

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Escuela Académico - Profesional de Contabilidad



**PROGRAMA DE DIFUSIÓN TRIBUTARIA Y SU
INCIDENCIA EN LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO DE
TUMBES**

T E S I S

Para Optar el Título Profesional de

CONTADOR PÚBLICO

Presentado por los Bachilleres:

**Yman Arrieta, Leslye Katheryn
Ynfante Moscoso, Seydi Lisbeth**

Tumbes – 2 016

**PROGRAMA DE DIFUSIÓN TRIBUTARIA Y SU
INCIDENCIA EN LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO DE
TUMBES**

T E S I S

Presentado a la Escuela de Contabilidad de la Facultad de
Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes

Yman Arrieta Leslye Katheryn
Ejecutor

Ynfante Moscoso Seydi Lisbeth
Ejecutor

C.P.C. Julio Raúl Mena Preciado
Asesor

JURADO CALIFICADOR

Mg. Juan Chiquinta Alcalde

Presidente

Mg. John Piero Dios Valladolid

Secretario

Mg. Cesar GonzalesVega

Vocal

DEDICATORIA:

A Dios, fuente inagotable de amor,
Paz y sabiduría infinita.

A nuestros padres:
Jaime Infante Sanjinéz y Dora Moscoso Barrera
Sixto Yman Reyes y Edda Arrieta Tolentino
por brindarnos su apoyo constante e incondicional
para poder desarrollarnos profesionalmente.

Los autores

AGRADECIMIENTO

A todas las personas y amigos que colaboraron en la ejecución
de esta investigación especialmente
alDr. CPC Julio Raúl Mena Preciado por su
dedicación y aporte como asesor y
a nuestros profesores
de la Universidad Nacional de Tumbes.

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento al Reglamento General de Grados y Títulos, aprobado por la Resolución de Consejo Universitario N° 362-2003/UNT-CU del 03 de Julio del 2003, de la Universidad Nacional de Tumbes; ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación: **“Programa de Difusión Tributaria y su incidencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes”** con la finalidad de cumplir con uno de los requisitos para obtener el Título de Contador Público.

La investigación trata sobre la elaboración y aplicación de un programa de difusión de normas tributarias dirigido a los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, orientado a determinar su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes, alcanzando una incidencia significativa.

Esperando haber cumplido con las expectativas de la investigación, dejamos a consideración del Jurado Calificador los resultados de esta investigación.

Los autores.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1. Formulación del problema	12
1.2. Justificación del problema.....	17
1.3. Definición de objetivos	18
1.4. Hipótesis	19
1.5. Unidades de observación	19
1.6. Variables e indicadores.....	19
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	20
2.1. Teorías.....	20
2.1.1. Materia tributaria	20
2.1.1.1. Teoría de la imposición tributaria	20
2.1.1.2. Teoría general de la tributación y los tributos	20
2.1.1.3. Teoría de los servicios públicos	21
2.1.1.4. Importancia del sistema tributario Peruano.....	22
2.1.1.5. La obligación tributaria.....	23
2.1.1.6. La Administración Tributaria	24
2.1.1.7. Inscripción en el registro único de contribuyentes (RUC)	37
2.1.1.8. Infracciones y sanciones administrativas	40
2.1.2. Cultura tributaria.....	42
2.1.2.1. Teoría de la disuación según Allingham y Sadmo.	42
2.1.2.2. La conciencia de los contribuyentes	43
2.1.2.3. Evidencia empírica.....	44
2.1.2.4. Factores que influyen en el comportamiento humano	45
2.1.2.5. Investigaciones sobre el comportamiento tributario	46

2.1.2.6.Factores que influyen en el comportamiento del contribuyente .	47
2.1.2.7.El incumplimiento tributario en el Perú	49
2.1.2.8.La lucha contra la evasión tributaria	50
2.1.2.9.Reformas establecidas para combatir la evasión e incrementar la cultura tributaria	57
2.2.Definiciones	61
2.2.1.Materia tributaria	61
2.2.2.Cultura tributaria.....	63
CAPITULO III: ASPECTOS METODOLÓGICOS	64
3.1.Tipo de investigación	64
3.2.Diseño de investigación	64
3.3.Población y muestra	65
3.4.Métodos y técnicas de investigación	66
3.4.1.Métodos de investigación.....	66
3.4.2.Técnicas.....	66
3.5.Recolección de datos.....	67
3.6.Procesamiento y análisis de datos	67
CAPITULO IV: RESULTADOS	69
4.1.Presentación de resultados	69
4.1.1.Aplicación de encuesta	69
4.1.2.Aplicación del pre y post test	89
4.1.3.Comparación del pre y post test	95
4.1.4.Contrastación de hipótesis.....	100
4.3.Discusión de resultados.....	104
CAPITULO V: CONCLUSIONES	108
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES	109
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	110

LINKOGRAFIA	115
ANEXOS	118

INTRODUCCIÓN

La investigación titulada: “**Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes**” es de tipo descriptiva– explicativa y el diseño es cuasi - experimental de pre y post test aplicado a una muestra de 33 comerciantes del mercado modelo de Tumbes y trata sobre la elaboración y aplicación de un programa de difusión de normas tributarias dirigido a los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, orientado a determinar su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes, alcanzando una incidencia significativa.

En el capítulo I de la investigación se presenta la situación problemática, la interrogante del problema, el objeto de estudio y su delimitación, así como la justificación y los objetivos planteados. El capítulo II está referido al marco teórico, con la revisión de la bibliografía y normatividad legal vigente. En el Capítulo III, se desarrolla la metodología de la investigación, tipo de estudio y diseño de la investigación, población y muestra, instrumentos de recolección, procesamiento y análisis de datos. En capítulo IV, se describen los resultados, análisis y discusión. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones, así como las referencias bibliográficas y los anexos respectivos.

Los autores.

RESUMEN

La investigación titulada: **“Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes”** es de tipo descriptiva– explicativa y el diseño es cuasi - experimental de pre y post test aplicado a una muestra de 33 comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

La investigación nos ha permitido medir el nivel de cultura tributaria de los comerciantes a través de un programa de difusión de normas tributarias, obteniendo resultados favorables con una incidencia significativa en el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

Del diagnóstico efectuado de la situación tributaria de los comerciantes se ha podido concluir que un 61% de los comerciantes consideran deficiente la función de administración de los tributos internos del Gobierno Nacional por parte de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, generando no solo una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, sino también por parte de los consumidores.

Por lo que se recomienda promover la implementación de nuevos programas de difusión tributaria orientada no solo a los contribuyentes del país sino a todos los ciudadanos con el objetivo de incrementar la cultura tributaria en el país.

Palabras claves:

Programa de difusión tributaria

Cultura tributaria

Comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes

Los autores.

ABSTRACT

The research titled "**Program tax dissemination and its impact on the tax culture traders model of Tumbes market**" is of type is explanatory descriptively and design is quasi - experimental pre and post test applied to a sample of 33 Tumbes traders market model.

Research has allowed us to measure the level of tax culture traders through an outreach program of tax rules, obtaining favorable results with a significant impact on the level of tax culture traders Tumbes market model.

The diagnosis made of the tax situation of traders has been concluded that 61% of traders deficient consider the management role of internal taxes of the national government by the National Customs and Tax Administration, generating not just a lack of tax culture by traders model of Tumbes market but also by consumers.

So it is recommended to promote the implementation of new tax programs oriented dissemination not only to taxpayers of the country but to all citizens in order to increase the tax culture in the country.

Keywords:

Tax diffusion program

Tax culture

Traders of the Model Market of Tumbes

The authors.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A) ANTECEDENTES DEL TEMA

La alta evasión tributaria es uno de los rasgos más característicos de la situación social en América Latina, especialmente en aquellos países de menor desarrollo debido a que no existe una cultura tributaria o la estructura del sistema tributario no es la adecuada; caracterizada por tener una baja presión tributaria, una estructura sesgada hacia impuestos regresivos y tasas de evasión y elusión fiscal bastante elevadas, lo que restringe la posibilidad de instrumentar políticas fiscales redistributivas y efectivas. Jiménez, J., Gómez, J., & Podestá, A. (2010)

El Perú no es ajeno a esta problemática siendo uno de los países más bajos en comparación con otros países de la región. Por ejemplo, la presión tributaria en Brasil es de 29%, en Argentina de 23%, en Bolivia de 16.8%, en Chile de 18.7%, mientras que en nuestro país es de 16%. No cabe duda que las acciones que se realicen para reducir los niveles de evasión contribuirán significativamente a aumentar nuestra débil presión fiscal. (Viale, 2013)

El cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la cultura tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario, para ello es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto el estado los debe devolver prestando servicios públicos.

Durante el año 2002, la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administracion Tributaria ha implementado una serie de acciones y medidas administrativas para combatir la evasión, luchar contra la informalidad y estimular el cumplimiento de las obligaciones tributarias, así como ampliar la base tributaria se implantaron tres sistemas orientados a asegurar el pago del IGV en aquellos contribuyentes que registran elevados índices de incumplimiento tributario, así como a formalizar la cadena de comercialización y combatir la evasión; recién a partir del año 2005 la administracion tributaria ha incluido un programa de cultura tributaria como parte integrante de su plan operativo institucional. Actualmente, tiene como uno de sus objetivos estratégicos institucionales “Liderar el desarrollo de la conciencia fiscal y aduanera en la ciudadanía” desarrollando programas tributarios para la generación de la cultura y la conciencia tributaria en la comunidad educativa nacional, teniendo como principales líneas de acción la cultura tributaria en el sistema escolar y en la educación superior.

Sin embargo, estas actividades formativas no han sido suficientes para contrarrestar el problema de la falta de cultura tributaria que existe en nuestra ciudad, cabe destacar el crecimiento desmesurado de factores que dificultan el desarrollo de todo el país, como son la evasión tributaria, la informalidad, la corrupción, hasta cierto punto resulta incontrolable por las autoridades gubernamentales en especial por la administración tributaria; que hace todo lo posible para erradicar la evasión y el contrabando aplicando políticas de control y riesgo, tomando ciertas medidas sancionatorias.

Este es un problema que por su naturaleza debe ser erradicado aplicando una estrategia que permita de alguna manera contrarrestar ese desinterés por parte de los contribuyentes. En este sentido, con el objetivo de difundir conocimiento tributario, emprendemos la presente investigación, cuyo propósito principal está orientado a conocer la

incidencia de un programa de difusión tributaria en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

Se han ubicado los siguientes trabajos de investigación que nos sirven de referencia para formular este anteproyecto de tesis:

Mogollón, V. (2014) en su tesis nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región, realizo una investigación descriptiva – explicativa de diseño no experimental, donde aplico una encuesta a una muestra constituida por 313 comerciantes la cual determino que el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 era bajo y que las medidas de difusión tributaria por parte del Estado no son eficientes, además concluyo que la gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la administración tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados. Por lo que recomienda al estado implementar stand tributario de orientación de tal manera que estén ubicados cerca al contribuyente.

Aguirre & Silva (2013) En su investigación titulada evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo, en la cual se utilizó como técnica el cuestionario, en una muestra de 77 comerciantes la cual determinó que un alto porcentaje de los comerciantes no declara la totalidad de sus ventas, un 51% desconoce los requisitos y condiciones de su régimen; y que las principales causas que generan la evasión tributaria en los comerciantes del mercado de Trujillo son: la falta de información, los deseos de generar mayores ingresos, y la complejidad de las normas tributarias, recomienda a la administración tributaria capacitar a los contribuyentes e incentivar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias y efectuar un mayor control de las obligaciones tributarias tanto formales como sustanciales.

Quintanilla, E. (2014). La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en el Perú y Latinoamérica, realizó una investigación aplicada a una muestra de 384 empresas formales del Perú utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta de la cual concluyo que el nivel de informalidad, influye en la política fiscal del Estado y que las infracciones administrativas, obedecen a las sanciones impuestas por la administración tributaria, por lo que recomienda el Estado debe implementar una política fiscal que convenza al informal para que se haga formal, dándole reglas claras y orientándolo adecuadamente, sobre todo creando conciencia tributaria en el no contribuyente, lo cual permitirá ensanchar la base de los contribuyentes.

Quispe (2011) En su tesis titulada política tributaria y su influencia en la cultura tributaria, realizó una investigación aplicada con un diseño no experimental aplicada a una muestra de 58 comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna; de la cual determino que la política tributaria tiene una influencia poco adecuada en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, debido a una inadecuada política tributaria, carencia de medidas para enfrentar la evasión tributaria y deficiente programa de educación tributaria, además la evaluación del control de la evasión tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la cultura tributaria de los comerciantes, debido a la inequidad y complejidad del sistema tributario. Recomienda mejorar los lineamientos de política tributaria de acuerdo a la realidad económica de nuestro país y al ataque del sector informal, a la vez promover la implementación de nuevos programas en educación tributaria por parte de la SUNAT.

Mostacero & Vásquez (2014) en su tesis titulada análisis comparativo de la aplicación de un programa de orientación y cultura tributaria en estudiantes del quinto año de secundaria de instituciones educativas públicas y privadas de la ciudad de Trujillo, en la cual utilizaron el

diseño clásico con muestras diferentes pareadas en ambos casos con dos grupos de investigación, uno experimental y el otro grupo de control utilizando la prueba t de Student para validar la hipótesis, del cual concluyeron que la evaluación comparativa de los resultados en estudiantes del quinto año de secundaria de la I.E pública y la I.E. privada no muestran diferencias significativas, por cuanto los resultados a nivel de post-test resultaron favorables, por lo que recomiendan a la SUNAT difundir información adecuada y oportuna a través de distintos medios de comunicación de alcance a toda la población para mejorar los conocimientos de tributación en los estudiantes y toda la ciudadanía.

Burga, M. (2015) en su tesis titulada cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra de la ciudad de Lima, realizó una investigación aplicada cuyo diseño metodológico fue transaccional correlacional utilizando la prueba estadística no paramétrica Chi-Cuadrado para la contratación de hipótesis de la cual concluyó que la falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias, por otro lado señala que los contribuyentes tienden hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y de su administración tributaria con un porcentaje de desaprobación del 60%; recomienda que la administración tributaria esté más cerca de sus contribuyentes, teniendo ventanillas informativas que busquen una actitud cooperativa generando confianza en los ciudadanos.

B) DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

A nivel espacial:

Comprende a las comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

A nivel temporal:

Comprende el primer semestre del ejercicio 2016.

C) INTERROGANTE DEL PROBLEMA

¿Cómo el programa de difusión tributaria incide en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes?

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

TEÓRICA

La investigación es importante porquenos permite conocer la incidencia de un programa de difusión tributaria en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, y a la vez les permitió a los comerciantes tener un mayor conocimiento de las normas tributarias, la importancia de sus responsabilidades tributarias y los beneficios que de ella provienen.

PRÁCTICA

La investigación se realizó en la necesidad de fomentar cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo de Tumbes mediante la aplicación de un programa de difusión tributaria. Los resultados podrán servir como referencia para la administración tributaria en la implementación de futuros programas tributarios orientados a combatir la falta de cultura tributaria en nuestro país.

METODOLÓGICA

La investigación permitió efectuar un diagnóstico de la situación tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, a la vez se

elaboró un programa de difusión tributaria y se diseñó una investigación cuasi experimental de diseño de pre y post prueba.

SOCIAL

Aspiramos que esta investigación sirva como punto de partida para el desarrollo e implementación de nuevos programas tributarios que permitan mejorar la difusión de normas tributarias; y a la vez fomentar, desarrollar e incrementar el nivel cultura tributaria en la región de Tumbes, y pueda ser tomado como un modelo por los profesionales y alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas.

1.3. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar como el programa de difusión tributaria incide en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Efectuar un diagnóstico de la situación tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.
2. Elaborar un programa de difusión tributaria, que nos permita incrementar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.
3. Aplicar el programa propuesto a efecto de determinar su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes.
4. Medir el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

1.4. HIPÓTESIS

La aplicación de un programa de difusión tributaria incide significativamente en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

1.5. UNIDADES DE OBSERVACIÓN

En el presente estudio, las unidades de observación están conformadas por 605 comerciantes del mercado modelo de Tumbes, datos proporcionados por la asociación de comerciantes.

1.6. VARIABLES E INDICADORES

Variable independiente: Programa de difusión tributaria

Indicadores:

- a) Complejidad y limitaciones de la legislación tributaria
- b) Ineficiencia de la administración tributaria

Variable dependiente: Cultura tributaria

Indicadores:

- a) La moral tributaria
- b) Normas sociales
- c) Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. TEORÍAS

2.1.1. MATERIA TRIBUTARIA

2.1.1.1. TEORÍA DE LA IMPOSICIÓN TRIBUTARIA

Conforme a esta teoría, se considera que el tributo tiene como fin costear los servicios públicos que el Estado presta, de modo que lo que el particular paga por concepto de gravamen es el equivalente a los servicios públicos que recibe.

2.1.1.2. TEORÍA GENERAL DE LA TRIBUTACIÓN Y LOS TRIBUTOS

La tributación es un concepto que se articula Alrededor de algunos principios básicos, que provienen de varios enfoques: económico, jurídico, administrativo, social, entre otros orientación de la política tributaria

Como un componente de la política fiscal, la tributación está principalmente destinada producir ingresos, para el presupuesto público, que financien el gasto del Estado. Esta función de la política tributaria debe estar orientada por algunos principios fundamentales sobre la imposición que se han enunciado, evolucionado y probado a través del tiempo, estos sirven de pautas para el diseño de los sistemas tributarios. Mientras más apegada a ellos es una política tributaria, los resultados de su aplicación, son más deseables y favorables, tanto para el Estado como para los ciudadanos

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LA TEORÍA DE LA TRIBUTACIÓN

Los principios de la tributación emergen de enfoques del fenómeno de la imposición desde diferentes ángulos: el económico, el jurídico, el social, el administrativo, etc. Ellos pretenden servir de pautas u orientaciones para el diseño de los sistemas tributarios, de manera que se preserven los valores o criterios técnicos que lo conforman

De cada uno de los principios que guían la teoría de la tributación surgen importantes características que debe reunir una política tributaria. A continuación se enumeran los principios y las características que cada uno aporta a la política fiscal.

- a) El principio de la suficiencia
- b) El principio de la equidad
- c) El principio de la neutralidad
- d) El principio de simplicidad

2.1.1.3. TEORÍA DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

Los sostenedores de esta teoría señalan que la obligación de las personas de pagar tributos surge simplemente de su condición de súbditos, es decir, de su deber de sujeción para con el Estado. Dicho en otras palabras la obligación no está supeditada a que el contribuyente perciba ventajas particulares, pues el fundamento jurídico para tributar es puro y simplemente la relación de sujeción, por lo tanto, en esta teoría carece de importancia la clasificación de los tributos en atención a los servicios públicos que con ellos se sufragan.

2.1.1.4. IMPORTANCIA DEL SISTEMA TRIBUTARIO PERUANO

El sistema tributario peruano es el conjunto de impuestos, contribuciones y tasas que existen en el Perú, normado por el Decreto Legislativo N° 771.

Se encuentra organizado en tres niveles de gobierno: nacional, regional y local; cada uno de estos niveles agrupa diferentes unidades ejecutoras o productoras de bienes y servicios públicos cuyos costos operativos deben ser financiados básicamente con tributos.

El Sistema Tributario peruano cuenta con 3 elementos principales, que sirven de columna para su funcionamiento:

POLÍTICA TRIBUTARIA.- Son aquellos lineamientos que dirigen el sistema tributario. Está diseñada por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). La política tributaria asegura la sostenibilidad de las finanzas públicas, eliminando distorsiones y movilizand o nuevos recursos a través de ajustes o reformas tributarias.

NORMAS TRIBUTARIA.- La Política tributaria se implementa a través de las normas tributarias. Comprende el Código Tributario.

ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA.-La constituyen los órganos del Estado encargados de aplicar la política tributaria.

A nivel nacional, es ejercida por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), y la Superintendencia Nacional de Administración de Aduanas (SUNAD).

2.1.1.5. LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. (Art. N° 2 Código Tributario)

OBLIGACIONES FORMALES.- Entre las obligaciones formales se encuentran las de:

- a) Inscribirse en el RUC u otros registros
- b) Fijar su domicilio fiscal
- c) Determinar y declarar cada tributo dentro de ciertas fechas o plazos fijados legalmente
- d) Emitir comprobantes de pago por sus operaciones económicas
- e) Sustentar el traslado de bienes con guías de remisión
- f) Registrar sus operaciones en libros contables
- g) Retener y pagar tributos
- h) Depositar los montos de detracciones efectuadas a otros contribuyentes en el banco que señalen las normas vigentes

OBLIGACIONES SUSTANCIALES.- Referidas a la determinación y pago de los tributos que corresponden a cada contribuyente. Constituye la esencia de la materia tributaria.

- a) Pagar oportunamente los tributos como el Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas, entre otros.
- b) Pagar oportunamente las retenciones de impuestos efectuadas.

- c) Pagar oportunamente las percepciones efectuadas.
- d) Depositar los montos de detracciones efectuadas a otros contribuyentes en el banco que señalen las normas vigentes

2.1.1.6. LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), de acuerdo a su Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por DL N° 501 y Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa.

Dentro de sus funciones y atribuciones tenemos:

- a) Administrar los tributos internos del Gobierno Nacional, así como los conceptos tributarios y no tributarios cuya administración o recaudación se le encargue por Ley o Convenio Interinstitucional.
- b) Proponer al Ministerio de Economía y Finanzas la reglamentación de las normas tributarias, aduaneras y otras de su competencia.
- c) Expedir, dentro del ámbito de su competencia, disposiciones en materia tributaria y aduanera, estableciendo obligaciones de los contribuyentes, responsables y/o usuarios del servicio aduanero, disponer medidas que conduzcan a la simplificación de los trámites correspondientes a los regímenes

aduaneros, así como normar los procedimientos que se deriven de éstos.

- d) Dictar normas en materia de organización y gestión interna en el ámbito de su competencia.
- e) Sistematizar y ordenar la legislación e información estadística de comercio exterior, a fin de brindar información general sobre la materia conforme a Ley, así como la vinculada con los tributos internos y aduaneros que administra.
- f) Celebrar acuerdos y convenios de cooperación técnica y administrativa en materia de su competencia.
- g) Promover, coordinar y ejecutar actividades de cooperación técnica, de investigación, de capacitación y perfeccionamiento en materia tributaria y aduanera, en el país o en el extranjero.
- h) Otorgar el aplazamiento y/o fraccionamiento para el pago de la deuda tributaria o aduanera, de acuerdo con la Ley.
- i) Solicitar, y de ser el caso ejecutar, medidas destinadas a cautelar la percepción de los tributos que administra y disponer la suspensión de las mismas cuando corresponda, de acuerdo a Ley.

