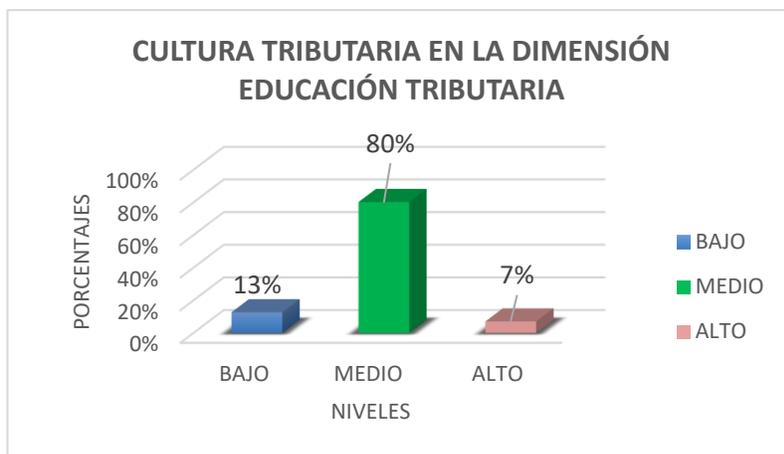
**Tabla 7**

*Nivel de cultura tributaria en la dimensión educación tributaria en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021*

Cultura tributaria en la dimensión educación tributaria			
Niveles	Frec	%	
bajo	43	13%	
medio	272	80%	
alto	24	7%	
Total, de encuestas	339	100%	

**Figura 3**

*Nivel de la dimensión educación tributaria*



*Nota.* Los resultados en la dimensión del nivel de Educación Tributaria denotan que el 80% del número de encuestados se ubican en el nivel medio, seguido del 13% que están en el nivel bajo y con un 7% en el nivel alto. De estos resultados se puede concluir que no todos los contribuyentes del Mercado de Abastos de la Provincia del Cusco poseen educación tributaria.

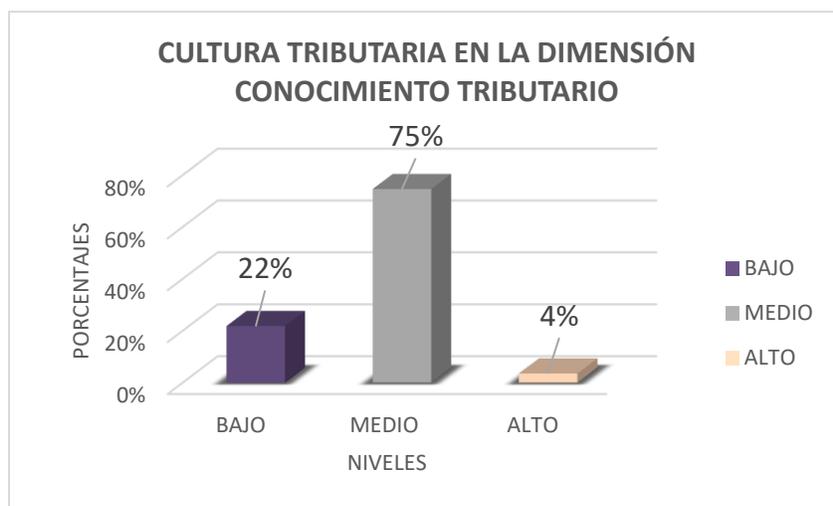
**Tabla 8**

*Nivel de cultura tributaria en la dimensión conocimiento tributario en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021*

Cultura tributaria en la dimensión conocimiento tributario			
Niveles	Frec	%	
bajo	74	22%	
medio	253	75%	
alto	12	4%	
Total, de encuestas	339	100%	

**Figura 4**

*Nivel de la dimensión conocimiento tributario*



*Nota.* En cuanto a la dimensión del nivel de Conocimiento Tributario los resultados obtenidos indican que el 75% de los encuestados investigados se ubican en el nivel medio, mientras que el 22% están en el nivel bajo y 4% con el nivel alto. De estos resultados se puede concluir que no todos los contribuyentes del Mercado de Abastos de la Provincia del Cusco poseen conocimiento tributario.

#### 4.3.1.2 El Comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco periodo 2021

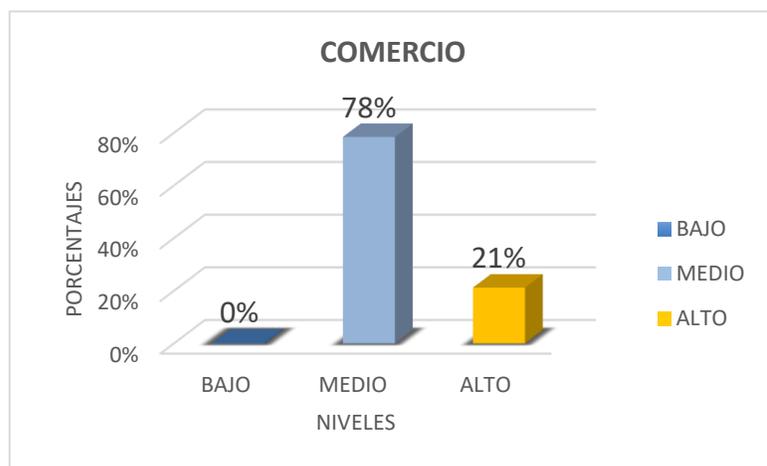
**Tabla 9**

*Nivel del comercio en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021*

Comercio			
Niveles	Frec	%	
bajo	1	0%	
medio	266	78%	
alto	72	21%	
Total, de encuestas	339	100%	

**Figura 5**

*Nivel de comercio*



*Nota.* Respecto a la variable Comercio, los resultados indican que el 78% de los encuestados se ubican en el nivel medio, seguido del 21% en el nivel alto y con el nivel bajo el 0%

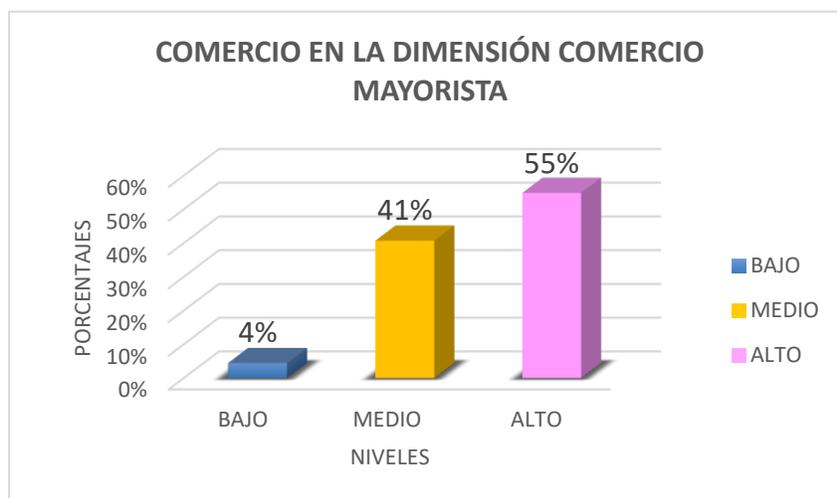
**Tabla 10**

*Nivel de comercio en la dimensión comercio mayorista en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021*

Comercio mayorista		
Niveles	frec	%
Bajo	15	4%
Medio	138	41%
Alto	186	55%
Total, de encuestas	339	100%

**Figura 6**

*Nivel de la dimensión comercio mayorista*



*Nota.* Con respecto a la dimensión del nivel de Comercio mayorista se obtuvo que el 55% del número de encuestados investigados se encuentran en el nivel alta, seguido del nivel medio con un 41% y un 4% están en el nivel bajo.

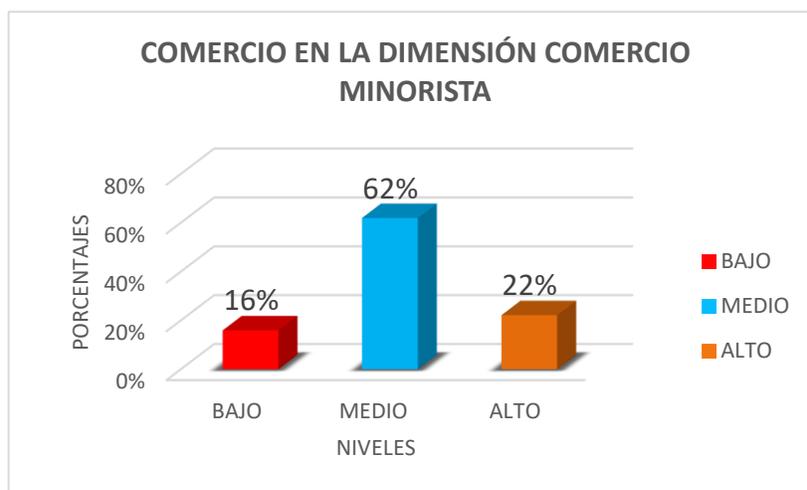
**Tabla 11**

*Nivel de comercio en la dimensión comercio minorista en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021*

Comercio minorista			
Niveles	Frec	%	
Bajo	54	16%	
Medio	210	62%	
Alto	75	22%	
Total, de encuestas	339	100%	

**Figura 7**

*Nivel de la dimensión comercio minorista*



*Nota.* En cuanto a la dimensión del nivel de Comercio Minorista los resultados obtenidos indican que el 62% de los encuestados investigados se ubican en el nivel medio, mientras que el 22% están en el nivel alto y 16% con el nivel bajo.