La SUNAT tiene como finalidad primordial administrar los tributos del gobierno nacional y los conceptos tributarios y no tributarios que se le encarguen por Ley o de acuerdo a los convenios interinstitucionales que se celebren,

proporcionando los recursos requeridos para la solvencia fiscal y la estabilidad macroeconómica; asegurando la correcta aplicación de la normatividad que regula la materia y combatiendo los delitos tributarios y aduaneros. Así mismo, la implementación, la inspección y el control del cumplimiento de la política aduanera en el territorio nacional y el tráfico internacional de mercancías, personas y medios de transporte, facilitando las actividades aduaneras de comercio exterior y asegurando la correcta aplicación de los tratados y convenios internacionales y demás normas que rigen la materia.

PRINCIPALES TRIBUTOS QUE ADMINISTRA LA SUNAT

De acuerdo al DL N° 771 Ley Marco del Sistema Tributario son los siguientes:

A. IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS (IGV)

El DS N° 055 en su artículo primero indica que el IGV Se aplica en las operaciones de venta e importación de bienes, así como en la prestación de distintos servicios comerciales, en los contratos de construcción o en la primera venta de inmuebles.

Determinación del Impuesto

IMPUESTO BRUTO	=	BASE IMPONIBLE	*	TASA DEL IMPUESTO
-------------------	---	-------------------	---	----------------------

IMPUESTO A PAGAR	=	IMPUESTO BRUTO	-	CREDITO FISCAL
---------------------	---	-------------------	---	-------------------

Base Imponible.- Es el Valor numérico sobre el cual se aplica la tasa del tributo. La base imponible está constituida por:

- a) El valor de venta, en el caso de venta de los bienes.
- b) El total de la retribución, en la prestación o utilización de servicios.
- c) El valor de construcción, en los contratos de construcción.
- d) El ingreso percibido en la venta de inmuebles, con exclusión del valor del terreno.
- e) En las importaciones, el valor en aduana, determinado con arreglo a la legislación pertinente, más los derechos e impuestos que afectan la importación, con excepción del IGV.

Tasa Del Impuesto

18% (16 % + 2% de Impuesto de Promoción Municipal)

Impuesto Bruto.- El Impuesto Bruto correspondiente a cada operación gravada es el monto resultante de aplicar la tasa del Impuesto sobre la base imponible.

Impuesto Por Pagar.- El Impuesto a pagar se determina mensualmente deduciendo del Impuesto Bruto de cada período el crédito fiscal correspondiente.

B. IMPUESTO A LA RENTA

El impuesto a la renta es un tributo que se determina anualmente, gravando las rentas que provengan del trabajo y de la explotación de un capital, ya sea un bien mueble o inmueble.

El Decreto Supremo N° 179 establece para los efectos del impuesto, las rentas afectas de fuente peruana se califican en las siguientes categorías:

Rentas de 1era Categoría.- Son aquellas rentas de personas naturales, sucesiones indivisas o sociedades conyugales que optaran por tributar como tales, que obtengan rentas producto del arrendamiento, sub arrendamiento o cesión temporal de bienes (predios, muebles, inmuebles) o derechos sobre estos. (Art. 23)

Rentas de 2da Categoría.- Los intereses originados en la colocación de capitales, así como los incrementos o reajustes de capital, cualquiera sea su denominación o forma de pago, tales como los producidos por títulos, cédulas, debentures, bonos, garantías y créditos privilegiados o quirografarios en dinero o en valores. (Art. 24)

Rentas de 3era Categoría.- Grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo. (Art. 28)

Rentas de 4ta Categoría.- Los ingresos que provienen de realizar cualquier trabajo individual, de una profesión, arte, ciencia u oficio y el desempeño de funciones de director de empresas, sindico, mandatario y actividades similares. (Art. 33)

Rentas de 5ta Categoría.- El trabajo personal prestado en relación de dependencia, las rentas vitalicias y pensiones

que tengan su origen en el trabajo personal y las participaciones de los trabajadores. (Art. 34)

C. RÉGIMEN GENERAL

Están comprendidos aquellas personas que realicen actividades empresariales o de negocios, entre ellas: personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales que opten tributar como tal y las asociaciones de hecho de profesionales y similares.

DECLARACIÓN Y PAGOS A CUENTAS MENSUALES

De acuerdo con alguno de los siguientes sistemas de cálculo:

Sistema A): Método del Coeficiente sobre los Ingresos Netos mensuales

Sistema B): Método del 2% de los Ingresos Netos mensuales

OBLIGACIONES

- a) Llevar libros contables (Si los ingresos son menores a 100 UIT, deberá llevar Registro de Ventas e Ingresos, Registro de Compras, Libro de Inventario y Balances, Libro de Caja y Bancos y Registro de Activos Fijos. De ser mayores a 100 UIT, deberá llevar contabilidad completa.
- b) Emitir comprobantes de pago en las ventas o servicios y solicitarlos en las compras que realice.

Puede emitir los siguientes comprobantes de pago: Facturas, boletas de venta, tickets, liquidación de compra, nota de crédito, nota de débito, guías de remisión, entre otros.

- c) Presentar la declaración pago mensual y la declaración jurada anual del Impuesto a la Renta en la forma, plazo y lugar que la SUNAT establezca.
- d) Efectuar las retenciones a sus trabajadores (dependientes e independientes) y otras acciones que señale la ley.

D. RÉGIMEN ESPECIAL DEL IMPUESTO A LA RENTA (RER)

El Decreto Supremo N° 179 en su art. 117 indica que es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de:

Actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo.

Actividades de servicios, entendiéndose por tales a cualquier otra actividad no señalada expresamente en el inciso anterior.

TASA: 1.5% de los ingresos netos mensuales.

Artículo 120° del DecretoSupremo N° 179

Requisitos para acogerse al RER

El monto de sus ingresos netos no debe superar a los S/. 525 000 en el transcurso de cada año.

Se deben desarrollar las actividades económicas, con no más de 10 personas por turno de trabajo.

El monto acumulado de sus adquisiciones y/ compra de bienes no debe superar los S/. 525 000, en el transcurso de cada año.

El valor de los activos fijos afectados a la actividad (excepto predios y vehículos) no debe ser mayor a S/. 126 000. (Art. 118)

Libros y registros contables

Los sujetos del presente Régimen están obligados a llevar un Registro de Compras y un Registro de Ventas. (Art. 124)

Comprobante de pago que se pueden emitir

Boletas de venta, Liquidaciones de compra, Tickets y cintas emitidas por máquinas registradoras o por sistemas informáticos autorizados por SUNAT, Además pueden emitir otros documentos complementarios como notas de crédito, notas de débito, guías de remisión.

Declaración y pago

Mediante la presentación del PDT 621 a través de SUNAT Virtual con su Clave SOL, o en la red bancaria autorizada; o Mediante la Declaración y Pago IGV – Renta Simplificada mensual.

El pago se puede realizar por Internet: Con cargo en cuenta, con cargo a la cuenta de detracciones del Banco de la Nación, con tarjeta de débito y/o crédito VISA; o Presencialmente en efectivo o con cheque de la misma plaza bancaria.

E. NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO (RUS)

Creado por DL N° 937. Es un régimen simple que establece un pago único por el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas; a él pueden acogerse únicamente las personas naturales o sucesiones indivisas, siempre que desarrollen actividades generadoras de rentas de tercera categoría.

Categorización:

Los sujetos que deseen acogerse al presente Régimen deberán ubicarse en alguna de las categorías que se establecen en la siguiente Tabla:

CATEGORÍAS	PARÁMETROS	
	Total Ingresos Brutos Mensuales (Hasta S/.)	Total Adquisiciones Mensuales (Hasta S/.)
1	5,000	5,000
2	8,000	8,000
3	13,000	13,000
4	20,000	20,000
5	30,000	30,000

Numeral 7.1 del Artículo 7° del Decreto Legislativo N° 937

Cuotas mensuales:

Los sujetos de este Régimen abonarán una cuota mensual cuyo importe se determinará aplicando la siguiente tabla:

CATEGORÍAS	CUOTA MENSUAL(S/.)
1	20
2	50
3	200
4	400
5	600

Artículo 8° del Decreto Legislativo N° 937

Requisitos para acogerse al Nuevo RUS

El monto de los ingresos brutos no debe superar S/. 360,000 en el transcurso de cada año, o en algún mes tales ingresos no deben ser superiores a S/ 30,000.

El valor de los activos fijos afectados a tu actividad no debe superar los S/. 70,000. (excepto predios y vehículos).

Las adquisiciones y compras afectadas a la actividad no deben superar los S/. 360,000 en el transcurso de cada año ni superar los S/ 30,000 mensual.

Libros y registros contables

No estás obligado a llevarlos.

Comprobante de pago que se pueden emitir

Se deben emitir y entregar sólo boletas de venta y/o tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras que no permitan ejercer el derecho a crédito fiscal ni ser utilizados para sustentar gasto y/o costo para efectos tributarios.

Declaración y pago

El pago de la cuota mensual y la rectificatoria se realizan sin formularios en las instituciones bancarias.

F. IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO (ISC)

El DS N° 055 en el art. 50 indica que este impuesto grava sólo a la producción o importación de determinados productos como cigarrillos, licores, cervezas, gaseosas, combustibles, etc.

Determinación del Impuesto: El Impuesto se aplicará bajo tres sistemas:

Al Valor: comprende el valor en la venta de bienes, el Valor en Aduana, determinado conforme a la legislación pertinente, más los derechos pagados por la operación importación, Para efecto de los juegos de azar y apuestas, el Impuesto se aplicará sobre la diferencia resultante entre el ingreso total percibido en un mes por los juegos y apuestas, y el total de premios concedidos en dicho mes.

Específico: por el volumen vendido o importado expresado en las unidades de medida, de acuerdo a las condiciones establecidas por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas.

Al Valor según Precio de Venta al Público: por el Precio de Venta al Público sugerido por el productor o el importador, multiplicado por un factor, el cual se obtiene de dividir la unidad entre el resultado de la suma de la tasa del Impuesto General a las Ventas, incluida la del Impuesto de Promoción Municipal más uno. El resultado será redondeado a tres decimales.

G. IMPUESTO EXTRAORDINARIO PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO NACIONAL

La Ley N° 27889 en su art. n° 6 indica que el Impuesto grava la entrada al territorio nacional de personas naturales que empleen medios de transporte aéreo de tráfico internacional.

El monto del Impuesto asciende a US\$ 15,00 (quince y 00/100 dólares de los Estados Unidos de América) el que será consignado en el billete o boleto de pasaje aéreo y no formará parte de la base imponible del Impuesto General a las Ventas.

H. IMPUESTO TEMPORAL A LOS ACTIVOS NETOS (ITAN)

De acuerdo a Ley N° 28424 el ITAN es un impuesto al patrimonio, que grava los activos netos como manifestación de capacidad contributiva. Puede utilizarse como crédito contra los pagos a cuenta y de regularización del Impuesto a la Renta.

Tasa

0% Hasta S/. 5 000 000

0.6% Por el exceso de S/. 5 000 000

Declaración y Pago

Los contribuyentes del Impuesto estarán obligados a presentar la declaración jurada del Impuesto dentro de los doce primeros días hábiles del mes de abril del ejercicio al que corresponde el pago.

El Impuesto podrá cancelarse al contado o en forma fraccionada hasta en nueve cuotas mensuales sucesivas.

I. IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES FINANCIERAS

Según DL N° 939 Grava algunas de las operaciones que se realizan a través de las empresas del Sistema Financiero.

J. IMPUESTO ESPECIAL A LA MINERÍA

Según Ley N° 29789 Grava la utilidad operativa obtenida por los sujetos de la actividad minera proveniente de las ventas de los recursos minerales metálicos.

K. CASINOS Y TRAGAMONEDAS

De acuerdo a LEY No. 27153 Impuestos que grava la explotación de casinos y máquinas tragamonedas.

Tasa:

La alícuota del Impuesto, tanto para la explotación de juegos de casino como de máquinas tragamonedas, será el 20% de la base imponible.

Declaración y Pago

El Impuesto deberá pagarse dentro de los primeros 10 (diez) días hábiles del mes siguiente que corresponda, en el Banco de la Nación

L. APORTACIONES AL ESSALUD Y A LA ONP

Los trabajadores y empresas están obligados a realizar sus aportes mensuales a ESSALUD y la ONP, los cuales el

estado utiliza para atender los seguros de salud y pensiones de jubilación.

Tasa

El aporte a Es Salud equivale al 9% de la remuneración.

El aporte a la ONP equivale al 13% de la remuneración.

Declaración y Pago

Es de cargo obligatorio del empleador que debe declararlo y pagarlo en su totalidad mensualmente al Es Salud. El pago se realiza mediante el Formulario Virtual 1676 (Con Clave SOL), o mediante Pago Fácil o Formulario 1076 (en bancos autorizados).

El empleador debe efectuar la retención al trabajador, y declararlo y pagarlo en su totalidad mensualmente a la ONP mediante el Formulario Virtual 1676 (Con Clave SOL), Pago Fácil o Formulario 1076 (en bancos autorizados).

2.1.1.7. INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

De acuerdo al Decreto Legislativo N° 943 El Registro Único de Contribuyentes (RUC) Es el registro administrativo que contiene los datos de identificación de los contribuyentes de tributos administrados por la SUNAT.

El Número RUC es único y consta de once dígitos y es de uso obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante la SUNAT.

Deben inscribirse en el RUC a cargo de la SUNAT, todas las personas naturales o jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades de hecho u otros entes colectivos, nacionales o

extranjeros, domiciliados o no en el país, que se encuentren en alguno de los siguientes supuestos:

- a) Sean contribuyentes y/o responsables de tributos administrados por la SUNAT, conforme a las leyes vigentes.
- b) Que sin tener la condición de contribuyentes y/o responsables de tributos administrados por la SUNAT, tengan derecho a la devolución de impuestos a cargo de esta entidad, en virtud de lo señalado por una ley o norma con rango de ley. Esta obligación debe ser cumplida para proceder a la tramitación de la solicitud de devolución respectiva.
- c) Que se acojan a los Regímenes Aduaneros o a los Destinos Aduaneros Especiales o de Excepción previstos en la Ley General de Aduanas.
- d) Que por los actos u operaciones que realicen, la SUNAT considere necesaria su incorporación al registro.

REQUISITOS

Los requisitos para inscribirte en el Registro Único de Contribuyente (RUC) son los siguientes:

PERSONA NATURAL:

Original y copia del DNI del titular vigente.

Original y copia de Recibo de agua, luz, telefonía fija, telefonía celular, internet, gas natural o televisión por cable

cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los dos (2) últimos meses.

PERSONA JURÍDICA:

Original y dos copias del DNI del representante legal de la empresa.

Original y copia de cualquier recibo por servicio público (luz, agua, teléfono, cable) con una antigüedad no menor de dos meses.

Original (copia literal) y copia simple de la partida electrónica con no más de 10 días de haber sido emitida por la SUNARP.

REQUISITOS ADICIONALES PARA LA INSCRIPCIÓN AL RUC POR UN TERCERO

- a) Original y copia del DNI del representante legal.
- b) Carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT.

Al presentar estos requisitos en las Oficinas de Atención al Contribuyente de la SUNAT ser otorgado el número de RUC y Clave SOL. Luego de que la SUNAT verifique tu domicilio (en un plazo de ocho (08) días hábiles después de la presentación de los documentos), podrás imprimir tus comprobantes de pago.

PLAZO PARA INSCRIBIRSE

RESOLUCIÓN DE SUPERINTENDENCIA N° 210 en su art. 4 establece: Los sujetos que adquieran la condición de

contribuyentes y/o responsables de tributos administrados y/o recaudados por la SUNAT se inscribirán siempre que proyecten iniciar sus actividades dentro de los doce (12) meses siguientes a la fecha de su inscripción en el RUC.

LUGARES AUTORIZADOS POR LA SUNAT PARA LA INSCRIPCIÓN EN EL RUC

La inscripción en el RUC deberá realizarse en la Intendencia u Oficina Zonal, en los Centros de Servicios al Contribuyente de la SUNAT autorizados para tal efecto, que correspondan al domicilio fiscal del sujeto obligado o a través de SUNAT Virtual.

2.1.1.8. INFRACCIONES Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS

El código tributario en su libro cuarto título I establece la normativa referente a las infracciones tributaria, definiéndola como toda acción u omisión que importe la violación de normas tributarias.

DETERMINACIÓN DE LA INFRACCIÓN, TIPOS DE SANCIONES Y AGENTES FISCALIZADORES.-La infracción será determinada en forma objetiva y sancionada administrativamente con penas pecuniarias, comiso de bienes, internamiento temporal de vehículos, cierre temporal de establecimiento u oficina de profesionales independientes y suspensión de licencias, permisos, concesiones o autorizaciones vigentes otorgadas por entidades del Estado para el desempeño de actividades o servicios públicos.

La Administración Tributaria tiene la facultad discrecional de determinar y sancionar administrativamente las infracciones tributarias.

En virtud de la citada facultad discrecional, la Administración Tributaria también puede aplicar gradualmente las sanciones, en la forma y condiciones que ella establezca, mediante Resolución de Superintendencia o norma de rango similar.

INTRANSMISIBILIDAD DE LAS SANCIONES.- Por su naturaleza personal, no son transmisibles a los herederos y legatarios las sanciones por infracciones tributarias.

IRRETROACTIVIDAD DE LAS NORMAS SANCIONATORIAS.- Las normas tributarias que supriman o reduzcan sanciones por infracciones tributarias, no extinguirán ni reducirán las que se encuentren en trámite o en ejecución.

TIPOS DE INFRACCIONES TRIBUTARIAS.- Las infracciones tributarias se originan por el incumplimiento de las obligaciones siguientes:

- a) De inscribirse, actualizar o acreditar la inscripción.
- b) De emitir, otorgar y exigir comprobantes de pago y/u otros documentos.
- c) De llevar libros y/o registros o contar con informes u otros documentos.
- d) De presentar declaraciones y comunicaciones.
- e) De permitir el control de la Administración Tributaria, informar y comparecer ante la misma.
- f) Otras obligaciones tributarias.

2.1.2. CULTURA TRIBUTARIA

2.1.2.1. TEORÍA DE LA DISUACIÓN SEGÚN ALLINGHAM Y SADMO.

Siempre se ha pensado que bastaba que el ciudadano tuviese temor a que lo detecten y sancionen para que estuviera convencido que era mejor pagar sus tributos, esta forma de pensar se llama la teoría de la disuasión.

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

Sin embargo estudios realizados en muchos países, incluido el nuestro, muestran que esta teoría tiene limitado poder explicativo y que los tradicionales métodos de coerción solo una fracción del cumplimiento fiscal voluntario.

Así se ha encontrado que en economías desarrolladas con altos niveles de cumplimiento de sus obligaciones tributarias, como es el caso de los países nórdicos, los ciudadanos perciben que en realidad la administración tributaria de su país no tiene necesidad de desplegar operativos para detectar a los evasores.

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

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

2.1.2.2. LA CONCIENCIA DE LOS CONTRIBUYENTES

La teoría tradicional considera un individuo amoral que maximiza una función de utilidad que depende exclusivamente de los bienes y servicios de que dispone. Los trabajos más recientes, sin embargo, consideran los valores, las actitudes, las percepciones y la moral de los contribuyentes.

Restricciones morales.- La psicología social postula que los individuos observan el comportamiento de sus semejantes para decidir qué es aceptable, razonable o esperado en su entorno social. La psicología económica, a partir de esta premisa y aplicando la lógica maximizadora de la economía, da forma a funciones de utilidad multifacéticas. En éstas la utilidad de los individuos depende tanto de sus propios bienes como de su respeto por las normas sociales y del grado de concordancia con el comportamiento de los demás contribuyentes (Cullis y Lewis, 1997).

Myles y Naylor (1996) desarrollan un ejemplo particular del enfoque anterior, en el cual cada contribuyente toma una decisión discreta: evadir o no evadir. Si evade, el monto no declarado y la utilidad son calculados usando el modelo tradicional. Ahora, si no evade, al beneficio que le reporta su propio ingreso se suma la utilidad de seguir la

costumbre social, la que crece con el porcentaje de los contribuyentes que cumplen con sus obligaciones tributarias. Para decidir si evade o no, el contribuyente compara la utilidad que obtiene en ambos casos.

Relación de intercambio.- Muchos autores sostienen que los contribuyentes evaden menos cuando consideran que reciben bienes y servicios que retribuyen los impuestos pagados. Una versión menos individualista indica que el comportamiento tributario de los contribuyentes mejora cuando la recaudación impositiva financia bienes públicos que éstos aprueban, aunque no necesariamente los beneficien directamente.

2.1.2.3. EVIDENCIA EMPÍRICA

Las principales fuentes de evidencia empírica acerca del comportamiento de los contribuyentes son tres: el análisis estadístico de información sobre evasión, los datos provenientes de encuestas a muestras de ciudadanos y los experimentos controlados realizados en laboratorios.

Estudios experimentales.- Los experimentos generalmente consisten en un juego cuyas reglas asemejan las condiciones que enfrentan los contribuyentes. Estos estudios muestran la existencia de una fuerte correlación entre el cumplimiento tributario y el destino de los fondos recaudados.

Encuestas.- Resultados similares se obtienen del análisis estadístico de encuestas a contribuyentes. El análisis que Thurman (1991) realiza de las respuestas de una muestra de 330 contribuyentes en los EE.UU. ilustra la importancia de consideraciones éticas en la conducta de los individuos.

Thurman, St. John y Riggs (1984) señalan que las inhibiciones morales a evadir disminuyen cuando leyes impositivas complejas hacen difícil cumplir con las obligaciones tributarias, cuando las leyes impositivas favorecen a determinados grupos y cuando el gobierno malgasta la recaudación impositiva.

Estudios econométricos.- Éstos se dividen entre aquellos que usan información individual de corte transversal (o panel), aquellos que analizan información agregada de series de tiempo para un país y aquellos que usan información de corte transversal (o panel) para varios países o regiones.