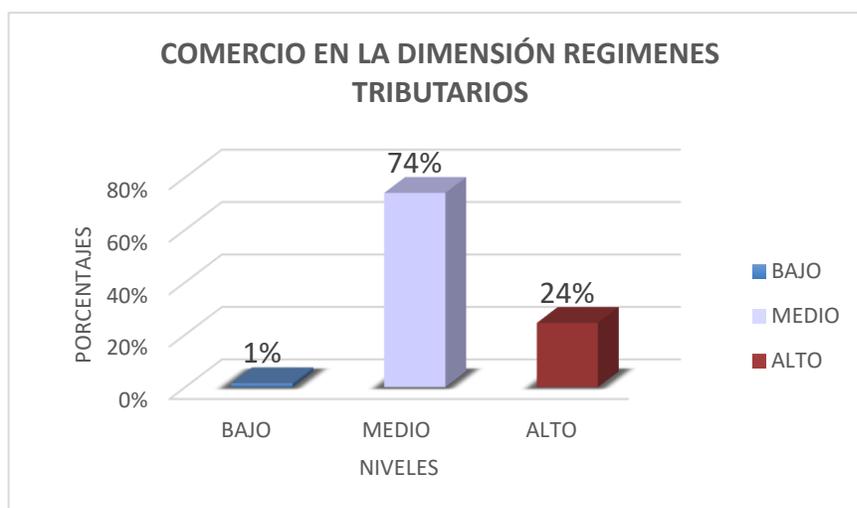
**Tabla 12**

*Nivel de comercio en la dimensión regímenes tributarios en los mercados de abastos de la provincia del Cusco periodo 2021*

Regímenes tributarios			
Niveles	Frec	%	
Bajo	5	1%	
Medio	251	74%	
Alto	83	24%	
Total, de encuestas	339	100%	

**Figura 8**

*Nivel de la dimensión regímenes tributarios*



*Nota.* Los resultados en la dimensión del nivel de Regímenes Tributarios denotan que el 74% del número de encuestados se ubican en el nivel medio, seguido del 24% que están en el nivel alto y con un 1% en el nivel bajo.

#### **4.4. Discusión de resultados**

Con base en los hallazgos obtenidos, aceptamos la hipótesis alternativa general, que afirma que existe una relación de dependencia entre la cultura tributaria y el comercio en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco durante el período 2021.

Asimismo, a nivel descriptivo se determinó que el nivel de cultura tributaria destaca el nivel medio con 96 % y en cuanto en el comercio del mercado de abastos de la provincia del Cusco alcanza del mismo modo el nivel medio con el 78%.

Estos resultados guardan relación con lo que manifiesta Salas (2021) en el cual indica que la cultura tributaria incide en la recaudación del impuesto a la renta en un grupo de contribuyentes del mercado de abastos de la ciudad de Tingo María, con un nivel de correlación positiva moderada ( $r=0.354$ ) y un nivel de significancia de (0.000), el cual explica que la cultura tributaria es una variable significativa para mejorar la recaudación del impuesto a la renta.

Asimismo, guarda relación con lo que manifiestan Chávez y Suarez (2019), quienes señalan que tener un nivel de cultura tributaria deficiente es producto de que existe un grado de compromiso por parte de los colaboradores de las organizaciones por ahondar en el tema y así tener un panorama más claro al respecto, sin embargo, también consideran a la cultura tributaria un tema de vital importancia que contribuye al desarrollo

de su comunidad. Desde otro punto de vista Acosta y Tapulima (2019) reconocen dentro de su investigación que es necesario que Sunat masifique las campañas de sensibilización e información en materia tributaria, pues no solo se debe enfocar en ámbito urbano, sino también en el rural, debido a que si se tiene a gran parte de los usuarios instruidos en lo concerniente a la cultura tributaria se obtendrá los niveles de recaudación de impuestos se vean incrementados.

Del mismo modo, se comparte los resultados con lo que menciona Peralta (2020), quien dentro de su investigación pudo conocer que el nivel de cultura tributaria de las mypes es deficiente, así se pudo conocer que el 48% de los usuarios desconocen cual es empleo que se les da a los recursos provenientes a la percepción de los tributos, otro grupo de contribuyentes que representan al 53% consideran que el abono de impuestos no representa importancia alguna en ellos. Otro detalle que se puede identificar es que un 64% de investigados afirma que Sunat no desarrolla capacitaciones tributarias, además de que en la zona donde ellos se sitúan no se visualiza a funcionarios del fisco apersonarse a sus locales. Es necesario que la administración tributaria difunda con mayor frecuencia información relevante sobre cultura tributaria y a la vez brinde asistencia y asesoramiento permanente a los empresarios con el propósito que los usuarios puedan discernir entre sus derechos y obligaciones como contribuyentes.

En este contexto, los hallazgos revelan que las dimensiones de conciencia tributaria, educación tributaria y conocimiento tributario presentan niveles medios entre los contribuyentes investigados, con porcentajes de 76%, 80% y 75%, respectivamente. Esto sugiere que la cultura tributaria es un factor crucial en la recaudación de impuestos. Es importante destacar que, tanto el conocimiento de las normativas y la importancia de los

tributos, como la actitud del contribuyente hacia el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y sus emociones relacionadas con el tributo, son elementos fundamentales de la cultura tributaria. En este estudio, estos elementos también alcanzan un nivel medio, lo que concuerda con los resultados de investigaciones previas.

Del mismo modo otros estudios como el Del Maestro Chanamé y Zapata (2021) corroboran y concluyen con los datos encontrados similares a lo que se ha hallado en el presente estudio, acerca de la importancia de fomentar la cultura tributaria

Que afirma que la conciencia tributaria se relaciona con la recaudación tributaria, de tal manera que los contribuyentes deben ser responsables con la cancelación de sus impuestos para evitar, de esta forma, las faltas y multas que les pueda imponer la SUNAT.

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Conforme a los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación se concluye que:

1. Los resultados obtenidos respaldan el objetivo general de la investigación, que sostiene que la cultura tributaria influye positivamente en el entorno comercial de los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el período 2021. La correlación positiva alta de 0.61, medida con el coeficiente de Pearson, indica que la cultura tributaria está significativamente relacionada con la mejora en el comercio de estos mercados. Esta relación sugiere que una adecuada cultura tributaria podría llevar a que muchos contribuyentes cumplan fiel y voluntariamente con sus obligaciones tributarias, al estar informados sobre los beneficios de este cumplimiento, como los que comunica la SUNAT como entidad recaudadora.
2. Se ha evidenciado una relación positiva moderada de 0.42 entre la dimensión de conciencia tributaria y el comercio en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco durante el período 2021. Esto se debe a que los contribuyentes poseen un conocimiento parcial sobre los aspectos tributarios, como la importancia de los impuestos, sus obligaciones, el reconocimiento de la relevancia de los comprobantes de pago y el cumplimiento oportuno de las obligaciones según las directrices establecidas por la SUNAT.

3. La relación entre la dimensión de educación tributaria y el comercio en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco mostró una correlación positiva moderada de 0.51. Esto sugiere que los contribuyentes necesitan capacitaciones y charlas sobre temas tributarios para comprender mejor los tributos a los que están sujetos. Con una adecuada formación, los contribuyentes cumplirán de manera más eficiente con sus obligaciones tributarias, lo que contribuirá a mejorar la recaudación tributaria y beneficiará tanto a la sociedad como al crecimiento del país.
  
4. En relación con la dimensión de conocimiento tributario en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, los resultados han mostrado una alta correlación positiva de 0.75. Esto indica que, si los contribuyentes tuvieran un nivel adecuado de conocimiento tributario, serían menos propensos a incumplir con sus obligaciones. El desconocimiento de las leyes tributarias y la falta de interés en educarse cívica y tributariamente llevan a cometer delitos tributarios, lo que impacta negativamente en la recaudación. Por lo tanto, existe una relación directa entre el conocimiento tributario y el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

## RECOMENDACIONES

Una vez presentadas las conclusiones, se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda a los Administradores de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco que capaciten y orienten mensualmente a los comerciantes sobre la importancia de tributar para mejorar la cultura tributaria. En coordinación con la SUNAT, deberían continuar promoviendo esta cultura y actualizar los medios de difusión. Es fundamental fortalecer los programas existentes y reactivar aquellos que se han discontinuado, como encuentros en Universidades, sorteos de comprobantes de pago en instituciones educativas, y charlas orientadas a estudiantes y docentes de niveles de educación básica. Además, se sugiere desarrollar un curso virtual utilizando las TIC para alcanzar a la mayoría de los contribuyentes en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, con el fin de prevenir las malas prácticas tributarias.
2. Los administradores de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco, en colaboración con la SUNAT, deberían establecer ventanillas informativas en los mercados para brindar orientación tributaria a los contribuyentes y microempresarios. Estas ventanillas deberían explicar la importancia y los beneficios de emitir comprobantes por cada servicio o compra realizada. Además, es crucial fomentar la creación de una cultura tributaria que ponga énfasis en valores éticos y morales, así como en la construcción de una sólida conciencia tributaria. Con estas medidas, se contribuirá a transformar el Perú en un país con mayores oportunidades de progreso.

3. Además, sería beneficioso que los administradores de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco pidan a la SUNAT el desarrollo de una aplicación móvil que ofrezca asesoramiento de expertos en tributación y permita realizar otras consultas relacionadas con los impuestos. Esto facilitaría a los comerciantes el acceso a información y asistencia sin necesidad de desplazarse a las oficinas de la SUNAT, reduciendo así el estrés asociado con el cumplimiento tributario.
  