2.1.2.4. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO HUMANO

El comportamiento de un individuo está influido por los estímulos que recibe de su entorno. Según Vargas, L. (2013), existen tres factores principales que influyen en el comportamiento del individuo:

La Motivación es una variable que impulsa al individuo a considerar una necesidad más importante que otra y, por tanto, se exigirá satisfacerla en primer lugar de acuerdo con su grado de importancia.

La Percepción es la opinión prevaleciente acerca de un determinado producto o servicio y es susceptible de cambiar con el paso del tiempo. Los individuos pueden tener la misma necesidad, pero compran marcas totalmente distintas y esto es debido a que cada uno tiene su propio sistema perceptual.

Las actitudes de las personas constituyen uno de los temas más estudiados por las ciencias humanas al constituir expresiones del comportamiento adquiridas a través de la experiencia del individuo y su interacción con su mundo social.

Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993) proponen definir las como una tendencia psicológica que se expresa mediante la evaluación de una entidad o un objeto concreto con cierto grado de favor o animosidad.

2.1.2.5. INVESTIGACIONES SOBRE EL COMPORTAMIENTO TRIBUTARIO

Adam, J. (s.f) plantea cuatro factores que definen la conducta de los contribuyentes con respecto de los tributos: la justicia, referida a la equidad de los impuestos y el esfuerzo que cada uno realiza para contribuir con el Estado; la certidumbre, relacionada con un sistema tributario no discrecional o arbitrario en el cual todos pueden comprender cómo se determinan los impuestos; la comodidad, que debe darse en la oportunidad de cobro de los impuestos; y la economía, relacionada con los menores costos de cumplimiento para el ciudadano.

En la bibliografía moderna destaca el modelo de Allingham, M. & Sandmo, A. (1972) y se puede encontrar diferentes autores que han estudiado el comportamiento de los contribuyentes mediante una amplia gama de variables como factores de influencia en las decisiones tributarias de los individuos, entre los que se encuentran: la cultura, las normas sociales, la religión, la identidad nacional, la aversión al riesgo, la cultura tributaria, la moral tributaria, los valores, la ética fiscal y las multas, entre otros.

En sus estudios, recurrieron a diversos métodos de medición como cuestionarios, focusgroups, juegos simulados, encuestas, etc. Estos autores concluyeron que no solo los factores económicos, como multas y sanciones, motivan el cumplimiento tributario.

2.1.2.6. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONTRIBUYENTE

En la revisión de la literatura sobre las teorías que buscan explicar y entender el comportamiento humano se identificaron aquellas relacionadas con el comportamiento tributario de los contribuyentes. Según Vargas, L. (2013) estas están relacionadas con la motivación que influye en el cumplimiento o el incumplimiento fiscal.

De esta revisión se puede deducir que los factores que más afectan el cumplimiento fiscal son:

LA MORAL TRIBUTARIA

Tekeli, R. (2011) propone que la moral tributaria es un factor determinante en la mejora del cumplimiento tributario en la medida en que haya una variedad de políticas tributarias, además de la coacción, que ayuden a reducir el fraude fiscal.

La moral tributaria se ve afectada por otros factores como la cultura tributaria, la equidad percibida del sistema tributario y la confianza en el Estado, por lo que estos factores ayudarán en el análisis con el fin de determinar en qué medida pueden influir en la aceptación por parte del contribuyente de sus responsabilidades y, sobre todo, si

motivan su sentido de responsabilidad para pagar impuestos.

NORMAS SOCIALES

Las normas sociales ayudan a definir la conducta de los individuos y refuerzan lo que es bueno o malo, más allá incluso de lo que establezcan la Constitución Política o las leyes, y tienen validez siempre que los individuos consideren que un determinado comportamiento es visto por la sociedad como algo positivo o negativo, por lo que, desde el momento en que forman parte de esa sociedad, aceptan de manera directa o indirecta las responsabilidades, los deberes y los derechos que regulan la convivencia social, ya que como seres sociales tienden a interactuar y compartir con otras personas, lo que origina el intercambio de experiencias, conocimientos, puntos de vista, etc., relacionados con el modo de dirigir sus vidas y hasta las obligaciones que tienen por el hecho de formar parte de un Estado.

Estas normas sociales en la presente investigación se materializan en dos variables: la influencia de personas cercanas y la tolerancia a la informalidad como factores que también influyen en las decisiones tributarias de los contribuyentes.

RIESGO PERCIBIDO DE SER DETECTADO Y SANCIONADO POR LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

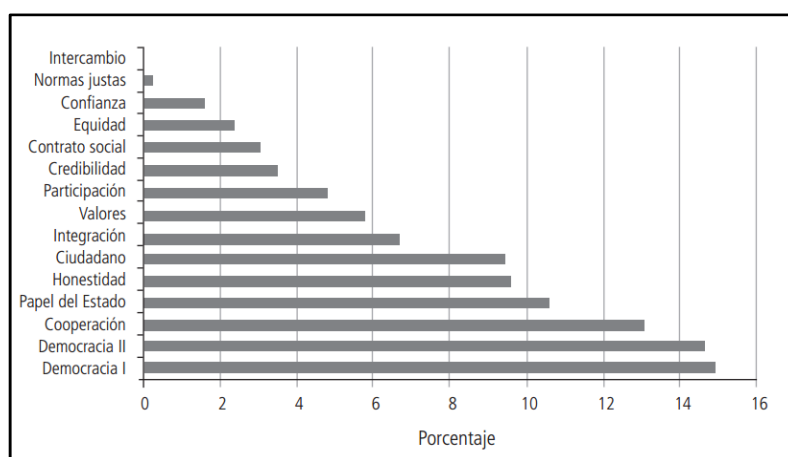
Actualmente, nuestro modelo de sistema tributario, al igual que la mayoría de las administraciones tributarias, tiene a las sanciones y las fiscalizaciones como las dos principales herramientas para reducir la evasión.

La combinación de ambas representa para los contribuyentes la posibilidad de determinar los incentivos económicos que los llevarán a cumplir o evadir, siempre y cuando perciban que las posibilidades de ser detectados y sancionados sean altas o bajas.

2.1.2.7. EL INCUMPLIMIENTO TRIBUTARIO EN EL PERÚ

El incumplimiento tributario en el Perú es alto. Schneider, F., Buehn, A. & Montenegro, C. E. (2010) realizaron una investigación acerca de las tasas de informalidad que existen en los diversos países del mundo, la cual relacionaron con el incumplimiento fiscal. En el año en el que investigó la tasa estimada de informalidad en el Perú fue de 66.4% del PBI.

En un estudio nacional de hogares realizado por encargo de la Sunat, el Instituto Cuánto (2009) identificó diversos factores que influyen en la decisión de pago de impuestos por los contribuyentes, clasificándolos por orden de impacto. Según ese estudio, los factores que más influyen son la democracia, la cooperación, el papel del Estado y la honestidad.



Fuente: Cuánto, 2009: 12.

La Sunat considera que la cultura tributaria es uno de los ejes estratégicos fundamentales para la ampliación de la base tributaria, la cual debe ser impulsada por sus propios funcionarios y difundida a través de familiares y amigos, transmitiendo la importancia de la tributación y el rechazo a la evasión, la informalidad y el contrabando a partir de la exigencia de la entrega de comprobantes de pago en cada transacción económica que realicen.

2.1.2.8. LA LUCHA CONTRA LA EVASIÓN TRIBUTARIA

Uno de los principales retos de la SUNAT es reducir los índices de evasión y contrabando. De esta manera se podrá mejorar la recaudación y el estado tendrá mayores recursos para financiar los bienes y servicios públicos en beneficio de la sociedad en su conjunto.

A. LA INFORMALIDAD EN LOS SECTORES ECONÓMICOS

El Perú es uno de los países de Latinoamérica que presenta mayores índices de informalidad empresarial lo cual conlleva a un alto grado de evasión tributaria.

El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. (SOTO, 1989)

La actividad económica en condiciones de informalidad que existe en nuestro país se le atribuye, entre sus principales causas, el costo de la legalidad, las restricciones legales y actividades de fiscalización establecida por ley. (Montes E. & Choy, 2011)

EL COMERCIO INFORMAL

Es la rama de actividad informal que más trabajadores ocupa, es considerado a su vez como una actividad refugio, donde llegan los trabajadores de otras ramas.

El comercio informal se lleva a cabo fundamentalmente a través del comercio en la calle, los llamados vendedores ambulantes, que existen en todo el país.

LA INDUSTRIA INFORMAL

Se caracteriza por la precariedad tecnológica con que opera esta rama de actividad, solo puede acceder a la producción de aquellos bienes que requieren procesos de producción simples e intensivos en trabajo, son esencialmente actividades como: confeccionistas de prendas de vestir, carpinteros, preparación de alimentos, talleres de pequeñas imprentas, zapateros, joyeros, talleres de productos metálicos.

En el Perú la presencia de la informalidad en la industria es significativa. Presenta dos tipos, uno es el propio industrial formal que informaliza parte de su producción como consecuencia del alto costo de la regulación o de los impuestos, otro tipo de informales en el sector industrial son los artesanos o los industriales propiamente informales, que se dedican de una manera completamente ilegal al desarrollo de alguna actividad manufacturera.

LOS SERVICIOS INFORMALES

El más notable de los servicios informales es el transporte. En los países desarrollados, el transporte público es

generalmente estatal; en los países en desarrollo, el transporte público es generalmente privado e informal.

En este contexto, los contribuyentes definidos como evasores son: Los no inscritos o informales tributarios, los contribuyentes inscritos que no declaran y/o subdeclaran ingresos, los inscritos que declaran pero realizan acciones ilícitas y los inscritos que incurrir en elusión.

B. CAUSAS QUE GENERAN EL INCUMPLIMIENTO TRIBUTARIO

Solórzano, D. (2011) considera que los principales factores que influyen a que el contribuyente evada en América Latina se originan en los siguientes aspectos:

INEXISTENCIA DE UNA CONCIENCIA TRIBUTARIA.- Se origina en el deber que tienen todos los ciudadanos de pagar voluntariamente y puntualmente sus obligaciones para el sostenimiento de sus estados, se parte de la primera concepción en que a nadie le gusta pagar sus impuestos, especialmente en los países de América Latina, demostrando de esta manera una falta de conciencia tributaria, que se traduce en una inexistencia de conciencia social, esta falencia se origina y/o complementa con la percepción que tienen los individuos respecto a la imagen que dan los gobiernos en la forma como administran sus recursos, poniendo una resistencia al pago voluntario de los recursos tributarios.

COMPLEJIDAD Y LIMITACIONES DE LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA.- Otro factor es la abundante normatividad tributaria en los países de América Latina, siendo estas normas legales muy complejas y confusas, asimismo la

existencia de exoneraciones por actividades y sectores, siendo las condonaciones o amnistías normales en los casos de algunos gobiernos locales.

LA INEFICIENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA.- La decisión de evadir los impuestos implica muchas veces que el contribuyente efectúe un cálculo económico, valorando los beneficios y costos de la evasión. En un país donde la probabilidad de que un contribuyente evasor sea detectado y pague sus impuestos es baja, entonces este asumirá normalmente el riesgo de evadir, aun cuando las sanciones sean muy altas. Lo que al final cuenta es que perciben que la Administración Tributaria es ineficiente en su recaudación.

Jiménez, J., Gómez, J., & Podestá, A. (2010) considera que en el Perú además de los factores mencionados, existen otros aspectos que conllevan a la evasión considerando los siguientes:

- a) Un alto porcentaje de informalidad, que supera el 50% del PIB, según promedio de estudios analizados.
- b) Un alto costo de formalización, además de una tasa del 18% del IGV, siendo una de las más altas de América Latina; en cuanto al impuesto a la renta una tasa del 30%, una de la tasa mayor al promedio de la región. Respecto a los costos laborales salariales y totales también son elevados.
- c) Un Sistema tributario complicado existen tres regímenes: Nuevo RUS, Régimen especial de la Renta y Régimen general a parte de las MYPES.

- d) La percepción de la evasión por parte de la ciudadanía es considerada como una conducta común. De acuerdo a información difundida en la prensa por la SUNAT indica que el 95% de los ingresos de restaurantes y hoteles y el 65% de los ingresos del sector comercio no son declarados a la SUNAT, existiendo por tanto una evasión del IGV.

- e) Poca probabilidad de ser fiscalizado y sancionado debido a la poca capacidad de la SUNAT de obtener información de datos para poder detectar incumplimientos.

Estos factores que conllevan a la evasión tributaria, se encuentran relacionadas con la economía informal, corrupción, restricciones de financiamiento de los contribuyentes y la alta concentración del ingreso. También estas altas tasas de evasión se relacionan también con la cultura de cumplimiento tributario que existe en el país, donde diversos factores incentivan conductas evasivas como por ejemplo, la percepción de que el reparto de la carga tributaria no es justa, la desconfianza en relación al destino de la recaudación, la percepción de la evasión como una conducta común de la sociedad, entre otros.

C. EFECTOS DE LA EVASIÓN

Entre los efectos de la evasión tributaria las autoras hemos considerado los siguientes:

No permite que el Estado cuente con los recursos necesarios para brindar los servicios básicos a la población, especialmente a la de menores recursos.

Influye en la generación de un déficit fiscal, que origina nuevos tributos, mayores tasas o créditos externos.

Perjudica al desarrollo económico del país, no permitiendo que el Estado pueda redistribuir el ingreso a partir de la tributación.

Ávila, Milagros considera que la evasión fiscal afecta de forma significativa la hacienda pública, provocando con ello que sólo existan recursos para cubrir las necesidades básicas de la población y que no exista desarrollo en el país, es decir, como los recursos del Estado no son suficientes se deja de invertir en educación, tecnología, salud pública, infraestructura, etc., lo cual conduce al país a problemas más serios como son el rezago educativo y el desempleo, y éstos a su vez, traen consigo otros problemas sociales como la pobreza, la delincuencia, drogadicción y demás, que lejos de ayudar al país lo perjudican seriamente e impiden su crecimiento.

Otra de las importantes consecuencias que la evasión fiscal trae consigo, y que los ciudadanos pueden palpar cotidianamente, es la falta de infraestructura en los distintos sectores, como son: las carreteras, hospitales, escuelas, instituciones públicas, etc., lo que propicia que los ciudadanos no tengan la calidad de vida que podrían tener si el Estado contará con los recursos suficientes y con la correcta administración de los mismos.

D. MODALIDADES DE EVASIÓN TRIBUTARIA

Jiménez, et al., (2010) en su investigación nombran las siguientes formas de evasión:

En el caso de las personas naturales, la evasión se da mediante la no declaración de ingresos (ocultamiento de ingresos) y/ o la sub-declaración (se declara ingresos menores a lo percibidos).

En el caso de personas jurídicas la evasión se da a través de la deducción de gastos mayores a los legalmente permitidos. Además, la existencia de numerosos tratos preferenciales aumenta la posibilidad de evasión.

El grado de cumplimiento de las empresas está en función inversa de su tamaño de ahí que algunas empresas grandes ubicadas fuera de Lima se ven incentivadas a cambiar de domicilio fiscal a las grandes ciudades, reduciendo su posibilidad de ser fiscalizadas.

Otra forma importante de evasión que se ha encontrado es el uso indebido de regímenes especiales de tributación, tales como el uso del RUS y el RER así como el del tratamiento especial a empresas ubicadas en zonas francas y en regiones con exoneraciones como las de la selva.

Así mismo, la Sunat (2011) mediante el sorteo de comprobantes de pago logro descubrir diversas formas de evasión fiscal entre ellas:

- a) Comprobantes de pago falsos los que han sido impresos en serie de manera ilegal, utilizando el mismo número de RUC para cientos de establecimientos de diferente giro y domicilio.
- b) Entrega de comprobantes de pago cuyo número de RUC no existe.

- c) Contribuyentes NO HABIDOS que pese a su irregular situación, continúan entregando comprobantes de pago.
- d) Entrega de documentos no autorizados como las notas de venta y de pedido, los recibos, las proformas y las garantías de calidad que reciben los ciudadanos con un formato y diseño similar a las boletas de venta, que no consignan datos como la razón social o la dirección del establecimiento comercial.
- e) Entrega de comprobantes de pago duplicados (en serie y número correlativo), boletas de venta con número de serie no autorizados por la Administración Tributaria.
- f) Tickets emitidos por máquinas registradoras no declaradas ante la SUNAT.

2.1.2.9. REFORMAS ESTABLECIDAS PARA COMBATIR LA EVASIÓN E INCREMENTAR LA CULTURA TRIBUTARIA

La Superintendencia Nacional De Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) para combatir la evasión ha realizado una serie de implementaciones y reformas orientadas a asegurar el pago de IGV, en aquellos contribuyentes que registran elevados índices de incumplimiento tributario, así como a formalizar la cadena de comercialización y combatir la evasión.

SISTEMA DE PAGO ADELANTADO DEL IGV:

RÉGIMEN DE RETENCIÓN DEL IGV.- Es el régimen por el cual, los sujetos designados por la SUNAT como Agentes de Retención deberán retener parte del Impuesto General a las Ventas que le es trasladado por algunos de sus

proveedores, para su posterior entrega al Fisco, según la fecha de vencimiento de sus obligaciones tributarias que les corresponda. Los proveedores podrán deducir los montos que se les hubieran retenido, contra su IGV que le corresponda pagar. (Arancibia, M. 2008)

SISTEMA DE DETRACCIONES DEL IGV.- Es el descuento que efectúa el comprador o usuario de un bien o servicio afecto al sistema, de un porcentaje del importe a pagar por estas operaciones, para luego depositarlo en el Banco de la Nación, en una cuenta corriente a nombre del vendedor o quien presta el servicio. Éste, por su parte, utilizará los fondos depositados en su cuenta para efectuar el pago de sus obligaciones tributarias.

Los montos depositados en las cuentas que no se agoten cumplido el plazo señalado por la norma luego que hubieran sido destinados al pago de tributos, serán considerados de libre disponibilidad para el titular.

RÉGIMEN DE PERCEPCIONES DEL IGV.- El Régimen de Percepciones del IGV aplicable a las operaciones de venta gravada con el IGV de los bienes señalados en el Apéndice 1 de la Ley N° 29173, es un mecanismo por el cual el agente de percepción cobra por adelantado una parte del Impuesto General a las Ventas que sus clientes van a generar luego, por sus operaciones de venta gravada con este impuesto. El Agente de Percepción entregará a la SUNAT el importe de las percepciones efectuadas. El cliente está obligado a aceptar la percepción correspondiente.

Este Régimen no es aplicable a las operaciones de venta de bienes exoneradas o inafectas del IGV.

SORTEO DE COMPROBANTES DE PAGO:

Tiene como objetivo desarrollar conciencia tributaria en la comunidad educativa escolar. Para participar en este sorteo, los alumnos, docentes y padres de familia se organizan para exigir sus respectivos comprobantes de pago en las compras que realizan, y enviar al sorteo la mayor cantidad de sobres posibles, para acceder a mayores opciones. Con los premios obtenidos se contribuye a la modernización de la infraestructura de los colegios y/o de los laboratorios de cómputo.

CULTURA ADUANERA Y TRIBUTARIA:

La SUNAT tiene como uno de sus objetivos estratégicos institucionales "Liderar el desarrollo de la conciencia fiscal y aduanera en la ciudadanía" desarrollando, entre otras acciones, diversas actividades formativas en el ámbito nacional.

CULTURA ADUANERA Y TRIBUTARIA EN EL SISTEMA ESCOLAR:

Los contenidos de ciudadanía y tributación se incorporaron en el diseño curricular nacional en el 2008, con lo cual su aplicación es obligatoria a todos los escolares del país. Para fortalecer el compromiso, las capacidades y conocimientos de los docentes de educación básica regular en la formación de la Cultura Aduanera y Tributaria entre sus alumnos, se realizan permanentemente talleres y seminarios de capacitación docente en el ámbito nacional.

CULTURA ADUANERA Y TRIBUTARIA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Se organizan encuentros universitarios y concursos de conocimientos en coordinación con universidades e institutos de educación superior, públicos y privados del ámbito nacional. Tienen el objetivo de formar y sensibilizar a los estudiantes que próximamente se incorporarán a la vida económicamente activa del país, en la importancia de la función social del tributo, la lucha contra la evasión y el contrabando, el control del gasto público y las consecuencias de la corrupción.

ACTIVIDADES LÚDICO EDUCATIVAS DE CULTURA TRIBUTARIA

Son espacios de juego y funciones de teatro orientados a promover el cuidado y valoración de los bienes y servicios públicos, explicar la función social del tributo y la importancia del comprobante de pago así como reforzar valores positivos de responsabilidad, veracidad y respeto a los demás.

2.2. DEFINICIONES

2.2.1. MATERIA TRIBUTARIA

Las siguientes definiciones se encuentran establecidas en el código tributario.

OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

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)

ACREEDOR TRIBUTARIO

El Acreedor Tributario es aquél en favor del cual debe realizarse la prestación tributaria. (Art. 4)

EL DEUDOR TRIBUTARIO

Es la persona obligada al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable. (Art.7)

CONTRIBUYENTE

Contribuyente es aquél que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria. Los contribuyentes y responsables de declarar y pagar los tributos deben cumplir ciertas obligaciones formales y otras sustanciales ante el Estado Peruano. (Art. 8)

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. El Código Tributario establece que el término tributo comprende:

Impuesto: Es el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente. Tal es el caso del Impuesto a la Renta.

Contribución: Es el tributo que tiene como hecho generador los beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales, como lo es el caso de la Contribución al SENCICO.

Tasa: Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del Estado. Por ejemplo los derechos arancelarios de los Registros Públicos.

CÓDIGO TRIBUTARIO

El Código Tributario es un conjunto orgánico y sistemático de las disposiciones y normas que regulan la materia tributaria en general. (Aguirre, et al., 2013).

FISCO

Es el órgano del estado que se encarga de recaudar y exigir a los contribuyentes el pago de sus tributos, así como la administración de dichos tributos. (Aguirre, et al., 2013).

2.2.2. CULTURA TRIBUTARIA

Según la UNESCO (2006) La cultura es el conjunto de los rasgos definitivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Andrade M. & García, M. (2012) Expresan que la cultura tributaria se entiende como el conjunto de valores, creencias y actitudes, compartidos por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales.

Armas, M. & Colmenares, M. (2010). Manifiestan que 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.