4. Es fundamental que los administradores de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco implementen un programa integral de educación y concienciación tributaria para asegurar que los comerciantes cumplan correctamente con sus obligaciones fiscales. Es necesario promover ampliamente la educación tributaria entre todos los comerciantes para que comprendan los aspectos de la tributación, los beneficios del cumplimiento, el proceso de pago de impuestos y el uso de los fondos recaudados. Esto ayudará a mejorar la recaudación tributaria en el país. Además, el Ministerio de Educación, en colaboración con los administradores de los mercados de abastos y la SUNAT, debería establecer un convenio para incluir la educación tributaria en los programas educativos de instituciones y universidades. Esto permitirá inculcar una cultura tributaria desde la infancia, lo que beneficiará a largo plazo, ya que muchos de los futuros empresarios de esta generación estarán mejor informados sobre el sistema tributario.

## Lista De Referencias

- Aguinaga Risco , R. D. y Galvez Bernal , L. (2020, Agosto). *La Cultura Tributaria y su Impacto en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de las PYME's del Sector Restaurantes en San Isidro y Miraflores en el Periodo 2018*. [Tesis Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima -Perú].
- Amez, F. ( 2003).*Diccionario de contabilidad y finanzas*. Madrid, España.
- Andia Ovalle, M. S. y Huallpa Aguirre , T. (2024). *Cultura tributaria y su incidencia para prevenir la evasión tributaria de los comerciantes del centro comercial confraternidad, periodo 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Perú].
- Arias, N. F. (2012). *Influencia de la evasión tributaria e informalidad en perjuicio del desarrollo económico y social del Perú. periodo 2012*. Universidad Católica los Ángeles Chimbote.
- Armas, M., y Colmenares, M. (2009). *Educación Tributaria para el desarrollo de la cultura tributaria*. Universidad Rafael Beloso Chacín, Revista electrónica de humanidades, educación y comunicación social - redhecs(06), pp. 141-160. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México: grupo editorial Patria.
- Bautista, A. (2020). *Factores que motivan la evasión tributaria en las micro y pequeñas empresas del sector construcción de la ciudad de Abancay- Apurimac- 2019*. [Tesis Pregrado..Universidad Católica los Ángeles. Chimbote.]
- Bayona Zapata, L. A. (2020). *La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos en el mercado modelo, Chiclayo, 2018*. [Tesis Pregrado, Universidad Señor Sipán, Pimentel-Perú].
- Cabrera, H. (2007). *Unidos para trabajar, con valores de vida para una sociedad educadora: Recuperado de [http://www.armoniafamiliarperu.org/docs/pobreza\\_moral.html](http://www.armoniafamiliarperu.org/docs/pobreza_moral.html)*.
- Calderon, J., y Quintanas, A. (2017). *Introducción al modelo de cumplimiento tributario cooperativo II*. revista análisis tributario Volumen (14), pp.8-22.
- Cárdenas López, A.C. (2012, Noviembre). *La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha – Cantón Quito* [Tesis de Posgrado Universidad Politécnica Salesiana, Quito.]
- Carrera, M. C. (2019). *Los regímenes tributarios y la formalización de los contribuyentes mypes en el Perú, período 2019*. [Tesis Pregrado. Universidad Nacional del Callao.]
- Carrillo Veliz, J. A., Condori Oymas , M. A., Ubillus Loo Kung, E., y Velarde Ortiz , K. A. (2022). *Curso basico de cultura fiscal: El ciudadano y la importancia de pagar impuestos en el Perú* .

- Chicas Zea, M. (2011, Marzo). *Propuesta para crear una unidad movil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala* [Tesis Posgrado, Universidad de San Carlos de Guatemala].
- Choque Durán , I. A. (2023). *Los regímenes tributarios y el cumplimiento tributario en el Perú, 2020-2022* [Tesis Posgrado Universidad Nacional Mayor de San Marcos Universidad del Perú. Decana de América].
- Choy Zevallos , M. L. (2011). *El sector informal y la evasión tributaria en el Perú*”. [Tesis Posgrado, Universidad Alas Peruanas .]
- Cordova, L. (2014). ), “*La evasión tributaria y su consecuencia en el desarrollo económico del país*”. *IC Vol. 5 N° 2: pp. 253-266, 2014 Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5127653>*
- Del Maestro Chanamé, L. M. y Zapata Vera, K. I. (2021). *La cultura tributaria de los contribuyentes de la asociación de trabajadores de ventanilla y su relación con la recaudación tributaria*. [Tesis Pregrado, UCH Universidad de Ciencias y Humanidades., Los Olivos, Lima Perú]
- Emprender SUNAT Recuperado de <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/regimenes-tributarios>. (s.f.).
- Espinoza Riera, A. N. y Huiracocha Uyaguari, D.C. (2015). *Análisis del ingreso y recaudación en el sector informal de la ciudad de Cuenca (mercados: 9 de octubre y 10 de agosto) por el período fiscal 2012-2013* [Tesis de Pregrado Universidad de Cuenca, Ecuador].
- Estevão, M. (2019). *Cuatro maneras en que las economías de ingreso bajo pueden aumentar los ingresos fiscales sin afectar el crecimiento*. Bancomundial.org. Recuperado de <https://blogs.worldbank.org/es/voices/cuatro-maneras-en-que-las-economias-de-ingreso-bajo-pueden-aumentar-los-ingresos-fiscales>
- Floril, P. R. (2009-2012). *La evasión tributaria e incidencia en la recaudación del impuesto a la renta de personas naturales en la provincia del guayas*. Universidad de guayaquil .
- García, J. (2017). *Eleemos la cultura tributaria en el Perú. Reforma Tributaria a estudiantes de la Carrera de Contabilidad con mención en Finanzas*. Recuperado de <https://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>
- Georges, A. (2012). *Choques y Brechas de las culturas tributarias*. recuperado el 21 de mayo de 2018, de centro interamericano de administraciones tributarias Recuperado de <https://www.ciat.org/choques-y-brechas-de-las-culturas-tributarias/>
- Gil Fernandez, K. y Zapata, L. (2017). *Cultura tributaria en Perú* [Tesis de pregrado, Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá “Uniempresarial” Colombia]
- Gonzales, C., y Gonzales, T. (2014). *Conciencia tributaria y su incidencia en la recaudación tributaria de las microempresas de la localidad de Huancavelica, periodo 2012*. [Tesis Posgrado Universidad Nacional de Huancavelica]

- Gonzales, N. (2011). *El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra*.
- González, E. M. (2021). *Segmentación de contribuyentes en base a analítica avanzada y desarrollo de acciones personalizadas*. revista de estudios tributarios Volumen (24).
- Guardia Salas , S. (2021). *Relación de la cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta en un grupo de contribuyentes del mercado de abastos de la ciudad de Tingo María*. [Tesis Posgrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco – Perú.]
- Guzmán, R. N. (2020). *Políticas públicas en defensa de la inclusión, la diversidad y el género*. ediciones Universidad de Salamanca. España
- Hernández S., y. M. (2018). *Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. segunda edición*. México: mcgraw hill. .
- Huere Navarro X. I. y Muña Rodriguez, A. Z. (2016). *Cultura tributaria para la formalización de las mypes de los mercados de la provincia de Huancayo*. [Tesis Posgrado, Universidad Nacional del Centro del Perú.] Recuperado de <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/1607>.
- Iberico, J. (2000). *Estrategia de la sunat para promover el cumplimiento voluntario*. Lima. Sunat.
- Iglesias, M. (2019). *Balance y perspectivas del estado social y democrático de derecho en el constitucionalismo contemporáneo*. ediciones Universidad de Salamanca España.
- Laura Carita, N. S. (2018). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la plataforma Andres Avelino Caceres caso: mercado “Virgen de fátima”- 2016* [Tesis pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa].
- Leandro, S. S. (s.f.). *Impacto de la inversión pública en el crecimiento económico del Perú período 1990 - 2019*. Universidad de Lambayeque. Perú
- Letsy, K., y Rivera, (2017). *La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de obligaciones tributarias de rentas personales de la población de la region Lima, año 2017*. [Tesis de Pregrado Universidad San Martin de Porres. Perú]
- Linares, M. (2020). *El delito de defraudación tributaria: Análisis dogmático de los artículos 305 y 305 bis del Código Penal Español*. PRÓLOGO DE Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Miguel Polaino Navarrete Catedrático Emérito de Derecho Penal Universidad de Sevilla.
- Loayza. (2008). *“El crecimiento económico en el Perú”*. Departamento de investigación Banco Mundial.
- Luján,R. (2019). *La cultura tributaria y el comportamiento de los delitos tributarios en el Perú: periodo 2012-2016*. Rrevista ciencia y tecnología, Volumen 15(2), pp. 101-109.

- Marquina Cruzado, C. J. (2014). *Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales SUNAT – Intendencia Lima en el periodo 2013* [Tesis Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo - Perú]
- Medina, F. y M. A. (2009). *El lugar por donde pasa la vida... los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires*. Universidad de Guadalajara. México: medina f.x. ávila r garine i. food, imagineries and cultural frontiers. essays in honour of helen macbeth, estudios del hombre, n° 24.
- Méndez Peña M., Morales Gonzáles N. y Aguilera, Dugarte O. (2005). *Cultura tributaria y contribuyentes: Datos y aspectos metodológicos*. Fermentum revista venezolana de Sociología y Antropología, vol. (15) núm. 44. pp. 332-352 septiembre-diciembre. Universidad de los Andes Venezuela. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/705/70504404.pdf>
- Mendoza Zelada, N. C. (2019). *Causas de la evasión tributaria de los comerciantes mayoristas de abarros ubicados en el distrito de Cajamarca y su incidencia en la recaudación – año 2015* [Tesis Posgrado Universidad Nacional de Cajamarca].
- OECD (2021), *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía: Guía sobre educación tributaria en el mundo, segunda edición*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/17a3eabd-es>.
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región*. [Tesis Pregrado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.]
- Nakashima, G. (2015). *La evasión tributaria y las estrategias de solución en la empresa gráfica “gama gráfica”*- [Tesis Pregrado. Universidad Peruana Simón Bolívar. Lima.]
- Nina Ortega , S. (2018). *El desarrollo organizacional en el centro de abastos vinocanchon del distrito de san jerónimo año 2018*. [Tesis Pregrado, Universidad Andina del Cusco, Perú]
- Ñaupas H. (2014). *Metodología de la investigación: cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis cuarta edición. ed., educación*. Bogotá: ediciones de la U.
- Ordoñez, R. E., y Tenesaca, G. M. (2014, Diciembre). *La cultura tributaria desde la informalidad de los comerciantes de la Bahía de Guayaquil*. Yachana Revista Científica, Guayaquil, volumen (3)(2), pp 77-78. Recuperado de file:///C:/Users/UNSAAC/Downloads/20-Texto%20del%20art%C3%ADculo-79-1-10-20160212.pdf
- Paiva, A. A. (2017). *El comercio electrónico y su impacto en el crecimiento de la economía nacional 2013-2017*. [Tesis Pegrado. Universidad San martin de Porres.]
- Palacios Feria, B. E. (2009). *Evasión tributaria en el Perú (2007-2008) del impuesto general a las ventas en las empresas comercializadoras de partes y piezas de computadoras de Lima*. [Tesis Pregrado. Universidad Nnacional Mayor de San Marcos.]
- Peña Gonzáles, C. G. (2010). *Formas y figuras de evasión de impuestos más frecuentes en Chile*. Universidad de Chile .

- Porfirio, A. (2012). *Cultura tributaria y impuestos*. 4ta ed.
- Prieto, M. J. (1994). *Medidas para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. canales de estudios económicos y empresariales*. Universidad de Valladolid, España. Volumen (9), pp. 219-242.
- Quezada, H., y Edgardo (2009). *Los vacíos legales del impuesto a la renta en el Perú 2008, como se “legaliza” la evasión tributaria*. [Tesis Pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú.]
- Quispe Quispe, M. L. y Ynchicsana Herrera, Y. (2023) *Evasión tributaria y la informalidad en los comerciantes mayoristas del mercado Huancaro, Cusco 2023* [Tesis Pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima Perú].
- RAE. (2014, octubre). *Diccionario de la lengua española*.
- Receita Federal. ( n. d). [Pagina principal]. Recuperado de <http://www.receita.fazenda.gov.br>
- Recio, J. I (2011, junio). *Importancia del Comercio*. Significado.com. Recuperado de <https://significado.com/im-comercio/>
- Roca, C. (2011, Setiembre). *Estrategías para la formación de la cultura tributaria*. serie temática tributaria (15), Guatemala.
- Rodrigo, L. (2015). *La educación tributaria como medida para incrementar la recaudación fiscal en la ciudad de chota 2013*. [Tesis Pregrado. Universidad Nacional de Cajamarca.] Recuperado de <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/unc/712> .
- Rojas Arenas , Y. M. (2017). *La evasión tributaria en las empresas de transporte interprovincial de pasajeros y su incidencia en la recaudación fiscal – Perú – 2016* [Tesis Pregrado, Universidad de San Martín de Porres Lima-Perú].
- Rojas, E. Y. (2015). *Causas y consecuencias de la evasión y elusión fiscal. 3.8 la evasión tributaria*.
- Rosado, N. y Kimie. G. (2015.). *La evasión tributaria y las estrategias de solución en la empresa gráfica “gama gráfica”*. [Tesis Pregrado. lima Perú.]
- Rosas Prado, C. E. y Castro Ascencio, O. F. (2016, Diciembre). *Programa para incrementar la conciencia tributaria*, *Revista de Investigación y Cultura, Universidad César Vallejo, Filial Chiclayo, volumen (5)*, pp. 2. Recuperado de <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-7924-3157>
- Salas, S. G. (2021). *Relación de la cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta en un grupo de contribuyentes del mercado de abastos de la ciudad de Tingo María*. [Tesis Pregrado. Universidad Nacional Hermilio Valdizán.]
- Samhan, F. (2015). *Ilícitos tributarios*. pacífico editores s.a.c.

- Santillán Silva, M. (2020). *Cultura tributaria en los comerciantes del mercado la condamine de la ciudad de Riobamba (Ecuador)* [Tesis de posgrado Instituto Superior Universitario "San Gabriel", Ecuador].
- Severino Malinarich, L. A. (2018, Mayo). *Nuevo mercado de abastos y vivienda taller en el centro comercial Moshoqueque de Chiclayo*. [Tesis Pregrado. Universidad peruana de ciencias aplicadas. Lima, Perú]
- Silva, L. (2022, octubre). *checklistfacil blog*. Recuperado de <https://blog-es.checklistfacil.com/tipos-de-comercio/>
- Solórzano, D. (2012). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Recuperado de [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura\\_tributaria\\_dulio\\_solorzano.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- Terrones Mejía, D.J. (2021, Junio). *Cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los microempresarios ubicados en el boulevard del cuero del distrito de Villa El Salvador - 2020* [Tesis Pregrado, Universidad Autónoma del Perú].
- Timaná, J. y Pazo, Y. (2014). *Pagar o no pagar es el dilema: las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima metropolitana*. lima - Perú: cecosami prenprensa e impresión digital s. a.
- Torres Carrera, L. E. (2021, mayo). *Los regímenes tributarios y la formalización de los contribuyentes mypes en el Perú, período 2019*. [Tesis Posgrado, Universidad Nacional del Callao.Lima-Perú].
- Valero, M. R. (2010, Marzo). *Etica y cultura tributaria*. daena: international journal of good conscience.
- Vanegas Cediél, Y. C. (2016, Agosto). *Caracterización de cultura tributaria en estudiantes de grado noveno*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas *Revista Vínculos*, vol 13, nro. 2, julio-diciembre 2016. Recuperado de <https://doi.org/10.14483/2322939X.11891>
- Vieira, C. (s.f.). *Código de ética: mucho más que buenas intenciones*. en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=695044>.
- Villegas, H. (2001). *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario. tomo único*. Buenos aires: ediciones de Palma.

# ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TITULO: "LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL COMERCIO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO. PERIODO 2021"						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES VARIABLE INDEPENDIENTE:	INDICADORES	DISEÑO METODOLOGICO	TECNICAS DE INVESTIGACIÓN
¿De qué forma se puede aplicar la Cultura Tributaria para mejorar las condiciones en el Comercio de los Mercados de Abastos de la Provincia del Cusco en el periodo 2021?	Proponer estrategias para la aplicación de la Cultura Tributaria que mejoren las condiciones comerciales en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco durante el periodo 2021.	La aplicación de una cultura tributaria adecuada mejora significativamente las condiciones comerciales en los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, al promover un mayor cumplimiento fiscal y una gestión económica más eficiente entre los comerciantes.	<b>X1= CULTURA TRIBUTARIA</b>	X1.1.=Cumplimiento voluntario X1.2.= Valores personales X1.3.= Deberes y obligaciones X1.4.= Ingresos que recibe X2.1.= Nivel de educación X2.2.= Complejidad de las normas tributarias X2.3.=Desconocimiento de las normas tributarias X2.4. =Normatividad de la SUNAT X3.1.= Nivel de conocimiento del Portal Web de la SUNAT X3.2.= Nivel de conocimiento de los trámites en SUNAT - Virtual X3.3.= Nivel de conocimiento de los tributos X3.4.= Recauda	<b>TIPO DE INVESTIGACION:</b> Por el tipo de investigación, el presente Proyecto de Investigación reúne las condiciones necesarias para ser denominado como: "INVESTIGACIÓN APLICADA".	<b>Variable 1 : Cultura Tributaria</b> Instrumento de recolección de datos Tecnica: Encuesta  Se aplicó un cuestionario de encuesta de 12 ítems en la escala de Likert, adaptado de Gonzales y Gonzales (2014).  <b>Variable 2: Comercio</b> Tecnica: Encuesta  Se aplicó un cuestionario de encuesta de 8 ítems en la escala de Likert. adaptado de Gonzales y Gonzales (2014).
PROBLEMA ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS	VARIABLES VARIABLE DEPENDIENTE:	INDICADORES	NIVEL DE INVESTIGACION: DESCRIPTIVO CORRELACIONAL	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <input type="checkbox"/> ¿De qué forma pueden aplicarse los principios de conciencia tributaria para mejorar las condiciones en el comercio en los mercados de abastos de Cusco durante el 2021?</li> <li>• <input type="checkbox"/> ¿De qué forma la educación tributaria puede mejorar el cumplimiento tributario en el comercio de los mercados de abastos de la Provincia del Cusco en el periodo 2021?</li> <li>• <input type="checkbox"/> ¿En qué cuantía los distintos niveles de conocimiento tributario afectan las decisiones comerciales en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco en el periodo 2021?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Identificar y analizar los principios de conciencia tributaria que pueden aplicarse para mejorar las condiciones comerciales en los mercados de abastos de la Provincia del Cusco durante el periodo 2021, promoviendo un mayor cumplimiento fiscal y beneficios económicos para los comerciantes.</li> <li>•Evaluar de qué forma la educación tributaria puede contribuir a mejorar el cumplimiento tributario en el comercio de los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, identificando estrategias educativas que promuevan una mayor formalización y responsabilidad fiscal entre los comerciantes.</li> <li>•Determinar en qué medida los distintos niveles de conocimiento tributario afectan las decisiones comerciales en los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, identificando cómo el nivel de conocimiento fiscal influye en la formalización, rentabilidad y cumplimiento de los comerciantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <input type="checkbox"/> La aplicación de principios de conciencia tributaria mejora significativamente las condiciones comerciales en los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, al fomentar un mayor cumplimiento fiscal y generar beneficios económicos para los comerciantes.</li> <li>• <input type="checkbox"/> La implementación de una educación tributaria adecuada contribuye a mejorar el cumplimiento tributario en el comercio de los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, promoviendo una mayor formalización y responsabilidad fiscal entre los comerciantes.</li> <li>• <input type="checkbox"/> Los distintos niveles de conocimiento tributario afectan significativamente las decisiones comerciales en los mercados de abastos de la provincia del Cusco durante el periodo 2021, de manera que un mayor conocimiento fiscal favorece la formalización, rentabilidad y cumplimiento tributario de los comerciantes.</li> </ul>	<b>Y1= COMERCIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Y1.1. = Venta al por mayor</li> <li>Y1.2. = Actividad de compra y venta de mercancías</li> <li>Y2.1 = Venta al por menor</li> <li>Y2.2. = Actividad de compra y venta de mercancías</li> <li>Y3.1. = Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS</li> <li>Y3.2= Régimen Especial de Renta- RER</li> <li>Y3.3= Régimen MYPE Tributario - RMT</li> <li>Y3.4= Régimen General de Renta - RG</li> </ul>	<b>DISEÑO DE INVESTIGACION:</b> Para el diseño de este proyecto de investigación se empleó un "ENFOQUE CUANTITATIVO" porque se recurrió a la recolección de datos, por medio de instrumentos validados y confiables, el cual permitió comprobar las hipótesis en base al análisis estadístico (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).	<b>Validez.</b> Cabe mencionar que ambos instrumentos (cuestionario de encuesta) se sometieron a la validez de juicios de expertos, para lo cual se remitió oficios a cuatro profesionales con grado de Maestro o Doctor para dar su opinión respectiva.