Maksvytiene, I. & Sinkuniene, K. (2012) definen la cultura tributaria como un fenómeno social que se expresa a través de las personas que participan en la creación del sistema tributario, la cual se percibe a través de su actitud en el sistema de impuestos.

También precisan que es la totalidad de las relaciones fiscales que se forman por la cultura nacional para la optimización de ingresos fiscales y que abarca actitud y comportamiento de los individuos en el sistema de impuestos, influenciados por el nivel de desarrollo de un país, la situación social y el sistema de educación.

CAPITULO III: ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

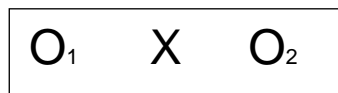
El presente trabajo de investigación se encuentra circunscrito dentro del enfoque cuantitativo, que nos ha permitido examinar los datos de manera numérica, con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

De acuerdo al objetivo que persigue la investigación es Aplicada, porque pretende conocer una realidad problemática, orientada a conocer la incidencia del programa de difusión tributaria en la cultura tributaria de los comerciantes.

De acuerdo a la técnica de contrastación, la investigación es descriptiva–explicativa.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño asumido para la presente investigación es cuasi - experimental de pre y post test administrado a un solo grupo, que implica la manipulación directa de la variable independiente “Programa tributario” para observar su incidencia y relación con la variable dependiente “Cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo de Tumbes”, cuyo esquema es el siguiente:



Dónde:

O_1 : Medición del grado de cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo de Tumbes antes del programa tributario.

O2: Medición del grado de cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo de Tumbes después del programa tributario.

X: El programa de difusión tributaria.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. POBLACIÓN

La población estuvo constituida por todos los comerciantes que se encuentran adscritos en la asociación de comerciantes del mercado modelo y anexos de Tumbes "ACMMAT".

PERSONAS ADSCRITAS "ACMMAT"	TOTAL
Comerciantes	605

FUENTE: Oficina de secretaria de la asociación de comerciantes

3.3.2. MUESTRA

La muestra estudiada la conformaron 33 comerciantes del mercado modelo de Tumbes, con un nivel de confianza del 95%.

Para seleccionar la muestra se utilizó la técnica Aleatoria Simple, para cuyo efecto se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{Z^2PQ + d^2(N-1)}$$

Dónde:

Z = 1,96 :Valor "Z" normal estándar al 95,0% de confianza

N = 640 :Números de elementos de la población

p = 0,9 :Se espera que el 90% participen en el programa de difusión tributaria.

$q = 0,1$:Complemento de "p" (1 - p)

$d = 0,10$:Tolerancia de Error (10%)

Reemplazando valores, obtenemos $n = 33$

3.4. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Durante la fase de investigación, hemos utilizado los siguientes métodos y técnicas de investigación:

3.4.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Comparativo: Este método nos permitió comparar la información obtenida de la aplicación del pre y post test administrado en el programa de difusión tributaria.

Inductivo: Se hizo uso de este método, para sistematizar la información que obtendremos en el programa de difusión tributaria, con la finalidad de determinar la incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

Deductivo: Nos permitió arribar a las conclusiones mediante la contratación de los datos obtenidos en el programa.

3.4.2. TÉCNICAS

Las técnicas que fueron utilizadas durante la investigación son las siguientes:

- a) Encuesta: Se utilizó esta técnica para obtener información relevante sobre la situación tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes. (ANEXO N° 04)

- b) Pre y post test: Se aplicó un mismo cuestionario de 25 preguntas cerradas de alternativa múltiple a la muestra seleccionada antes y después de la aplicación del programa de difusión tributaria, con el objetivo de medir la variable dependiente. (ANEXO N° 05)

3.5. RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de información se realizó a través de las fuentes bibliográficas existentes en la biblioteca especializada de la Facultad de Ciencias Económicas, lo cual consistió en la indagación de libros, revistas, tesis y material escrito que se encuentre disponible y que estén referidas a nuestras variables de estudio.

De igual manera, se recogió información de los medios virtuales, a través de los buscadores de información que se encontraron disponibles en Internet.

Los datos estadísticos se obtuvieron luego de aplicar el programa de difusión tributaria a la muestra de 33 comerciantes del mercado modelo de Tumbes, a quienes se les administro una encuesta conteniendo 20 preguntas cerradas y un cuestionario de pre prueba para evaluar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes y una pos prueba para comparar los resultados posterior a la aplicación del programa.

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva e inferencial realizando las siguientes acciones:

- Revisión crítica de la encuesta y cuestionarios.
- Tabulación de los datos en cuadros de distribución de frecuencias absolutas (f) y porcentuales (%).
- Cálculo de media estadística.

- Prueba de significación estadística: t- Student con un nivel de significación de 0.05

Se tabulo la información a partir de los datos obtenidos haciendo uso del programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versión 20 para contrastar los resultados con la hipótesis previamente formulada, y con la ayuda de una hoja de cálculo electrónica del Microsoft Excel se han procesado los datos mediante tablas y gráficos que nos han permitido realizar la discusión de los resultados y elaborar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados y el análisis comparativo de los datos obtenidos en nuestra investigación

4.1.1. APLICACIÓN DE ENCUESTA

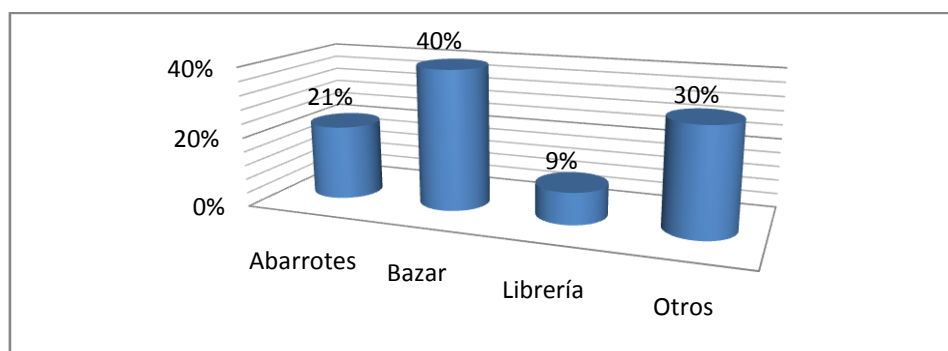
Se administraron a la muestra anteriormente calculada de 33 comerciantes del mercado modelo de Tumbes, los cuales fueron seleccionados de forma aleatoria.

TABLA N° 1
RUBRO DE NEGOCIO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Abarrotes	7	21%
Bazar	13	40%
Librería	3	9%
Otros	10	30%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO N° 1
RUBRO DE NEGOCIO



Fuente: Elaboración propia

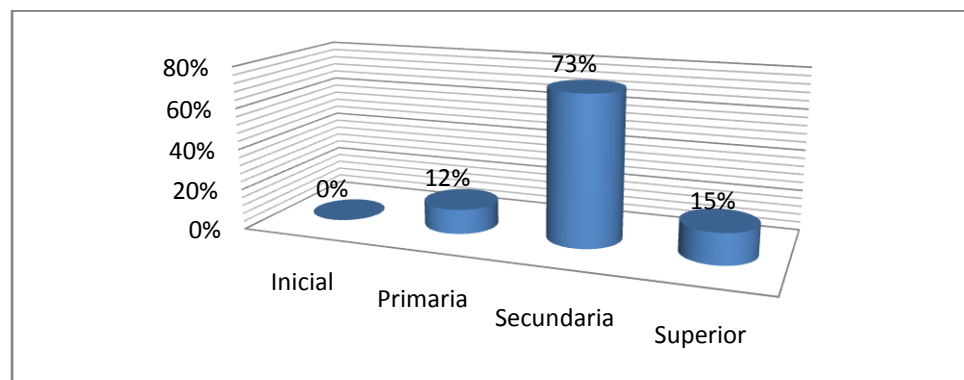
INTERPRETACIÓN: De una muestra de 33 comerciantes encuestados el 40% tiene un bazar, es decir se dedica a la venta de ropa, calzado, objetos de regalo y juguetes; el 30% está conformado por varias actividades económicas como: bisutería, bodegas, juguería, entre otros. Mientras que un 21% y 9% tienen un negocio de abarrotes y librerías respectivamente.

TABLA N° 2
GRADO DE EDUCACIÓN ACADÉMICA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Inicial	0	0%
Primaria	4	12%
Secundaria	24	73%
Superior	5	15%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 2
GRADO DE EDUCACIÓN ACADÉMICA



Fuente: Elaboración propia

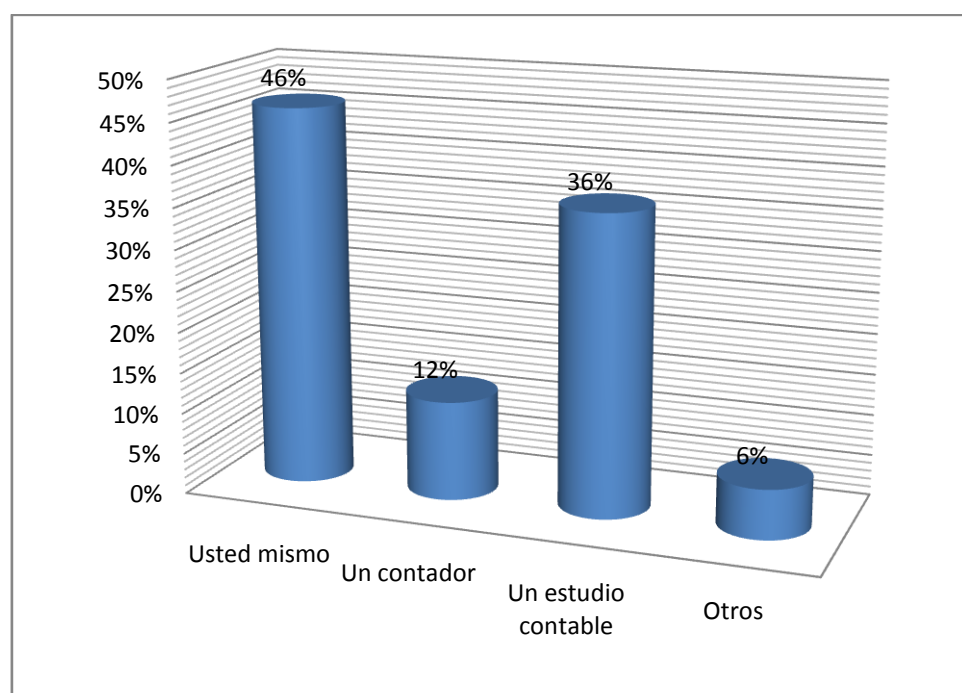
INTERPRETACIÓN: El 73% de los comerciantes indican tener secundaria, y solo un 15% educación superior, conocer el grado de educación académica nos ayudó en la elaboración del pre y post test con palabras más accesibles.

TABLA N° 3
MANEJO DE LA CONTABILIDAD DEL NEGOCIO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Usted mismo	15	46%
Un contador	4	12%
Un Estudio contable	12	36%
Otros	2	6%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 3
MANEJO DE LA CONTABILIDAD DEL NEGOCIO



Fuente: Elaboración propia

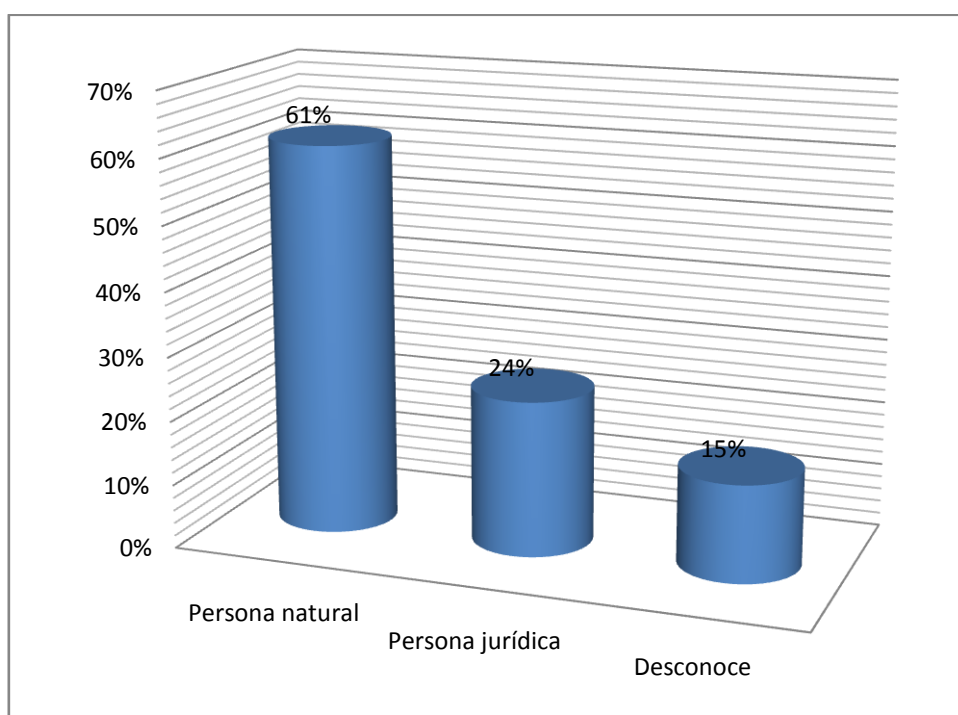
INTERPRETACIÓN: El 46% de los comerciantes encuestados manejan la contabilidad de su negocio, mientras que un 48% han optado por un contador o un estudio contable, y un 6% indica que la contabilidad es llevada por un familiar. De acuerdo a estos porcentajes podemos asumir que un 45% tiene conocimiento de las normas tributarias.

TABLA N° 4
INSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Persona natural	20	61%
Persona jurídica	8	24%
Desconoce	5	15%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 4
INSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO



Fuente: Elaboración propia

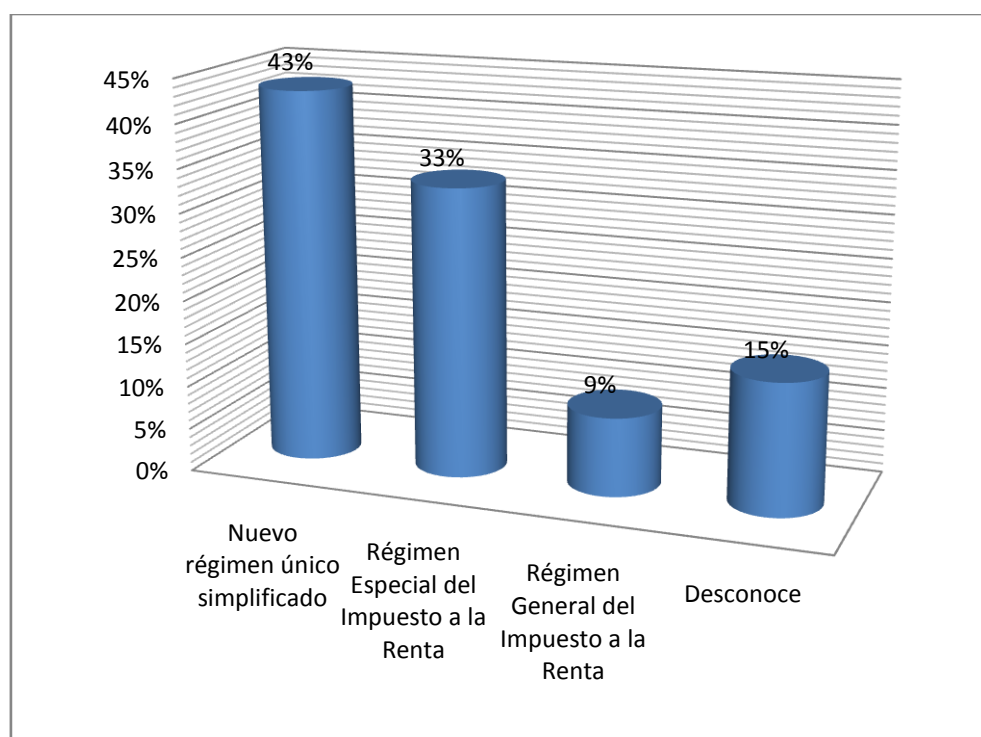
INTERPRETACIÓN: De los comerciantes encuestados el 61% han constituido su negocio como persona natural, un 24% como persona jurídica y un 15% desconoce los conceptos de persona natural y persona jurídica; porcentaje que constituye para nosotras una escala de superación.

TABLA N° 5
RÉGIMEN TRIBUTARIO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Nuevo régimen único simplificado	14	43%
Régimen especial del impuesto a la renta	11	33%
Régimen general del impuesto a la renta	3	9%
Desconoce	5	15%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 5
RÉGIMEN TRIBUTARIO



Fuente: Elaboración propia

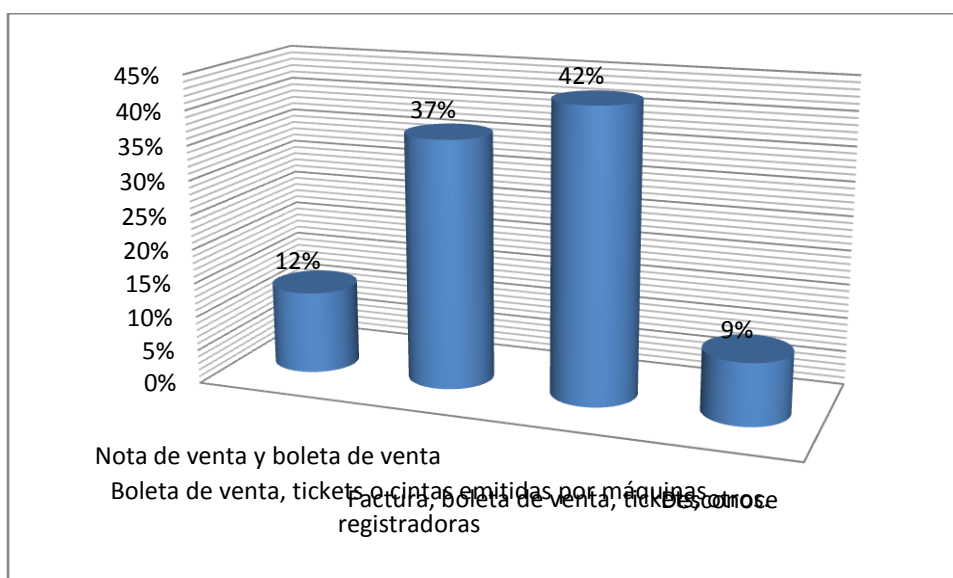
INTERPRETACIÓN: El 43% de los comerciantes encuestados pertenecen al Nuevo RUS, y un 15% desconoce el régimen tributario de su negocio lo que coincide con la pregunta anterior en cuanto al conocimiento de inscripción de su negocio.

TABLA N° 6
EMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Nota de venta y boleta de venta	4	12%
Boleta de venta, tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras	12	37%
Factura, boleta de venta, tickets, otros.	14	42%
Desconoce	3	9%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 6
EMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: De los encuestados un 42% de acuerdo a su régimen tributario pueden emitir factura, boleta de venta, entre otros, por lo que podemos asumir que se encuentran acogidos al régimen especial y régimen general lo que resulta concordante con los resultados de la pregunta anterior, mientras que un 37% emite boletas de venta y tickets porcentaje inferior al obtenido dentro de los comerciantes acogidos al Nuevo RUS.

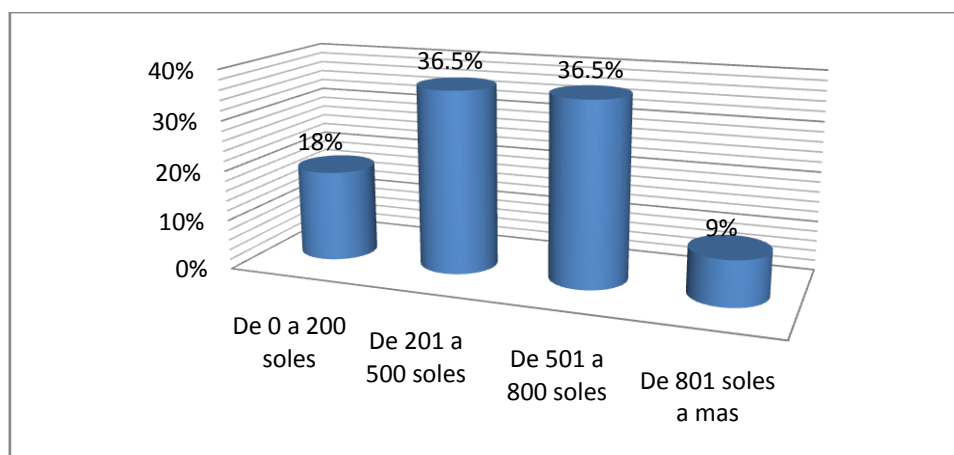
Por otro lado resulta interesante conocer que un 12% de los comerciantes aún sigue emitiendo notas de venta trasgrediendo las normas tributarias establecidas, con la intención de evadir impuestos.

TABLA N° 7
PROMEDIO DE VENTAS DIARIAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
De 0 a 200 soles	6	18%
De 201 a 500 soles	12	36.5%
De 501 a 800 soles	12	36.5%
De 801 soles a mas	3	9%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 7
PROMEDIO DE VENTAS DIARIAS



Fuente: Elaboración propia

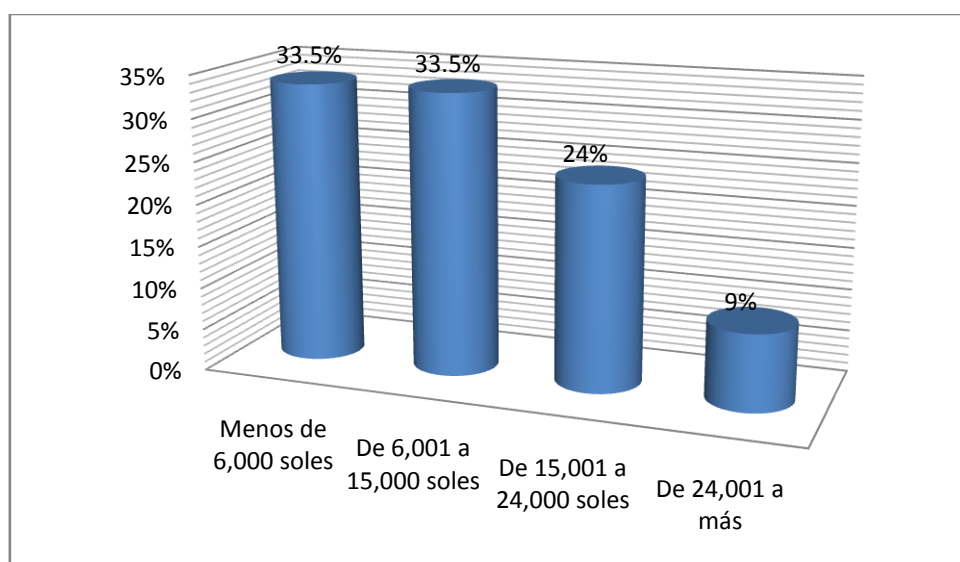
INTERPRETACIÓN: Un 36.5 % de los encuestados indican que el promedio de sus ventas diarias oscilan de 201 a 500 soles y de 501 a 800 soles, un 18% de 0 a 200 soles, mientras que solo un 9% de los encuestados sus ventas promedian de 801 soles a mas, por lo que podemos inferir que este último porcentaje corresponde a los comerciantes que se encuentran acogidos al régimen general.