## ANEXO 2: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

## INSTRUMENTO

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO DEL CUSCO  
ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRIA EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**

Estimado Señor(a) un cordial saludo me dirijo a Ud. Solicitando su colaboración, le presento este cuestionario de encuesta a fin de recolectar los datos requeridos para la finalización del trabajo de tesis “**LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL COMERCIO DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO. PERIODO 2021**” el cual tiene fines netamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

**INSTRUCCIONES:**

A continuación, encontrará una serie de preguntas relacionadas con la Cultura Tributaria y el Comercio, agradezco que responda de manera sincera y honesta ya que esto me ayudará a tomar las mejores decisiones para mi trabajo de tesis.



**Instrucciones:** Por favor marque con una X la respuesta escogida según los valores correspondientes.

DIMENSIONES	Nro.	PREGUNTAS	VALORES				
			1	2	3	4	5
<b>CONCIENCIA TRIBUTARIA</b>	1	Para Ud. ¿Es importante el cumplimiento del pago de los impuestos?					
	2	Cree Ud. ¿Qué los valores personales son fundamentales para el cumplimiento del pago de los impuestos?					

	3	¿Cree Ud. ¿Que Cumple con sus deberes y obligaciones como contribuyente?					
	4	¿Considera que es justo que pague impuestos por los ingresos que percibe de su negocio?					
<b>EDUCACIÓN TRIBUTARIA</b>	5	Para Ud. ¿El nivel de educación de tributación ha permitido cumplir con las obligaciones tributarias?					
	6	Considera Ud. ¿Qué las normas tributarias por su complejidad propician la informalidad de los comerciantes?					
	7	Considera Ud. ¿Qué la evasión de impuestos se da por desconocimiento de las normas tributarias?					
	8	Conoce Ud. ¿La normatividad de la SUNAT para el pago de los tributos?					
<b>CONOCIMIENTO TRIBUTARIO</b>	9	Ud. ¿Tiene el nivel de conocimiento sobre el Portal Web de la Sunat?					
	10	Ud. ¿Ha recibido orientación o charlas informativas sobre los trámites en Sunat -Virtual?					
	11	Tiene Ud. Conocimiento ¿Qué es el Impuesto, Contribución y Tasa?					
	12	Sabe Ud. ¿Qué hace el Estado con el pago de nuestros Impuestos?					

<b>COMERCIO MAYORISTA</b>	13	¿En cuanto a sus ventas al por mayor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?					
	14	¿Usted lleva un control de sus ventas al por mayor?					
<b>COMERCIO MINORISTA</b>	15	¿En cuanto a sus ventas al por menor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?					
	16	¿Usted lleva un control de sus ventas al por menor?					
<b>REGÍMENES TRIBUTARIOS</b>	17	Para Ud. ¿El monto que paga por sus ventas declaradas corresponde a la categoría del NRUS en la que se encuentra afiliado?					
	18	¿Cree Ud. ¿Que el desconocimiento de los regímenes tributarios como es el Régimen Especial de Renta- RER y presuntivos es factor determinante el cual impide acogerse a alguno de ellos?					
	19	¿Para Ud. Cree que la entrada en vigor del Decreto Legislativo N°1269, que dio origen al Régimen MYPE tributario, favoreció a la ampliación de la Base tributaria en el Perú?					
	20	¿Cree Ud. ¿Que en el futuro puede acogerse al Régimen General?					