TABLA N° 8
PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES DECLARADAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Menos de 6,000 soles	11	33.5%
De 6,001 a 15,000 soles	11	33.5%
De 15,001 a 24,000 soles	8	24%
De 24,001 a más	3	9%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 8
PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES DECLARADAS



Fuente: Elaboración propia

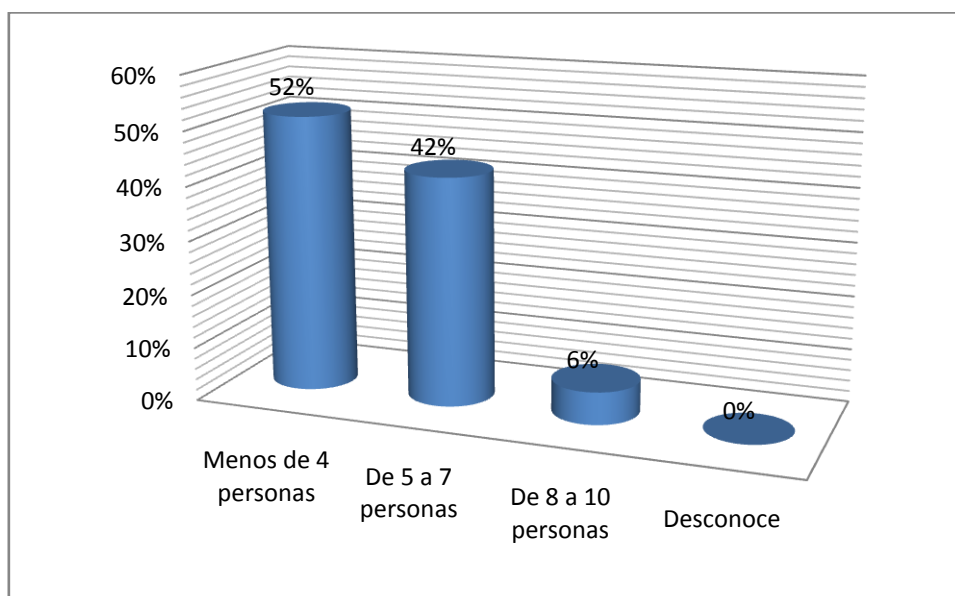
INTERPRETACIÓN: Un 33.5% de los encuestados indican que el promedio de sus ventas mensuales declaradas son menores de 6,000 soles y otro 33.5% de 6,001 a 15,000 soles, mientras que solo un 9% obtienen ingresos promedios mensuales de 24,001 soles a más, contrastando esta información con la tabla anterior, podemos inferir que existen 5 comerciantes, porcentualmente un 15% de los encuestados han respondido que sus ventas diarias promedios son mayores a las declaradas mensualmente.

TABLA N° 9
DE CADA 10 CLIENTES, CUANTOS SOLICITAN
COMPROBANTE DE PAGO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Menos de 4 personas	17	52%
De 5 a 7 personas	14	42%
De 8 a 10 personas	2	6%
Desconoce	0	0%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 9
DE CADA 10 CLIENTES, CUANTOS SOLICITAN
COMPROBANTE DE PAGO



Fuente: Elaboración propia

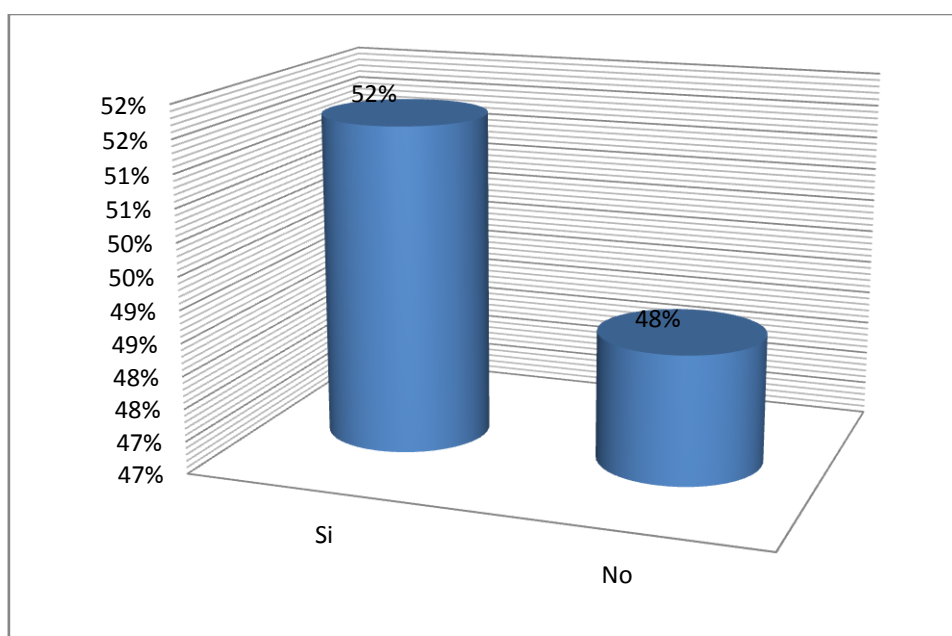
INTERPRETACIÓN: El 52% de los comerciantes encuestados refiere que de cada 10 clientes menos de 4 son los que solicitan comprobantes de pago, el 42% entre de 5 a 7 personas son los que solicitan y solo el 6% de los encuestados dice que de 8 a 10 personas solicitan comprobantes de pago.

TABLA N° 10
EMISIÓN DE COMPROBANTES POR LAS VENTAS QUE NO LO SOLICITAN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Si	17	52%
No	16	48%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 10
EMISIÓN DE COMPROBANTES POR LAS VENTAS QUE NO LO SOLICITAN



Fuente: Elaboración propia

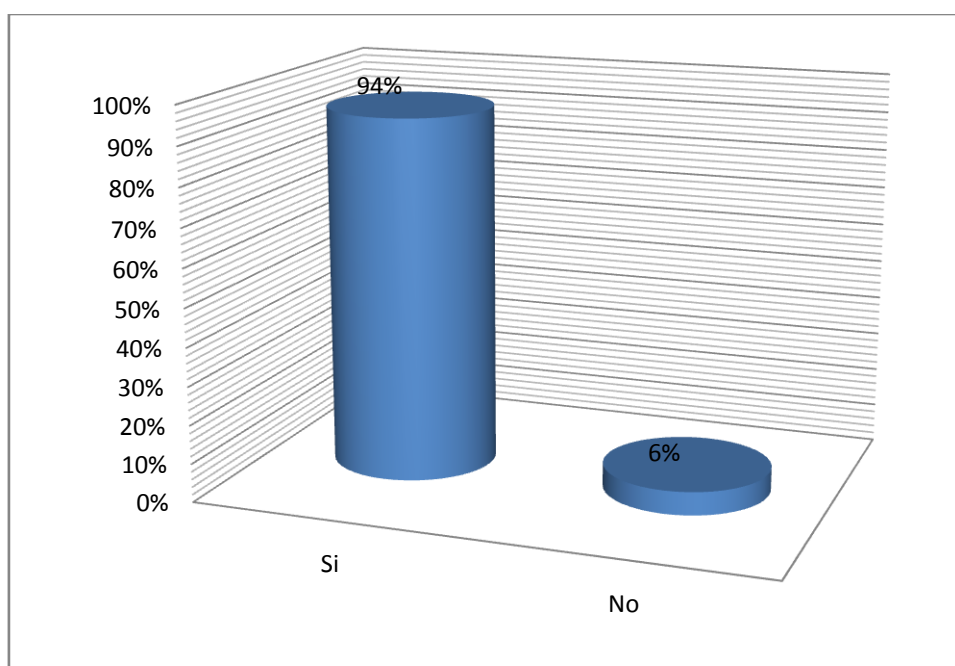
INTERPRETACIÓN: De los comerciantes encuestados un 52% emite comprobantes de pago por las ventas donde el cliente no solicita comprobante y un 48% no emite comprobantes de pago por las ventas mencionadas. Por lo tanto contrastando con la pregunta n° 09 podemos observar que de la mayoría de ventas en la que el cliente no solicita comprobantes el comerciante cumple con emitir dicho comprobante.

TABLA N° 11
 LAS CAPACITACIONES INCREMENTAN LA CULTURA
 TRIBUTARIA EN EL PAÍS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Si	31	94%
No	2	6%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 11
 LAS CAPACITACIONES INCREMENTAN LA CULTURA
 TRIBUTARIA EN EL PAÍS



Fuente: Elaboración propia

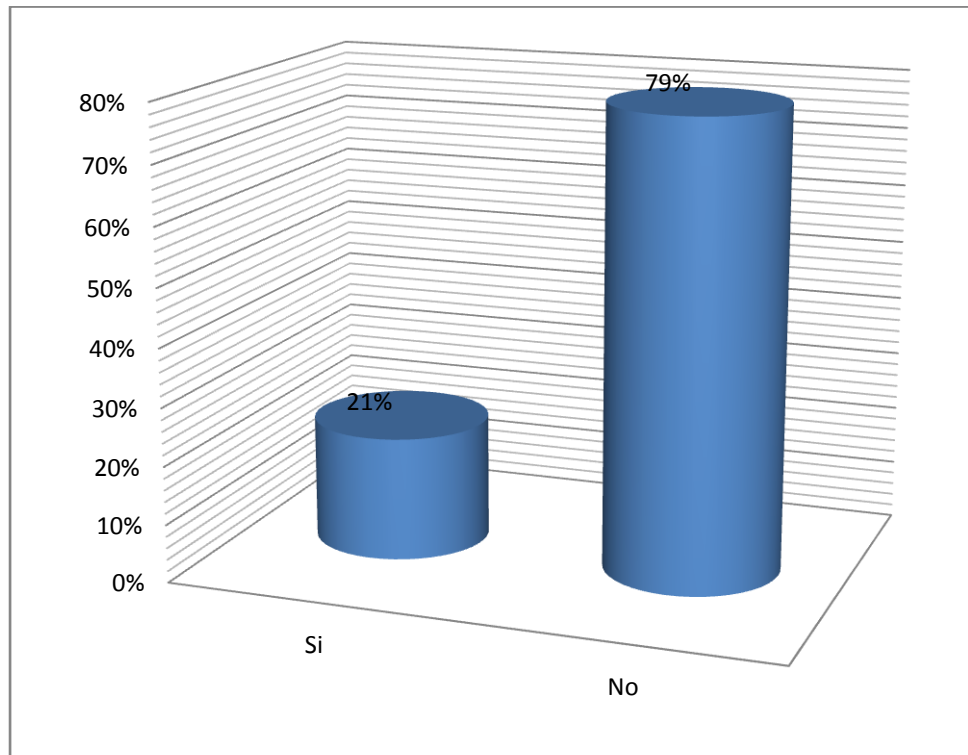
INTERPRETACION: El 94% de los comerciantes encuestados consideran que una adecuada y permanente capacitación tributaria ayudarán a incrementar la cultura tributaria en el país mientras un 6% consideran que esto no ayudará.

TABLA N° 12
EVASIÓN DE IMPUESTOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Si	7	21%
No	26	79%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 12
EVASIÓN DE IMPUESTOS



Fuente: Elaboración propia

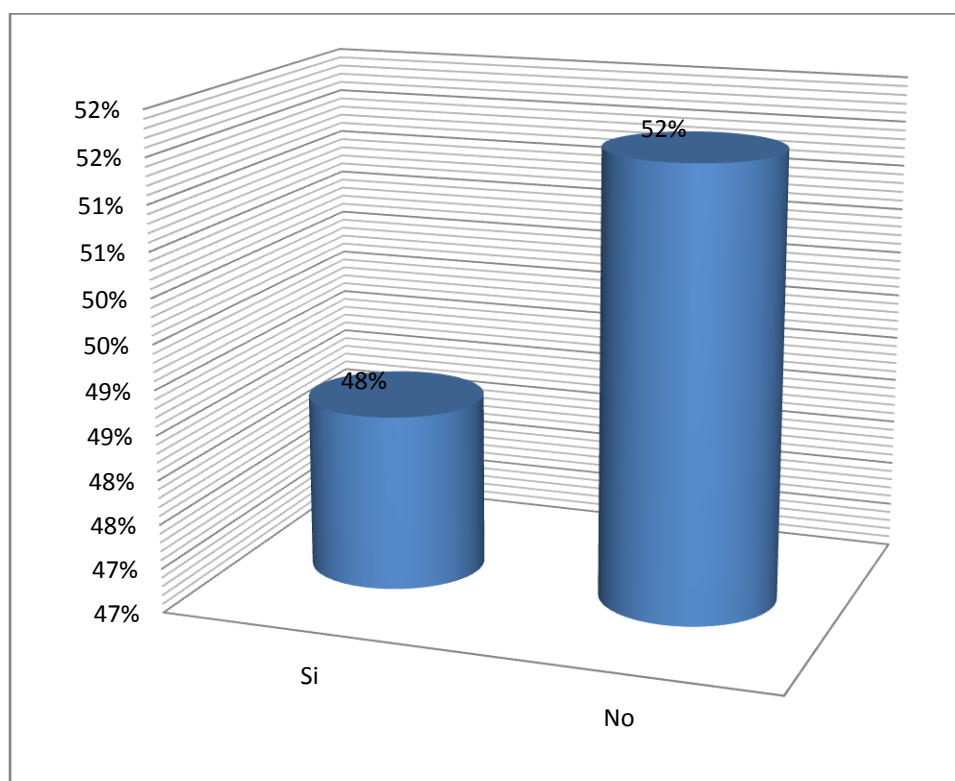
INTERPRETACIÓN: El 79% de los comerciantes encuestados indican que no tratarían de evadir impuestos a pesar de que en su entorno evadan, mientras que un 21% si tratarían de evadir, porcentaje que representa una escala de superación.

TABLA N° 13
LAS PERSONAS PAGAN IMPUESTOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Si	16	48%
No	17	52%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 13
LAS PERSONAS PAGAN IMPUESTOS



Fuente: Elaboración propia

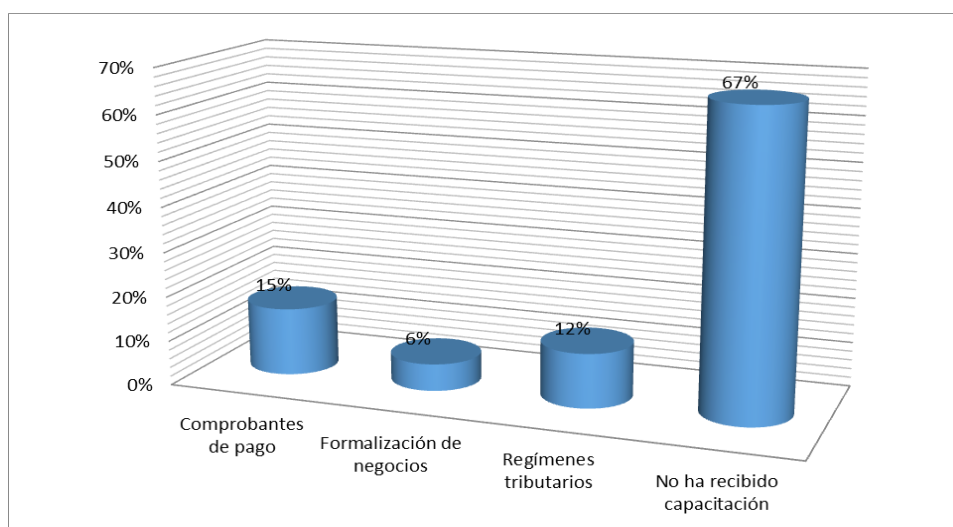
INTERPRETACIÓN: Para un 52% de los comerciantes encuestados no es común en su entorno que las personas no paguen sus impuestos, mientras que un 48.48% si consideran común este acto.

TABLA N° 14
CAPACITACIONES BRINDADAS POR LA SUPERINTENDENCIA
NACIONAL DE ADUANAS Y ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA
SOBRE:

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Comprobantes de pago	5	15%
Formalización de negocios	2	6%
Regímenes tributarios	4	12%
No ha recibido capacitación	22	67%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 14
CAPACITACIONES BRINDADAS POR LA SUPERINTENDENCIA
NACIONAL DE ADUANAS Y ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA
SOBRE:



Fuente: Elaboración propia

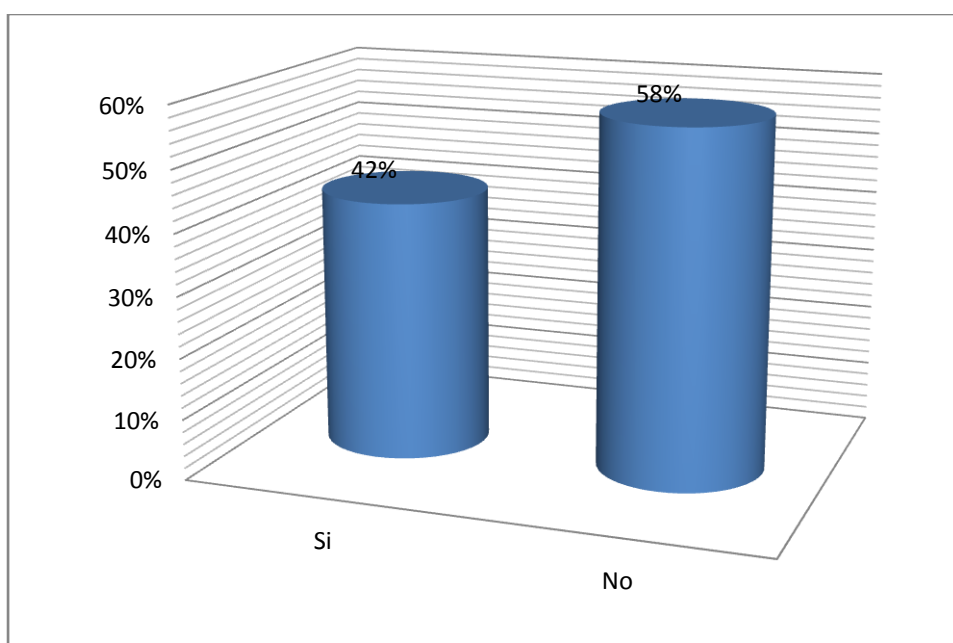
INTERPRETACIÓN: El 67% de los encuestados no ha recibido ningún tipo de capacitación tributaria por parte de la SUNAT y solo un 33% ha recibido capacitación sobre comprobantes de pago, formalización de negocios y regímenes tributarios, algunos de los encuestados indican que han obtenido conocimiento de las normas tributarias por medio de un familiar.

TABLA N° 15
 CONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES COMO
 CONTRIBUYENTE

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Si	14	42%
No	19	58%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 15
 CONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES COMO
 CONTRIBUYENTE



Fuente: Elaboración propia

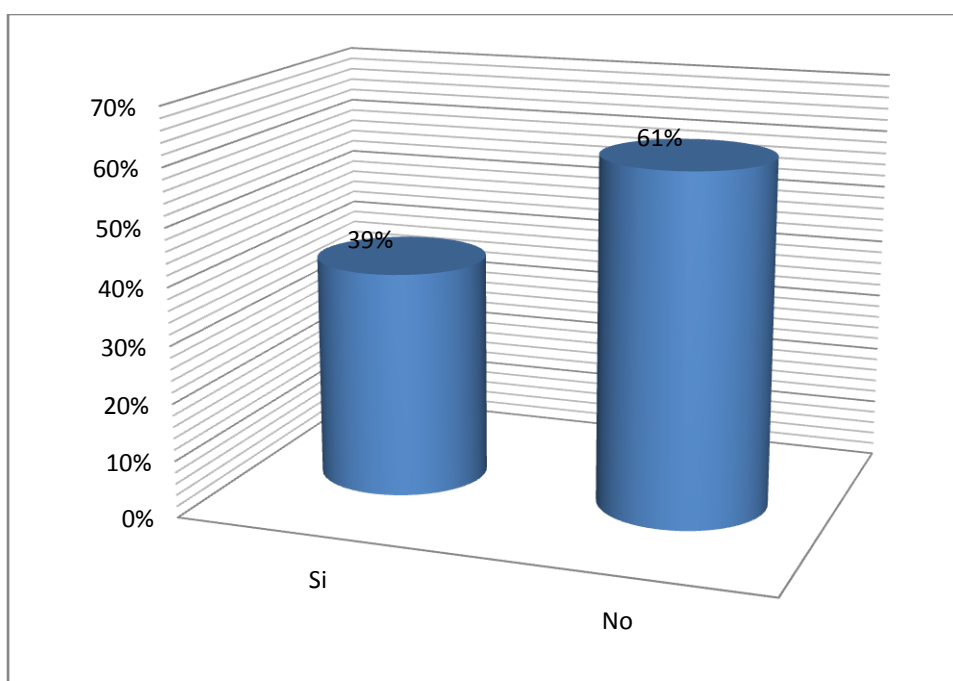
INTERPRETACIÓN: El 58% de los encuestados tienen conocimiento de cuáles son sus derechos y obligaciones como contribuyente mientras que un 42% desconocen. Podemos inferir que esta situación se atribuye principalmente porque no han recibido capacitación tributaria por lo observado en la pregunta anterior.