101	3	4	5	1	2	3	4	2	3	4	4	4	39	1	2	2	5	4	3	2	3	22
102	3	3	5	1	2	3	4	1	3	4	2	4	35	5	2	2	5	4	3	2	2	25
103	1	5	5	1	2	3	4	2	3	4	4	4	38	5	2	1	5	4	3	2	2	24
104	1	4	4	1	2	3	4	2	3	2	1	2	29	4	2	2	2	4	3	3	2	22
105	1	5	2	1	2	3	5	2	3	2	1	2	29	3	3	2	4	4	3	3	2	24
106	1	4	4	1	2	3	5	2	4	2	4	2	34	1	3	1	4	3	2	3	2	19
107	1	5	5	1	2	3	4	2	3	2	3	2	33	2	3	1	4	3	2	4	2	21
108	1	5	4	1	2	3	4	2	4	2	4	2	34	5	2	1	3	3	2	4	2	22
109	1	3	4	1	2	3	5	2	3	2	1	1	28	4	2	1	4	3	2	4	2	22
110	1	5	4	1	2	3	4	3	4	2	2	1	32	3	2	1	4	3	2	4	2	21
111	1	4	5	1	2	3	5	1	4	2	2	1	31	1	2	1	5	3	5	4	2	23
112	2	4	5	2	2	4	5	2	4	2	2	1	35	4	2	1	3	3	5	4	1	23
113	2	3	4	2	2	4	5	3	5	2	1	1	34	5	5	2	3	3	5	3	1	27
114	2	5	4	2	1	4	5	2	5	2	1	2	35	4	5	2	3	4	4	3	1	26
115	2	4	4	2	1	4	5	2	4	2	2	2	34	2	5	2	3	4	4	3	1	24
116	2	4	4	2	1	4	4	2	4	2	3	2	34	2	5	2	3	4	4	3	1	24
117	2	5	4	2	1	4	4	2	4	2	4	2	36	4	5	1	2	4	4	3	1	24
118	2	5	5	2	1	4	5	2	5	1	4	2	38	5	5	1	4	4	2	3	1	25
119	2	5	4	1	2	4	5	1	4	1	2	4	35	4	5	1	2	4	3	3	1	23
120	2	5	4	1	2	4	5	3	3	1	4	4	38	4	4	1	2	4	3	3	1	22
121	2	5	3	1	2	4	5	2	4	1	4	3	36	4	4	2	2	5	3	2	1	23
122	3	4	4	1	2	4	4	2	4	1	5	3	37	3	4	2	4	5	3	2	2	25
123	3	5	5	1	2	4	4	3	4	1	1	3	36	5	4	2	4	3	2	2	2	24
124	3	5	3	1	2	4	4	2	2	1	3	4	34	5	4	1	5	5	2	2	2	26
125	3	4	3	1	2	4	4	2	3	1	2	1	30	2	4	1	5	5	3	3	2	25
126	3	5	3	1	2	4	4	2	1	1	1	3	30	1	4	1	5	4	3	3	2	23
127	3	4	3	1	2	4	4	5	1	4	1	4	35	2	4	1	4	5	2	3	2	23
128	3	3	4	1	2	4	4	2	4	1	3	3	34	3	4	1	4	5	3	4	1	25
129	3	4	4	1	2	4	5	2	5	1	2	3	36	4	4	2	2	5	2	4	2	25
130	3	5	4	1	2	4	4	1	4	2	5	3	38	5	5	2	2	5	3	4	1	27
131	3	4	4	1	2	4	3	1	5	2	1	2	32	5	5	2	3	5	2	4	3	29
132	3	3	4	1	2	4	4	1	4	2	3	2	33	2	5	3	2	3	2	4	3	24
133	3	5	4	1	2	4	4	1	5	2	2	2	35	3	5	3	4	5	5	4	3	32
134	3	3	3	2	2	4	4	2	4	2	4	2	35	4	5	3	2	5	5	4	3	31
135	4	3	3	2	2	4	5	1	2	2	3	2	33	2	4	3	2	5	5	4	3	28
136	4	5	3	2	2	4	4	1	2	2	2	3	34	1	4	3	1	5	5	4	4	27
137	4	3	3	2	2	4	5	2	3	2	5	3	38	2	4	3	4	5	5	4	4	31
138	4	4	3	2	2	4	4	1	3	2	3	3	35	2	4	3	4	5	2	4	4	28
139	4	5	3	2	2	4	4	1	5	2	4	3	39	2	4	3	4	4	4	3	4	28
140	4	4	3	2	2	4	5	2	4	5	2	3	40	4	4	2	5	4	4	3	4	30
141	4	5	4	2	1	4	5	3	5	4	2	2	41	4	4	2	5	4	4	3	4	30
142	3	4	3	2	1	4	5	2	5	4	2	2	37	1	3	2	5	4	4	3	4	26
143	3	5	3	2	1	4	3	1	4	4	2	2	34	1	4	2	5	4	4	3	2	25
144	3	5	3	2	1	4	5	1	4	4	2	2	36	2	4	2	5	4	4	3	2	26
145	3	4	4	2	1	4	5	2	3	4	2	2	36	3	4	2	4	5	4	3	2	27
146	3	4	4	2	1	4	4	2	4	4	2	2	36	3	5	1	4	5	4	3	2	27
147	3	5	4	2	1	4	4	2	5	1	3	2	36	1	5	1	4	5	5	3	2	26
148	1	5	5	2	1	4	4	1	5	1	4	2	35	5	5	1	5	5	5	3	2	31
149	1	5	2	1	1	4	5	1	5	2	4	2	33	3	5	2	5	4	5	3	2	29
150	1	3	2	1	1	4	5	1	4	2	1	2	27	4	4	2	5	4	5	3	2	29
151	4	4	2	1	1	2	5	1	4	2	2	2	30	2	4	2	4	4	5	3	2	26
152	4	3	2	1	1	2	4	1	5	1	2	2	28	5	4	2	4	4	2	3	1	25
153	4	3	2	1	1	2	4	3	4	3	4	4	35	1	5	2	4	5	2	3	1	23
154	4	4	2	1	1	2	4	2	4	3	3	2	32	2	5	3	5	3	2	3	1	24
155	4	4	2	1	1	2	4	2	4	2	1	2	29	5	5	3	5	3	3	3	1	28
156	4	5	3	1	1	2	5	2	4	3	4	2	36	4	5	3	4	4	3	3	1	27
157	4	3	2	1	1	2	5	1	5	5	3	4	36	3	5	3	4	4	3	3	1	26
158	4	5	2	1	2	2	4	2	5	2	5	4	38	3	5	3	5	4	2	3	1	26
159	4	5	2	1	2	2	4	2	5	5	3	4	39	1	5	2	4	4	2	3	2	23
160	4	5	5	1	4	2	4	2	2	5	3	4	41	3	5	2	2	4	2	3	2	23
161	4	5	2	1	4	2	5	2	2	2	3	4	36	2	4	2	4	4	2	3	2	23
162	4	5	4	1	4	2	5	2	2	4	2	4	39	2	4	2	2	4	2	3	2	21
163	4	5	2	2	4	2	5	3	5	1	5	3	41	2	4	2	2	4	2	3	2	21
164	4	5	2	2	4	2	4	2	4	5	4	4	42	2	4	2	2	4	2	3	2	21
165	4	4	3	2	4	2	4	2	5	1	2	1	34	3	4	2	1	4	5	3	2	24
166	4	5	3	2	4	1	3	1	4	2	4	2	35	2	4	2	3	4	5	3	3	26
167	1	5	3	2	4	1	4	1	5	3	5	1	35	3	5	3	3	4	5	3	3	29
168	1	4	5	2	4	1	5	1	3	3	2	2	33	2	5	3	4	4	5	3	3	29
169	1	5	4	2	5	1	4	1	4	4	2	1	34	3	5	3	4	4	5	3	3	30
170	1	5	5	3	1	4	1	4	1	3	5	2	4	37	5	4	2	4	4	5	3	30
171	5	5	4	3	3	1	5	2	3	2	4	1	38	4	4	2	5	4	5	3	3	30
172	4	4	4	3	3	2	4	2	4	1	5	4	40	2	4	2	5	4	2	3	3	25
173	4	3	4	3	3	2	5	2	4	4	2	4	40	4	5	2	5	4	2	3	3	28
174	4	4	4	3	3	2	4	2	5	5	1	2	39	4	5	2	5	4	5	3	3	31
175	4	4	5	3	3	2	4	2	5	5	2	2	41	5	5	2	4	3	5	3	3	30
176	4	5	4	3	3	2	4	2	4	2	2	2	37	1	4	2	4	3	5	3	3	25
177	5	4	4	4	3	5	3	2	4	2	3	2	41	5	4	2	4	4	5	3	3	30
178	5	4	4	4	4	5	3	2	3	2	2	2	40	2	3	2	4	4	5	3	3	26
179	5	4	3	4	4	5	3	1	4	3	2	1	39	3	5	2	4	3	4	3	3	27
180	5	5	4	4	4	5	5	1	5	2	3	2	45	1	5	1	4	3	4	4	3	25
181	1	5	4	4	4	3	2	1	4	5	2	3	38	3	5	1	3	4	4	3	1	24
182	1	3	5	4	4	3	4	1	4	2	2	4	37	4	4	1	3	4	4	3	2	25
183	1	3	5	4	4	3	4	1	4	3	2	3	37	2	4	1	4	4	5	3	2	25
184	1	5	4	4	4	3	4	2	5	2	2	2	38	5	2	1	4	4	5	3	2	26