TABLA N° 16
EFICIENCIA DE LA SUNAT EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS
TRIBUTOS RECAUDADOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Si	13	39%
No	20	61%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 16
EFICIENCIA DE LA SUNAT EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS
TRIBUTOS RECAUDADOS



Fuente: Elaboración propia

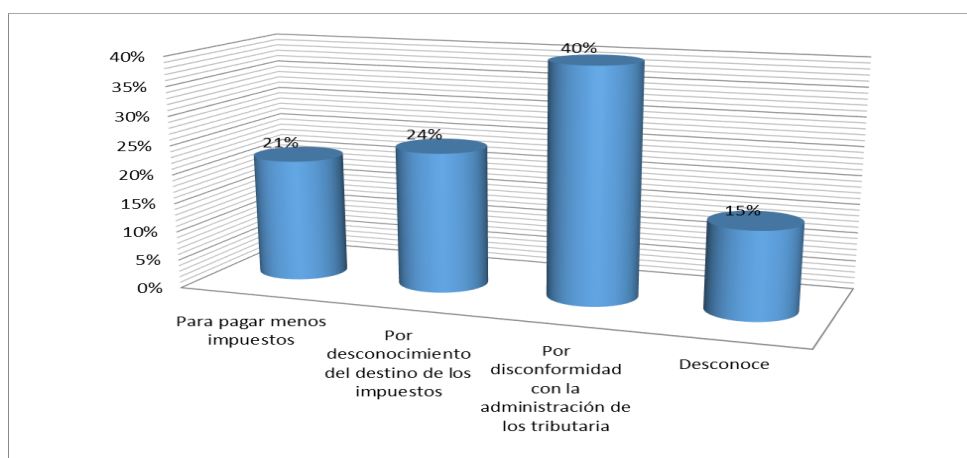
INTERPRETACIÓN: El 61% de los comerciantes tienen la percepción de que la SUNAT no realiza una eficiente administración de los tributos recaudados, mientras que un 39% si consideran eficiente su labor.

TABLA N° 17
CAUSAS DE OMISIÓN DE VENTAS EN LAS DECLARACIONES A LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Para pagar menos impuestos	7	21%
Por desconocimiento del destino de los impuestos	8	24%
Por disconformidad con la administración tributaria	13	40%
Desconoce	5	15%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 17
CAUSAS DE OMISIÓN DE VENTAS EN LAS DECLARACIONES A LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA



Fuente: Elaboración propia

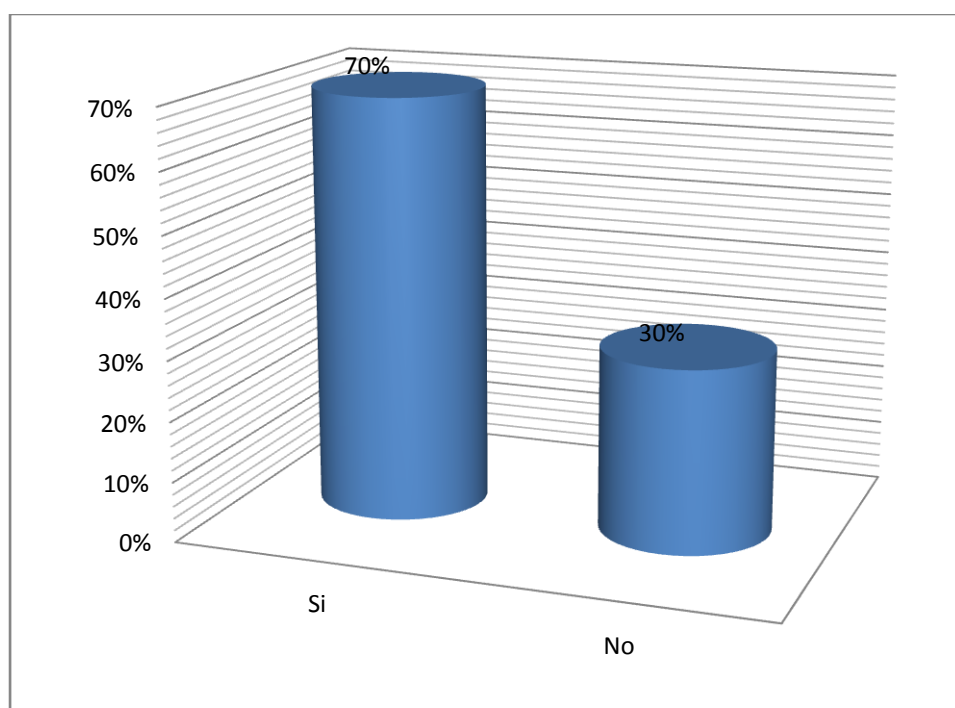
INTERPRETACIÓN: El 40% de los encuestados indica que la principal razón por la que omiten ventas al momento de declarar es por disconformidad con la administración de los tributos por parte de la SUNAT. Lo cual guarda relación con los resultados de la pregunta anterior donde el 61% de los encuestados consideran que SUNAT no realiza una eficiente administración de los tributos que recauda.

TABLA N° 18
EFICIENCIA DEL CONTROL TRIBUTARIO POR PARTE DE LA
SUNAT

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Si	23	70%
No	10	30%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 18
EFICIENCIA DEL CONTROL TRIBUTARIO POR PARTE DE LA
SUNAT



Fuente: Elaboración propia

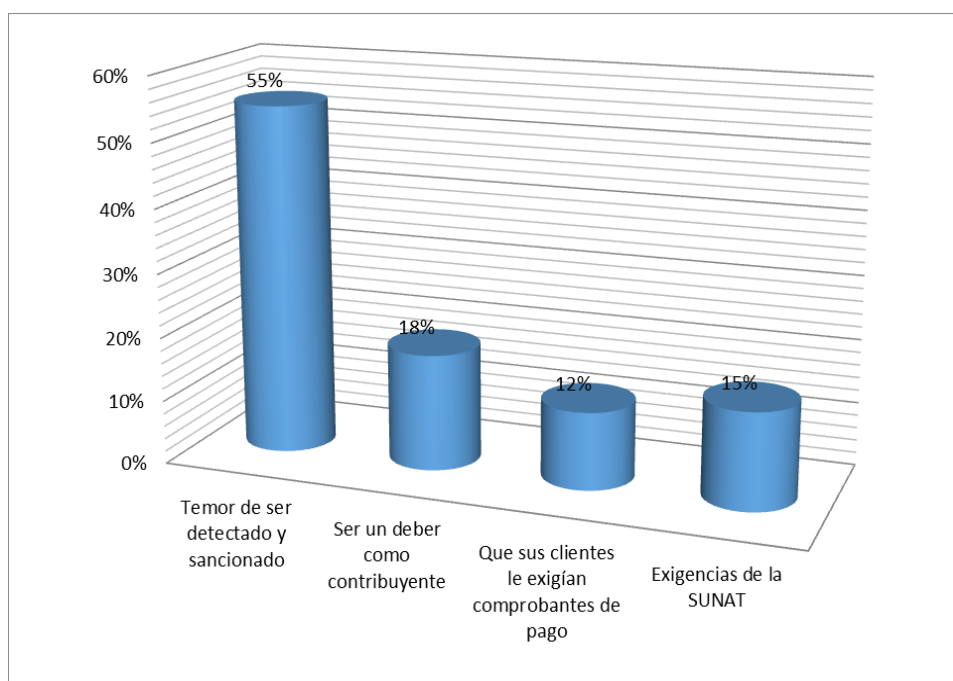
INTERPRETACIÓN: El 70% de los comerciantes consideran eficiente el control tributario por parte de la SUNAT. Situación contraria a la pregunta anterior donde el 61% de los encuestados consideran deficiente la administración de los tributos recaudados.

TABLA N° 19
FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Temor de ser detectado y sancionado	18	55%
Ser un deber como contribuyente	6	18%
Que sus clientes le exigían comprobantes de pago	4	12%
Exigencias de la SUNAT	5	15%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 19
FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: El 55% de los encuestados formalizó su negocio por temor a ser detectado y sancionado, mientras que solo un 18% indica haber formalizado por ser un deber como contribuyente.

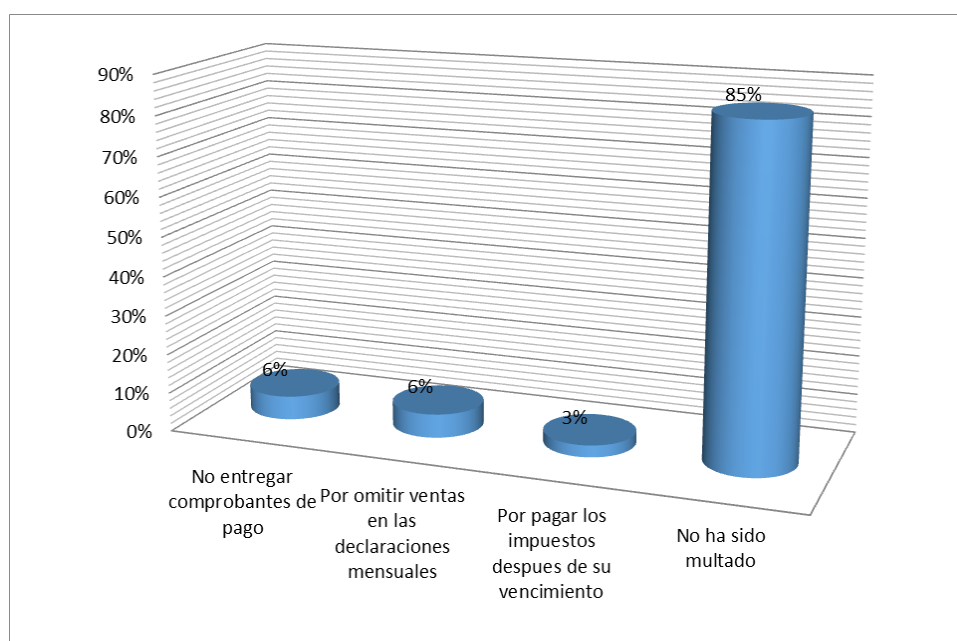
TABLA N° 20
MULTAS IMPUESTAS POR LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
No entregar comprobantes de pago	2	6%
Por omitir ventas en las declaraciones mensuales	2	6%
Por pagar los impuestos después de su vencimiento	1	3%
No ha sido multado	28	85%
TOTAL	33	100%

Fuente: Elaboración propia

G

GRAFICO N° 20
MULTAS IMPUESTAS POR LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Un 85% de los encuestados no ha sido multado por la administración tributaria, mientras que un 15% si ha sido multado por no entregar comprobantes de pago, omitir ventas en las declaraciones mensuales y por pagar los impuestos después de su vencimiento.

4.1.2. APLICACIÓN DEL PRE Y POST TEST

Para medir las variables se elaboró un test de pre y post test, que consta de 25 preguntas, cada pregunta estuvo compuesta por 5 alternativas, las cuales fueron aplicadas a la muestra seleccionada. Se utilizó la escala vigesimal de 0 a 20.

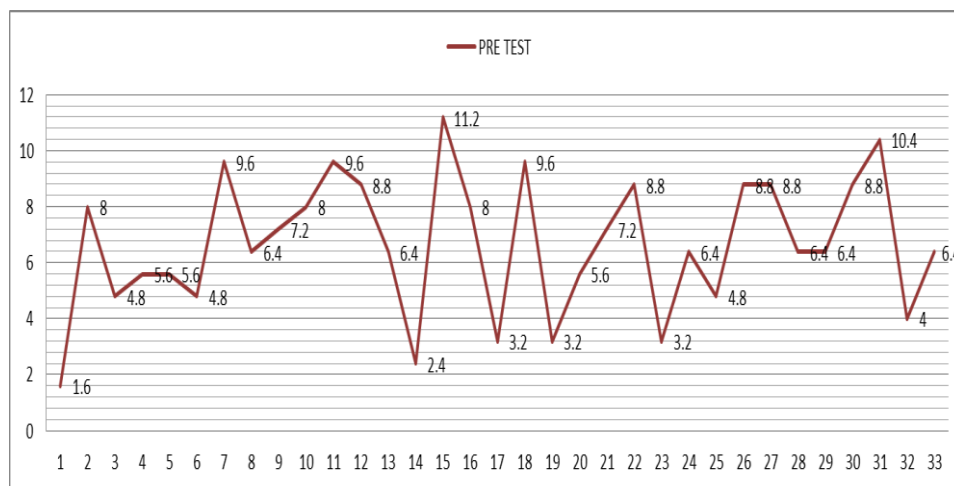
CUADRO N° 1
RESULTADOS DEL PRE TEST

PARTICIPANTES	PRE TEST
1	1.6
2	8
3	4.8
4	5.6
5	5.6
6	4.8
7	9.6
8	6.4
9	7.2
10	8
11	9.6
12	8.8
13	6.4
14	2.4
15	11.2
16	8
17	3.2
18	9.6
19	3.2
20	5.6
21	7.2
22	8.8

23	3.2
24	6.4
25	4.8
26	8.8
27	8.8
28	6.4
29	6.4
30	8.8
31	10.4
32	4
33	6.4
TOTAL	220
MEDIA	6.67

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 21
RESULTADOS DEL PRE TEST



Fuente: Elaboración propia

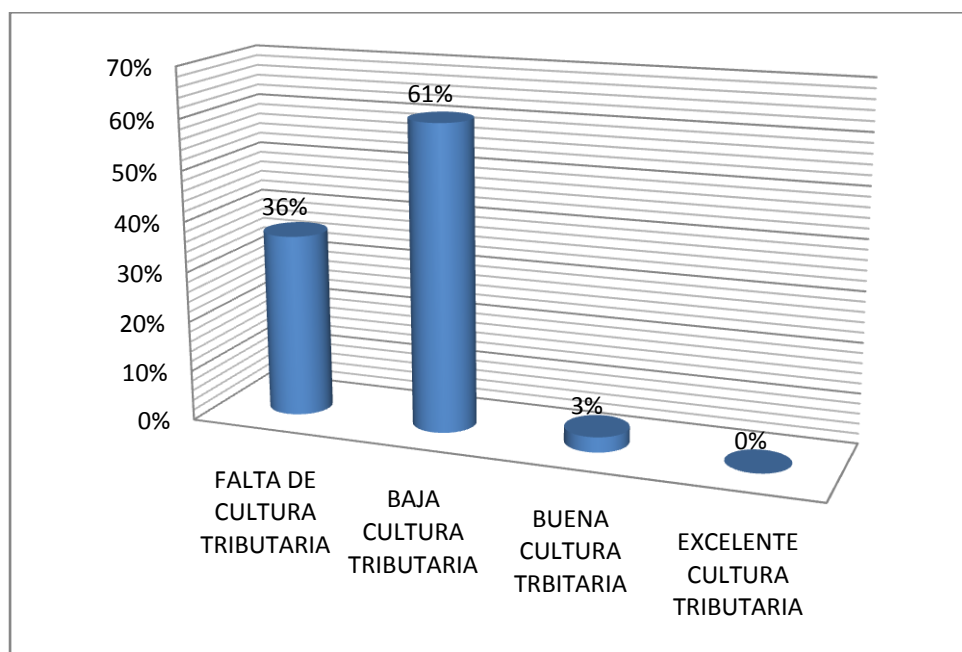
INTERPRETACIÓN: El cuadro N° 1 sintetiza los resultados del pre test aplicado antes del programa de difusión tributaria a una muestra de 33 comerciantes del mercado modelo de Tumbes donde las notas oscilan de 1.6 a 11.2. Estos datos evidencian en términos promedio una puntuación de 6.67 que corresponden al nivel de cultura.

TABLA N° 21
RESULTADOS POR CALIFICACIÓN DEL PRE TEST

NIVEL	INTERVALO	FRECUENCIA	
		RELATIVA	ABSOLUTA
Falta de cultura tributaria	0 - 5	12	36%
Baja cultura tributaria	06 - 10	20	61%
Buena cultura tributaria	11 -15	1	3%
Excelente cultura tributaria	16 -20	0	0%
TOTAL		33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 22
RESULTADOS POR CALIFICACIÓN DEL PRE TEST



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Los resultados obtenidos antes del programa de difusión tributaria, los cuales fueron evaluados de acuerdo al nivel de cultura tributaria determinaron que un 61% de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes presentaban bajo nivel de cultura tributaria, un 36% falta de cultura tributaria y solo un 3% contaba con buen nivel de cultura tributaria; dentro del nivel excelente no se registraron puntuaciones.

Por otro lado el promedio obtenido de las notas registradas en el pre test reflejado en el cuadro N° 01 fue de 6.67 puntos; lo que significa que en términos promedio los comerciantes del mercado modelo de Tumbes presentaban antes del programa de difusión tributaria un bajo nivel de cultura tributaria.

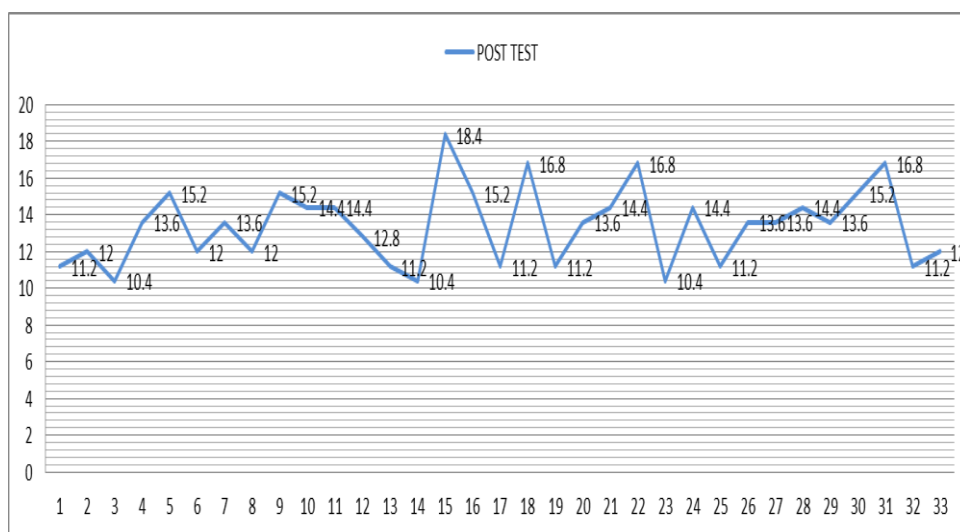
CUADRO N° 2
RESULTADOS DEL POST TEST

PARTICIPANTES	POST TEST
1	11.2
2	12
3	10.4
4	13.6
5	15.2
6	12
7	13.6
8	12
9	15.2
10	14.4
11	14.4
12	12.8
13	11.2
14	10.4
15	18.4
16	15.2
17	11.2
18	16.8
19	11.2
20	13.6
21	14.4
22	16.8
23	10.4

24	14.4
25	11.2
26	13.6
27	13.6
28	14.4
29	13.6
30	15.2
31	16.8
32	11.2
33	12
TOTAL	442.4
MEDIA	13.41

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 23
RESULTADOS DEL POST TEST



Fuente: Elaboración propia

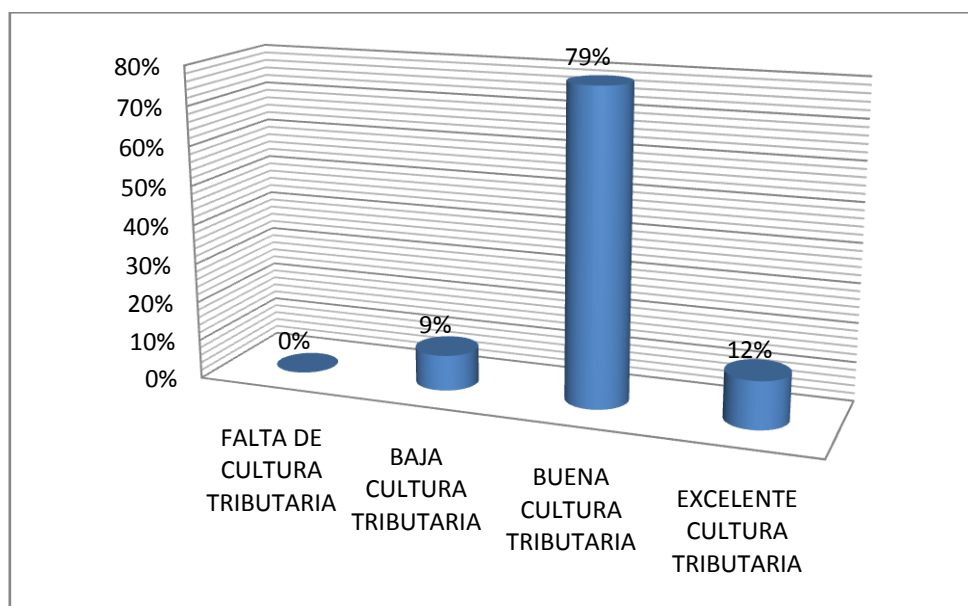
INTERPRETACIÓN: El cuadro N° 2 sintetiza los resultados del post test aplicado después del programa de difusión tributaria a una muestra de 33 comerciantes del mercado modelo de Tumbes donde las notas oscilan de 10.4 a 18.4. Estos datos evidencian en términos promedio una puntuación de 13.41 que corresponden al nivel de cultura.

TABLA N° 22
RESULTADOS POR CALIFICACIÓN DEL POST TEST

NIVEL	INTERVALO	FRECUENCIA	
		RELATIVA	ABSOLUTA
Falta de cultura tributaria	0 - 5	0	0%
Baja cultura tributaria	06 - 10	3	9%
Buena cultura tributaria	11 -15	26	79%
Excelente cultura tributaria	16 -20	4	12%
TOTAL		33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 24
RESULTADOS POR CALIFICACIÓN DEL POST TEST



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Los resultados encontrados después de haber aplicado el programa de difusión tributaria a los comerciantes del mercado modelo de Tumbes evaluados de acuerdo al nivel de cultura tributaria presentan que el 79% de los encuestados ha logrado un buen nivel de cultura tributaria, logrando que un 12% tenga un excelente nivel de cultura tributaria, dentro del intervalo malo no se registraron puntuaciones.

Por otro lado el promedio obtenido de las notas registradas en el post test reflejado en el cuadro N° 02 fue de 13.41 puntos; lo que significa que en términos promedio los comerciantes del mercado modelo de Tumbes después del programa de difusión tributaria presentaban un buen nivel de cultura tributaria.

4.1.3. COMPARACIÓN DEL PRE Y POST TEST

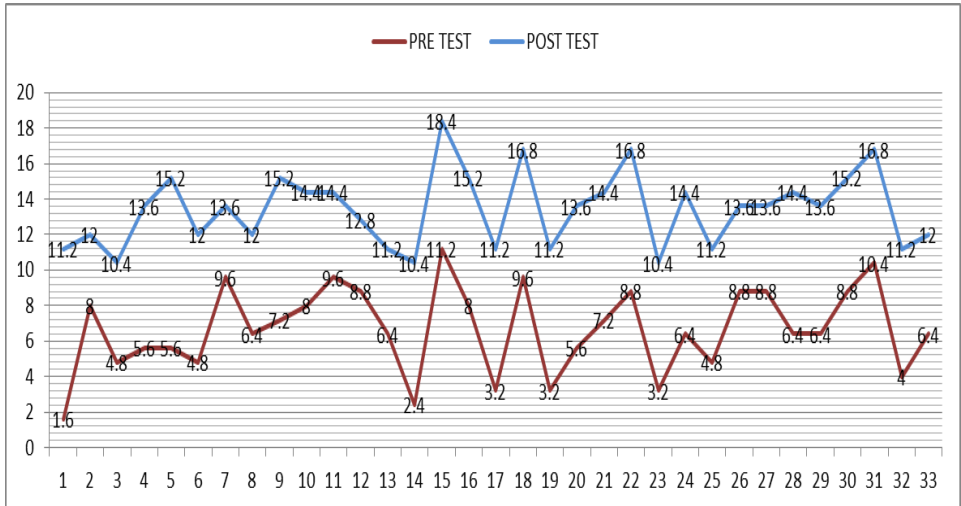
CUADRO N° 3
RESULTADOS DEL PRE Y POST TEST

PARTICIPANTES	PRE TEST	POST TEST
1	1.6	11.2
2	8	12
3	4.8	10.4
4	5.6	13.6
5	5.6	15.2
6	4.8	12
7	9.6	13.6
8	6.4	12
9	7.2	15.2
10	8	14.4
11	9.6	14.4
12	8.8	12.8
13	6.4	11.2
14	2.4	10.4
15	11.2	18.4
16	8	15.2
17	3.2	11.2
18	9.6	16.8
19	3.2	11.2
20	5.6	13.6
21	7.2	14.4
22	8.8	16.8

23	3.2	10.4
24	6.4	14.4
25	4.8	11.2
26	8.8	13.6
27	8.8	13.6
28	6.4	14.4
29	6.4	13.6
30	8.8	15.2
31	10.4	16.8
32	4	11.2
33	6.4	12
TOTAL	220	442.4
MEDIA	6.67	13.41

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 25
RESULTADOS DEL PRE Y POST TEST



Fuente: Elaboración propia

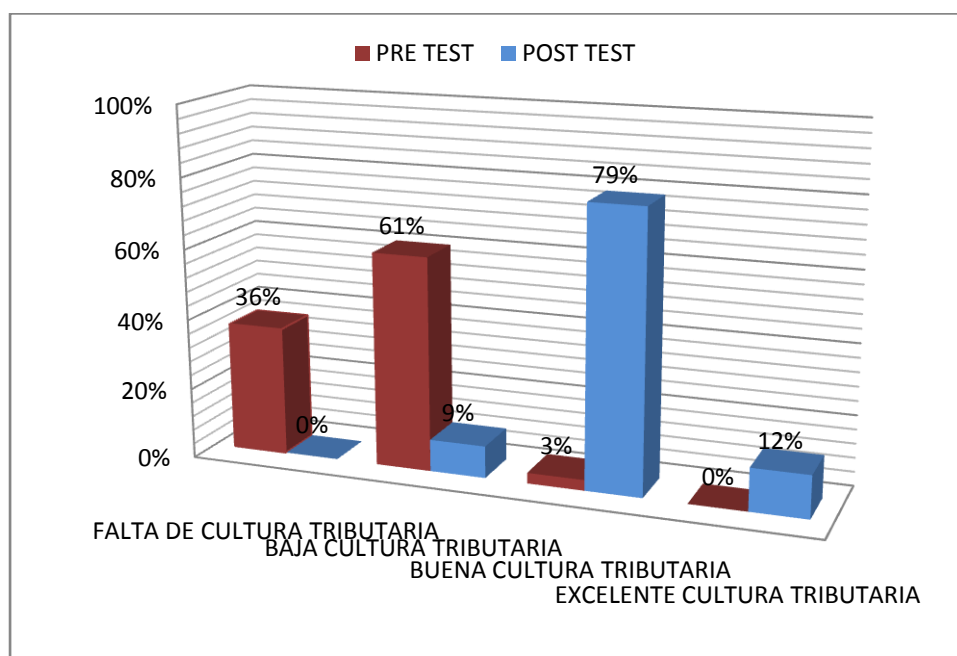
INTERPRETACIÓN: El cuadro N° 3 sintetiza los resultados del pre y post test aplicado en el programa de difusión tributaria a una muestra de 33 comerciantes del mercado modelo de Tumbes, determinando en términos promedio una puntuación en el pre test de 6.67 y en el post test de 13.41 alcanzando un avance significativo que promedian los 6.74 puntos.

TABLA N° 23
RESULTADOS POR CALIFICACIÓN DEL PRE y POST TEST

NIVEL	INTERVALO	PRE TEST		POST TEST	
		f	%	f	%
Falta de cultura tributaria	0 - 5	12	36%	0	0%
Baja cultura tributaria	06 - 10	20	61%	3	9%
Buena cultura tributaria	11 -15	1	3%	26	79%
Excelente cultura tributaria	16 -20	0	0%	4	12%
TOTAL		33	100%	33	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 26
RESULTADOS POR CALIFICACIÓN DEL PRE y POST TEST



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: De la comparación de las notas obtenidas en el pre y post test se puede observar que un 36% de los comerciantes ya no presentan falta de cultura tributaria y de un 61% de los comerciantes que se encontraban en bajo nivel de cultura tributaria ahora solo se encuentra el 9%, logrando así que el 79% tenga buena cultura, mientras que un 12% alcanzó un excelente nivel de cultura tributaria. Por otro lado, los promedios obtenidos de las notas registradas en el pre test y post test reflejado en el cuadro N° 03 muestra una diferencia de 6.74 puntos; logrando en promedio que

los comerciantes del mercado modelo de Tumbes pasen de un bajo nivel de cultura tributaria a un buen nivel de cultura tributaria.

4.1.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para contrastar la hipótesis planteada se usó la distribución t-Student para muestras relacionadas con un nivel de significancia de 0.05 (5%), los datos se tabularon mediante el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versión 20.

Planteamiento de hipótesis estadística:

Hipótesis Nula: Ho

El programa de difusión tributaria no incide significativamente en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

Ho: $X1 \geq X2$

Hipótesis Alterna: Ha

El programa de difusión tributaria incide significativamente en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

Ha: $X1 < X2$

TABLA N° 24
RESULTADO DE LA PRUEBA T DE STUDENT

t	NIVEL DE SIGNIFICANCIA
25.411	0.000

Fuente: Elaboración propia

El criterio para decidir es:

- Si la probabilidad obtenida P-valor $\leq \alpha$, rechaza H_0 (Se acepta H_a).
- Si la probabilidad obtenida P-valor $> \alpha$, NO se rechaza H_0 (Se acepta H_0).
- Cuanto menor sea el valor p, más significativo será el resultado.

Conclusión: Dado que el p-valor es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto podemos concluir que el programa de difusión tributaria incide significativamente en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

Al utilizar la prueba t- Student para comparar la calificación obtenida antes y después del programa tenemos que los promedios presentan diferencias altamente significativas, es decir que después de la aplicación del programa los comerciantes incrementaron el nivel de cultura tributaria en promedio de 6.67 a 13.41; este nivel alcanzado por los comerciantes se atribuye a la eficacia del programa de difusión tributaria.

4.2. PROGRAMA DE DIFUSIÓN TRIBUTARIA

I. DATOS GENERALES

- 1.1. PARTICIPANTES : Comerciantes del mercado modelo de Tumbes
- 1.2. DURACIÓN : 1 Semana
- 1.3. PONENTES : Yman Arrieta, Leslye Katheryn.
Ynfante Moscoso, Seydi Lisbeth.
- 1.4. LUGAR : Asociación de comerciantes del mercado modelo de Tumbes

II. FUNDAMENTACIÓN

La aplicación de este programa tributario se fundamentó principalmente por la necesidad de incrementar el grado de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, generar conciencia tributaria y promover el cumplimiento voluntario de estas obligaciones

III. COMPETENCIAS

Al concluir el programa de difusión tributaria los participantes lograron tener conocimiento sobre:

- A. La importancia de la tributación.
- B. Las obligaciones tributarias referentes a su régimen tributario.
- C. Las funciones y atribuciones de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
- D. Los requisitos y plazos para la Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- E. La aplicación del Impuesto General a las Ventas (IGV)
- F. Los efectos y multas que genera el incumplimiento tributario.

IV. ESTRUCTURA CURRICULAR

CONTENIDO DEL PROGRAMA DE DIFUSIÓN TRIBUTARIA			
	PRIMERA SESIÓN	SEGUNDA SESIÓN	TERCERA SESIÓN
FECHA:	07/2016	07/2016	07/2016
DURACIÓN:	5 HORAS	5 HORAS	5 HORAS
OBJETIVO	Dar a conocer a los participantes la importancia del sistema tributario nacional, las obligaciones tributarias que tienen como contribuyentes del país y la función que cumple el organismo encargado de recaudarlos.	Dar a conocer a los participantes los regímenes tributarios existentes y los efectos generados por la informalidad en los sectores económicos.	Dar a conocer a los participantes los regímenes tributarios existentes y los efectos generados por la informalidad en los sectores económicos.
ESTRATEGIA	Conferencia con participación activa de los participantes.		
RECURSO	Diapositivas, proyector visual, separatas y folletos.		
CONTENIDO	<p>Importancia del sistema tributario nacional.</p> <p>La Obligación Tributaria</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obligaciones formales y sustanciales <p>La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principales tributos que administra 	<p>El Impuesto General a las Ventas (IGV)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinación del pago del IGV <p>Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Requisitos - Plazo para inscribirse - Lugares autorizados 	<p>Regímenes Tributarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nuevo régimen único simplificado (NUEVO RUS) - Régimen especial del Impuesto a la renta (RER) - Régimen general del Impuesto a la renta <p>Efectos e infracciones que genera el incumplimiento tributario.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El incumplimiento tributario en el Perú - Multas e infracciones
RESULTADO ESPERADO	Al final de la primera sesión los participantes conocieron la importancia del sistema tributario y fortalecieron sus conocimientos sobre sus obligaciones tributarias y las funciones y atribuciones de la SUNAT.	En esta sesión los participantes lograron determinar el IGV a pagar en distintos casos prácticos y a la vez conocer los requisitos y plazos para la inscripción del RUC.	Al culminar el programa de difusión tributaria los participantes lograron las competencias trazadas.

V. METODOLOGÍA

Como técnica de recolección de información se aplicó una encuesta y como instrumento un cuestionario de pre y post test, la encuesta se realizó en el momento de cursar las invitaciones a los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y permitió obtener el diagnóstico para elaborar el Programa de Difusión Tributaria, el mismo que fue aplicado a los comerciantes en tres sesiones, en donde se aplicó el cuestionario antes de iniciar el programa lo que nos permitió conocer el nivel inicial de conocimientos tributarios, luego se desarrolló el programa, en el que se capacitó a los comerciantes y al finalizar el mismo se volvió a aplicar el mismo cuestionario inicial para determinar si el programa ha incidido en incrementar la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes. Este tipo de investigación es denominado Cuasi Experimental, de diseño pre y post prueba.

VI. EVALUACIÓN

Medimos la incidencia del programa tributario mediante el cuestionario de pre y post test el cual lo evaluaremos de acuerdo al método de calificación por puntos, con una puntuación de 0,8 puntos por cada pregunta correcta, haciendo un total de 20 puntos.

VII. EQUIPOS Y MATERIALES

Equipos: Computadora personal y proyector de multimedia.

Material: Separatas y folletos.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade M. & García, M. (2012). Cultura Tributaria para una mayor recaudación fiscal. México

Armas, M. & Colmenares, M. (2010). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. REDHECS, 6(4), 122-141.

D. S N° 133 Que Aprueba el Texto Único Ordenado del Código Tributario. (2013) Diario oficial El Peruano art 1 al 8. Perú.

R.S N° 122 Que Aprueba el Nuevo Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT (2014). Lima.

D.S N° 055 Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (1999). Lima.

D.L N° 943 Ley del Registro Único de Contribuyentes – RUC (2003). Lima.

D.S N° 179 Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta (2004). Lima.

D.L N° 771 Ley Marco del Sistema Tributario (1993). Diario oficial el peruano. Lima.

D.L N° 937 Texto del Nuevo Régimen Único Simplificado (2003). Lima.

D.L N° 943 Ley del Registro Único de Contribuyentes – RUC (2003). Lima

Montes E. & Choy E. (2011). La informalidad en los sectores económicos y la evasión tributaria en el Perú. QUIPUKAMAYOC, 15.

Viale, C. (2013). Evasión y elusión tributaria en el Perú.

4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Al efectuar un diagnóstico de la situación tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, se han obtenido los siguientes resultados:

El 15% de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes cuenta con educación superior, realizan diferentes actividades de comercio como negocio de abarrotes, librería, bodegas, bazar; siendo esta último el rubro más representativo con un porcentaje de 40%. El 48% demanda los servicios profesionales de un contador, el 46% lo hace en forma personal. El 61% de los negocios se han constituido como persona natural, un 24% como persona jurídica, mientras que un 15% desconoce cómo está inscrito su negocio. Al elegir el tipo de régimen tributario un 42% se encuentra en el Nuevo RUS, un 33% se ha acogido al régimen especial, el 9% al régimen general y un 15% desconoce el régimen tributario de su negocio.

De acuerdo al tipo de comprobante de pago que pueden emitir se han encontrado incongruencias por parte de los comerciantes que se encuentran acogidos al Nuevo RUS, es así que un 36% indica que pueden emitir boletas y tickets de venta, mientras que en los acogidos al Nuevo RUS se encuentran un 42%, esta diferencia porcentual se atribuye principalmente a que los comerciantes han indicado que el tipo de comprobante que emiten es nota de venta trasgrediendo así las normas emitidas por la administración tributaria.

Referente a la emisión de comprobantes de pago por las ventas realizadas, el 52% de los encuestados refiere que de cada 10 clientes menos de 4 son los que solicitan comprobantes de pago, el 42% entre 5 a 7 personas son los que solicitan y solo el 6% de los encuestados dice que de 8 a 10 personas solicitan comprobantes de pago. De la mayoría de ventas en la que el cliente no solicita comprobante, un 52% emite el comprobante de pago mientras que un 48% opta por evadir. De las ventas

realizadas un 18% indica que el promedio de sus ventas diarias alcanzan los 200 soles, un 36.5% entre 201 a 500 soles, un 36.5% entre 501 a 800 soles y solo un 9% indica que sus ventas superan los 800 soles. En tanto que, para el promedio de ventas mensuales declaradas un 33.5% tienen ventas menores a los 6,000 soles, un 33.5% se encuentra entre los 6,001 a 15,000 y solo un 9% obtienen ingresos mensuales mayores a los 24,000 soles, contrastando estos dos promedios, podemos inferir que un 15% de los encuestados han respondido que sus ventas diarias promedio son mayores a las declaradas mensualmente. Por otro lado un 48% de los comerciantes consideran común observar que en su entorno no paguen sus impuestos. Al respecto, frente a una conducta de evasión el 79% de los comerciantes encuestados indican que no tratarían de imitar estos modelos de conducta, mientras que un 21% si lo harían.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT tiene como una de sus funciones principales administrar los tributos internos del Gobierno Nacional, el eficiente cumplimiento de esta función es cuestionada por un 61% de los encuestados, situación que coincide con los resultados de la investigación realizada por Burga, M. (2015) donde el 60% de los encuestados considera que la administración tributaria es ineficiente en el manejo de los tributos. Por otro lado el 40% de los comerciantes indica que la principal razón por la que el contribuyente omite ventas al momento de declarar es por disconformidad con la administración de los tributos por parte de la SUNAT.

Concerniente a la función de promover, coordinar y ejecutar actividades de capacitación y perfeccionamiento en materia tributaria un 67% de los encuestados no ha recibido ningún tipo de capacitación tributaria por parte de la SUNAT y solo un 33% ha recibido capacitación sobre comprobantes de pago, formalización de negocios y regímenes tributarios. Esta falta de capacitación genera que un 42% desconozcan sus derechos y obligaciones como contribuyentes y solo un 58% tengan conocimiento de ello. La situación encontrada coincide con lo planteado por Mogollón, V. (2014) cuando refiere, que las medidas de difusión tributaria por parte

del Estado no son eficientes, al respecto, el 94% de los comerciantes encuestados consideran que una adecuada y permanente capacitación tributaria ayudarán a incrementar la cultura tributaria.

Por otro lado el 55% de los encuestados han formalizado su negocio por temor a ser detectado y sancionado por la administración tributaria y solo un 18% indica haber formalizado por ser un deber como contribuyente, mientras que un 27% formalizo por la necesidad de entregar comprobantes de pago y por exigencias de la SUNAT.La eficiencia del control tributario por parte de la administración tributaria es aprobada por el 70% de los comerciantes. Referente a las multas e infracciones un 85% no ha sido multado, mientras que un 15% ha sido multado por no entregar comprobantes de pago, omitir ventas en las declaraciones mensuales y por pagar los impuestos después de su vencimiento.

En la elaboración del programa de difusión tributaria que permita incrementar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo de Tumbes se revisó la teoría relacionada con el comportamiento tributario y las causas que generan el incumplimiento tributario, encontrándose diversos autores de los cuales se consideraron los siguientes: Vargas, L. (2013) manifiesta que la motivación es el principal factor que influye en el cumplimiento o el incumplimiento tributario considerandodentro de ello la moral tributaria, las normas sociales y el riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria; Allingham, M. &Sandmo, A. (1972) refieren que existe una amplia gama de variables como factores que influyen las decisiones tributarias de los individuos, entre los queresalta:la cultura tributaria, la moral tributaria, los valores, la ética fiscal y las multas. Por otro lado, Solórzano, D. (2011) considera que los principales factores que influyen al contribuyente a evadir en América Latina se originan por la inexistencia de una conciencia tributaria, la complejidad y limitaciones de la legislación tributaria, y la ineficiencia de la administración tributaria.

Al aplicar el programa propuesto a efecto de determinar su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, se obtuvieron resultados favorables con una diferencia en los promedios registrados en el pre y post test de 6.74 puntos representando un avance significativo en el nivel de cultura tributaria de los comerciantes, situación que fue contrastada a través de la distribución t- Student la cual determino que el programa incide significativamente en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

De acuerdo con los resultado del pre test se ha determinado que el 61% de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, antes de la aplicación del Programa, presentaban un FALTA DE CULTURA TRIBUTARIA, un 36% se encontraba en BAJO NIVEL y solo el 3% contaba con un BUEN NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA, al aplicarse el Programa de Difusión Tributaria, los resultados indicaron que el programa incidió significativamente en el incremento del nivel de cultura tributaria de los comerciantes, lográndose que el 79% alcanzara un BUEN NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA, un 12% obtenga un EXCELENTE NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA y reducir a un 9% los comerciantes que se encontraban en BAJO NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA.

El calificativo promedio del pre test fue de 6.67 encontrándose en un bajo nivel de cultura tributaria y del post test de 13.41 alcanzando un buen nivel de cultura tributaria lo que demuestra la incidencia significativa del programa de difusión tributaria; situación que coincide con la investigación realiza por Mostacero & Vásquez (2014) de la cual concluye que la evaluación comparativa de los resultados a nivel de post-test resultaron favorables.

CAPITULO V: CONCLUSIONES

1. Existe una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y también por parte de los consumidores al momento de pagar sus compras, al respecto un 48% de los comerciantes no emite el comprobante de pago cuando no se lo solicitan.
2. Un 15% de los comerciantes indican que sus ventas diarias promedio son mayores a las declaradas mensualmente, refiriendo que es común ver que otros comerciantes no paguen impuestos.
3. Se elaboró un programa de difusión tributaria, basado en la teoría de Vargas, L. (2013), Allingham, M. & Sandmo, A. (1972) y Solórzano, D. (2011) que relaciona el comportamiento tributario y las causas que generan dicho incumplimiento.
4. De la aplicación del programa de difusión tributaria se obtuvieron resultados favorables con una diferencia en los promedios registrados en el pre y post test de 6.74 representando una incidencia significativa en el nivel de cultura tributaria de los comerciantes.
5. El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes antes del programa de difusión tributaria presentó un bajo nivel de cultura tributaria alcanzando 6.67 en promedio, después de la aplicación del programa los comerciantes registraron un promedio de 13.41 alcanzando un buen nivel de cultura tributaria.

CAPITULO VI: RECOMENDACIONES

1. Para los futuros estudiantes interesados en realizar investigaciones con diseño de pre y post test realizar y fomentar programas de difusión tributaria ya que resulta interesante porque les permite interactuar con los comerciantes y conocer la realidad de la situación tributaria.
2. Los profesionales en contabilidad que brindan sus servicios de asesoría a los comerciantes del mercado modelo de Tumbes deben realizar una labor de orientación referida a temas tributarios.
3. La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria debe promover la implementación de nuevos programas de difusión tributaria orientada a los contribuyentes y a todos los ciudadanos del país con la finalidad de incrementar la cultura tributaria, ya que los existentes no vienen alcanzando sus objetivos.
4. En la elaboración de futuros programas tributarios, se recomienda aplicar la metodología empleada en el presente programa de difusión tributaria debido a los resultados obtenidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adams, J. S. (s.f). *Inequity in social exchange*. Advances in Experimental Social Psychology, 2: 267-299

Aguirre, A., & Silva, O. (2013). *Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo*. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.

Allingham, M. G. & Sandmo, A. (1972). *Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis*. Journal of Public Economics, 1: 323-338.

Andrade M. & García, M. (2012). *Cultura Tributaria para una mayor recaudación fiscal*. México

Arias Minaya, L. A. (2011). *Política tributaria para el 2011-2016*. Lima. Ediciones Nova Print S.A.C.

Armas, M. & Colmenares, M. (2010). *Educación para el desarrollo de la cultura tributaria*. REDHECS, 6(4), 122-141.

Borrero, J. (2012). *Implementación de la educación tributaria a nivel universitario en la ciudad de Cuenca*. Universidad de Cuenca, Ecuador.

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

Castro, S., & Quiroz, F. (2012). *Las causas que motivan la evasión tributaria en la Empresa Constructora los Cipreses S.A.C en la ciudad de Trujillo en el Periodo 2012*. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.

Choy Zeballos, E. E. (2010). *Estrategias para generar conciencia tributaria y su impacto en la recaudación tributaria en Perú*. Arequipa.

Constitución Política del Perú. (1993). Artículo 74.

Cosulich, J. (1993) *La Evasión Tributaria*. Proyecto Regional de Política Fiscal CEPAL-ONUD; Naciones Unidas CEPAL. Santiago de Chile

Cullis, John G.; y Lewis, Allan. (1997). *Why People Pay Taxes: From a Conventional Economic Model to a Model of Social Convention*. *Journal of Economic Psychology*, 18(2-3): 305-21.

D.L N° 771 Ley Marco del Sistema Tributario (1993). Diario oficial el Peruano. Perú

D.L N° 943 Ley del Registro Único de Contribuyentes – RUC (2003). Lima

D.S N° 055 Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (1999). Lima

D.S N° 133 Que Aprueba el Texto Único Ordenado del Código Tributario. (2013). Diario oficial El Peruano art 1- 8. Perú

D.S N° 179 Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta (2004). Lima

D.L N° 937 Texto del Nuevo Régimen Único Simplificado (2003). Perú

Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*.

Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación científica*. México: Mc Graw Hill.

Instituto Cuánto. (2009). *Estudio de línea de base de la conciencia tributaria de las personas naturales en el Perú*. Lima: Cuánto.

Jiménez, J., Gómez, J., & Podestá, A. (2010). *Evasión y equidad en América Latina*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Ley de tributación municipal -DL N° 776 (1993). Lima: Diario Oficial el Peruano.

Ley N° 27889 Ley que crea El Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional (2002). Lima

Ley N° 28424 Ley que crea el Impuesto Temporal a los Activos Netos (2004). Lima.

Maksvytiene, I. & Sinkuniene, K. (2012). *Identification and Estimation of the Influence General Macroeconomic Factors on Changes in Country's Tax Culture*. *Ekonomika*, 91(2): 66-78.

Mena, A., Rodríguez, R. y Rubio, R. (2008). *Influencia de la evasión tributaria e informalidad*. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo.

Mendoza, L. (2002). *Cultura tributaria en la población estudiantil del Instituto Diocesano Barquisimeto*. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. México.

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*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.

Montes, E. & Choy E. (2011). *La informalidad en los sectores económicos y la evasión tributaria en el Perú*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima: QUIPUKAMAYOC, 15.

Mostacero, M. & Vásquez, K. (2014). *Análisis comparativo de la aplicación de un programa de orientación y cultura tributaria en estudiantes del quinto año de secundaria de instituciones educativas públicas y privadas de la ciudad de Trujillo*. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo.

Myles, Gareth; y Naylor, Robin. (1996). *A Model of TaxEvasion with GroupConformity and Social Customs*. *EuropeanJournal of Political Economy*, 12: 49-66.

OCDE/CEPAL. (2011). *Perspectivas Económicas de América Latina 2012*. América Latina y el Caribe: OECD Publising.

Quispe, D. (2011). *La política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, año 2011*. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna.

R. Hernández, C. Fernández & P. Baptista. (2006). *Metodología de la investigación 4ta edición*. México: McGraw-Hill.

R.S N° 122 Que Aprueba el Nuevo Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administracion Tributaria – SUNAT (2014). Lima.

Sabaini, J. G. (2005). *Evolución y situación tributaria actual*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Schneider, F., Buehn, A. & Montenegro, C. E. (2010). *Shadow Economics All over the World. New Estimates for 162 Countries from 1999 to 2007*. Washington D. C.: The World Bank.

Serra, P. (2000). *Evasión tributaria ¿cómo abordarla? Chile*

Solórzano, D. (2011). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Lima

Tekeli, R. (2011). *The Determinants of TaxMorale: The Effects of Cultural Differences and Politics*. PRI DiscussionPaper Series N.º 11A-10. Tokio: PolicyResearchInstitute, Ministry of Finance.

Thurman, Quint C. (1991), *Taxpayer Noncompliance and General Prevention*. *Public Finance*, XXXXVI (2).

Thurman, Quint C.; St. John, Craig; y Riggs, Lisa R. (1984), *Neutralization and Tax Evasion: How Effective Would a Moral Appeal Be in Improving Compliance to Tax Laws?*. Law and Policy.

Vargas, L. (2013). *Factores que influyen en el comportamiento del consumidor*. Gestión. Lima.

LINKOGRAFIA

Quispe T., (2013). SUNAT: La evasión en pago de IGV se redujo a 29%, pero es aún es muy alta. Recuperado de: <http://gestion.pe/economia/sunat-evasion-pago-igv-se-redujo-29-aun-alto-2078340>

Valero, M. T., & Ramírez de Egáñez, y. F. (s,f). *Ética y cultura tributaria en el contribuyente*. Valera. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)58-73.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)58-73.pdf)

Viale, C. (2013). *Evasión y elusión tributaria en el Perú*. Recuperado de: <http://www.desco.org.pe/sites/default/files/publicaciones/files/09%20Viale%20EI%20Per%C3%BA%20subterr%C3%A1neo%20PH%20dic%202013.pdf>

Dirección electrónica.

Email: seydim24@gmail.com

Ynfante Moscoso Seydi Lisbeth

Ejecutor

Dirección electrónica.

Email: lymanarrieta@gmail.com

Yman Arrieta Leslye Katheryn

Ejecutor

Yman Arrieta Leslye Katheryn
Ejecutor

Ynfante Moscoso Seydi Lisbeth
Ejecutor

A N E X O S

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: PROGRAMA DE DIFUSIÓN TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA CULTIRA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO DE TUMBES

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INFORMACIÓN
¿Cómo el programa de difusión tributaria incide en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes?	<p>GENERAL Determinar como el programa de difusión tributaria incide en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efectuar un diagnóstico de la situación tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes. 2. Elaborar un programa de difusión tributaria, que nos permita incrementar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes. 3. Aplicar el programa propuesto a efecto de determinar su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes. 4. Medir el nivel de cultura materia tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes. 	La aplicación de un programa de difusión tributaria incide significativamente en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes.	<p>INDEPENDIENTE</p> <p>Programa de difusión tributaria</p> <p>DEPENDIENTE</p> <p>Cultura tributaria</p>	<p>Tipo de Investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicada - Descriptiva - Explicativa - Cuantitativa - Transversal - Cuasi experimental <p>Departamento: Tumbes Provincia: Tumbes Institución: Universidad Nacional de Tumbes</p>

ANEXO N° 02

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN		DIMENSIONES	INDICADOR	INSTRUMENTO
	CONCEPTUAL	OPERACIONAL			
Programa de difusión tributaria	Un programa de difusión tributaria es un conjunto de actividades de capacitación donde se trasmite temas tributarios, compuestos por normas legales implantadas por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).	El programa de difusión tributario será diseñado con el objetivo de incrementar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes, para ello se estructurará un test de pre y post prueba en función de los indicadores lo cual nos permitirá determinar la incidencia del programa en la cultura tributaria de los Comerciantes y medir el grado de conocimiento tributario y su nivel de progreso.	- Normas tributarias	- Complejidad y limitaciones de la legislación tributaria - Ineficiencia de la administración tributaria	PRE Y POST TEST, 12 - 20 ENCUESTA, 15 - 16
Cultura tributaria	Es el conjunto de valores, creencias y actitudes, compartidos por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales.	Adicionalmente se elaborara una encuesta que nos permitirá efectuar un diagnóstico de la situación tributaria de los comerciantes y a la vez determinar las principales causas que motivan la evasión fiscal en los comerciantes.	- Conciencia de los contribuyentes	- La moral tributaria - Normas sociales - Riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria	PRE Y POST TEST, 01 - 11 ENCUESTA, 12 - 13 ENCUESTA, 18 - 20

ANEXO N° 03

ESQUEMA DEL PROGRAMA DE DIFUSIÓN TRIBUTARIA

- I. DATOS GENERALES
 - 1.1. PARTICIPANTES
 - 1.2. DURACIÓN
 - 1.3. PONENTES
 - 1.4. LUGAR
- II. FUNDAMENTACIÓN
- III. COMPETENCIAS
- IV. ESTRUCTRA CURRICULAR
- V. METODOLOGÍA
- VI. EVALUACIÓN
- VII. EQUIPOS Y MATERIALES
- VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXO N° 04

ENCUESTA

La presente encuesta, tiene como objetivo realizar un diagnóstico de la situación tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes.

INSTRUCCIONES: Para contestar cada pregunta, lea cuidadosamente el enunciado y elija sólo una respuesta marcando sobre la opción que considere apropiada. Se agradece su participación.

1. ¿Cuál es el rubro de su negocio?

- a) Abarrotes
- b) Bazar
- c) Librería
- d) Otros

2. ¿Cuál es su grado de educación académica?

- a) Inicial
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior

3. La contabilidad de su negocio es llevada por:

- a) Ud. mismo
- b) Un contador
- c) Un Estudio contable
- d) Otros

4. ¿Cómo se encuentra inscrito su negocio?

- a) Persona natural
- b) Persona jurídica
- c) No se encuentra inscrito
- d) Desconoce

5. ¿En qué régimen tributario se encuentra su negocio?
- a) Nuevo régimen único simplificado (Nuevo Rus)
 - b) Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)
 - c) Régimen General del Impuesto a la Renta (RG)
 - d) Desconoce
6. ¿Qué comprobantes de pago puede emitir de acuerdo a su régimen?
- a) Notas de venta y boletas de venta
 - b) Boletas de venta y/o tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras
 - c) Facturas, boletas de venta, tickets, liquidación de compra, nota de crédito, nota de débito, guías de remisión
 - d) Desconoce
7. ¿Cuál es el monto promedio de sus ventas diarias?
- a) De 0 a 200 soles
 - b) De 201 a 500 soles
 - c) De 501 a 800 soles
 - d) De 801 Soles a mas
8. ¿Cuál es el monto promedio de ventas mensuales declaradas por su empresa?
- a) Menos de 6,000 soles
 - b) De 6,001 a 15,000 soles
 - c) De 15,001 a 24,000 soles
 - d) De 24,001 a más
9. De cada 10 clientes cuantos le solicitan comprobantes de pago
- a) Menos de 4 personas
 - b) De 5 a 7 personas
 - c) De 8 a 10 personas
 - d) Desconoce

10. Por las ventas que no le solicitan comprobantes de pago ¿Ud. Emite el comprobante de pago así no lo soliciten?

- a) Si
- b) No

11. ¿Considera usted que una adecuada y permanente capacitación tributaria ayudara a incrementar la cultura tributaria en el país?

- a) Si
- b) No

12. Si observa que en su entorno evaden impuestos, ¿Ud. también trataría de hacerlo?

- a) Si
- b) No

13. ¿Es común para usted que las personas no paguen impuestos?

- a) Si
- b) No

14. Ha recibido capacitación tributaria por parte de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria sobre:

- a) Comprobantes de pago
- b) Formalización de negocios
- c) Regímenes tributarios
- d) No ha recibido capacitación

15. ¿Conoce usted sus derechos y obligaciones tributarias como contribuyente?

- a) Si
- b) No

16. Para usted ¿La SUNAT realiza una eficiente administración de los tributos que recauda?

- a) Si
- b) No

17. ¿Por qué cree que el contribuyente omite declaraciones de sus ventas a la SUNAT?

- a) Para pagar menos impuestos
- b) Por desconocimiento del destino de los impuestos
- c) Por disconformidad con la administración de los tributos por parte de la SUNAT
- d) Desconoce

18. Para usted ¿El control tributario de la Sunat es muy eficiente?

- a) Si
- b) No

19. Usted formalizo su negocio por:

- a) Temor de ser detectado y sancionado
- b) Ser un deber como contribuyente
- c) Que sus clientes le exigían comprobantes de pago
- d) Exigencias de la SUNAT

20. Ha sido multado alguna vez por la administración tributaria por:

- a) No entregar comprobantes de pago
- b) Por omitir ventas en las declaraciones mensuales
- c) Por pagar los impuestos después de su vencimiento
- d) No ha sido multado

Muchas Gracias.

ANEXO N° 05

PRE Y POST TEST

Estimado participante:

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información sobre cultura tributaria. Para contestar cada pregunta, lea cuidadosamente el enunciado y elija sólo una respuesta marcando sobre la opción que considere correcta o más apropiada.

Por favor, conteste a todas las preguntas evitando hacerlo al azar, ya que se refieren a distintas situaciones relacionadas con la cultura tributaria.

El cuestionario es totalmente confidencial, agradecemos su valiosa participación.

1. Al iniciar formalmente una actividad económica primero se debe:
 - a) Tramitar el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
 - b) Realizar la impresión de comprobantes de pago
 - c) Tramitar la licencia Municipal del negocio
 - d) Desconoce

2. ¿Por qué es importante pagar impuestos?
 - a) Por exigencias del estado.
 - b) A través de ello el estado puede obtener los recursos para poder brindar educación, salud, seguridad, justicia, obras públicas, entre otros.
 - c) Si no se efectúa el pago, se contrae una multa.
 - d) Desconoce

3. ¿Por qué es importante entregar comprobante de pago?
 - a) Por exigencias del estado.
 - b) Acredita la transferencia de bienes, para luego determinar el impuesto a pagar.
 - c) Para evitar multas.
 - d) Desconoce.

4. Si un cliente no solicita comprobante de pago se debe:
- a) Registrar la venta en un cuaderno de apuntes.
 - b) Emitir el comprobante de pago así no lo soliciten.
 - c) No realizar ninguna acción
 - d) Desconoce.
5. Por gastos y compras familiares se solicita:
- a) Boleta de venta o ticket de máquina registradora
 - b) Factura a nombre de la empresa o negocio
 - c) No se debe solicitar comprobante de pago
 - d) Desconoce
6. ¿Desde qué monto está obligado a entregar comprobantes de pago por una venta?
- a) s/. 2.00
 - b) s/. 5.00
 - c) s/. 10.00
 - d) Desconoce
7. Si observa que en su entorno evaden impuestos Ud.:
- a) Fomentaría el cumplimiento de la ley tributaria.
 - b) Trataría de conocer como se hace para practicarlo.
 - c) Fomentaría que otras personas también evadan impuestos.
 - d) No realizaría ninguna acción.
8. Considera que los negocios y comercios informales en el Perú:
- a) No afecta el desarrollo del país
 - b) Genera beneficios como empleo y otros
 - c) Perjudica el desarrollo del país
 - d) Desconoce.
9. Considera que la formalización de una actividad económica:
- a) Perjudica su crecimiento de la actividad económica.
 - b) Beneficia y facilita el crecimiento de la actividad económica.
 - c) No genera ningún cambio en la actividad económica.
 - d) Desconoce

10. Si el Estado no controlaría el pago de impuestos y no le multaría por no hacerlo usted:
- a) Pagaría sus impuestos en forma voluntaria y consciente
 - b) Pagaría solo la mitad de los impuestos
 - c) Pagaría en ocasiones
 - d) No pagaría impuestos
11. En una infracción tributaria por no entregar comprobante de pago, ¿Quién considera que es el culpable de la infracción?
- a) El contribuyente
 - b) La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria
 - c) El contador
 - d) Desconoce
12. ¿Cuál es la principal función de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)?
- a) Administrar los tributos internos del gobierno nacional.
 - b) Realizar actividades de control y fiscalización.
 - c) Realizar cobranzas coactivas.
 - d) N.A.
13. ¿Cómo está conformada la tasa del Impuesto General a las Ventas (IGV)?
- a) Solo 18 %
 - b) 16 % + 2% de Impuesto de Promoción Municipal
 - c) 15 % + 3% de Impuesto de Promoción Municipal
 - d) Desconoce
14. ¿Qué es el Impuesto de Promoción Municipal?
- a) Es el tributo que grava la importación de los bienes y prestación de servicios afectos al IGV en el Perú.
 - b) Es un impuesto al patrimonio, que grava los activos netos.
 - c) Es un tributo que se determina anualmente, gravando las rentas.
 - d) Desconoce

15. ¿Qué es el Registro Único de Contribuyentes (RUC)?
- a) Es un registro que contiene la licencia municipal del negocio.
 - b) Es un registro que contiene el acto de constitución de un negocio.
 - c) Es un registro que contiene los datos de identificación del contribuyente.
 - d) Desconoce
16. ¿Dónde se realiza la inscripción del Registro Único de Contribuyentes (RUC)?
- a) Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP)
 - b) Superintendencia Nacional de aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)
 - c) Registro nacional de identificación y estado civil (RENIEC)
 - d) Desconoce
17. ¿Cuántos dígitos tiene el Registro Único de Contribuyentes (RUC)?
- a) 9 Dígitos
 - b) 10 Dígitos
 - c) 11 Dígitos
 - d) Desconoce
18. ¿Qué significa los números 10 y 20 al inicio del Registro Único de Contribuyentes (RUC)?
- a) Persona Jurídica y Entidad Publica
 - b) Persona natural y Persona Jurídica
 - c) Entidad Pública y Entidad Privada
 - d) Desconoce
19. De acuerdo al cronograma de obligaciones mensuales de la SUNAT el pago del Impuesto General a las Ventas se realiza según:
- a) Cada fin de mes
 - b) El primer dígito del RUC
 - c) El último dígito del RUC
 - d) Desconoce

20. ¿Qué son regímenes tributarios?

- a) Programas de capacitación Tributaria.
- b) Curso de Cívica.
- c) Categorías para el pago del impuesto a la Renta.
- d) Desconoce

21. ¿Cuáles son los regímenes del Impuesto a la Renta al cual se pueden acoger los contribuyentes?

- a) Nuevo Rus, Régimen Especial del Impuesto a la Renta, Régimen General del Impuesto a la Renta.
- b) Nuevo Rus, Régimen Individual de la Renta, Régimen tributario.
- c) Nuevo Rus, Régimen del impuesto, Régimen Especial de los Tributos
- d) Desconoce

22. ¿Cuáles son los mecanismos para la declaración y pago de los impuestos?

- a) Sistema Pago Fácil y Programa de Declaración Telemática (PDT)
- b) Sistema Tributario y Programa de Declaración Telemática (PDT)
- c) Pago en efectivo y Programa de Declaración Telemática (PDT)
- d) Desconoce

23. ¿Cuál es la tasa actual del impuesto a la renta?

- a) 25%
- b) 28%
- c) 30%
- d) Desconoce

24. ¿Cuál es el monto de la unidad impositiva tributaria (UIT)?

- a) 3,850 Soles
- b) 3,900 Soles
- c) 3,950 Soles
- d) Desconoce

25. ¿Qué sanción aplica la administración tributaria a los contribuyentes que no entregan comprobantes de pago?

- a) Cierre temporal del establecimiento o multa.
- b) Pena de cárcel.
- c) No aplica ninguna sanción.
- d) Desconoce

Muchas Gracias.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
 ESCUELA DE CONTABILIDAD

HOJA DE RESPUESTAS DEL TEST DE PRE Y POST PRUEBA

Marque con una X la alternativa correcta.

PREGUNTA	ALTERNATIVAS			
1	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
2	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
3	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
4	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
5	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
6	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
7	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
8	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
9	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
10	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
11	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
12	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
13	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
14	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
15	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
16	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
17	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
18	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
19	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
20	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
21	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
22	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
23	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
24	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D
25	<input type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C	<input type="radio"/> D

RESPUESTAS

1-A	2-B	3-B	4-B	5-A
6-B	7-A	8-C	9-B	10-A
11-A	12-A	13-B	14-A	15-B
16-B	17-C	18-B	19-C	20-C
21-A	22-A	23-B	24-C	25-A

CRITERIO DE EVALUACIÓN

El presente test se evaluó de acuerdo al nivel de cultura tributaria con una calificación de 0 a 20 puntos, donde cada respuesta correcta se calificó con cero coma ocho (0,8) puntos y cero (0) por cada pregunta incorrecta.

De acuerdo a este criterio de evaluación el test se interpretó en base a la siguiente escala:

TABLA N° 25
ESCALA DE CALIFICACIÓN

NIVEL	PUNTAJE
Excelente cultura tributaria	: 16 - 20
Buena cultura tributaria	: 11 - 15
Baja cultura tributaria	: 06 - 10
Falta de cultura tributaria	: 0-05

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 06
ENCUESTA REALIZADA





ANEXO N° 07

PROGRAMA DE DIFUSIÓN TRIBUTARIA REALIZADO











ANEXO N° 08

RELACIÓN DE PARTICIPANTES AL PROGRAMA DE DIFUSIÓN TRIBUTARIA

N°	NOMBRES Y APELLIDOS
01	Alvarado Asenjo William.
02	Balcázar Reyes Jessica
03	Castro Alvarado Alicia
04	Chuquimarca José
05	Cornejo Carrillo Danty David
06	Corongo Tinedo Eduardo
07	García Sernaqué María Cecilia
08	Huaches Tocto Temporina
09	Ipanaqué Navarro Juan Domingo
10	Izquierdo Cisneros Gladys Raquel
11	Lalángui García Eliseo
12	Lalángui Quinde Livorio
13	Lalángui Núñez Janeth Alicia
14	Leiva PretelRobustiano
15	Mayta Condori Gabriel
16	Mayta Gonzales Milton Richart.

N°	NOMBRES Y APELLIDOS
17	McquirreCúmBetsabé
18	Neira Quispe José Eugenio
19	Olaya LalánguiJhinSlivt
20	Ozeta Zurita Amelia
21	Palomino Valverde Susana
22	Prado Fernández María Verónica
23	Ramos Fernández José
24	Ramos Fernández Juan
25	Revalledo Sarango Walter Miguel
26	Ríos More Godoy
27	Rivas Quevedo Petronilio
28	Romero Silva Carlos Alberto
29	Sernaqué De Sernaqué Julia
30	Sernaque Rivas Lady Melissa
31	VilelaNizama José Dolores
32	YesanGuaylupo Víctor Manuel
33	Zolano Gómez Víctor