201	1	5	4	3	1	4	4	2	4	4	2	2	36	5	4	1	4	5	5	3	2	29
202	3	5	4	3	2	4	4	5	2	4	4	2	40	1	4	3	2	5	4	3	2	24
203	2	5	4	2	2	4	5	2	5	4	2	2	39	3	4	2	2	5	4	3	2	25
204	2	3	5	1	2	4	4	2	5	3	2	2	35	4	5	2	2	5	4	3	3	28
205	2	5	4	1	2	4	4	2	5	3	3	2	37	3	5	2	2	4	5	3	2	26
206	1	4	4	1	2	4	4	5	2	4	3	1	2	33	5	5	3	2	4	5	3	29
207	1	3	5	1	2	4	3	2	4	3	3	2	33	4	4	2	2	4	5	3	2	26
208	1	4	3	1	2	4	5	2	5	3	3	2	34	3	4	2	2	4	4	3	2	24
209	5	3	4	1	2	4	4	5	1	4	4	2	38	3	4	2	2	4	4	4	4	25
210	5	4	4	1	2	4	4	1	4	2	1	2	34	1	5	1	4	4	4	4	2	30
211	5	4	4	2	2	4	5	1	5	2	2	2	38	5	5	1	4	4	5	4	2	30
212	5	5	4	2	2	3	5	2	4	2	3	2	39	3	4	1	4	4	5	4	1	26
213	5	5	4	2	1	3	5	2	5	2	1	2	37	4	4	4	4	4	4	4	1	29
214	5	5	4	2	1	3	4	2	3	2	1	2	34	3	5	4	4	4	5	4	1	30
215	5	4	4	2	1	3	4	2	4	4	4	2	39	3	5	4	4	4	4	4	1	29
216	4	4	3	2	1	3	3	2	5	4	1	1	31	2	4	4	4	4	5	4	1	28
217	4	4	4	2	1	3	4	1	5	4	2	3	37	2	4	4	4	4	4	4	1	27
218	4	5	4	2	1	3	5	2	4	4	2	2	38	4	5	4	5	4	5	4	1	32
219	4	5	3	2	1	3	5	2	5	4	2	1	37	1	5	4	5	4	5	4	3	31
220	4	4	4	2	1	4	5	1	4	4	2	1	39	1	4	2	5	4	5	4	4	29
221	4	5	5	2	2	4	4	2	4	4	2	1	39	3	4	2	5	4	4	4	4	30
222	2	4	4	2	2	4	4	3	4	4	2	4	39	5	5	2	5	4	5	2	4	32
223	2	3	2	1	2	4	4	1	3	4	1	2	29	4	5	2	4	4	4	3	4	30
224	2	3	4	1	2	4	4	1	4	4	2	2	33	5	4	2	5	4	5	3	4	32
225	2	5	3	1	1	4	4	4	4	4	1	2	35	2	4	2	5	4	3	3	2	25
226	4	3	2	1	1	4	4	4	4	4	3	2	35	1	4	4	5	4	3	3	2	28
227	4	2	4	2	1	4	4	5	1	4	4	2	32	3	2	5	5	4	3	2	3	29
228	2	5	5	1	1	4	5	4	3	3	4	3	40	5	5	4	3	4	3	5	4	33
229	3	5	4	1	1	4	4	2	5	2	1	2	34	2	4	2	3	4	3	4	4	26
230	3	3	3	3	1	4	4	1	4	2	2	2	32	1	5	2	3	3	3	4	2	23
231	3	5	3	3	2	4	5	3	4	4	2	3	41	3	4	2	3	5	3	4	2	26
232	3	4	3	3	2	4	3	4	5	4	4	2	41	2	4	1	3	5	3	4	3	25
233	3	4	3	3	2	4	4	4	4	5	4	1	38	2	3	1	2	5	2	4	3	22
234	3	5	4	3	2	4	5	1	4	4	2	3	40	5	4	1	3	4	3	4	3	27
235	3	4	3	3	2	4	5	4	4	4	3	4	42	2	4	2	3	4	3	4	1	23
236	3	4	3	2	4	4	3	2	4	4	4	1	37	1	4	2	3	4	3	4	2	24
237	3	2	5	2	2	4	5	2	5	3	3	2	38	3	4	2	3	4	2	4	1	23
238	3	5	3	2	2	4	5	2	3	2	3	3	37	5	2	1	2	4	2	4	4	24
239	3	3	3	2	2	4	5	1	3	2	2	4	34	2	4	1	4	4	1	4	3	23
240	1	5	3	2	2	4	5	5	5	2	2	1	37	4	4	1	5	4	1	4	1	24
241	1	5	4	2	2	4	4	2	4	2	2	2	34	2	2	2	4	4	4	4	4	26
242	1	3	3	1	2	2	5	2	5	2	2	2	30	4	4	2	4	4	4	4	2	28
243	1	4	5	1	2	2	5	5	5	2	2	4	38	2	4	1	4	4	4	4	1	24
244	2	2	5	1	1	2	5	4	5	2	2	3	34	1	4	1	4	4	4	4	1	23
245	2	2	3	1	2	3	4	3	4	2	3	4	29	1	5	1	2	4	4	4	3	24
246	2	4	5	1	1	2	5	5	3	2	2	4	36	1	5	2	2	4	4	3	4	25
247	2	2	3	1	1	2	4	4	5	4	2	3	33	5	5	2	2	4	5	3	4	30
248	3	4	3	1	1	2	4	4	3	2	2	3	32	4	5	1	2	4	5	3	1	25
249	3	5	4	1	1	2	3	3	4	2	2	1	31	4	4	2	2	4	5	3	1	25
250	3	5	5	2	2	2	4	4	3	1	2	3	36	4	4	1	2	4	4	3	2	24
251	4	5	3	2	2	2	5	3	5	3	2	2	38	2	4	2	2	5	4	3	1	23
252	4	2	5	2	2	2	5	1	5	2	2	3	35	5	4	1	2	5	4	3	2	26
253	4	5	3	2	1	2	4	2	5	2	2	4	36	2	4	1	3	5	4	3	2	24
254	4	5	3	2	1	2	4	1	5	2	2	1	32	1	4	2	3	5	1	3	2	21
255	4	5	4	2	2	4	2	4	2	2	1	1	33	3	4	2	3	5	5	3	2	27
256	5	5	3	3	1	2	4	2	4	2	2	4	37	2	4	2	3	5	5	3	2	26
257	4	3	4	3	2	2	5	2	3	2	2	2	34	1	5	2	3	5	5	3	2	26
258	4	5	4	3	3	2	4	3	4	3	2	1	38	5	5	2	4	4	4	3	2	29
259	5	4	5	3	3	2	4	2	4	3	2	1	38	4	5	2	4	4	4	4	2	29
260	1	5	3	2	4	2	5	2	3	2	2	1	32	4	5	2	4	4	4	4	1	28
261	1	5	4	2	4	2	4	2	4	2	2	1	33	5	4	2	4	4	4	4	1	28
262	1	2	5	4	4	3	5	3	3	1	1	1	33	3	3	1	4	4	5	4	1	25
263	1	2	4	4	4	3	4	4	5	1	4	2	39	2	3	1	4	4	4	2	4	21
264	1	5	3	4	4	3	4	2	3	1	1	2	33	2	3	1	4	5	5	4	1	25
265	1	4	2	4	4	3	4	3	3	2	4	2	36	3	3	2	4	5	3	4	1	25
266	1	3	4	4	4	3	5	3	5	2	4	2	40	3	3	2	4	5	3	4	1	25
267	5	5	4	4	4	3	5	5	4	2	4	2	47	4	3	1	4	5	3	4	2	26
268	5	4	4	4	4	3	4	1	3	4	4	2	42	2	3	1	4	5	3	4	2	24
269	5	2	4	4	2	3	4	5	4	4	1	1	39	5	5	2	4	5	4	4	2	31
270	5	3	5	4	2	3	4	5	5	4	1	2	43	5	5	2	4	4	4	4	1	29
271	4	2	3	4	2	3	5	4	4	3	4	2	40	2	5	2	2	4	4	3	2	27
272	4	4	4	1	2	3	4	3	4	4	4	2	38	5	4	2	2	4	5	3	2	24
273	4	4	4	1	2	3	5	4	4	4	4	1	40	5	4	2	2	4	5	3	2	26
274	4	5	5	1	2	3	4	5	4	4	2	1	40	5	5	2	2	4	5	3	2	28
275	5	4	4	1	1	2	4	2	5	4	2	1	35	3	5	2	2	4	5	3	2	26
276	5	3	4	1	1	2	4	5	5	2	3	4	39	4	4	2	2	4	5	3	2	26
277	4	4	4	1	1	2	5	5	4	2	2	2	36	1	4	2	3	4	5	3	2	24
278	4	2	5	1	1	2	5	3	3	4	2	2	34	5	2	2	3	4	5	3	2	26
279	3	3	4	2	1	2	5	3	4	2	2	2	33	1	4	2	3	4	1	3	1	19
280	3	4	4	2	1	2	3	1	4	4	2	2	32	5	4	2	3	4	1	3	1	23
281	5	4	4	2	2	2	5	5	4	1	2	2	36	2	5	1	2	5	1	3	4	24
282	3	3	5	3	2	2	5	3	4	3	2	2	37	3	2	3	2	5	5	3	1	24
283	3	5	4	3	2	2	5	1	4	2	2	2	35	3	4	3	2	5	2	3	1	23
284	3	4	5	3	2	2	5	2	5	2	2	2	37	4	2	3						



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**MAESTRIA EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**




---

**VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO**

**Nombre del Experto: DR. JULIO CELSO ORTEGA LOAIZA      Especialidad: CONTADOR**

**Autor del instrumento: Lic. Ruth Ivanka Carrión Usto.**

*“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”*

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>SUFICIENCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>
<b>Conciencia Tributaria</b>	Para Ud. ¿Es importante el cumplimiento del pago de los impuestos?	4	4	3	4
	Cree Ud. ¿Qué los valores personales son fundamentales para el cumplimiento del pago de los impuestos?	4	3	3	4
	¿Cree Ud. que Cumple con sus deberes y obligaciones como contribuyente?	3	3	3	4
	¿Considera que es justo que pague impuestos por los ingresos que percibe de su negocio?	4	4	3	4
<b>Educación Tributaria</b>	Para Ud. ¿El nivel de educación de tributación ha permitido cumplir con las obligaciones tributarias?	3	3	4	4

	Considera Ud. ¿Que las normas tributarias por su complejidad propician la informalidad de los comerciantes?	4	4	4	4
	Considera Ud. ¿Que la evasión de impuestos se da por desconocimiento de las normas tributarias?	3	4	3	4
	Conoce Ud. ¿La normatividad de la SUNAT para el pago de los tributos?	3	4	4	4
<b>Conocimiento Tributario</b>	Ud. ¿Tiene el nivel de conocimiento sobre el Portal Web de la Sunat?	3	4	3	4
	Ud. ¿Ha recibido orientación o charlas informativas sobre los trámites en Sunat -Virtual?	4	3	4	4
	Tiene Ud. Conocimiento ¿Qué es el Impuesto, Contribución y Tasa?	4	3	3	3
	Sabe Ud. ¿Qué hace el Estado Peruano con el pago de nuestros Impuestos?	4	3	4	4
<b>Comercio mayorista</b>	¿En cuanto a sus ventas al por mayor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?	3	3	4	4
	¿Usted lleva un control de sus ventas al por mayor?	3	3	3	3
<b>Comercio minorista</b>	¿En cuanto a sus ventas al por menor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?	3	3	4	4
	¿Usted lleva un control de sus ventas al por menor?	3	3	3	3

<b>Regímenes Tributarios</b>	Para Ud. ¿El monto que paga por sus ventas declaradas corresponde a la categoría del NRUS en la que se encuentra afiliado?	4	4	4	4
	¿Cree Ud. que el desconocimiento de los regímenes tributarios como es el Régimen Especial de Renta- RER y presuntivos es factor determinante el cual impide acogerse a alguno de ellos?	4	4	4	4
	¿Para Ud. Cree que la entrada en vigor del Decreto Legislativo N°1269, que dio origen al Régimen MYPE tributario, favoreció a la ampliación de la Base tributaria en el Perú?	4	3	3	4
	¿Cree Ud. que en el futuro puede acogerse al Régimen General?	4	3	3	3

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? Si ( ) No (X) en caso de Si, que dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:** Apto para su aplicación

**El instrumento debe ser aplicado:** Si (X) No ( )

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
ESCUELA DE POSGRADO

DR. JULIO CELESTINO ORTEGA LOAYZA  
DIRECTOR (a)  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

---

FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**MAESTRIA EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**



**VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO**

**Nombre del Experto: D. TEOFILO JORDAN PALOMINO**

**Especialidad: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**

**Autor del instrumento: Lic. Ruth Ivanka Carrión Usto.**

*“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”*

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>SUFICIENCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>
<b>Conciencia Tributaria</b>	Para Ud. ¿Es importante el cumplimiento del pago de los impuestos?	4	4	3	4
	Cree Ud. ¿Qué los valores personales son fundamentales para el cumplimiento del pago de los impuestos?	4	3	3	4
	¿Cree Ud. que Cumple con sus deberes y obligaciones como contribuyente?	3	3	3	4
	¿Considera que es justo que pague impuestos por los ingresos que percibe de su negocio?	4	4	3	4
<b>Educación Tributaria</b>	Para Ud. ¿El nivel de educación de tributación ha permitido cumplir con las obligaciones tributarias?	3	3	4	4

	Considera Ud. ¿Que las normas tributarias por su complejidad propician la informalidad de los comerciantes?	4	4	4	4
	Considera Ud. ¿Que la evasión de impuestos se da por desconocimiento de las normas tributarias?	3	4	3	4
	Conoce Ud. ¿La normatividad de la SUNAT para el pago de los tributos?	3	4	4	4
<b>Conocimiento Tributario</b>	Ud. ¿Tiene el nivel de conocimiento sobre el Portal Web de la Sunat?	3	4	3	4
	Ud. ¿Ha recibido orientación o charlas informativas sobre los trámites en Sunat - Virtual?	4	3	4	4
	Tiene Ud. Conocimiento ¿Qué es el Impuesto, Contribución y Tasa?	4	3	3	3
	Sabe Ud. ¿Qué hace el Estado Peruano con el pago de nuestros Impuestos?	4	3	4	4
<b>Comercio mayorista</b>	¿En cuanto a sus ventas al por mayor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?	3	3	4	4
	¿Usted lleva un control de sus ventas al por mayor?	3	3	3	3

<b>Comercio minorista</b>	¿En cuanto a sus ventas al por menor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?	3	3	4	4
	¿Usted lleva un control de sus ventas al por menor?	3	3	3	3
<b>Regímenes Tributarios</b>	Para Ud. ¿El monto que paga por sus ventas declaradas corresponde a la categoría del NRUS en la que se encuentra afiliado?	4	4	4	4
	¿Cree Ud. que el desconocimiento de los regímenes tributarios como es el Régimen Especial de Renta- RER y presuntivos es factor determinante el cual impide acogerse a alguno de ellos?	4	4	4	4
	¿Para Ud. Cree que la entrada en vigor del Decreto Legislativo N°1269, que dio origen al Régimen MYPE tributario, favoreció a la ampliación de la Base tributaria en el Perú?	4	3	3	4
	¿Cree Ud. que en el futuro puede acogerse al Régimen General?	4	3	3	3

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? Si ( ) No (X) en caso de Si, que dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:** Apto para su aplicación

El instrumento debe ser aplicado: Si (X) No ( )

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
DPTO. ACADEMICO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
  
Dr. Teófilo Jordán Palomino  
DOCENTE

\_\_\_\_\_  
FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**MAESTRIA EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**



**VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO**

**Nombre del Experto: DRA. VICTORIA PUENTE DE LA VEGA APARICIO**

**Especialidad: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**

**Autor del instrumento: Lic. Ruth Ivanka Carrión Usto.**

*“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”*

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>SUFICIENCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>
<b>Conciencia Tributaria</b>	Para Ud. ¿Es importante el cumplimiento del pago de los impuestos?	4	4	3	4
	Cree Ud. ¿Qué los valores personales son fundamentales para el cumplimiento del pago de los impuestos?	3	4	3	4
	¿Cree Ud. que Cumple con sus deberes y obligaciones como contribuyente?	4	4	3	4
	¿Considera que es justo que pague impuestos por los ingresos que percibe de su negocio?	3	4	3	4
<b>Educación Tributaria</b>	Para Ud. ¿El nivel de educación de tributación ha permitido cumplir con las obligaciones tributarias?	4	3	4	4
	Considera Ud. ¿Que las normas tributarias por su complejidad propician la informalidad de los comerciantes?	4	4	4	4

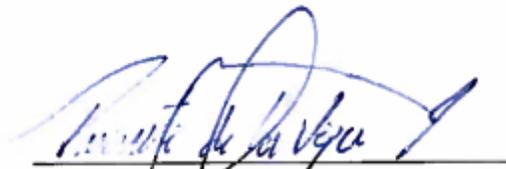
	Considera Ud. ¿Que la evasión de impuestos se da por desconocimiento de las normas tributarias?	4	4	3	4
	Conoce Ud. ¿La normatividad de la SUNAT para el pago de los tributos?	3	3	4	4
<b>Conocimiento Tributario</b>	Ud. ¿Tiene el nivel de conocimiento sobre el Portal Web de la Sunat?	4	4	3	4
	Ud. ¿Ha recibido orientación o charlas informativas sobre los trámites en Sunat -Virtual?	4	3	4	4
	Tiene Ud. Conocimiento ¿Qué es el Impuesto, Contribución y Tasa?	3	3	3	3
	Sabe Ud. ¿Qué hace el Estado Peruano con el pago de nuestros Impuestos?	4	4	4	4
<b>Comercio mayorista</b>	¿En cuanto a sus ventas al por mayor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?	3	3	4	4
	¿Usted lleva un control de sus ventas al por mayor?	3	4	3	4
<b>Comercio minorista</b>	¿En cuanto a sus ventas al por menor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?	3	4	3	4
	¿Usted lleva un control de sus ventas al por menor?	3	4	4	4
	Para Ud. ¿El monto que paga por sus ventas declaradas corresponde a la categoría del NRUS en la que se encuentra afiliado?	4	4	3	4
	¿Cree Ud. que el desconocimiento de los regímenes tributarios como es el Régimen	4	3	3	4

<b>Regímenes Tributarios</b>	Especial de Renta- RER y presuntivos es factor determinante el cual impide acogerse a alguno de ellos?				
	¿Para Ud. Cree que la entrada en vigor del Decreto Legislativo N°1269, que dio origen al Régimen MYPE tributario, favoreció a la ampliación de la Base tributaria en el Perú?	4	4	3	4
	¿Cree Ud. que en el futuro puede acogerse al Régimen General?	2	3	3	3

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? Si ( ) No (X) en caso de Si, que dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:** Apto para su aplicación

**El instrumento debe ser aplicado:** Si (X) No ( )

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**MAESTRIA EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**



**VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO**

**Nombre del Experto: DR. RAFAEL FERNANDO VARGAS SALINAS**

**Especialidad: ECONOMISTA**

**Autor del instrumento: Lic. Ruth Ivanka Carrión Usto.**

*“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”*

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>SUFICIENCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>
<b>Conciencia Tributaria</b>	Para Ud. ¿Es importante el cumplimiento del pago de los impuestos?	4	4	3	4
	Cree Ud. ¿Qué los valores personales son fundamentales para el cumplimiento del pago de los impuestos?	4	4	3	4
	¿Cree Ud. que Cumple con sus deberes y obligaciones como contribuyente?	4	4	3	4
	¿Considera que es justo que pague impuestos por los ingresos que percibe de su negocio?	4	4	3	4
<b>Educación Tributaria</b>	Para Ud. ¿El nivel de educación de tributación ha permitido cumplir con las obligaciones tributarias?	4	4	4	4
	Considera Ud. ¿Que las normas tributarias por su complejidad propician la informalidad de los comerciantes?	4	4	4	4
	Considera Ud. ¿Que la evasión de	4	4	3	4

	impuestos se da por desconocimiento de las normas tributarias?				
	Conoce Ud. ¿La normatividad de la SUNAT para el pago de los tributos?	4	3	4	4
<b>Conocimiento Tributario</b>	Ud. ¿Tiene el nivel de conocimiento sobre el Portal Web de la Sunat?	4	4	3	4
	Ud. ¿Ha recibido orientación o charlas informativas sobre los trámites en Sunat -Virtual?	4	3	4	4
	Tiene Ud. Conocimiento ¿Qué es el Impuesto, Contribución y Tasa?	4	3	3	3
	Sabe Ud. ¿Qué hace el Estado Peruano con el pago de nuestros Impuestos?	4	4	4	4
<b>Comercio mayorista</b>	¿En cuanto a sus ventas al por mayor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?	4	3	4	4
	¿Usted lleva un control de sus ventas al por mayor?	4	4	3	4
<b>Comercio minorista</b>	¿En cuanto a sus ventas al por menor con qué frecuencia usted emite comprobantes de pago?	4	4	3	4
	¿Usted lleva un control de sus ventas al por menor?	4	4	4	4
	Para Ud. ¿El monto que paga por sus ventas declaradas corresponde a la categoría del NRUS en la que se	4	4	3	4

<b>Regímenes Tributarios</b>	encuentra afiliado?				
	¿Cree Ud. que el desconocimiento de los regímenes tributarios como es el Régimen Especial de Renta- RER y presuntivos es factor determinante el cual impide acogerse a alguno de ellos?	4	3	3	4
	¿Para Ud. Cree que la entrada en vigor del Decreto Legislativo N°1269, que dio origen al Régimen MYPE tributario, favoreció a la ampliación de la Base tributaria en el Perú?	4	4	3	4
	¿Cree Ud. que en el futuro puede acogerse al Régimen General?	4	3	3	3

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? Si ( ) No (X) en caso de Si, que dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:** Apto para su aplicación

El instrumento debe ser aplicado: Si (X) No ( )

  
**Dr. Rafael Fernando Vargas Salazar**  
**ECONOMISTA**  
**C.E.C. N° 478**

FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO