



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TESIS

**LA INCIDENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN
EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS: COMERCIANTES DE LA SECCIÓN
ROPA MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO 2017
PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

Autora:

Bach. Ipanaqué Cotrina Karen del Rocío

Asesor:

Dra. CPC. Cubas Carranza Janet

Línea de Investigación:

Tributación

Pimentel- Perú

2018

PRESENTACIÓN DE LA APROBACIÓN

LA INCIDENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS: COMERCIANTES DE LA SECCIÓN ROPA MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO 2017

Aprobación de tesis:

DR. MAX FERNANDO URBINA CÁRDENAS
Presidente del jurado de tesis

**MG. EDGARD CHAPOÑAN
RAMÍREZ**
**Secretario del jurado
de tesis**

**MG. HUBER ARNALDO
PORTELLA VEJARANO**
**Vocal del jurado
de tesis**

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a mis padres y hermanos, por brindarme su apoyo incondicional y depositar su confianza para poder cumplir mis metas.

Karen del Rocío

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por acompañarme y guiarme en todo momento en el transcurso de mi carrera profesional, por darme una oportunidad más de vida y ayudarme a superar los obstáculos. A mis padres por encaminarme e inculcarme valores y por ser mi motivación principal para cumplir con mis sueños y metas.

Brindo mi más sincero agradecimiento a la Mg. Janet Cubas Carranza, por su tiempo y dedicación para asesorarme en el desarrollo del presente trabajo de investigación, ya que su amplia experiencia y conocimientos me permitieron despejar algunas dudas que surgieron en el transcurso.

Gracias a aquellos profesores que se tomaron el tiempo de instruirme, guiarme a incitarme a mejorar. Finalmente, un agradecimiento especial a los comerciantes de la sección ropa del mercado central de Chiclayo por darme las facilidades para desarrollar y aplicar el trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo: determinar la incidencia de la Cultura Tributaria en el Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017, de igual manera se justifica porque permitió conocer la principal problemática de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias formales y sustanciales. Para analizar la situación de los comerciantes, se aplicó una metodología de tipo cuantitativa, descriptiva y correlacional; con un diseño no experimental de corte transversal, considerándose una población de 100 comerciantes, siendo una muestra conformada por 80 comerciantes formales de la sección ropa.

Respecto a las técnicas de recolección de datos para la evaluación minuciosa, se utilizaron la observación, el análisis documental y el cuestionario. En consecuencia, la información obtenida de estos elementos fueron procesados al programa estadístico SPS con la finalidad de analizar dichos resultados, en relación a lo mencionado se pudo determinar entre los hallazgos más resaltantes que el 74% no conoce sus obligaciones tributarias y el 61% no paga oportunamente sus impuestos; dentro de este marco se encontraron evidencia anteriores en investigaciones que llegaron a similar término.

En tal sentido la investigación posibilitó establecer la relación de las variables: “Cultura Tributaria y “Cumplimiento de Obligaciones Tributarias”, en lo cual se concluye que la cultura tributaria incide significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la sección ropa del mercado central de Chiclayo.

Palabras Clave: Cultura Tributaria, Cumplimiento y Obligaciones Tributarias.

ABSTRAC

The present investigation had as objective: to determine the incidence of the Tax Culture in the Compliance of its Tax Obligations of the Merchants of the Central Market Clothing Section of Chiclayo 2017, in the same way it is justified because it allowed to know the main problematic of the tax culture and its incidence in the fulfillment of formal and substantial tax obligations. To analyze the situation of the merchants, a methodology of quantitative, descriptive and correlational type was applied; with a non-experimental cross-sectional design, considering a population of 100 merchants, being a sample made up of 80 formal merchants from the clothing section.

Regarding the data collection techniques for the meticulous evaluation, the observation, the documentary analysis and the questionnaire were used. Consequently, the information obtained from these elements was processed to the statistical program SPS in order to analyze these results, in relation to the aforementioned it was possible to determine among the most outstanding findings that 74% do not know their tax obligations and 62% do not pay timely your taxes; Within this framework, previous evidence was found in investigations that reached a similar term.

In this regard, the investigation made it possible to establish the relationship of the variables: "Tax Culture and" Compliance with Tax Obligations ", in which it is concluded that the tax culture has a significant impact on compliance with the tax obligations of merchants in the clothing section of the Central market of Chiclayo.

Keywords: Tax Culture, Compliance and Tax Obligations

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRAC	vi
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática.....	11
1.2. Trabajos previos	16
1.3. Teorías relacionadas al tema	24
1.4. Formulación del problema	36
1.5. Justificación e importancia del estudio	37
1.6. Hipótesis.....	38
1.7. Objetivos	38
II. MATERIALES Y MÉTODOS	39
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	39
2.2. Variables, Operacionalización	40
2.3. Población y muestra	40
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	41
2.5. Métodos de análisis de datos	43
2.6. Aspectos éticos.....	43
III. RESULTADOS.....	44
3.1. Resultados en tablas y figuras	44
3.2. Fiabilidad del instrumento de investigación.....	65
3.3. Prueba de Hipótesis.....	65
3.4. Resultados del análisis documental.....	66
IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	69
4.1. Propuesta para mejorar la Cultura Tributaria	72
4.1.1. Título de la Propuesta.....	72
4.1.2. Justificación de la Propuesta	72
4.1.3. Objetivos de la Propuesta	73
4.1.4. Estrategias	73
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
5.1. CONCLUSIONES	85
5.2. RECOMENDACIONES	86
REFERENCIAS	87

ANEXOS.....	92
-------------	----

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	29
Tabla 2	30
Tabla 3	40
Tabla 4	44
Tabla 5	45
Tabla 6	46
Tabla 7	47
Tabla 8	48
Tabla 9	49
Tabla 10	50
Tabla 11	51
Tabla 12	52
Tabla 13	53
Tabla 14	54
Tabla 15	55
Tabla 16	56
Tabla 17	57
Tabla 18	58
Tabla 19	59
Tabla 20	60
Tabla 21	61
Tabla 22	62
Tabla 23	63
Tabla 24	64
Tabla 25	66

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1	44
Ilustración 2	45
Ilustración 3	46
Ilustración 4	47
Ilustración 5	48
Ilustración 6	49
Ilustración 7	50
Ilustración 8	51
Ilustración 9	52
Ilustración 10	53
Ilustración 11	54
Ilustración 12	55
Ilustración 13	56
Ilustración 14	57
Ilustración 15	58
Ilustración 16	59
Ilustración 17	60
Ilustración 18	61
Ilustración 19	62
Ilustración 20	63
Ilustración 21	64
Ilustración 22	65
Ilustración 23	65
Ilustración 24	68

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Arroyo, Espinosa, y Amezcua, (2014) nos menciona que, en México, el problema tributario radica en la falta de concientización por parte de los contribuyentes los cuales se excusan en que en el país existe corrupción e inadecuado uso de impuestos, por ende, ellos buscan de alguna manera pagar menos impuestos o evadirlos. El Sistema de Administración Tributaria (SAT) evalúa que un 62% representando a 765,000 contribuyentes desiste de pagar el ISR y el 34% el IVA. A la falta de concientización se le agrega la ausencia de cultura tributaria, ya que muchos de los contribuyentes carecen de conocimiento de sus derechos y obligaciones fiscales, lo que conlleva a que el cumplimiento de sus obligaciones fiscales se realice de manera forzada y no voluntariamente como sería lo ideal. (Pp. 144-145).

Del texto anterior podemos deducir que estamos frente a un país que en vez de cambiar la percepción sobre el pago de impuestos, cada día se ve más afectado con el pensamiento de que los tributos recaudados no son utilizados de manera eficiente para el desarrollo del país, y con esta idea muchas personas se escudan para evadir los impuestos o buscan siempre la manera de que el monto a pagar sea lo menor posible, entonces se puede decir que existen dos factores que afectan la recaudación de impuestos: el primero la falta de concientización y el segundo la falta de cultura tributaria por parte de los contribuyentes, las cuales son trabas que si no son erradicadas o por lo menos disminuidas, se verán reflejadas en los altos porcentajes de contribuyentes que no pagan impuestos.

En cuanto a la cultura tributaria es importante destacar que debe ser entendida como un conjunto de valores y actitudes de las personas para cumplir con sus obligaciones fiscales; todas las personas tenemos la capacidad para entender cuáles son nuestros derechos y obligaciones, por ende, la obligación de contribuir con el estado no debe escapar de esta comprensión, ya que con ello se mide el respeto por la patria y ayuda a identificarse más con una nación. En México con el paso del tiempo la cultura tributaria se ha ido debilitando y la voluntad para aportar se ha ido perdiendo; es por ello la necesidad de una educación integral que impulse a los contribuyentes a estimar los bienes y servicios públicos para los cuáles ha realizado su aporte tributario y de este modo se sienta más identificado con su país, y a la vez los contribuyentes deben entender que el estado necesita de los tributos pagados para

brindar los servicios básicos a la población. (Arroyo, Espinosa, y Amezcua, 2014, p.147-148).

Por otro lado, la revista científica YACHANA (2014), nos indica que, en Ecuador, la desconfianza del sujeto pasivo hacia el estado es uno de los principales problemas por el cual el deseo del contribuyente de tributar correctamente ha ido disminuyendo; ya que percibe que existe injusticia debido a que aún abundan comerciantes informales. Es por eso que en los últimos diez años la administración encargada del control tributario ha ido buscando soluciones que permitan reducir la brecha de evasión tributaria; sin embargo los comerciantes de la Bahía de Guayaquil ostentan conflictos para cumplir con sus compromisos, esto por la insuficiencia de cultura tributaria la cual se ve reflejada en el deficiente conocimiento de la política tributaria ecuatoriana, y desde este punto de partida los comerciantes buscan desligarse de sus obligaciones tributarias, teniendo como consecuencia en un futuro sanciones y pérdidas económicas.(Pp. 79-80).

Por ende, cuando los contribuyentes no sienten la motivación para cumplir con sus obligaciones tributarias, ya sea porque consideran que el control tributario simplemente busca que la recaudación de impuestos aumente y de todo eso no perciben ningún beneficio, pues la mejor opción que ellos ven conveniente es no tributar correctamente, sobre todo porque observan que existen muchos negocios informales, los cuales no pagan ningún tipo de impuesto. A esta percepción se le añade que muchas personas carecen de cultura tributaria agravando aún más el problema.

Sarduy, M. y Gancedo, I. (2016), en su artículo afirman que el hecho de que en Cuba exista un predominio de la propiedad estatal sobre los recursos económicos hace que muchos ciudadanos, incluyendo empresarios, manifiesten: ¿para qué tributar si el Estado es el dueño de todo? Otros creen que resulta más rentable no tributar, no expresar lo realmente percibido, no mostrar registros de los procedimientos de entrada de productos al país, o sencillamente no responder al Estado de ningún tipo de transacción de intercambio que realicen. Esto no solo con el fin de evitar los impuestos, sino de no someterse a las diferentes gestiones, en la mayoría de las veces engorrosos y complicados. Todo ello es reflejo de un desconocimiento total de la dimensión y alcance de los tributos, y de la carencia de cultura tributaria, donde la ética empresarial es fundamental para la conformación y desarrollo de la misma. (p.133)

Desde mi perspectiva, después de analizar las investigaciones mencionadas claramente se tiene la certeza de que la falta de cultura tributaria afecta tanto a los contribuyentes como al estado; a los contribuyentes con su falta de conocimiento pudiendo estar expuestos a

incurrir en infracciones y sanciones; y el estado se ve afectado por el déficit fiscal que se produce cuando los contribuyentes incumplen con sus deberes tributarias. Finalmente se tiene que tener claro que algunas veces los contribuyentes pueden tener conocimientos acerca de sus obligaciones tributarias, pero no siempre son responsables en el cumplimiento de sus obligaciones; es por eso que el país debe trabajar por mejorar la cultura tributaria e incentivar el cumplimiento voluntario de sus obligaciones.

Según la revista científica *Accounting power for Business* (2015) nos dice que la cultura tributaria influye significativamente en la economía del Perú, además nos da un enfoque acerca del concepto de la cultura tributaria en lo cual considera que es un conjunto de valores, actitudes y conocimientos acerca de tributación. El investigador concluye que las personas pagarían sus impuestos de manera voluntaria si percibieran que se están generando resultados que aporten al desarrollo del país y que de esa manera se vean beneficiados con los tributos que ellos pagan. Finalmente, el autor supone que si el pueblo tuviera cultura tributaria donde todos los ciudadanos de un país paguen impuestos, ayudaría a disminuir la evasión de impuestos. Por otro lado, cita a Hernando de Soto (2006), quien nos menciona que la problemática de Perú está en el Estado y no en su economía informal. (Pp.73, 89)

Para que un país pueda desarrollarse social, cultural y económicamente se debe tener en cuenta la relación de causa y efecto, con esto me refiero a que es importante que si en un país las normas sobre el cumplimiento de obligaciones tributarias son estrictas, las mejoras en el país deben ser notables, es decir así como el estado exige también debe procurar, ya que con esto el contribuyente cambiará la actitud y la manera de pensar sobre la tributación y gradualmente el cumplimiento de sus compromisos se dará de manera voluntaria, y del mismo modo la cultura tributaria se vería reformada.

La revista de Investigación Franciscana (2015) nos menciona que la cultura tributaria entendida como el conocimiento de conceptos relacionados al aspecto tributario, sin duda es muy deficiente en el distrito de Arequipa, ya que nos enfrentamos a posiciones o pensamientos los cuales consideran a los comprobantes de pago como inútiles, dicha idea o pensamiento podría cambiar siempre y cuando reciban nada menos que una información esencial sobre estos temas (p.21)

Es indiscutible que para que se fortalezcan los conocimientos tributarios es necesario que la población reciba asesoramiento y guía en dichos temas y sobre todo de la manera más

entendible y didáctica, ya que algunas personas no tienen ni siquiera un conocimiento básico sobre cultura tributaria.

Por otra parte la revista científica estudiantil *Innovación Contable* (2011), señala que en una encuesta realizada a 100 personas del Distrito de Pilcomayo, perteneciente a la provincia de Huancayo, se evidenció que un porcentaje de menor rango tiene conocimiento verdadero sobre la definición de funciones y responsabilidades de la SUNAT, del mismo modo algunos de los encuestados considera que los comprobantes de pago son irrelevantes, lo cual refleja un problema impresionante de cultura tributaria y temas referentes a ello. A los contribuyentes del distrito les falta ética tributaria ya que la mayoría de ellos se inclina por buscar métodos para no pagar impuestos y esto se da principalmente porque se dejan influenciar por la idea de que “si algunos no pagan impuestos, para que pagar nosotros”, aludiendo a esto se puede observar que existe falencias de conciencia y cultura tributaria; es decir falta rescatar la importancia de tributar. (p. 93)

En mi opinión para que la cultura y conciencia tributaria de los contribuyentes del Distrito de Pilcomayo mejore se debe resaltar la importancia de la cultura tributaria, no solo para el Distrito sino para el desarrollo del país.

Mogollón (2014). Chiclayo. En su tesis “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo, Perú”, mide el estado actual de cultura tributaria de comerciantes en la que concluyó que al nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 es baja; asimismo en los resultados encontrados se evidenció que muchos de ellos no cumplen con el pago de sus impuestos debido a que no distinguen ningún resultado positivo en el mejoramiento de servicios y obras; otros de los encuestados no tributan porque consideran que disminuyen sus ganancias. Una de las razones por los que ellos indicaron tienen poca cultura tributaria es porque la Administración tributaria no orienta de manera adecuada a los contribuyentes, es decir que no se difunde en su totalidad información sobre temas tributarios. (p.69)

La investigación antecedida es importante porque permite saber cuál es el nivel tributario de los comerciantes y así detectar cuáles son los factores que impiden que la recaudación aumente.

Mestanza y Obando (2014), en su investigación nos informan que en el mercado de Moshoque, (José Leonardo Ortiz- Chiclayo), de 10,000 microempresarios solo la cuarta parte se encuentran formalizados, demostrándose que existe un problema de informalidad; ya que según SUNAT indica que hay establecimientos no declarados, sin inscripción en el RUC y con baja de oficio pero que continúan realizando actividad económica. (p. 4)

En las conclusiones que llegaron los autores se comprobó que la problemática se debe a la poca formación económica, falta de cultura tributaria, desempleo; entre otros factores. Además, los microempresarios mencionan no llegan a formalizarse por el poco nivel de cultura tributaria. (Pp. 16-17)

Se deduce que uno de los factores por los que los microempresarios no deciden formalizarse es por el bajo nivel de cultura tributaria, haciendo que esto no les permita cumplir con sus obligaciones tributarias, entre ella inscribirse en el RUC; entonces para que esto mejore se tiene que trabajar en perfeccionar la educación tributaria, para que así los microempresarios conozcan los beneficios que se les otorga por formalizarse y se decidan a hacerlo.

Ahora bien, después de estudiar las investigaciones anteceditas del ámbito internacional, nacional y local, llegamos a la conclusión que la falta de cultura tributaria afecta el cumplimiento de obligaciones, por lo que esto representa un problema. En específico los comerciantes de la sección ropa del mercado central de Chiclayo, tienden muchas veces a incumplir con sus deberes tributarios, mencionando entre estos la no emisión de comprobantes de pago, ni tampoco la exigibilidad de los mismos al adquirir su mercadería, pago inoportuno de tributos o en algunos casos el no pago; etc. siendo uno de los elementos causantes por los cuales se deja de efectuar las obligaciones el desconocimiento de conceptos básicos sobre temas tributarios y las percepciones que tienen sobre los tributos, el cual se ve reflejado en una cultura tributaria débil, llegando algunos comerciantes a cumplir con sus obligaciones tributarias bajo presión de la Administración Tributaria, tan solo por temor a incurrir en infracciones o multas. Desde esta representación se realizará la presente investigación.

1.2. Trabajos previos

Vargas y Romero (2013). Milagro-Ecuador. En su tesis: “La Cultura Tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la Bahía “Mi Lindo Milagro” del Cantón Milagro”, concluyen que la deficiencia de la cultura tributaria no permite a los comerciantes cumplir con sus cuentas tributarias, asimismo el Servicio de Rentas Internas dispone de capacidad en sus instalaciones para difundir publicaciones de información tributaria entre sus contribuyentes, pero a pesar de esto no lo hace; por otro lado si realiza capacitaciones pero estas no estimulan a la población a adquirir conocimientos acerca de temas tributarios, es por esto que los autores han propuesto estrategias que pueden ayudar a crear cultura tributaria y optimizar la información que obtiene la población sobre los impuestos. Finalmente, todo ciudadano debería asumir su responsabilidad de pagar sus impuestos, para que así el estado pueda beneficiar y retribuir de la mejor manera a toda la ciudadanía. (p.93)

La investigación mencionada se relaciona con mi trabajo de investigación porque tiene un enfoque en el cual deseo medir la ocurrencia de la cultura tributaria en la observancia de obligaciones, y partir de esto determinar si la incidencia es favorable o desfavorable.

Moreira y Amaguaya (2016). Guayaquil-Ecuador. En su tesis: “La Cultura Tributaria y las Obligaciones Fiscales de los negocios informales de Guayaquil”, concluyen que un gran porcentaje de los contribuyentes de la ciudad de Guayaquil tienen desconocimiento de sus obligaciones tributarias y sobre los tributos que deben declarar, esto se debe principalmente a la desinformación en cuanto a temas tributarios, por ende las personas naturales no obligados a llevar contabilidad prefieren acudir a servicios de terceras personas para el llenado de formularios para el pago de impuestos. A pesar del desconocimiento el 58% de personas encuestadas respondieron que sus impuestos están siendo utilizados para el bien de la sociedad. Por último, los autores concluyen que una guía didáctica con casos prácticos es beneficioso para el desarrollo de la cultura en el país. (Pp. 176-177)

La investigación antecedida se enlaza con mi trabajo debido a que propone una estrategia que contiene temas tributarios para ayudar a comprender y concientizar a los contribuyentes sobre sus declaraciones y el pago de sus impuestos.

Celi y Masache (2013). Loja-Ecuador. En su tesis: “Nivel de cultura tributaria en la ciudad de Loja”, concluyen que el no cumplimiento de las obligaciones

tributarias, ocasiona que se impute a los contribuyentes multas e intereses que repercuten en la utilidad de sus empresas, agregando a esto que una de las sanciones más fuerte que se le puede interponer a una empresa es el cierre de la misma, asimismo algunos de los contribuyentes de la ciudad de Loja tienen un alto nivel de incumplimiento de sus obligaciones tributarias, esto por el motivo de que ellos consideran que no tienen suficiente conocimiento tributario; a pesar de que el SRI ha realizado acciones para contrarrestar esta situación. (Pp.83-84)

La investigación mencionada se vincula con mi trabajo porque analiza el nivel de cultura tributaria de los contribuyentes de una determinada ciudad, asimismo examina las posibles causas de incumplimiento de deberes tributarios.

Camacho y Patarroyo (2017). Colombia. En su tesis: “Cultura tributaria en Colombia”, concluyen que la cultura tributaria es importante porque permite que el país se desarrolle, es por eso que la percepción que tiene el contribuyente sobre el pago de impuestos debe ser positiva, ya que el comportamiento del mismo frente a la tributación incide significativamente en el crecimiento del país, por ende se debe mejorar el perfil del contribuyente en lo que respecta a los valores, principalmente en la honestidad para que cumpla con sus obligaciones tributarias según la normativa establecida. Finalmente, una de las maneras que tiene el contribuyente para mejorar sus conocimientos tributarios es participando en los programas que establece el gobierno en beneficio del desarrollo del mismo. (p.42)

La investigación mencionada es importante porque resalta la importancia del comportamiento de los contribuyentes frente al pago de impuestos, nos indica que si trabajase desde la etapa inicial del crecimiento de valores de las personas incidiría positivamente en el acatamiento de sus obligaciones tributarias.

La tesis antecedida se enlaza con mi informe de investigación porque realiza un análisis de la cultura tributaria y estudia las consecuencias del comportamiento de los contribuyentes en el pago de impuestos.

Coque (2013). Quito-Ecuador. En su trabajo de tesis: “Incidencia en la cultura tributaria, del pago de los impuestos, de los comerciantes de la calle “J” Solanda. Propuesta: guía tributaria, sobre el pago de los impuestos vigentes, enfocado en los pequeños comerciantes de la calle “J” en el barrio de Solanda”, concluye que los pequeños comerciantes tienen desconocimiento y equivocaciones para elaborar declaraciones de impuestos en los medios de almacenamiento magnéticos, asimismo los contribuyentes de los pequeños negocios no aplican la normativa tributaria y reglamentaria, a esto se le agrega su falta de actualización en conocimientos sobre temas tributarios, debido a que esta área es muy volátil, es por eso que el autor destaca que es necesario una guía didáctica para que los contribuyentes puedan realizar sus declaraciones vía internet con mayor facilidad. (p. 59)

La investigación mencionada se vincula con mi trabajo, porque estudia las falencias de los comerciantes al realizar sus declaraciones, y luego de estudiarlas propone un plan de mejoramiento para que los contribuyentes puedan efectuar de una manera más eficiente sus declaraciones.

Según Tapia (2013). Macas-Ecuador. En su tesis: “La Cultura Tributaria y su incidencia en las obligaciones de las personas naturales obligadas a llevar contabilidad de la ciudad de Macas.- Ecuador”, concluye que existen falencias que tienen los contribuyentes al momento de realizar sus declaraciones para cumplir satisfactoriamente con sus obligaciones debido a que no se tiene el suficiente conocimiento tributario, asimismo la Administración Tributaria tiene deficiencias para brindar suficiente información y no cuenta con programas de capacitación tributaria, esto provoca que los contribuyentes cometan infracciones por la falta de orientación por parte de la A.T. Por último, el autor indica que debe haber reciprocidad entre los contribuyentes y el Estado; es decir que los contribuyentes cumplan con sus exigencias tributarias, pero a la vez el Estado brinde asesoramiento en estos temas. (p.49)

La investigación antecedida tiene relación con mi informe de investigación porque investiga las causas de inobservancia de obligaciones tributarias por parte de los

contribuyentes. Además, es importante saber que uno de los motivos por los cuales se da este incumplimiento es la falta de instrucción por parte de la Administración Tributaria.

Tirape y Velastegui (2016). Guayaquil-Ecuador. en su tesis: “Incidencia de la Cultura Tributaria en el sector informal de la Provincia de Santa Elena, Año 2016”, concluyen que uno de los problemas en el sector informal de la provincia de Santa Elena es la falta de capacitación en la funcionalidad de los tributos para cumplir con sus obligaciones, además de esto ellos perciben que no se les brinda atención de calidad por parte del Estado, por ende no realizan su aporte tributario, la mayoría de las personas encuestadas no cumple con ejecutar algún pago tributo de cualquier índole, por lo que tampoco le es relevante tener RUC o pertenecer al RISE, asimismo ellos advierten que no han recibido educación tributaria. Finalmente se hizo un modelo probabilístico lineal en el programa Eview, en el cual se demostró que en gran porcentaje las personas que no pagan sus impuestos son aquellas que no cuentan con RUC ni pertenecen al RISE. (p. 146)

La investigación mencionada se vincula con mi trabajo de investigación porque estudia a un sector tendiente a no efectuar con sus obligaciones tributarias, debido a la falta de capacitación, tal como se demuestra en la tesis antecedida.

Arévalo, Lozano y Perez (2016). Tarapoto. En su tesis: “La Cultura Tributaria y su influencia en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los comerciantes del Distrito de Morales. Año 2015”, concluyen que la mayoría de los comerciantes si tiene conocimiento de sus tributos y obligaciones, pero no todos cumplen, asimismo muchos de ellos no son puntuales en sus pagos. Finalmente, los comerciantes del Distrito de Morales saben la importancia de emitir comprobantes de pago, pero no lo realizan de manera consciente. (p.66)

La investigación antecedida es importante porque determina como influyen los conocimientos tributarios de los comerciantes en el cumplimiento de sus obligaciones, además hace referencia que el grado de conocimientos tributarios no es lo mismo que el nivel de cumplimiento de obligaciones. El trabajo de investigación se relaciona con mi informe debido a que analiza la influencia de la cultura tributaria en el desempeño de

obligaciones e investiga cuán importante son los conocimientos tributarios para los comerciantes.

Apaza y Bonifacio (2017). Cusco. En su tesis: Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco- 2017 concluye que los comerciantes, poseen una insuficiente cultura tributaria (86,1%), lo cual no les permite cumplir con sus obligaciones tributarias (80,6%) ante el Estado, puesto que un 97,2% evidencia insuficiente conciencia tributaria y un 61,1% presentan poca formación académica tributaria; asimismo, el 88,8% evaden, elude o cometen infracciones tributarias en mayor o menor grado. (p.60)

Castillo (2016). Trujillo. En su tesis: “Cultura tributaria y su efecto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias con el gobierno local en el Distrito de La Esperanza, Sector Central, al Año 2015”, concluye que los contribuyentes del Distrito de la Esperanza en su mayoría tienen desconocimiento de sus deberes tributarios, por ende el nivel de cultura tributaria actual de los contribuyentes es inferior, del mismo modo se contrastó que contribuyentes activos de La Esperanza no cumplen con sus pagos de impuestos, por lo que se refleja que el vínculo entre el deudor y el acreedor tributario es muy deteriorado. (p.36)

Según el autor en su investigación nos demuestra que en gran porcentaje los contribuyentes del gobierno local del distrito la Esperanza tienen un alto índice de morosidad y el autor lo atribuye a la falta de cultura tributaria, por lo que se puede decir que el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del distrito la Esperanza tiene un efecto negativo. El trabajo mencionado se vincula con mi informe de investigación porque estudia el efecto de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias.

Burga (2015). Lima. En su tesis: “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014”, concluye que la ausencia de una atención adecuada de la sensatez tributaria en nuestro país, no permite acatar con la programación de las obligaciones tributarias en las organizaciones empresariales, de igual forma la falta de sensibilización de los contribuyentes en el ángulo cultural y moral, los hace

adquirir infracciones y sanciones tributarias, por último los ciudadanos tienden a la informalidad, primordialmente porque le atribuyen poca autenticidad al papel recaudador del Estado y de su Administración Tributaria. (p.85)

La investigación antecedida se enlaza con mi trabajo debido a que trata de demostrar que si se promueve la cultura tributaria de los comerciantes influiría positivamente en el cumplimiento de obligaciones tributarias.

Bolaños y Trauco (2016). Cajamarca. En su tesis: “Cultura Tributaria e Influencia en la disminución de infracciones más frecuentes del Código Tributario por los Contribuyentes Régimen General SUNAT Cajamarca 2015”; concluyen que la disminución de infracciones y sanciones depende en gran medida de la cultura tributaria de los contribuyentes, del mismo modo un porcentaje elevado de contribuyentes afirmaron no recibir ningún tipo de capacitación sobre la tributación, por lo que el nivel de cultura de los comerciantes es bajo evidenciándose en que algunos de ellos tiene un concepto equívoco del pago de impuestos, otros no ven resultados de la recaudación de impuestos y un pequeño porcentaje de encuestados no comprende los procedimientos para realizar su declaración, a esto se le añade que los contribuyentes no se sienten motivados, principalmente los buenos contribuyentes. Por estas razones el autor da a conocer que la relación entre cultura tributaria y Administración tributaria está siendo afectada por la falta de información, educación tributaria y capacitaciones. (Pp.151-152)

Desde mi perspectiva, la investigación realizada por el autor trata de relacionar la cultura tributaria con las infracciones tributarias establecidas en el código tributario, en su hipótesis plantea que la cultura tributaria influye significativamente en la disminución de infracciones. Llegando el autor a comprobar dicha suposición entonces podemos decir que el trabajo realizado sirve como base para nuevas investigaciones.

Calsina (2015). Puno. En su tesis: “Cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria - periodo 2013”, concluye que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes es bajo debido a la falta de conocimientos de la

normativa tributaria, asimismo la mayoría de comerciantes alude no recibir capacitaciones influyendo en que no se cumpla con las obligaciones tributarias, la cultura tributaria de los comerciantes impacta negativamente en el cumplimiento de sus obligaciones y esto se ve manifestado en la no emisión de comprobantes de pago y el no pago de sus impuestos. Así también el autor en una de sus conclusiones deja en claro que las estrategias que plantea ayudarán a mejorar la recaudación de impuestos. (Pp.112-113)

La investigación citada anteriormente se relaciona con mi informe de investigación porque estudia la cultura tributaria de los comerciantes que integran un mercado y mide su influencia en el cumplimiento de sus obligaciones, asimismo plantea alternativas para optimizar la recaudación de impuestos.

Tarazona y Veliz (2016). Ancash. En su tesis: “Cultura Tributaria en la formalización de las Mypes, Provincia de Pomabamba – Ancash Año 2013 (Caso: Micro Empresa T&L S.A.C.)”, concluyen que la cultura tributaria de la provincia es baja, reflejándose en alto índice de informalidad, la razón principal que aluden los pobladores es la falta de asesoramiento por parte de las Instituciones encargadas; asimismo el Gobierno del pueblo de Pomabamba, no tiene implementado estrategias para mejorar la difusión y orientación en temas tributarios. (p.168)

La mencionada investigación me sirve como base para mi informe de investigación porque da a conocer que la carencia de cultura tributaria predomina también en la informalidad de las Mypes.

Choquecahua (2016). Lima. En su tesis: “Cultura Tributaria y su incidencia en el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los empresarios de Mypes en el emporio comercial Gamarra, Periodo 2015”, concluye que la cultura tributaria incurre significativamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias; en el caso de las Mypes en el Emporio Comercial de Gamarra influye negativamente, ya que se evidenció que tienen un bajo nivel de cultura tributaria y por eso no cumplen con sus deberes tributarios, finalmente se concluye que los negociantes aún no toman conciencia tributaria debido a que desconocen los fines y objetivos de los tributos. (Pp. 133-134)

En mi opinión, sobre la investigación puedo apreciar que realmente la falta de cultura tributaria ocasiona que muchos comerciantes no cumplan con pagar y/o declarar sus tributos, respecto a la conciencia tributaria también se observa que hay un alto porcentaje que no pagarían sus impuestos si es que la ley no los obligara, con esto concluyo que, si existiera cultura y conciencia tributaria, mejoraría la perspectiva que tienen los comerciantes sobre los impuestos.

Gonzales y Larrea (2013). En su tesis: “Campaña de sensibilización para incrementar la cultura tributaria de los microempresarios comerciales del mercado modelo, Chiclayo 2013”, concluyen que a pesar de que se aplicó la estrategia de la campaña de sensibilización para aumentar la cultura tributaria de los comerciantes, la cual dio buenos resultados, aún se mantiene el nivel bajo en conocimientos tributarios, añadiéndole a esto la falta de conciencia para tributar y la razón por la cual se desligan de los impuestos, la cual es por la percepción que tienen sobre el destino de la recaudación que principalmente es el beneficio de los funcionarios y no de la sociedad como debería ser, por este motivo los autores organizaron un taller concientizando a los comerciantes a pagar sus impuestos de manera voluntaria y tratar de cambiar su opinión respecto al fondo de sus impuestos, ya que al aportar con sus pagos de impuestos se beneficiaría la sociedad. Por último, los comerciantes mencionan no comprender los términos técnicos utilizados en el lenguaje de los encargados de orientarlos y guiarlos en materia tributaria, ocasionando el aumento de evasión en el país. (p. 108)

La investigación mencionada se relaciona con mi informe de investigación porque tiene como objetivo incrementar la cultura tributaria con algunas estrategias planteadas.

Bances y Chávez (2013). En su tesis: “Programa de capacitación tributaria para incrementar la cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo sección ropa - Chiclayo 2013” concluyen que de acuerdo a las comparaciones de los puntajes obtenidos en el post-test y pre test, el programa de capacitación incrementa el perfeccionamiento de cultura tributaria de los comerciantes (p.88)

La investigación antecedida se vincula con mi informe de investigación porque analiza la cultura tributaria de los vendedores del mercado modelo sección ropa, para luego proponer un programa que incremente la cultura tributaria de los comerciantes.

Eneque, M. (2015). En su tesis: "Propuesta de un programa de orientación tributaria para la disminución de las infracciones en las Mypes en el sector comercial del mercado modelo de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2015" concluye que los contribuyentes, pertenecientes al Mype con giro de negocio comercial, debería de cumplir con las obligaciones formales y sustanciales que les conciernen, asimismo se ha demostrado que las Mypes no cuentan con capacitaciones de conocimiento e información tributaria para así llegar a la meta que es la disminución de las infracciones tributarias, por ende ellos incumplen de manera involuntaria sus obligaciones tributarias. Por otro lado los contribuyentes de las Mypes su gran mayoría incumplen las leyes tributarias. Finalmente se concluye que un programa de orientación tributaria para la disminución en las infracciones y sanciones de las Mypes en el sector comercial del mercado modelo de la Ciudad de Chiclayo permitirá identificar con mayor facilidad los posibles errores y/o irregularidades del tributo de sanciones administrativas fiscales y tributos omitidos por reparos tributarios a estos impuestos, optimizando la toma de decisiones en este tipo de empresas. (p. 117)

Como se puede observar, existen muchos contribuyentes que incumplen con sus deberes tributarios, debido a la falta de capacitaciones tributarias; es por eso que el autor en su investigación propone un programa de orientación que ayude a los empresarios a estar mejor asesorados y por ende no cometan infracciones. La investigación mencionada se relaciona con mi informe de investigación porque uno de mis objetivos es proponer estrategias que ayuden a mejorar el cumplimiento de obligaciones tributarias.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Definición de Cultura.

Recasens (1980) menciona que Cultura es "el conjunto de creencias, pautas de conducta (mental, emocional y práctica), actitudes, puntos de vista, valoraciones, conocimientos, utensilios, arte, instituciones, organizaciones, lenguaje, costumbres, entre otros, compartidos y transmitidos por los miembros de una determinada sociedad." (Citado en Hernández, R., 1998, p.44)

Al respecto, desde su ponencia Recasens (1980), afirma que tales miembros societarios han "interiorizado" el patrón cultural propio de la comunidad a la que pertenecen, el cual generalmente aceptan con convicción y que, a la postre, les servirá de pauta para asumir posición crítica respecto a lo que es bueno y lo que es malo, lo que es correcto y lo que es incorrecto y lo que es justo o injusto. (Pp. 44-45)

Robbins (s.f), nos da otra definición "La cultura designa un significado de sistemas común entre los miembros que hace que una organización se distinga de otra. Existe una percepción común por parte de los miembros de una organización". (Citado en Gan. F., y Triginé, J., 2012, p. 313)

1.3.2. Cultura tributaria.

Según Roca, C. (2008) la cultura tributaria es un conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación. (Citado en Solórzano, D., s.f, p.7)

Respecto a lo mencionado en el párrafo anterior se deduce que para determinar si una sociedad presenta cultura tributaria se debe evaluar sus conocimientos en materia tributaria y analizar sus conductas y apreciaciones relacionadas a la tributación.

Por otro lado, Amasifuen, M. (2015) indica que la cultura tributaria es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributarias. (p.75)

La definición antecedida claramente nos da a entender que el cumplimiento de obligaciones tributarias depende de la cultura tributaria de la población, es decir si la convicción de las personas sobre el aporte de tributos es positiva se verá reflejado en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Otro concepto de Hernández (1998): La cultura tributaria viene constituida por el conjunto de conocimientos adquiridos por los miembros de una sociedad respecto al fenómeno tributario en su conjunto, así como por la firme creencia de dichos miembros en cuanto a la necesidad de cumplir (...), con las obligaciones tributarias que le son propias, en aras de coadyuvar a la consecución de los fines supremos perseguidos por el Estado mediante la función redistributiva que, jurídica y ontológicamente, le ha sido asignada. (p. 47)

La cultura no es un fenómeno inmutable, sino que avanza a medida que se va enriqueciendo. Lo mismo cabe predicar con relación a la cultura tributaria, como género que es de la cultura entendida en sentido general. En virtud del anterior aserto, hay quienes afirman que mientras más conocimientos fiscales tengan una población, más avanzada será la cultura tributaria de la misma. Se piensa que si bien esta afirmación tiene mucho de cierto, la misma debe complementarse con el hecho de que, además de la existencia de un saber tributario propiamente dicho, es necesario que los miembros de la sociedad, sea cual fuere la posición o rol que ocupen o desempeñen en la misma, bien en el ámbito privado bien en el público, estén convencidos de las bondades y ventajas que comporta el cumplimiento de los deberes tributarios y que, en base a esa convicción, cumplan efectivamente esto. (Hernández, 1998, p.48)

1.3.3. El tributo.

Villegas (1980), nos dice que el mejor método enseña que por tributo debemos comprender a las prestaciones usualmente en efectivo que el estado reclama en ejecución de su poder de supremacía referente a la base de la capacidad contributiva, en eficacia de una ley y para cubrir los gastos que le pretende el cumplimiento de sus fines" (Citado en Hernández, 1998, p.40)

Del referido concepto es importante destacar lo siguiente (Hernández, 1998, p. 46-47):

- El tributo es una prestación exigida normalmente a los particulares, sean éstos personas naturales o jurídicas, cuando en proporción a ellos o a sus recursos se verifica el nacimiento a la obligación tributaria. Dicha prestación, en la mayoría de las veces, comporta una renuncia económica para el contribuyente, quien ve en gran medida reducido el capital que le es propio, por consecuencia de la transferencia de parte del mismo a las arcas del estado.
- El tributo es particularmente creado por el Estado y exigido por el mismo ente estatal o por la persona de derecho público a la que legalmente se hubiere conferido como sujeto activo de la prestación tributaria.
- La institución del tributo está preordenada a la finalidad última perseguida por el Estado de recaudar fondos con el propósito de cubrir los gastos que se requieren para atender las necesidades básicas del colectivo, especialmente en materia de salud, educación, seguridad y defensa, entre otras. Sin embargo, hay una barrera para que el estado cumpla con su propósito, ya que el hombre es egoísta por naturaleza y

fácilmente no va a desprenderse de una parte de su riqueza para satisfacer las necesidades del colectivo, no obstante, si dicho sujeto aprecia que su aporte se ve retribuido y que el estado cumple su función redistributiva a cabalidad, sentirá de algún modo que lo aportado y el sacrificio patrimonial al pagar los tributos no es en vano. Por el contrario, si el sujeto no se siente satisfecho con la función redistributiva estatal, aquél sentirá extrema repulsión a pagar impuestos, tasas o contribuciones, arriesgándose incluso a evadir el pago de tales imposiciones.

1.3.4. Principales tributos que recauda el Gobierno Central.

1.3.4.1. *Impuesto General a las Ventas.*

El IGV, conocido como el IVA en otros países, es un impuesto que se liquida mensualmente, el cual está compuesto por el 18% (incluye el 2% de impuesto de promoción municipal), y es aplicado sobre el valor de las ventas de bienes y sobre la prestación de servicios en el país. Es obligatorio presentar la liquidación ante SUNAT, la cual se realiza mediante una Declaración Jurada y paralelamente cumplir con el respectivo pago en una entidad financiera. (Arévalo, Lozano y Perez, 2015., p. 23)

Del mismo modo SUNAT (2013), expresa que el IGV (Impuesto General a las Ventas) es un impuesto que grava todas las etapas del periodo de producción y distribución, está encauzado a ser asumido por el usuario final, encontrándose habitualmente en el precio de compra de los productos que obtiene.

1.3.4.2. *Impuesto a la Renta*

Es aquél que se emplea a las rentas tanto de personas naturales como jurídicas. Las rentas de fuente peruana afectas al impuesto están divididas en cinco categorías (Villa Muzio & Asociados, 2014):

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

Segunda Categoría, intereses por colocación de capitales, regalías, patentes, rentas vitalicias, derechos de llave y otros.

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

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

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

1.3.5. Regímenes Tributarios

SUNAT (2017), nos describe los cuatro Regímenes vigentes en el Perú.

1.3.5.1. *Nuevo Régimen Único Simplificado*

Es un régimen simple que constituye un pago único por el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas (incluyendo al Impuesto de Promoción Municipal). A él pueden acogerse exclusivamente las personas naturales o sucesiones indivisas, siempre que desenvuelvan actividades productoras de ganancias de tercera categoría (bodegas, ferreterías, tiendas, puestos de mercado, etc.) y cumplan los requerimientos y contextos determinadas.

1.3.5.2. *Régimen Especial del Impuesto a la Renta*

Es un régimen tributario conducente a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que adquieran ganancias de tercera categoría derivadas de las actividades de comercio y/o industria; y actividades de servicios.

1.3.5.3. *Régimen MYPE Tributario*

En este régimen alcanza a Personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y equivalentes que obtengan ganancias de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el periodo gravable.

1.3.5.4. *Régimen General*

En este régimen se pueden encontrar todas las personas con negocios y personas jurídicas que desenvuelvan actividades empresariales. No existe ningún límite de

ingresos ni límites en compras. Se pueden emitir, además, todo tipo de comprobantes y se pagan dos impuestos de manera mensual: el IR y el IGV. (Diario Gestión, 2018)

Tabla 1

Regímenes Tributarios

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en este régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	No tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Sí tiene	Sí tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Sí tiene	Sí tiene

Fuente: SUNAT

Una vez decidido el régimen, si eres un contribuyente que recién vas a iniciar tu negocio las reglas de acogimiento para cada uno de los regímenes son las siguientes:

Tabla 2

Reglas de Acogimiento

Acogimiento	NRUS	RER	RMT	RG
Requisitos	Sólo con la afectación al momento de la inscripción.*	Con la declaración y pago mensual.	Con la declaración mensual que corresponde al mes de inicio de actividades.*	Sólo con la declaración mensual.

Fuente: SUNAT

1.3.6. Percepciones y actitudes frente al cumplimiento de O.T.

En la vida social las actitudes de las personas siempre se verán influenciadas por la percepción que tienen acerca del estado y sus funcionarios. En el caso de nuestro país, no es algo nuevo que el primer pensamiento que se forman sobre las instituciones públicas es que existe corrupción, utilización ineficiente de recursos, lucro indebido, etc., pero casi nada relacionado a la mejora de recursos públicos e impulso social. (Solórzano, s.f., 11)

Por consiguiente, se alude que las percepciones que tienen las personas sobre el desempeño de las autoridades, es determinante en la conducta que posee cada persona frente al cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Ahora para hablar de la formación de cultura tributaria, según el autor Solórzano (s.f), nos menciona que esto está íntimamente relacionado con el concepto y convicción de la población respecto a sus deberes tributarios, asimismo también se relaciona con la impresión del uso adecuado de recursos y la transparencia de gasto. Sin embargo, el hecho de que la ciudadanía posea cultura tributaria, no determina el cumplimiento de deberes tributarios o que el estado haga uso eficiente de los recursos recaudados, más bien se proyecta como algo que existe por sí sola, libre de cualquier factor que pueda disminuirla o condicionarla.(p. 12)

Pero la esencia de la cultura tributaria no condiciona el cumplimiento a la reciprocidad ni a ningún otro elemento externo, sino lo percibe como una responsabilidad irrenunciable. Es por esto que se deben emprender acciones para mejorar la cultura tributaria y así tanto las percepciones como actitudes de la población en general cambien y se trasladen en la aportación consciente y voluntaria de los impuestos. (Solórzano, s.f., 12)

1.3.7. Nacimiento de la Obligación Tributaria.

El TUO del Código Tributario, Decreto Supremo N° 135-99. Art. N° 2 del Libro Primero (2013), expresa:

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

Al respecto Aguirre et al. (2013) también indica:

La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. En ese sentido, se deben reunir en un mismo momento: La configuración de un hecho, su conexión con un sujeto, la localización y consumación en un momento y lugar determinado. (Citado en Arévalo, Lozano y Perez, 2015., p. 26)

1.3.8. Cumplimiento de obligaciones tributarias.

Para hablar del cumplimiento de obligaciones tributarias en primer lugar es necesario definir obligación tributaria, cuyos términos se encuentran establecidos en el TUO del Código Tributario, Decreto Supremo N° 135-99. Art. N° 1 del Libro Primero (2013), nos menciona:

“La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente”.

Entonces se entiende que en la obligación tributaria se relacionan dos sujetos, en este caso el activo y el pasivo; el activo haciendo referencia a la Administración Tributaria y el pasivo al contribuyente, este último adquiriendo la obligación de tributar y en caso no cumpliera, la Administración tributaria podría exigirlo forzosamente.

Por ende, podemos asumir que el cumplimiento de las obligaciones tributarias es un deber de todo ciudadano, que si bien es cierto no todos lo cumplen, sin embargo, existe una entidad encargada de verificar el estado de cada contribuyente.

Aguirre et al. (2013) Dentro del cumplimiento de las obligaciones tributarias se pueden subdividir en dos grupos: obligaciones formales y obligaciones sustanciales, las cuales se detallan a continuación (Citado en Arévalo, Lozano y Perez, 2015., p. 26):

1.3.8.1. Obligaciones formales.

Están referidas a formalidades que los contribuyentes deben cumplir, entre estos tenemos: El otorgamiento de comprobantes de pagos por las ventas realizadas, presentación de declaraciones juradas y otras comunicaciones, llevar los libros y registros contables de acuerdo a las normas establecidas, permitir la fiscalización, etc.

1.3.8.2. Obligaciones sustanciales.

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

1.3.9. Obligaciones y Derechos Tributarias de los Administrados

1.3.9.1. Obligaciones de los Administrados

El Artículo ° 87 del Código Tributario señala que los administrados tienen, entre otros, las siguientes obligaciones:

1. Inscribirse en los registros de la Administración Tributaria;
2. Acreditar la inscripción cuando la Administración Tributaria lo demande y consignar el número de identidad o inscripción en los documentos respectivos, siempre que las medidas tributarias lo pretendan.
3. Emitir y-o otorgar, con los requerimientos formales legalmente señalados y en los casos pronosticados por las normas legales, los comprobantes de pago o los documentos complementarios a estos.
4. Llevar los libros de contabilidad u otros libros y registros requeridos por las leyes, reglamentos o por Resolución de Superintendencia de la SUNAT
5. Consentir el control por la Administración Tributaria.
6. Suministrar a la Administración Tributaria la información que ésta solicite
7. Recopilar, archivar y conservar los libros y registros, llevados de manera manual, mecanizada o electrónica, así como los documentos y antecedentes de los procedimientos o situaciones que constituyan hechos aptos de concebir obligaciones tributarias o que estén conexas con ellas, cinco (5) años o durante el plazo de prescripción del tributo, el que fuera mayor.
8. Salvaguardar en condiciones de operación los sistemas de programas electrónicos, soportes magnéticos y otros medios de almacenamiento de información manejados

en sus aplicaciones que envuelvan datos enlazados con el elemento imponible, cinco (5) años o durante el plazo prescripción del tributo, el que fuera mayor.

9. Acudir a los centros de la Administración Tributaria cuando su presencia sea solicitada por ésta para la demostración de hechos vinculados a obligaciones tributarias.
10. En caso de tener la calidad de remitente, entregar el comprobante de pago o guía de remisión correspondiente de acuerdo a las medidas sobre la materia para que el traslado de los bienes se realice.
11. Respalda la posesión de los bienes mediante los comprobantes de pago que permitan sustentar costo o gasto.

1.3.9.2. Derechos de los Administrados

El Artículo 92° del Código Tributario señala que los contribuyentes tienen, entre otros, los siguientes derechos:

- a. Ser tratados con respeto y consideración por el personal al servicio de la Administración Tributaria;
- b. Requerir la devolución de lo pagado indebidamente o en desproporción, de acuerdo con las normas vigentes;
- c. Sustituir o rectificar sus declaraciones juradas, conforme a las disposiciones sobre la materia;
- d. Interponer reclamo, apelación, demanda contencioso-administrativa y cualquier otro medio impugnatorio establecido en el presente Código;
- e. Conocer el estado de tramitación de los procedimientos en los que sea parte;
- f. Solicitar la no aplicación de intereses y sanciones en los casos de duda razonable o duplicidad de criterio de acuerdo con lo previsto en el Artículo 170°;
- g. Interponer queja por omisión o demora en resolver los procedimientos tributarios o por cualquier otro incumplimiento a las normas establecidas en el Código Tributario;
- h. Expresar consulta a través de las entidades representativas, de acuerdo con lo establecido en el Artículo 93°, y adquirir la debida orientación respecto de sus obligaciones tributarias;
- i. La confidencialidad de la información proporcionada a la Administración Tributaria en los términos señalados en el Artículo 85°;

- j. Solicitar copia de las declaraciones o comunicaciones por él presentadas a la Administración Tributaria;
- k. No proporcionar los documentos ya presentados y que se encuentran en poder de la Administración Tributaria;
- l. Contar con el asesoramiento particular que consideren necesario, cuando se le requiera su comparecencia;
- m. Solicitar aplazamiento y/o fraccionamiento de deudas tributarias de acuerdo con lo dispuesto en el Artículo 36°;
- n. Solicitar a la Administración la prescripción de la deuda tributaria;
- o. Tener un servicio eficiente de la Administración y facilidades necesarias para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, de conformidad con las normas vigentes.

1.3.10. Tipos de Sanciones por Incumplimiento de Obligaciones Tributarias

El Artículo 180° del Código Tributario señala los tipos de sanciones:

- Multa
- Comiso
- Internamiento temporal de vehículos
- Cierre temporal de establecimiento u oficina de profesionales independientes y suspensión temporal de licencias, permisos, concesiones, o autorizaciones vigentes otorgadas por entidades del Estado para el desempeño de actividades o servicios públicos.

Las multas se podrán determinar en función:

- a) UIT: La Unidad Impositiva Tributaria vigente a la fecha en que se cometió la infracción y cuando no sea posible establecerla, la que se encontrara vigente a la fecha en que la Administración detectó la infracción.
- b) IN: Total de Ventas Netas y/o ingresos por servicios y otros ingresos gravables y no gravables o ingresos netos o rentas netas comprendidos en un ejercicio gravable.

1.3.11. Teoría de la Tributación según David Ricardo.

La teoría de la Tributación según David Ricardo citado por Mogollón (2014), señala que; “el problema principal de la economía política, consiste en determinar las

leyes que regulan la distribución entre los propietarios de la tierra, los del capital necesario para cultivarla y los trabajadores que la cultivan”. Es por ello, que el principal problema que observó Ricardo en su época, fue la distribución de la riqueza, puesto que la realidad observada, era el enriquecimiento de unos y el empobrecimiento de otros, a veces en el mismo tiempo”. (p.16)

1.3.12. Teoría de la Disuasión según Allingham y Sadmo.

De acuerdo a dicha teoría, para una persona adversaria al riesgo, la disposición a pagar impuestos será mayor cuando:

- a) Mayor sea la posibilidad que la Administración Tributaria descubra y sancione a los evasores.
- b) Mayor sea la penalidad que se aplique a los evasores.

De acuerdo a la teoría de la disuasión, el pago del impuesto es consecuencia de una decisión económica racional: los sujetos estarán prontos a pagar tanto distingan que el beneficio de evasión sea inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto. (Mogollón, V, 2014, p. 17)

1.3.13. La teoría de la equidad

Sobre esta teoría, se señaló que los empleados contrastan sus esfuerzos y gratificaciones con las de sus compañeros, fundando su hipótesis en que la incitación de las personas obedece en gran medida de que consideren que son tratadas con justicia en la repartición de los recursos en relación de los demás. Así, cuando un sujeto descubre un estado de inequidad tratará de hacer justicia y se sentirá satisfecho si nota que sus compañeros reciben los mismos recursos que él, de lo contrario sentirá una sensación de injusticia. (Timaná y Pazo, 2014., p. 21)

Esta teoría se adecua al presente trabajo de investigación, desde la perspectiva en que los contribuyentes pagarán o evadirán impuestos en la compostura en que perciban que estos tienen un destino para el bienestar general de la sociedad en su conjunto y no de solo algunos, y cuando perciban que su sistema tributario es razonable y equitativo, si no, tratarán de hacer justicia por sus propios medios al evadir impuestos. (Timaná y Pazo, 2014, p. 21)

1.3.14. La teoría de la causación de la conducta económica

El comportamiento social se expone mediante la imitación y la invención. La imitación es una especie de estado hipnótico que lleva a los sujetos a repetir de manera involuntaria conductas anteriormente desarrolladas por otros. Es un transcurso psicológico que se inicia en las creencias y los deseos de un sujeto que luego se redundan en la sociedad, estos grupos sociales despliegan a su vez actitudes y sentimientos comunes que, al ser expresados públicamente, proporcionan a todos sus miembros la confianza para compartir creencias que consecutivamente se convierten en prácticas que se repetirán en las próximas generaciones. La invención, en cambio, es todo nuevo pensamiento o acción que surge de dos o más ideas combinadas, las cuales han sido adquiridas previamente por imitación o por las prácticas existentes y ayudan a la superación de una sociedad. Bajo el enfoque de la teoría de la causación, en la cual la conducta económica es el resultado de la combinación de creencias y deseos. (Timaná y Pazo, 2014,p. 25)

De acuerdo a lo mencionado, los individuos se moldean y crean una percepción común hacia el pago de sus impuestos.

1.3.15. Teoría de Eheberg.

“Expresa que el pago de los tributos es un deber que no requiere un cimiento jurídico especial. Eheberg considera el compromiso de tributar como un axioma que en sí mismo no reconoce términos pero que los tiene en cada caso específico en las razones de oportunidad que aconseja la predisposición de servir el interés general. El último fundamento jurídico del tributo es precisamente el de que no necesita fundamento jurídico alguno. A sí como la nación y el estado, no sólo en casos graves, sino principalmente en todo tiempo, pueden pedir la ofrenda de la vida a todo ciudadano, sin que para ello necesite ningún fundamento jurídico especial, así también tratándose de la ofrenda de cosas mucho menos valiosas que la vida, debe considerarse como un axioma el que cada cual debe aportar a la comunidad las fuerzas y valores económicos de que dispone, cuando así lo exige el bien general” (Mogollón, V, 2014, p. 18)

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema General.

¿Cuál es la incidencia de la Cultura Tributaria en el Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias de los comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017?

1.4.2. Problemas Específicos.

- ¿Cómo inciden los conocimientos tributarios en el cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias de los comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017?
- ¿Cuáles son las percepciones y actitudes por parte Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017, frente a sus Obligaciones Tributarias?
- ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de Obligaciones Formales y Sustanciales de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017?

1.5. Justificación e importancia del estudio

La cultura tributaria es uno de los factores más importantes que influye en la sociedad, ya que tiene relación con el cumplimiento de obligaciones tributarias; lo cual si se realizase de una manera correcta generaría un mayor crecimiento económico en un determinado país. Por ende, es indispensable realizar un estudio y análisis de la incidencia que tiene el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de la sección ropa - mercado central de Chiclayo y determinar su impacto ya sea de manera positiva o negativa en el cumplimiento de sus obligaciones.

El presente trabajo de investigación se justifica debido que muchas personas carecen de cultura tributaria afectando directamente al cumplimiento de las obligaciones tributarias, es por ello que se debe en primer lugar establecer cuál es la principal problemática por la que los contribuyentes muchas veces incumplen con sus deberes tributarios; y una vez determinada proponer estrategias que ayuden a mejorar el cumplimiento de sus obligaciones, ya que como se sabe los impuestos ayudan al crecimiento de nuestro país porque son trasladados en forma de servicios y obras públicas como salud, educación, infraestructura; etc.

Otra de las justificaciones del presente informe es pretender demostrar que, para una formación tributaria adecuada, es necesario tomar como herramienta principal la “información” para así alcanzar objetivos satisfactorios en el proceso de motivación y divulgación, lo que permitirá la formación de ciudadanos; por otra parte, esta investigación será de utilidad a estudiantes que realicen futuras investigaciones referentes al tema.

1.6. Hipótesis

H1: La Cultura Tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017, incide significativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

H0: La Cultura Tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017, no incide significativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General.

Determinar la incidencia de la Cultura Tributaria en el Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017.

1.7.2. Objetivos Específicos.

- Diagnosticar los conocimientos en temas tributarios a los comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017.
- Analizar las percepciones y actitudes por parte de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017, frente a sus Obligaciones Tributarias.
- Examinar el nivel de cumplimiento de Obligaciones Formales y Sustanciales de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017.
- Proponer estrategias que ayuden a mejorar la cultura tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de investigación.

Para el desarrollo del presente informe de investigación se ha tomado en cuenta el tipo de investigación cuantitativa ya que se analizó, describió o experimentó las variables de estudio de manera numérica, con apoyo de instrumentos estadísticos.

Asimismo, según el análisis y el alcance de los resultados la investigación fue descriptiva-correlacional, ya que buscó explicar cómo un determinado fenómeno se manifiesta, midiendo el grado de relación entre dos o más variables, es decir permitió saber cómo se comportó una variable conociendo el comportamiento de otra.

2.1.2. Diseño de la investigación.

El presente informe de investigación es no experimental, de corte transversal. No experimental debido a que no se manipuló deliberadamente las variables, se observan los fenómenos tal y como son en un contexto natural; del mismo modo es de corte transversal porque se recolectaron los datos en un momento dado.

2.2. Variables, Operacionalización

Tabla 3

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Variable Independiente: Cultura tributaria	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos Tributarios. • Percepciones y actitudes frente a sus obligaciones tributarias 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de conocimientos tributarios. • % Percepciones y actitudes positivas frente a sus obligaciones tributarias • % Percepciones y actitudes negativas frente a sus obligaciones tributarias 	<ul style="list-style-type: none"> - Observación: Guía de observación - Análisis documental - Encuesta: - Guía de cuestionario
	<ul style="list-style-type: none"> • Obligaciones formales. • Obligaciones sustanciales 	<ul style="list-style-type: none"> • % Inscripción en el RUC. • % Emisión de comprobante de pago. • % Declaración oportuna de tributos. • % Pago oportuno de tributos 	
Variable Dependiente: Cumplimiento de Obligaciones Tributarias			

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población.

Para el presente informe de investigación, la población está comprendida por los comerciantes que laboran en el sector ropa del mercado Central – Chiclayo, la cual está integrada por 100 comerciantes.

2.3.2. Muestra.

La muestra utilizada fue probabilística y se calculó con la siguiente fórmula para una población finita:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$
$$\frac{100(0.5)^2(1.96)^2}{(100-1)(0.05)^2 + (0.5)^2(1.96)^2}$$

$$n = 80$$

Donde:

n= Tamaño de muestra

N= 100 = Población

O= 0.5= Desviación estándar

Z= 1.96 = Nivel de confianza 95%

e= 5% = Error estándar

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas de recolección de datos.

Son el conjunto de reglas y procedimientos que admitirán establecer la relación con el objeto de estudio. Se aplicarán las siguientes: la observación, análisis documental y el cuestionario.

- **La observación**

Es una técnica de valor especial para el investigador. Permite la observación directa del objeto de estudio y las acciones de los individuos involucrados.

Esta técnica permitirá conocer la situación de los comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo, a través de visitas para obtener datos que servirán para resolver el problema de estudio formulado.

- **El análisis documental**

Mediante esta técnica se recolectaron datos de fuentes secundarias como libros, revistas, tesis, que se utilizaron como fuentes para recolectar datos sobre las variables en estudio (Cultura Tributaria y cumplimiento de Obligaciones Tributarias).

- **Encuesta**

Estuvo conformado por una serie de preguntas que proporcionaron información directa sobre sucesos relacionados con las prácticas y condiciones vigentes buscadas.

2.4.2. Instrumento de recolección de datos.

- **Guía de observación**

A través de este instrumento se describieron los hechos o sucesos que se observaron en la visita de campo, asimismo permitió observar atentamente el fenómeno, materia de investigación (la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias) registrados durante el proceso de la investigación para su posterior análisis.

- **Guía de cuestionario de encuesta**

Se utilizaron como propósito de registrar información, estuvo dirigida especialmente a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo con el fin de obtener información relevante sobre la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de obligaciones tributarias.

- **Hoja de Trabajo**

La información obtenida o datos considerados relevantes serán llevados al programa estadístico SPS para ser debidamente procesados, analizados, tabulados, comparados y evaluados, comprobar su fiabilidad.

2.4.3. Validación.

Para el procedimiento de validación de los instrumentos se aplicaron “Validación por Juicio de Expertos”. Se procedió invitar a 3 jueces especialistas para que expresen su opinión y otorguen validez al instrumento.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para el desarrollo del trabajo de investigación se hizo uso del método descriptivo, debido a que el propósito de la investigación fue describir circunstancias y determinar cómo se manifiestan determinados fenómenos. Así mismo se utilizó el método analítico, el cual sirvió para establecer el nivel de aplicación de la cultura Tributaria, descomponiéndolo del todo en sus partes o elementos para dar a conocer sus características, causas, y factores que afectan el progreso de la Cultura Tributaria

Para el análisis, se hizo uso del programa estadístico SPS para procesar, tabular y graficar los datos, con la finalidad de obtener y discutir los resultados del tema de investigación. Se diseñaron cuadros y gráficos estadísticos que permitieron obtener la información de manera organizada para el correcto examen e interpretación de la información y se pudo abordar las conclusiones de la investigación.

2.6. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación se desarrolló en base a la veracidad de información y perspectiva de la ética de investigación.

2.6.1. Datos reales.

Este informe fue redactado teniendo en cuenta hechos reales, sin manipulación por parte del investigador.

2.6.2. Fiabilidad.

La información contenida fue de información directa de la fuente, no siendo copia de otros trabajos de investigación, excepto el que se tomó como referencia o insumos datos de trabajos previos desarrollados.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados en tablas y figuras

Después de la aplicación de la Guía de cuestionario de encuesta, se han obtenido resultados, los mismos que se presentan de acuerdo al logro de cada objetivo. A continuación, Los resultados se muestran a través de las siguientes tablas y figuras:

Tabla 4

1. Género del comerciante

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	18	22.5
Femenino	62	77.5
Total	80	100

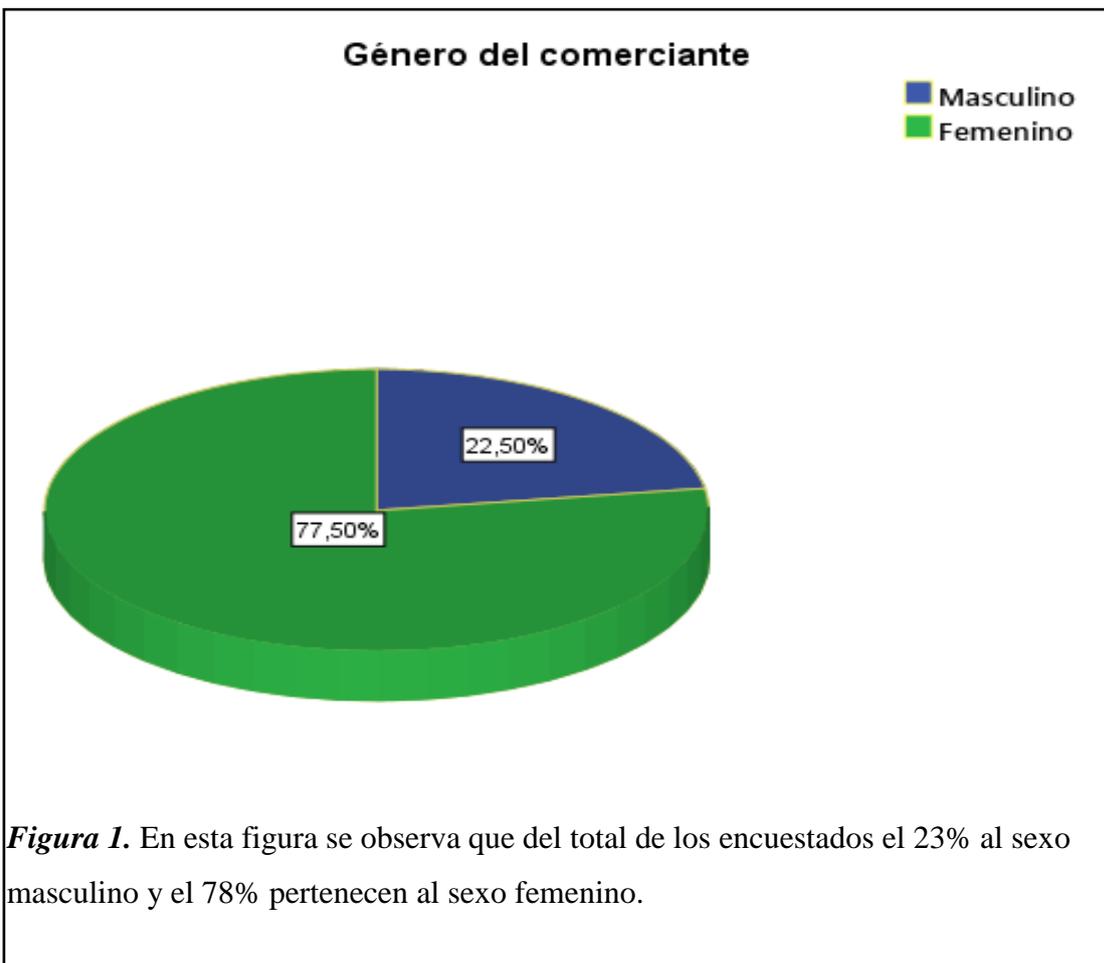


Figura 1. En esta figura se observa que del total de los encuestados el 23% al sexo masculino y el 78% pertenecen al sexo femenino.

Tabla 5

2. Edad del comerciante

	Frecuencia	Porcentaje
18-32	4	5,0
33-47	41	51,3
48-62	30	37,5
63-80	5	6,3
Total	80	100,0

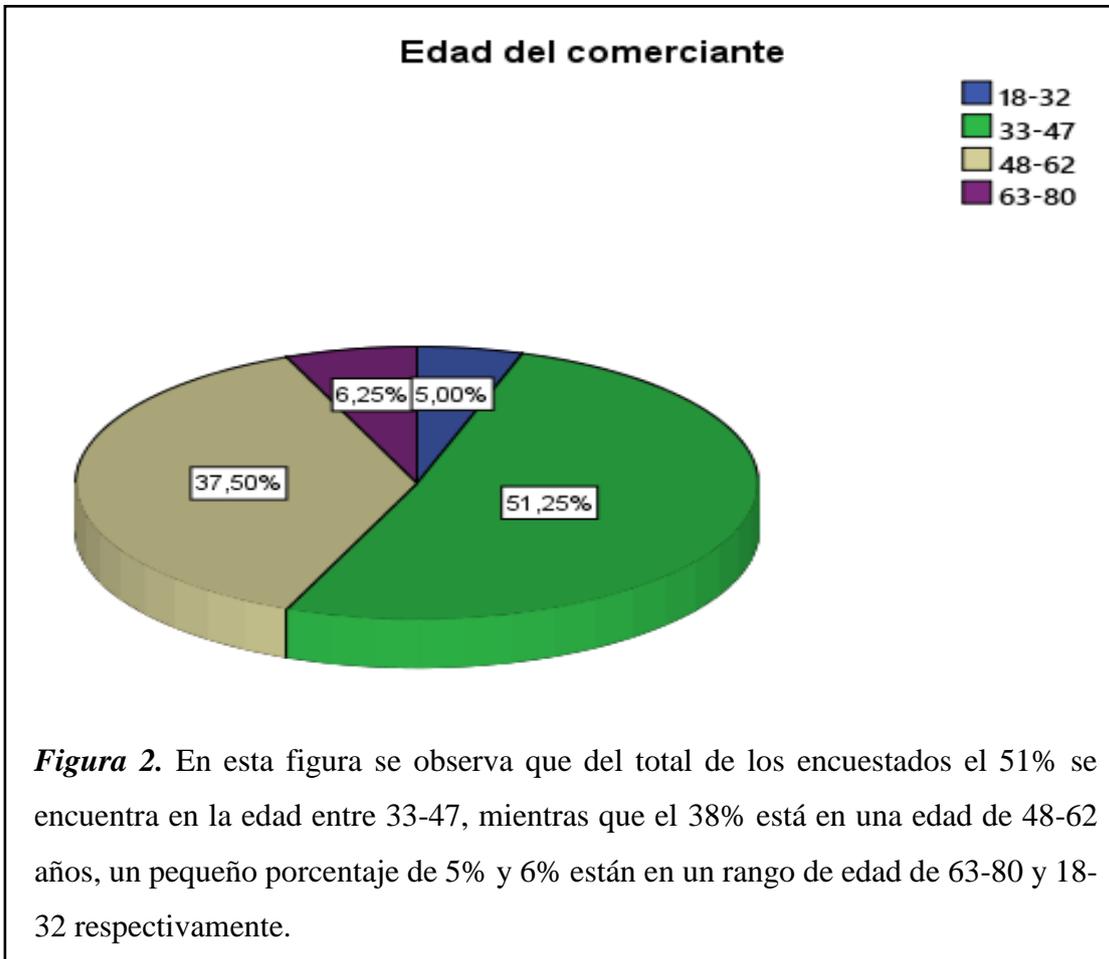


Tabla 6

3. *Grado de instrucción del comerciante*

	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	55	68,8
Superior	25	31,3
Total	80	100,0

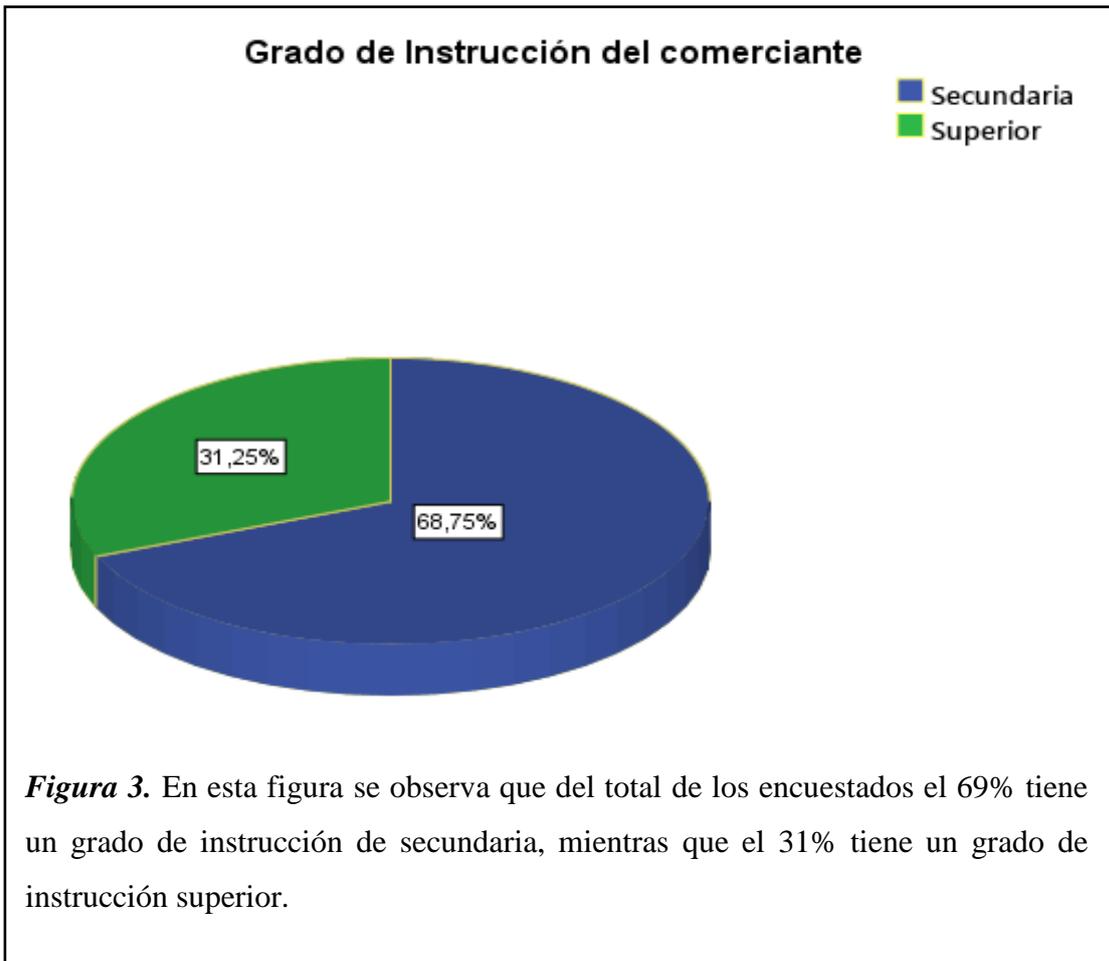


Tabla 7

4. *¿Conoce los tributos administrados por SUNAT?*

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	2	2,5
Poco	57	71,3
Nada	21	26,3
Total	80	100,0

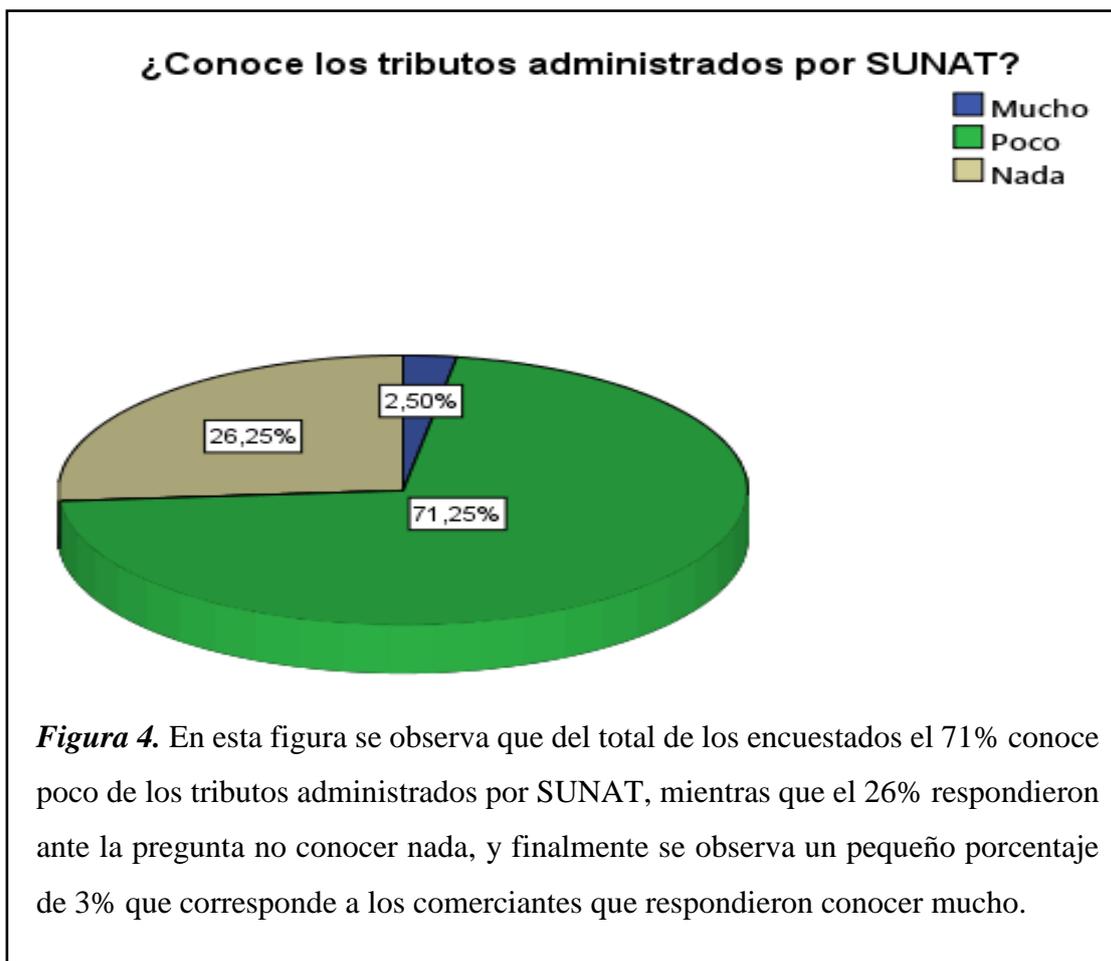


Tabla 8

5. *¿Conoce sus Obligaciones Tributarias?*

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	4	5,0
Nada	59	73,8
Poco	17	21,3
Total	80	100,0

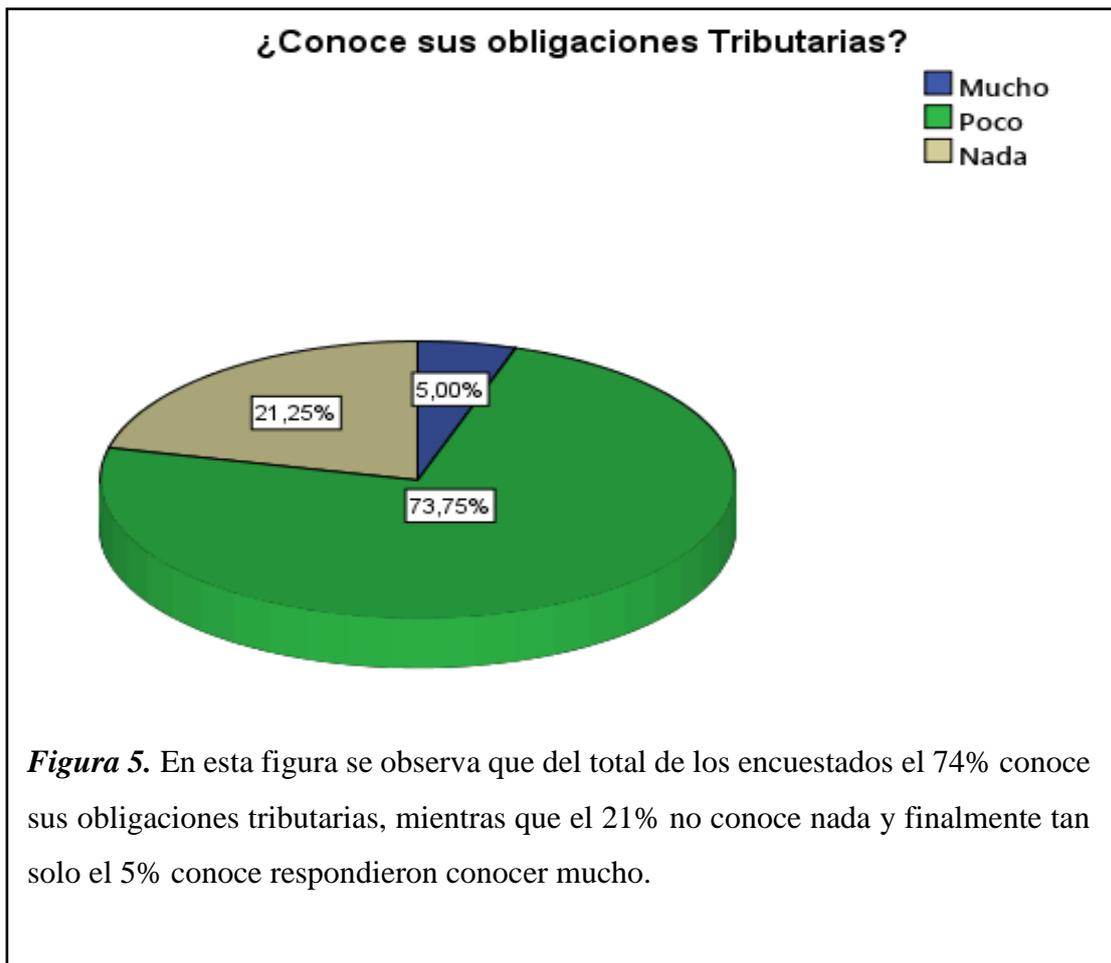


Tabla 9

6. ¿En qué régimen Tributario está su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje
NRUS	62	77,5
RER	1	1,3
No sabe	17	21,3
Total	80	100

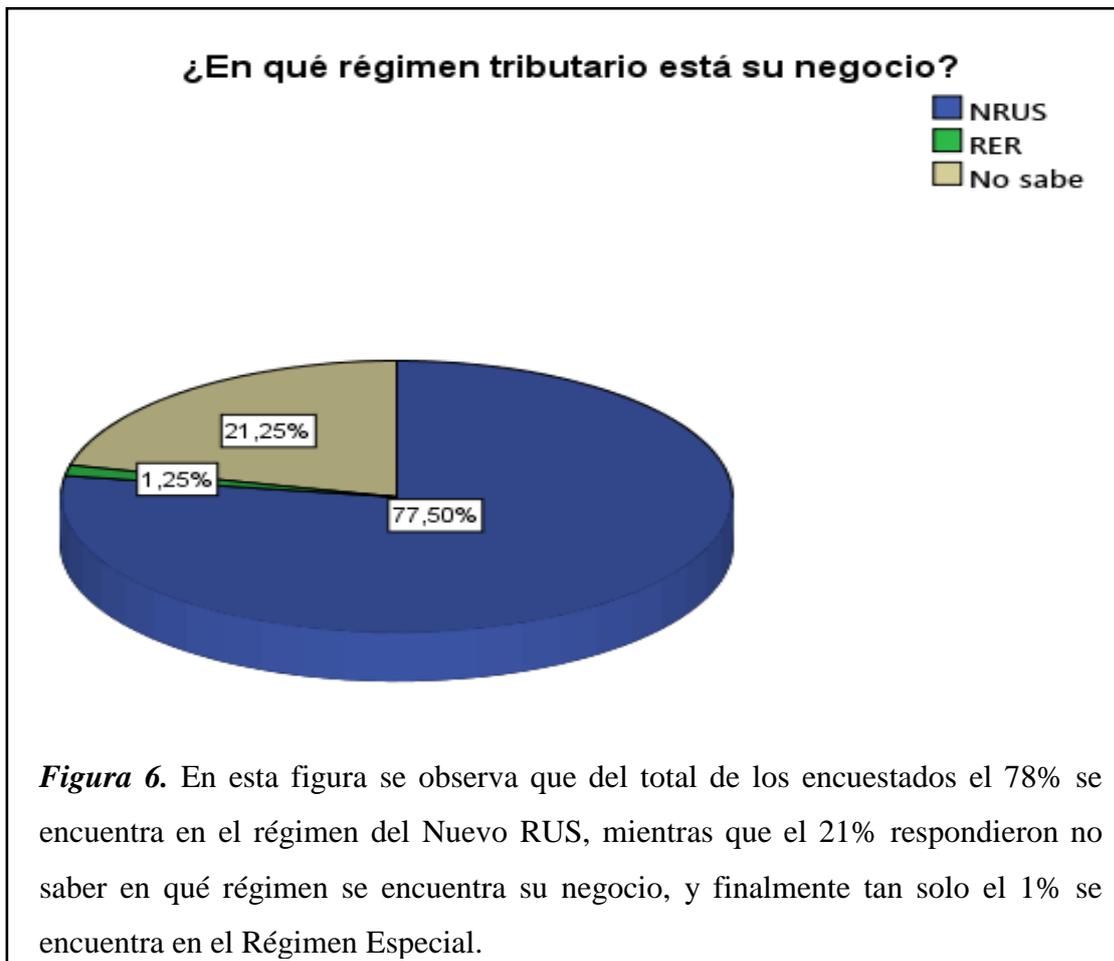


Tabla 10

7. ¿Conoce los requisitos y condiciones del Régimen Tributario al que pertenece?

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	1	1,3
Poco	55	68,8
Nada	24	30,0
Total	80	100,0

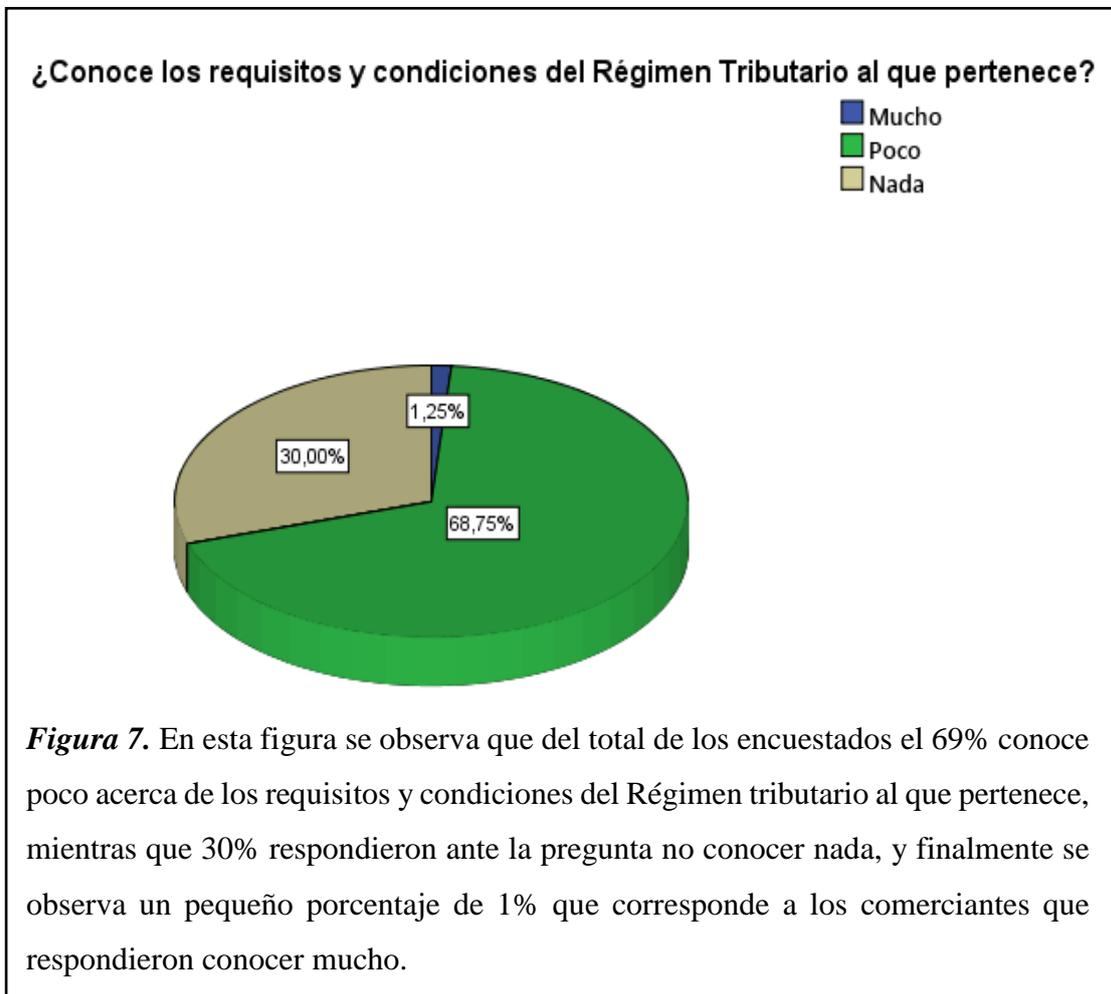


Tabla 11

8. ¿Conoce el cronograma establecido por la SUNAT?

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	4	5,0
Poco	47	58,8
Nada	29	36,3
Total	80	100,0

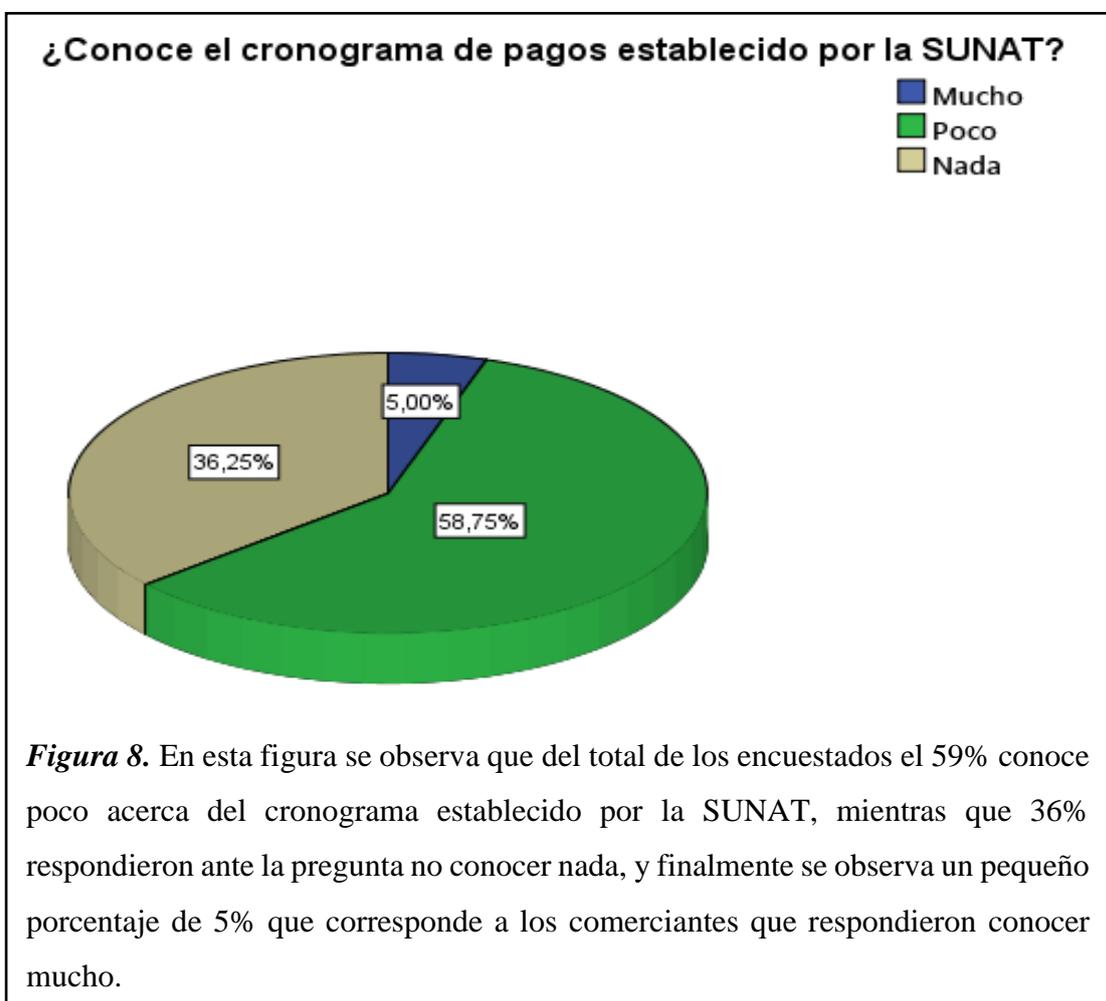


Tabla 12

9. ¿Conoce sus derechos y Obligaciones Tributarias como contribuyente?

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	9	11,3
Poco	40	50,0
Nada	31	38,8
Total	80	100,0

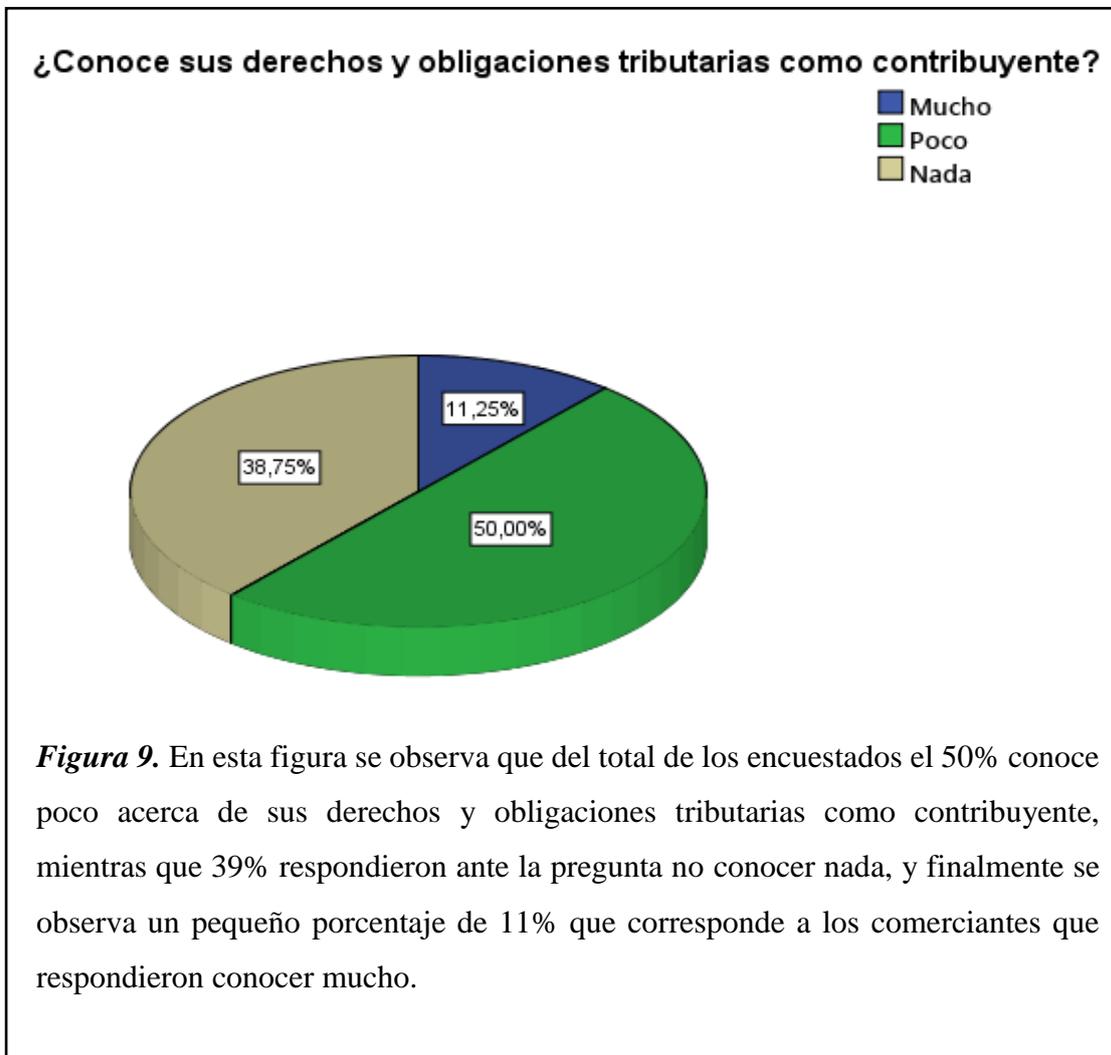


Tabla 13

10. ¿Conoce las sanciones a las que puede estar afecto en caso incumpla con sus Obligaciones Tributarias?

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	2	2,5
Poco	55	68,8
Nada	23	28,8
Total	80	100,0

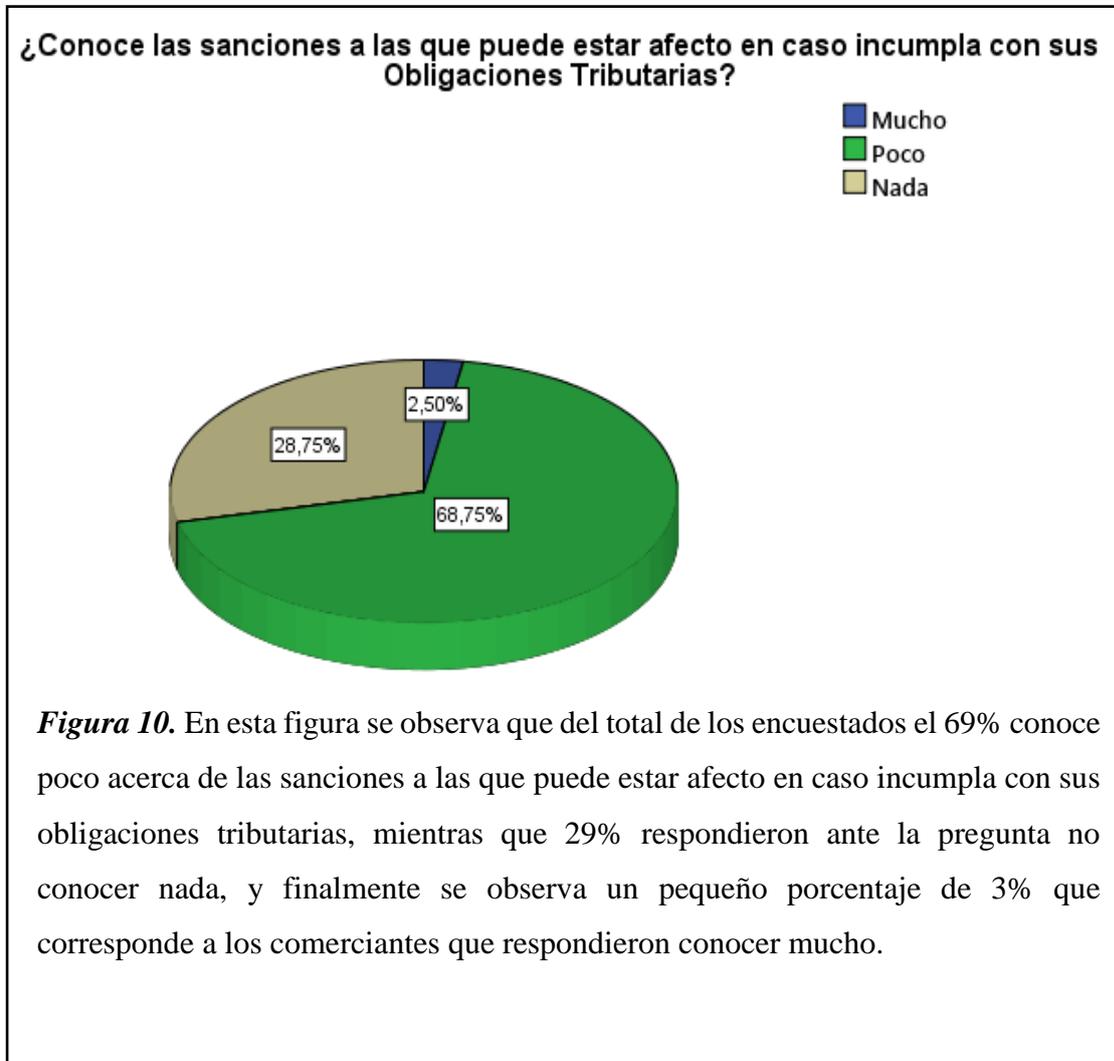


Tabla 14

11. ¿Es importante para el desarrollo del país el pago de impuestos?

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	63	78,8
Poco	10	12,5
Nada	7	8,8
Total	80	100,0

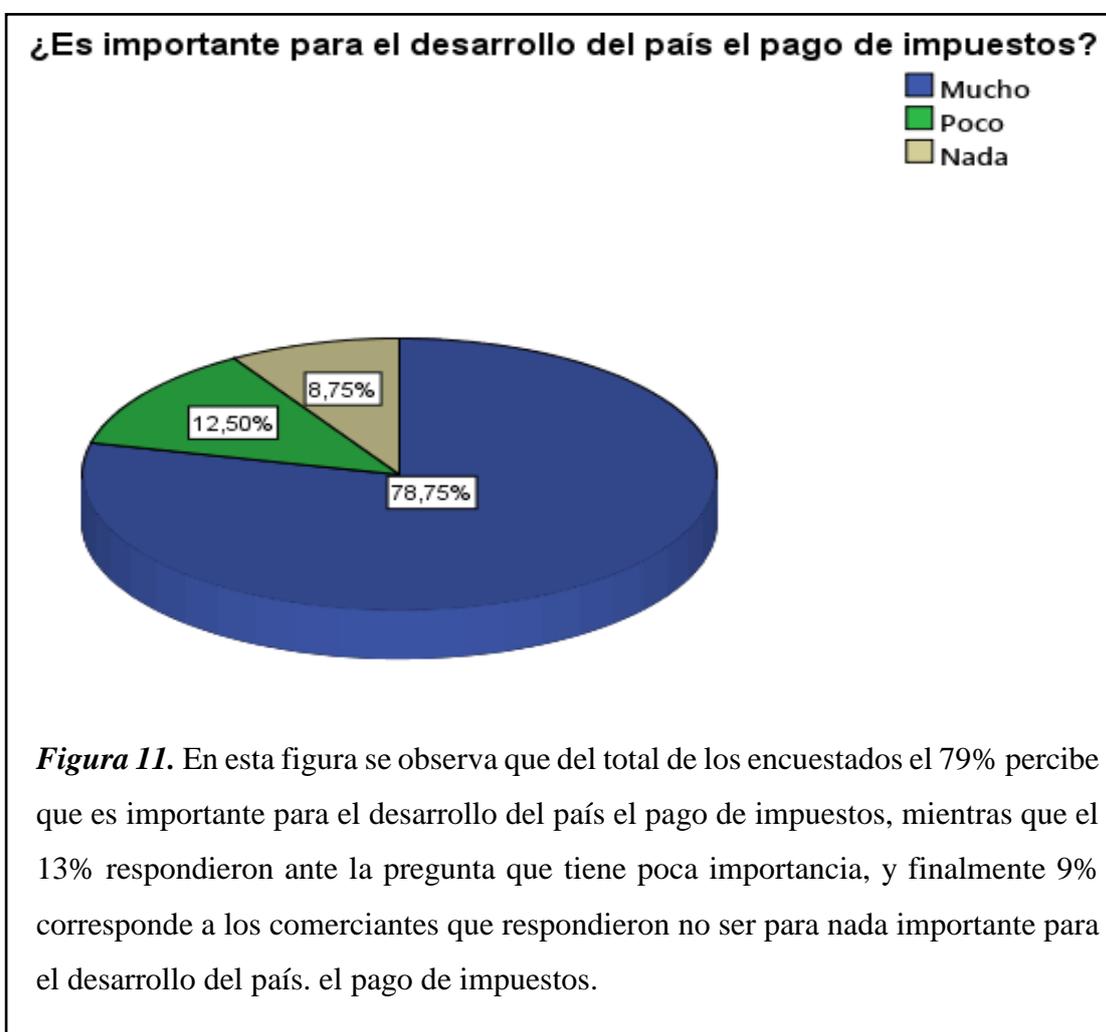


Tabla 15

12. ¿Cuánto crecimiento y desarrollo económico del país percibe con el pago de impuestos?

	Frecuencia	Porcentaje
Poco	20	25,0
Nada	60	75,0
Total	80	100,0

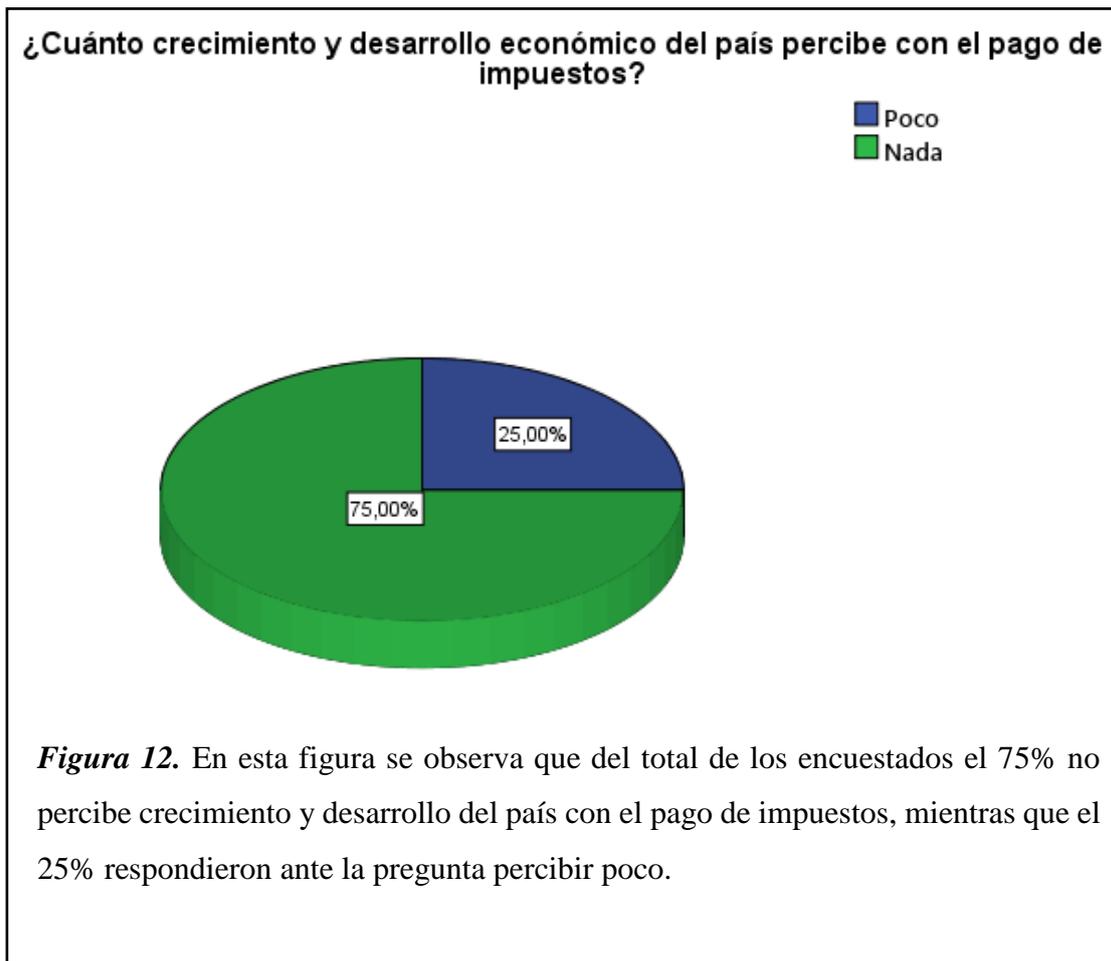


Tabla 16

13. ¿Está de acuerdo con la siguiente frase “La falta de honradez de algunos contribuyentes no es excusa para que otros dejen de pagar sus tributos”?

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	64	80,0
Poco	14	17,5
Nada	2	2,5
Total	80	100,0

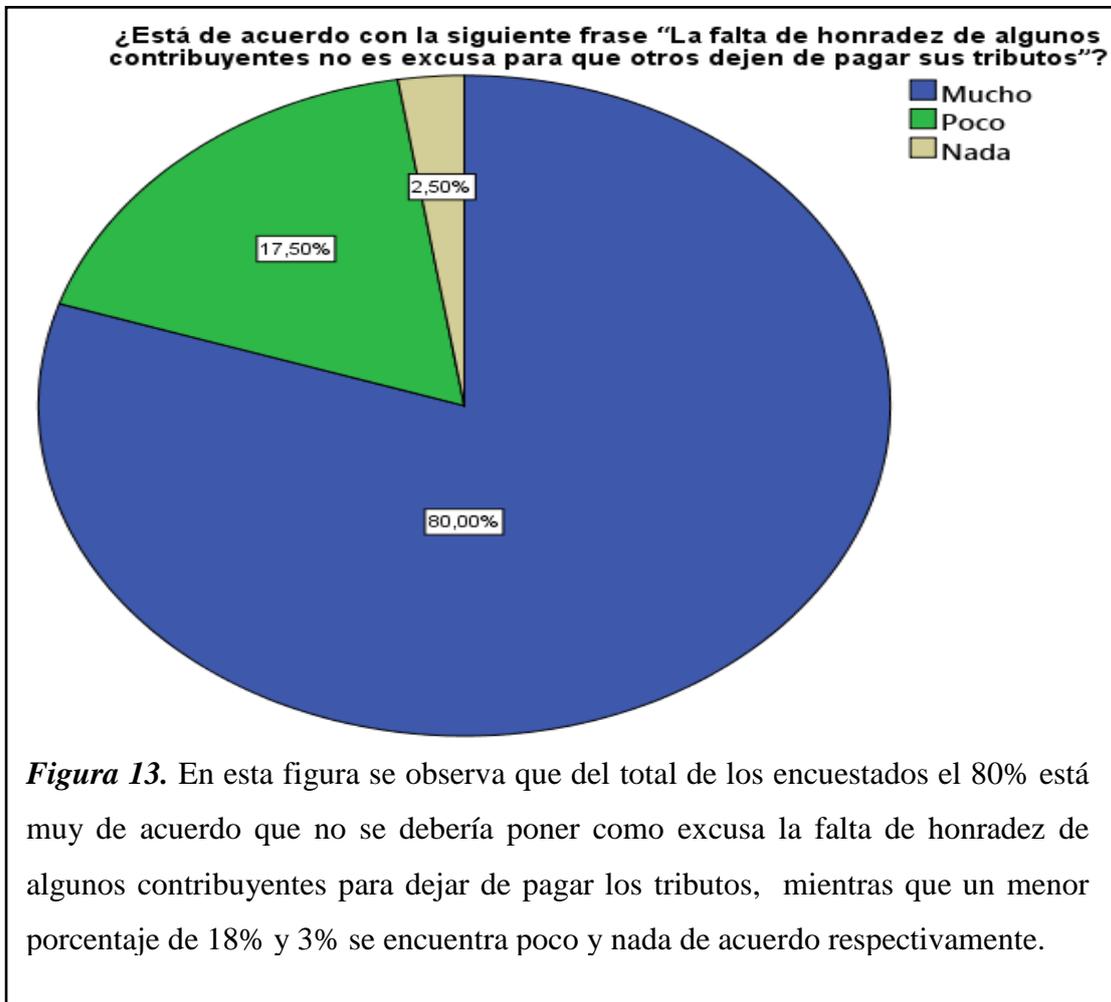


Tabla 17

14. ¿Si la ley no obligará a pagar el impuesto a la Renta e IGV, pagaría de manera voluntaria?

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	3,8
A veces	60	75,0
Nunca	17	21,3
Total	80	100,0

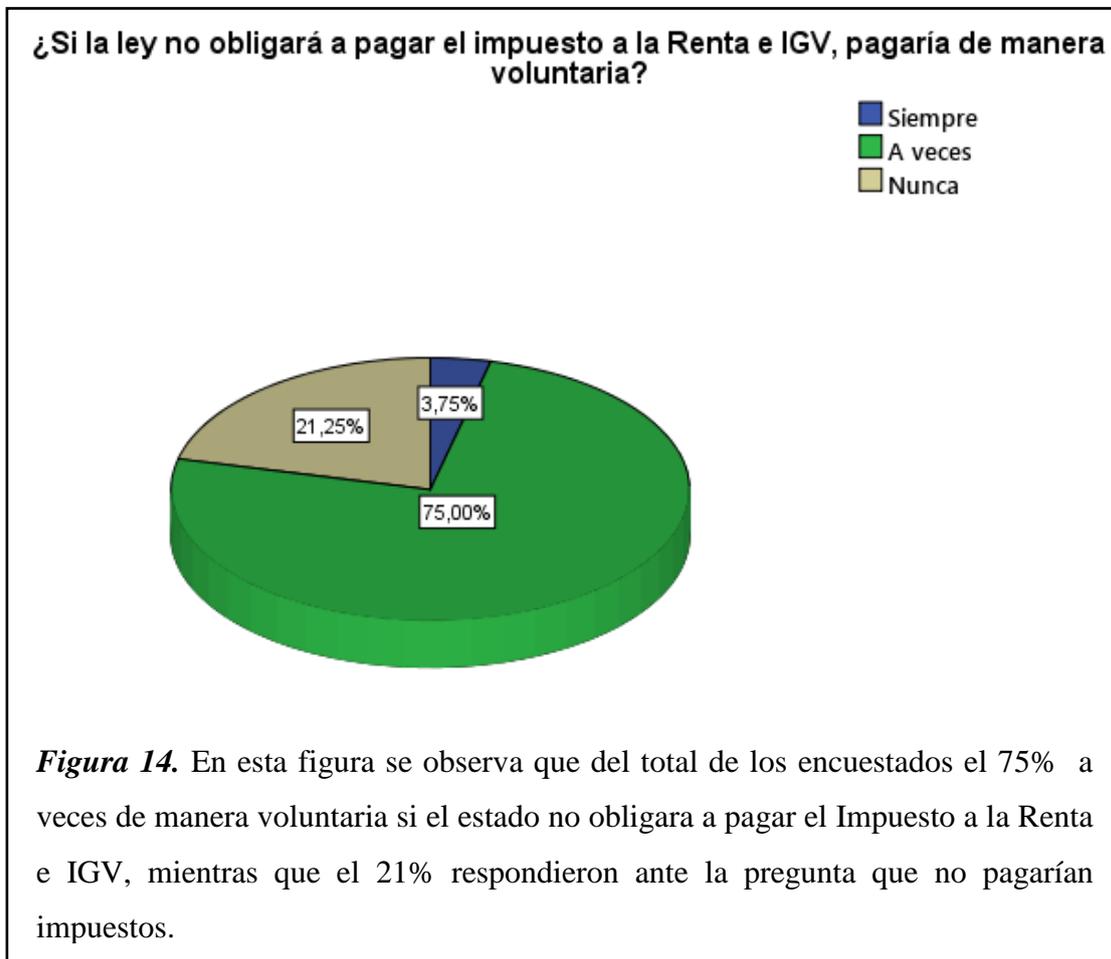


Tabla 18

15. ¿Se encuentra inscrito en el RUC?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	100,0
Total	80	100,0

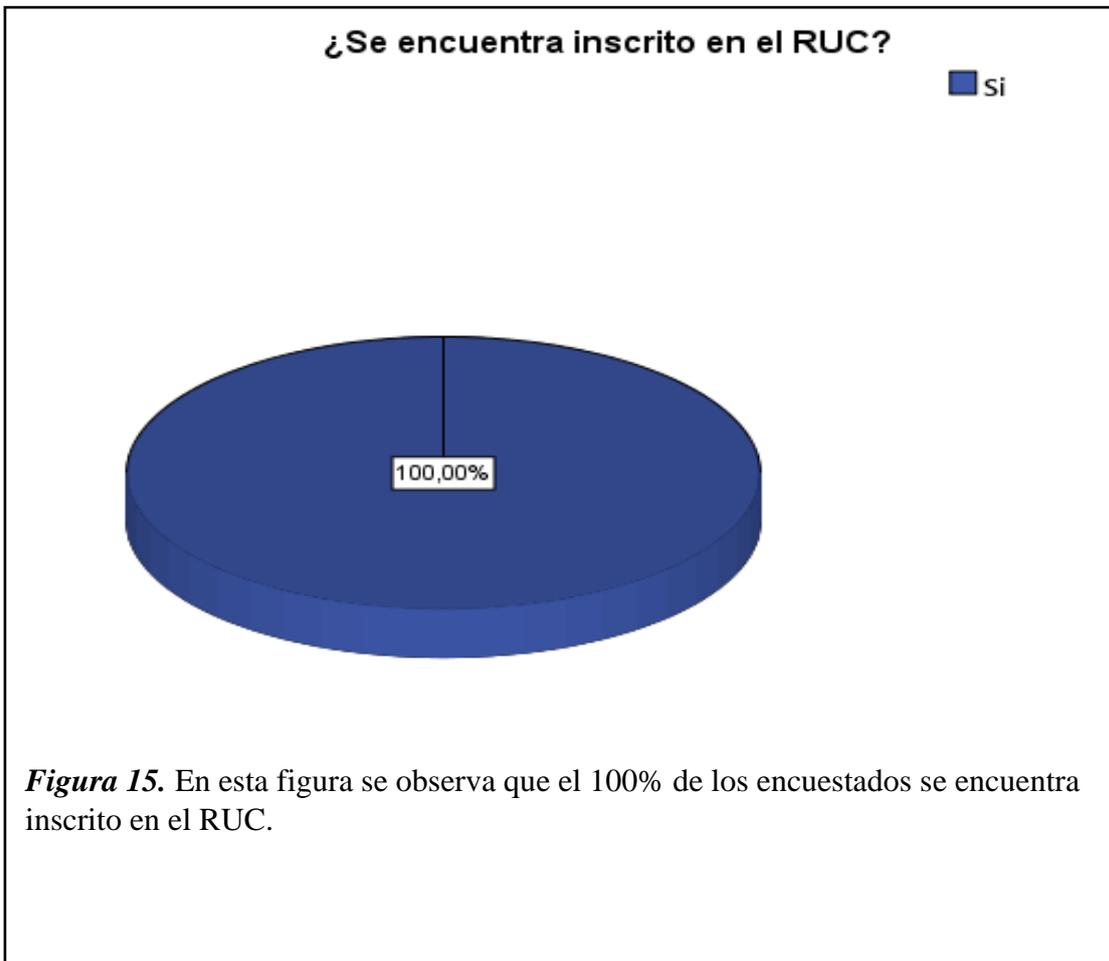


Figura 15. En esta figura se observa que el 100% de los encuestados se encuentra inscrito en el RUC.

Tabla 19

16. Al hacer una compra ¿Exige comprobante de pago?

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	13	16,3
A veces	44	55,0
Nunca	23	28,8
Total	80	100,0

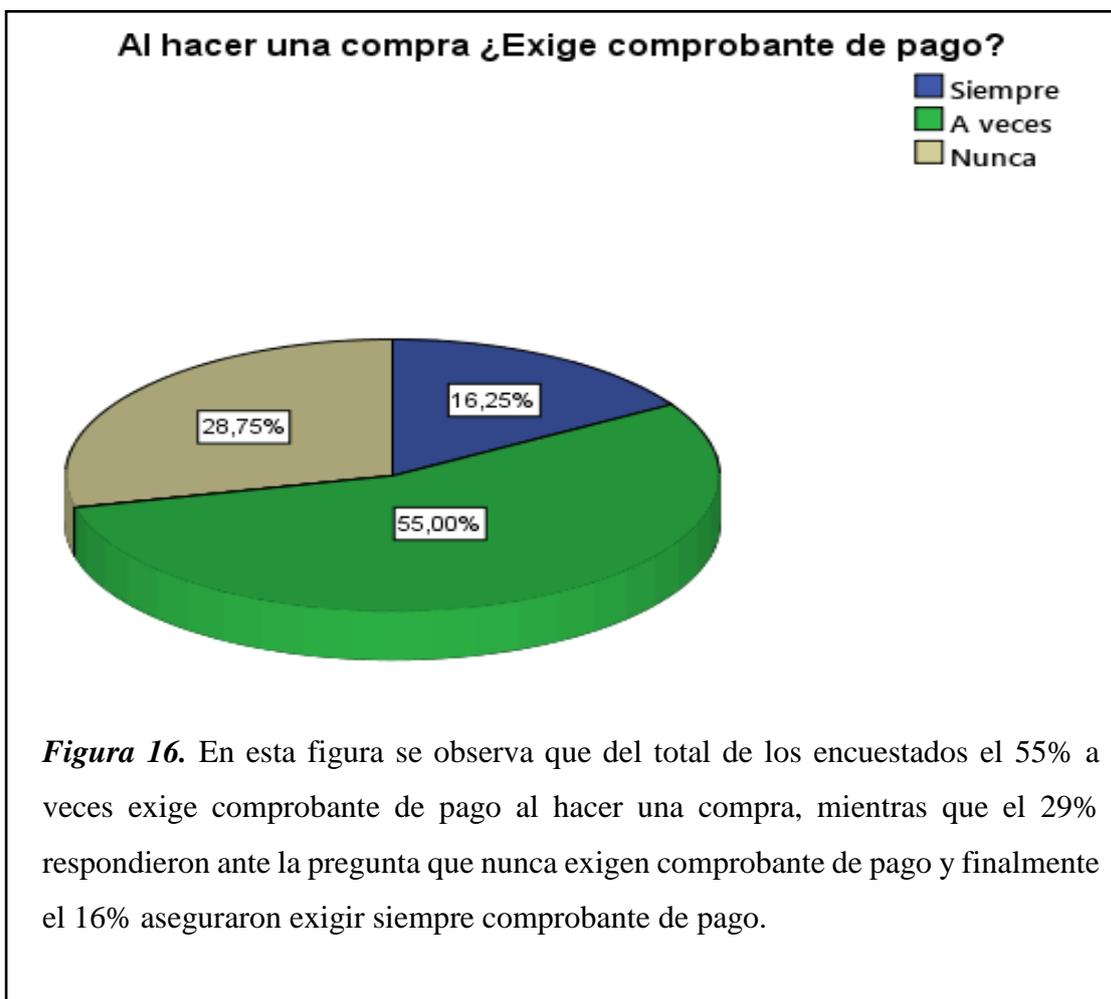


Tabla 20

17. Al momento de realizar una venta. ¿Emite comprobante de pago?

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	28	35,0
A veces	39	48,8
Nunca	13	16,3
Total	80	100,0

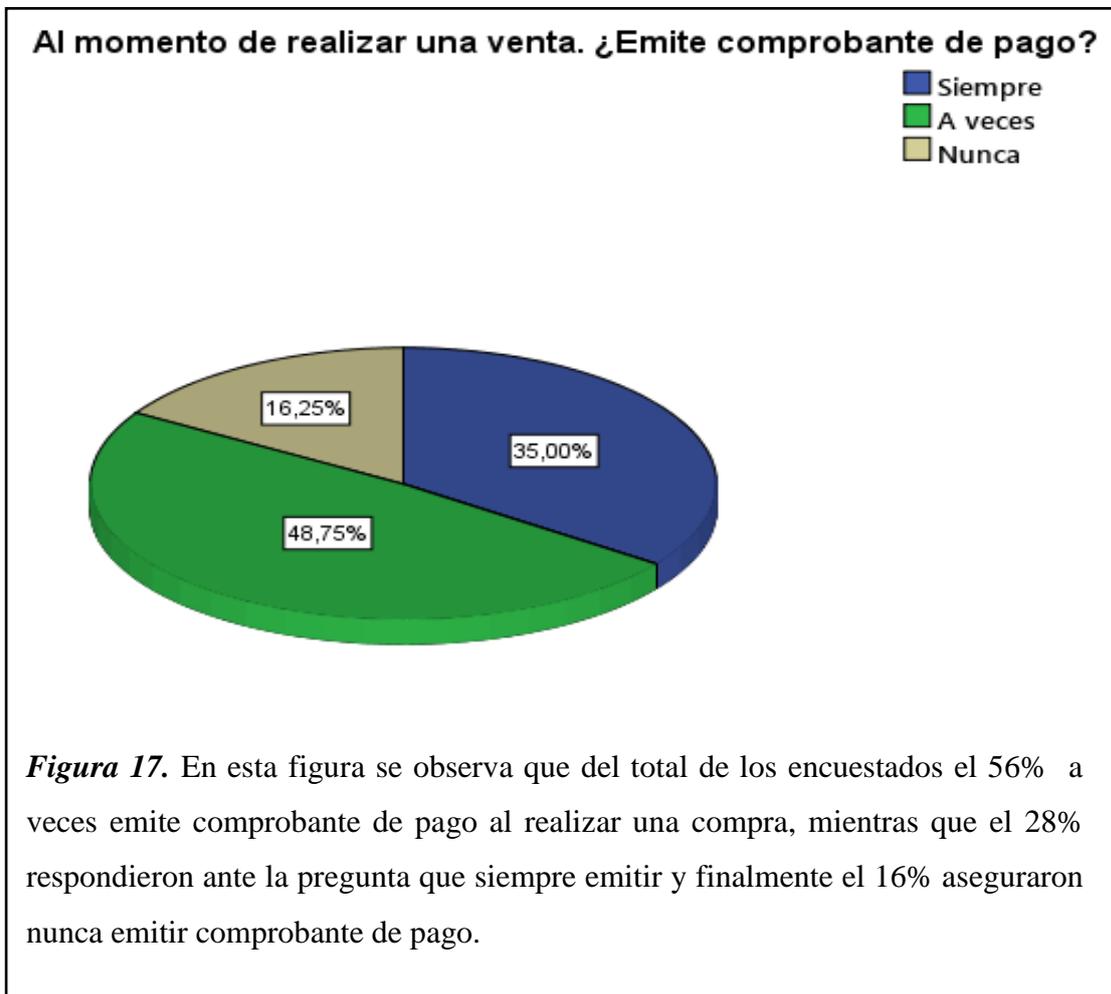


Tabla 21

18. ¿Cumple con la declaración y pago de sus impuestos de IGV-Renta?

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	50	62,5
A veces	19	23,8
Nunca	11	13,8
Total	80	100,0

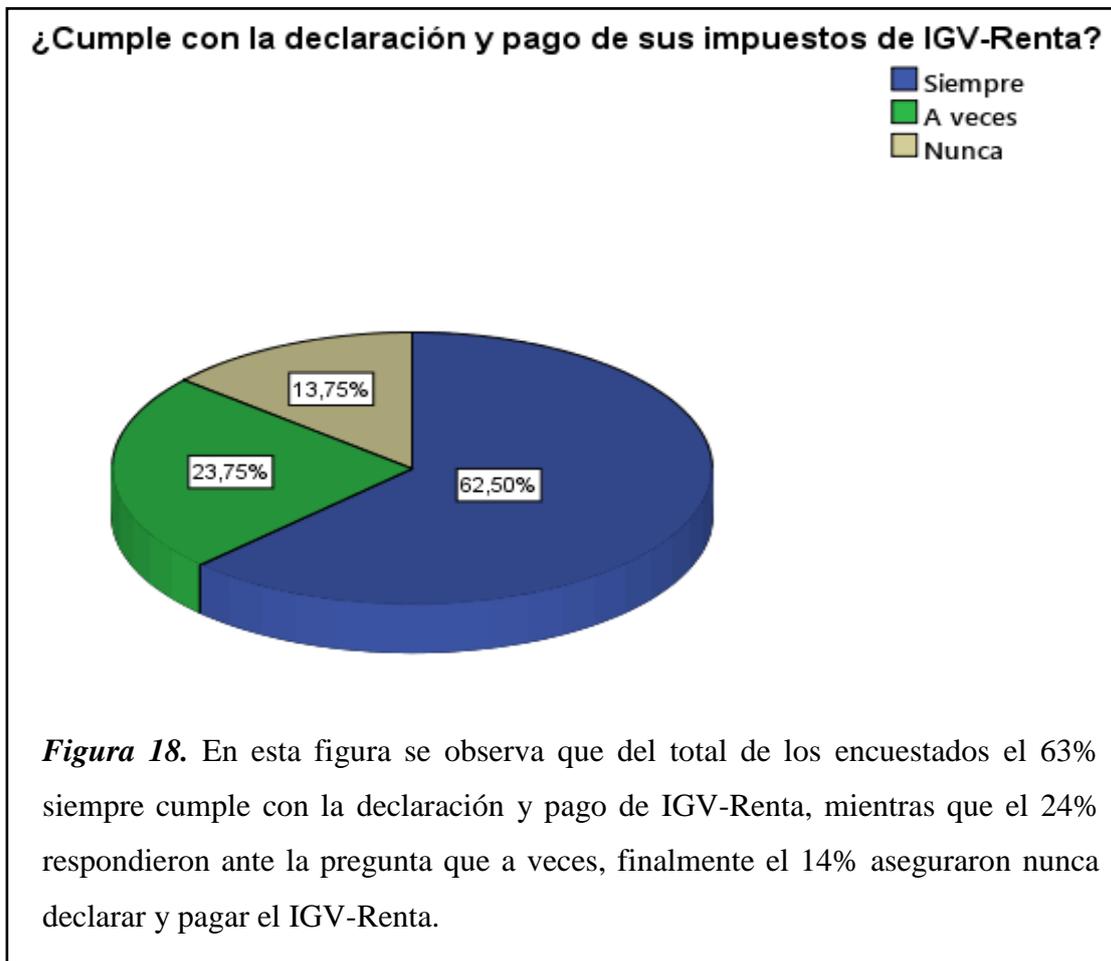


Tabla 22

19. ¿Con qué frecuencia considera usted que se atrasa en sus pagos de IGV-Renta?

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	28	35,0
A veces	27	33,8
Nunca	25	31,3
Total	80	100,0

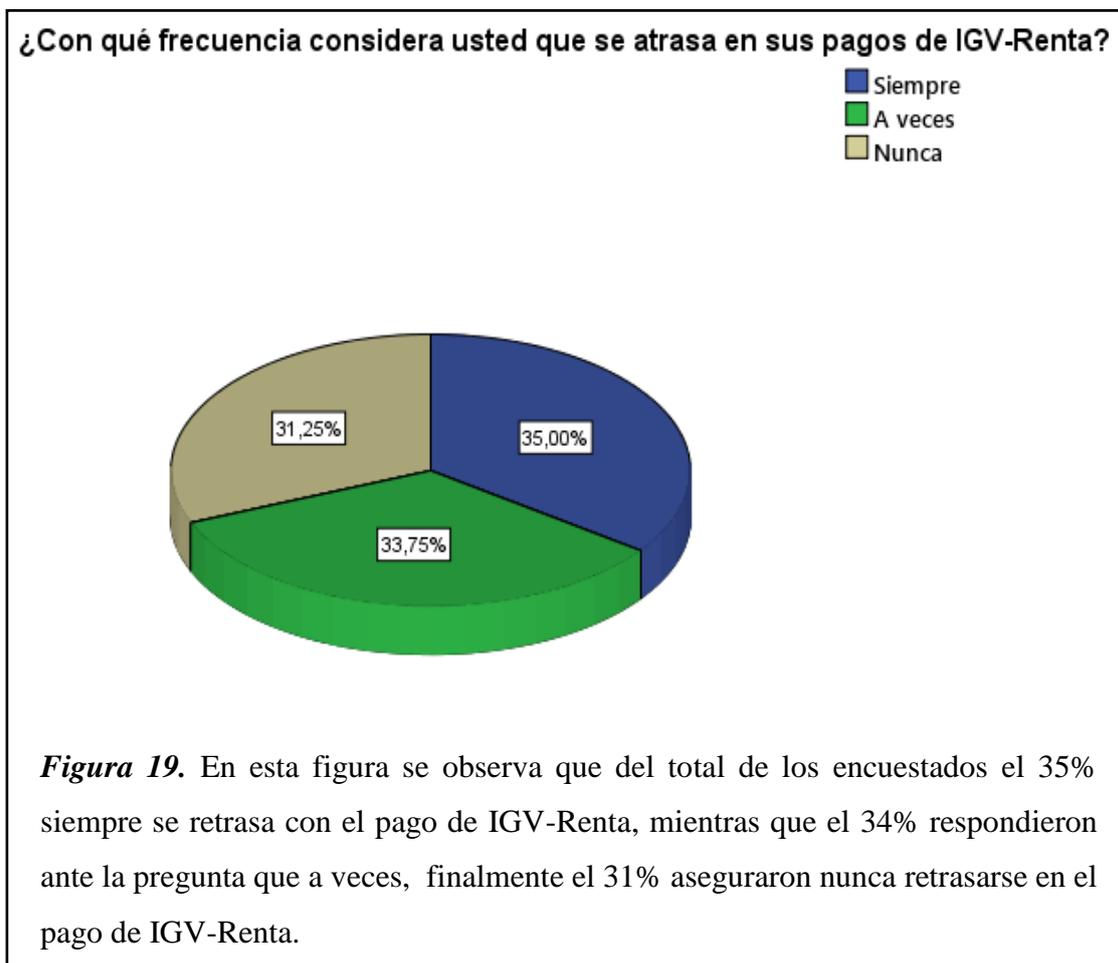


Tabla 23

20. ¿Considera que SUNAT brinda información comprensible a los contribuyentes respecto a sus Obligaciones Tributarias?

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	3,8
A veces	7	8,8
Nunca	70	87,5
Total	80	100,0

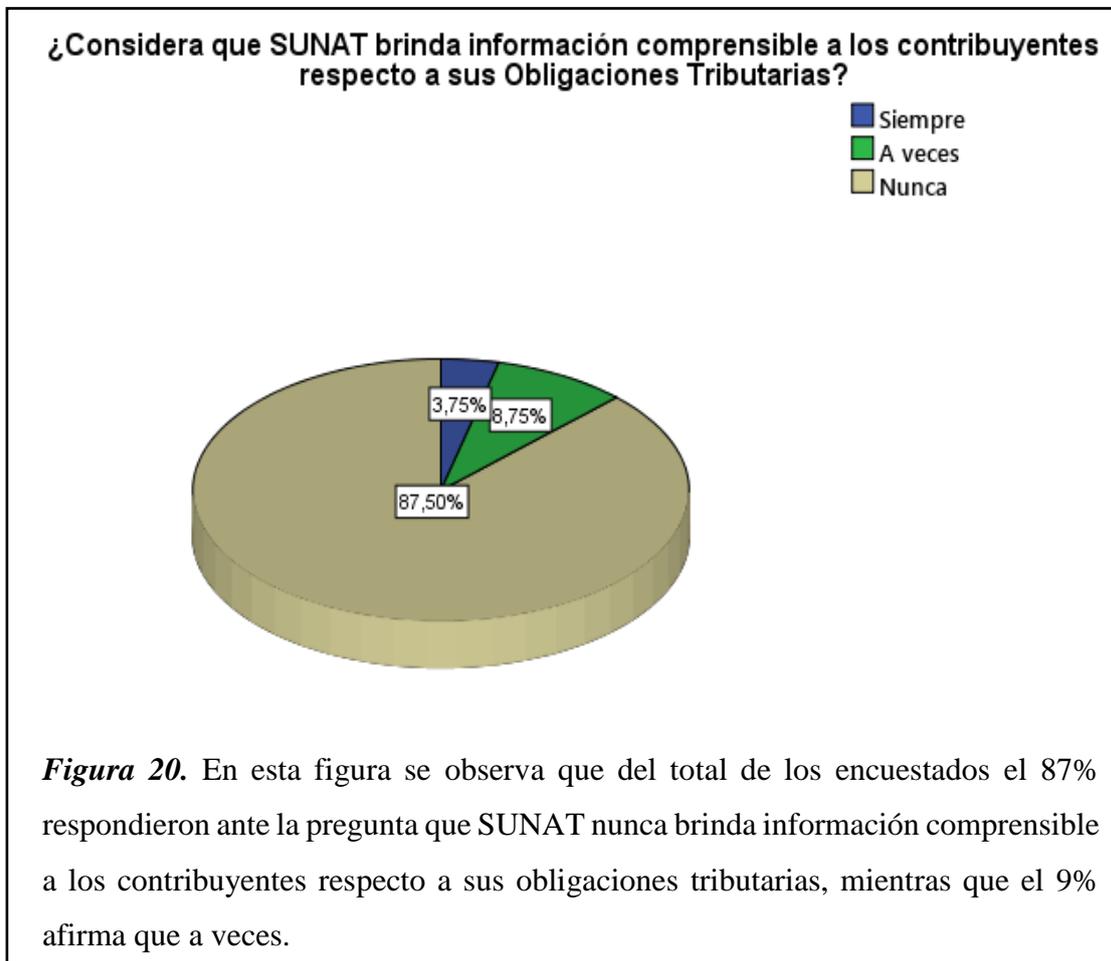
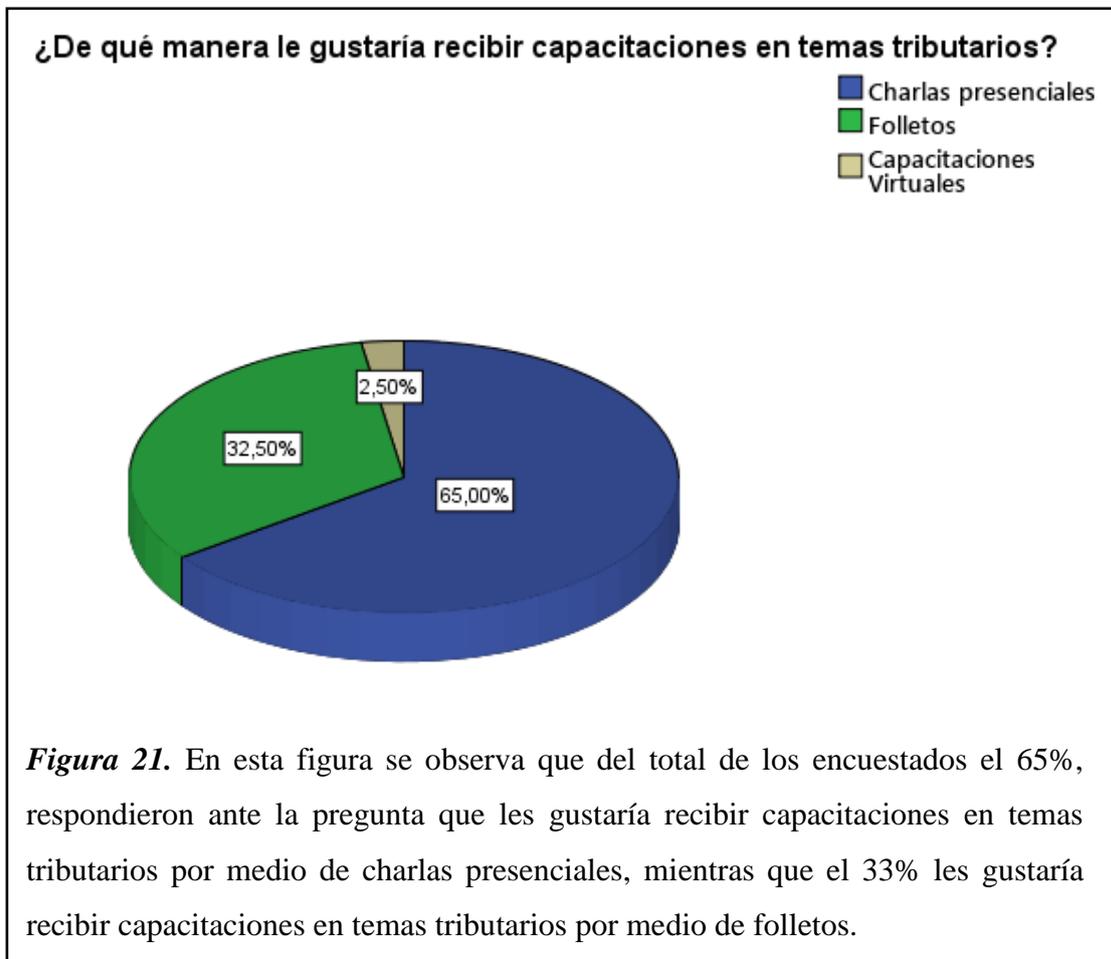


Tabla 24

21. ¿De qué manera le gustaría recibir capacitaciones en temas tributarios?

	Frecuencia	Porcentaje
Charlas presenciales	52	65,0
Folletos	26	32,5
Capacitaciones Virtuales	2	2,5
Total	80	100,0



3.2. Fiabilidad del instrumento de investigación

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,957	17

Figura 22. En esta figura se observa que después del análisis individual de los ítems, tomando en cuenta las variables de estudio, el valor de fiabilidad es de 95.7%, lo que significa que el coeficiente alfa es excelente.

3.3. Prueba de Hipótesis

		Cultura Tributaria	Cumplimiento de Obligaciones Tributarias
Cultura Tributaria	Correlación de Pearson	1	,537**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	80	80
Cumplimiento de Obligaciones Tributarias	Correlación de Pearson	,537**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	80	80

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Figura 23. En esta figura se observa que, de acuerdo a los rangos de evaluación del coeficiente de correlación de Pearson, se encuentra en una correlación positiva considerable, es decir se acepta la **H1**: La Cultura Tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017, incide significativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

3.4. Resultados del análisis documental

Tabla 25

Estado del contribuyente y pago oportuno de impuestos

N° de Puesto	N° de RUC	Estado del Contribuyente	Pago Oportuno de Tributos
00006B	10176125476	Baja de Oficio	NO
00009A	10032429021	Activo	SI
00010A	10777011966	Suspensión Temporal	NO
00011	10166534955	Activo	SI
00015A	10164815272	Activo	NO
00016A	10164815272	Activo	SI
00018A	10164840811	Baja Definitiva	NO
00021A	10167547520	Baja Definitiva	NO
00023B	10164407034	Activo	SI
00026A	10166152572	Activo	SI
00027A	10166627830	Baja Definitiva	NO
00027A	10164550856	Activo	SI
00030A	10164669519	Activo	NO
00030D	10165428540	Activo	NO
00031A	10167748606	Activo	SI
00033A	10164804831	Activo	SI
00034A	10167882507	Activo	NO
00035A	10164630892	Activo	SI
00040A	10166993691	Suspensión Temporal	NO
00042A	10164039795	Suspensión Temporal	NO
00043A	10166721429	Activo	SI
00044A	10164776374	Activo	SI
00044A	10165365556	Suspensión Temporal	NO
00045A	10167352681	Activo	SI
00240A	10164861193	Baja de Oficio	NO
00048A	10164965517	Activo	SI
00048A	10166465511	Activo	SI
00049A	10164989009	Activo	NO
00052B	10167723786	Activo	SI
00053A	10165519260	Baja de Oficio	NO
00054A	10174044061	Activo	SI
00058A	10407343471	Baja de Oficio	NO
00062A	10165325228	Activo	SI
00062A	10164643501	Activo	SI
00063A	10165402702	Baja Definitiva	NO
00064A	10164989866	Activo	NO
00066A	10164245131	Activo	SI
00066A	10423036767	Activo	NO
00066B	10426093141	Activo	NO
00067A	10164226285	Activo	SI

00069A	10164779349	Baja de Oficio	NO
00070A	10164622563	Activo	NO
00071A	10484419367	Activo	SI
00073B	10165054330	Activo	SI
00074A	10453041498	Baja Definitiva	NO
00075A	10167725037	Activo	SI
00076A	10164958898	Activo	NO
00081	10448166371	Activo	SI
00270A	10408061151	Activo	NO
00086A	10166552660	Activo	SI
00092A	10418774211	Baja Definitiva	NO
00093A	10164581484	Baja Definitiva	NO
00094A	10166870211	Activo	SI
00095A	10164910623	Suspensión Temporal	NO
00096A	10166706926	Activo	NO
00099A	10414320762	Activo	NO
00101A	10167529432	Activo	SI
00133A	10416151071	Suspensión Temporal	NO
00134A	10166308891	Suspensión Temporal	NO
00141A	10164239450	Activo	NO
00143A	10418774211	Baja Definitiva	NO
00144A	10164181800	Baja Definitiva	NO
00146A	10452117873	Activo	NO
00147A	10164448491	Baja de Oficio	NO
00270A	10408061151	Activo	NO
00156A	10164537680	Baja de Oficio	NO
00159A	10164537680	Baja de Oficio	NO
00166A	10164605065	Suspensión Temporal	NO
00185A	10167576511	Baja Definitiva	NO
00186A	10165507431	Baja Definitiva	NO
00189A	10166488279	Activo	SI
00197A	10176404928	Baja Definitiva	NO
00199A	10167249961	Activo	SI
00201A	10166981277	Activo	SI
00306A	10167882345	Activo	NO
00332A	10166294903	Activo	SI
00334A	10168017541	Activo	NO
00336A	10164823186	Suspensión Temporal	NO
00344A	10166241460	Baja de Oficio	NO
00327B	10438553377	Activo	NO

Fuente: SUNAT

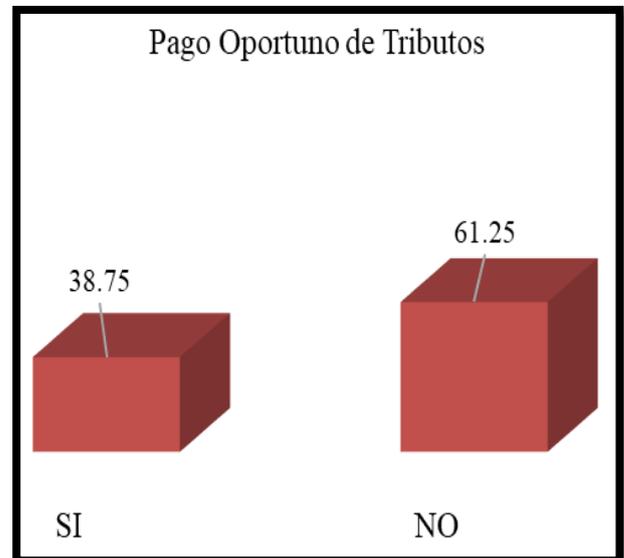
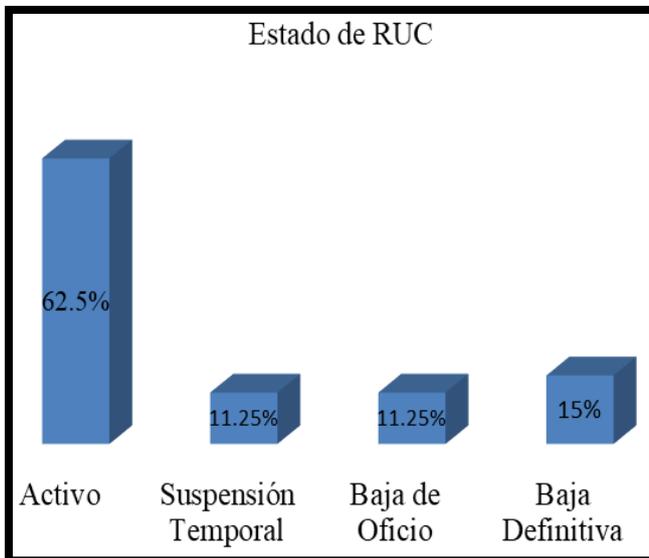


Figura 24. En esta figura se observa que del total de los encuestados el 63%, se encuentra en estado activo de su RUC, mientras que un 11% se encuentra en suspensión temporal y baja de oficio. Finalmente, un 15% se encuentra con baja definitiva. Respecto al pago oportuno se observa que el 61% no paga oportunamente sus tributos y el 39% si paga oportunamente.

IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Este capítulo contiene el análisis e interpretación de los resultados alcanzados como consecuencia de la aplicación del cuestionario, los cuales se basan en los objetivos específicos trazados en el informe de investigación.

Objetivo específico N°1: Diagnosticar los conocimientos en temas tributarios a los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017.

En las tablas y gráficos estadísticos se apreció que el 71% de los comerciantes conoce en forma limitada los tributos administrados por SUNAT, por lo que se deduce el poco conocimiento sobre los tributos a los cuales se encontrarían afectos; de igual manera es notable la propensión de los comerciantes a incurrir en infracciones imprevistas, ya que el 74% tiene mínima noción sobre cuáles son sus obligaciones tributarias y el 69% acerca de las sanciones a las que estarían expuestos en caso incumplan dichas obligaciones. Aparte de lo mencionado es indispensable para todo contribuyente saber las fechas límites para cumplir con el pago de sus obligaciones mensuales, por ello se planteó la pregunta sobre el cronograma de pagos establecido, a lo que respondieron el 59% conocer poco sobre su existencia, dando como resultado que muchas veces se retrasen con el pago de sus impuestos. Por otro lado, es importante indicar que el 78% de los encuestados pertenecen al régimen del Nuevo RUS, el 1% pertenece al RER y finalmente el 21% no sabe a qué régimen tributario pertenece su negocio, no obstante, a pesar de que la mayoría conoce el régimen tributario al que pertenece, el 69% dice tener poco conocimiento sobre los requisitos y condiciones de dicho régimen.

De todo lo mencionado, queda demostrado en el diagnóstico la deficiencia de conocimientos tributarios de los comerciantes y la necesidad de ser orientados y capacitados, tal y como lo corroboró Mogollón (2014) en su tesis realizada en el año 2012, indicando que la cultura tributaria de los comerciantes de Chiclayo se encuentra en un bajo nivel; por lo tanto, dicho antecedente da realce a los resultados de mi investigación.

Arroyo, Espinosa, y Amezcua (2014), aducen que todas las personas estamos en la capacidad de comprender cuáles son nuestras obligaciones ante el Estado, sin embargo en mi opinión el grado de instrucción juega un papel muy importante, puesto que dentro de mi investigación el 69% de los encuestados cuentan con tan solo nivel de educación básico, ubicándose en el grado de secundaria, lo cual dificulta la comprensión total de los aspectos

tributarios, ya que como sabe en el Perú; principalmente en los colegios nacionales no se dictan cursos especializados en los que se orienten respecto a estos temas, por lo que es necesario brindar información que se adecue a su nivel de comprensión.

Objetivo específico N°2: Analizar las percepciones y actitudes por parte de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017, frente a sus Obligaciones Tributarias.

Entre los hallazgos alcanzados tenemos que el 79% de los encuestados cree que el pago de impuestos es muy importante para el desarrollo del país, sin embargo, el 75%, no percibe ningún crecimiento y desarrollo económico con el pago de los impuestos, de lo anterior se destaca que la percepción de los encuestados es positiva respecto al valor que deberían dar los impuestos al progreso del país, aunque desde su perspectiva no observan ningún resultado positivo en el crecimiento y desarrollo. Desde otro punto de vista, en cuanto a las actitudes de los comerciantes se reflejó que el 80% tiene una actitud positiva, ya que son conscientes de que no se debería considerar como excusa para dejar de pagar impuestos, el hecho de que algunos contribuyentes sean deshonestos en cuanto a sus pagos; no obstante cuando se les preguntó si pagaría de forma voluntaria si la ley no obligará a hacerlo, el 75% pagaría solo a veces y el 21% no pagaría, este resultado demuestra que los comerciantes no estarían dispuestos a cumplir voluntariamente con sus compromisos tributarios, a pesar de que reconocen su importancia.

Solórzano, en su investigación aduce que las personas actúan de acuerdo a sus percepciones, y en el caso de los comerciantes no distinguen ningún progreso en el país, por ende su predisposición para el cumplimiento voluntario del pago de impuestos es nula. Asimismo la teoría de la equidad desarrollada por Adams (1965), nos indica que los contribuyentes estarían dispuestos a pagar sus impuestos en la medida que perciban una satisfacción general para la sociedad, es decir esperan una retribución considerable por el costo que ellos asumen al destinar una parte de sus ganancias al estado. De este modo en este apartado también encaja la teoría de causación de la conducta económica desarrollada por Tarde (1902), la cual consiste en que un grupo de individuos tiende a comportarse de acuerdo a sus creencias, es decir cada persona tiene una percepción de acuerdo a lo que otros ya han manifestado y retienen esas opiniones, creencias y actitudes colectivas que van de generación en generación, entonces se dice que esas actitudes y sentimientos comunes generados se repiten en la sociedad, bajo este enfoque el comportamiento individual económico tiene influencia

en la voluntad del pago de impuestos, lo cual se denotó en la muestra de mi investigación, en la que claramente ellos ya tienen definido que el destino de sus impuestos no está siendo utilizado para el objetivo principal que es el mejoramiento y desarrollo económico del país, concepto que por años se viene repitiendo, sin ya ni siquiera informarse realmente de lo que está pasando, al margen de que el estado esté cumpliendo o no con las expectativas para mejorar el país.

Objetivo específico N°3: Examinar el nivel de cumplimiento de Obligaciones Formales y Sustanciales de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017.

Con relación a este objetivo, se deduce que el nivel de cumplimiento es bajo, que si bien es cierto el 100% se encuentra inscrito en el RUC, sin embargo, un porcentaje se encuentra con estado de baja, suspensión temporal y suspensión definitiva, del mismo modo un gran porcentaje no cumple con sus deberes formales como exigir y emitir comprobante de pago al hacer una compra o al momento de realizar una venta. Esto se relaciona con la investigación de la revista científica estudiantil Innovación Contable (2011), en la cual se realizó una encuesta a 100 personas que consideraron a los comprobantes de pago como inservibles, al tener esta mentalidad las personas, no ven relevante el no exigir y emitir comprobantes de pago porque realmente no reconocen su importancia. Asimismo, acerca del cumplimiento de declaración y pago del Impuesto a la Renta e IGV, el 61% no paga oportunamente sus tributos.

Objetivo específico N°4: Proponer estrategias que ayuden a mejorar la cultura tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017.

Finalmente, en mención al objetivo específico N° 4, se realizaron preguntas en la cuales se denotó que para los comerciantes la información que brinda SUNAT, respecto a sus obligaciones tributarias no es comprensible e indicaron que les gustaría capacitarse mediante charlas presenciales. La investigación de la revista científica Accountig power for Business (2015) se ajusta al objetivo aduciendo que la cultura tributaria influye significativamente en la economía del Perú, por ende, si se plantean estrategias que coadyuven al enriquecimiento de conocimientos, valores y actitudes de las personas, el efecto será el mejoramiento y desarrollo de país. Por ello, se debe adoptar medidas que fortalezcan la cultura tributaria de todas las personas para así cambiar las percepciones negativas y se traduzcan en

comportamientos positivos que ayuden a lograr el objetivo principal de la nación que es un país mejor en educación, salud, infraestructura, servicios públicos de calidad; entre otros.

4.1. Propuesta para mejorar la Cultura Tributaria

4.1.1. Título de la Propuesta

Estrategias para mejorar la Cultura Tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

4.1.2. Justificación de la Propuesta

El estudio de la investigación arribó a la deducción de la necesidad de plantear estrategias que permitan aumentar la cultura tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo, con el propósito de contribuir al cumplimiento voluntario de sus Obligaciones Tributarias. Con ello se busca aumentar el grado de conocimientos en materia tributaria, así como fortalecer los valores y percepciones de los comerciantes respecto a sus obligaciones.

Con el objetivo de promover la cultura tributaria, entendamos el concepto como un conjunto de valores, percepciones y actitudes que una sociedad tiene respecto a la tributación y las cuales determinan en mayor o menor proporción el cumplimiento de sus deberes fiscales, en este sentido se pretende que los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo, adquieran el conocimiento tributario y comprendan la importancia de cumplir con sus responsabilidades tributarias.

Respecto a lo mencionado es importante para dicha comprensión la difusión oportuna y formación apropiada para lograr una cultura tributaria favorable sostenible en el tiempo; desde este marco la predisposición para el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes aumentaría y de alguna manera también exigirían el pago de impuestos a los demás contribuyentes, así como su cumplimiento correcto y oportuno.

En resumen, para promover la cultura tributaria es necesario la difusión de información adecuada, la formación y la sensibilización, las cuales se verán expresadas en cada estrategia pensada para dicho fin.

4.1.3. Objetivos de la Propuesta

OBJETIVO GENERAL

Proponer estrategias para mejorar la Cultura Tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Incrementar el grado de Cultura Tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

Promover un mayor cumplimiento de Obligaciones Tributarias por parte de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

4.1.4. Estrategias

ESTRATEGIAS N° 1

Capacitaciones para fomentar la cultura tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

Descripción de la estrategia

Para promover la cultura tributaria en los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo, SUNAT debe realizar capacitaciones en sus instalaciones. La periodicidad de las capacitaciones debe ser mensuales.

Los temas a tratar deben ser respecto a sus derechos y obligaciones como contribuyentes, importancia del pago de impuestos; así como la relevancia de exigir y emitir comprobantes de pago, y por último y no menos importante informar a los comerciantes sobre el destino de los impuestos.

Los materiales idóneos a utilizar en las capacitaciones serán las diapositivas proyectadas, folletos y videos que contengan información referente a la tributación.

ESTRATEGIAS N° 2

Incorporar asignaturas de tributación dentro de la malla curricular de los centros educativos a nivel primario, secundario y superior.

Descripción de la estrategia

Para el fortalecimiento y solidez de la cultura tributaria, es importante considerar como base a la educación, es por ello que se deberían incluir en las asignaturas de los estudiantes de nivel, primario, secundario y superior asignaturas referentes a materia tributaria, con esto se busca generar desde la niñez conocimientos y conciencia desde una edad temprana para que en el futuro en la etapa de adultez se vea reflejadas las conductas y cultura de contribución. El contenido de la educación tributaria debe incluir la entrega de guías instructivas y didácticas, teniendo en cuenta el nivel académico de los estudiantes. Los recursos idóneos para dinamizar y así contribuir con el desarrollo y conciencia tributaria son por medio de talleres, material audiovisual, impresiones e historietas.

ESTRATEGIAS N° 3

Incentivos para fomentar el cumplimiento puntual del pago de impuestos de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

Descripción de la estrategia

Para incentivar el cumplimiento puntual del pago de impuestos de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo SUNAT debe realizar sorteos de premios exclusivamente para aquellos que pagan puntualmente, la oportunidad para realizar los sorteos es al finalizar las charlas tributarias; con esta estrategia se busca impulsar el pago puntual de las obligaciones tributarias.

ESTRATEGIAS N° 4

Difundir temas tributarios a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo por medios de comunicación masivos.

Descripción de la estrategia

Actualmente los medios de comunicación juegan un papel muy importante, es por ello que una de las mejores opciones para difundir información tributaria es la radio, televisión, diarios, revistas, folletos y redes sociales. Esta estrategia ha sido adoptada por la SUNAT, al insertar una página web llamada “Cultura Tributaria y aduanera”, en la que se puede apreciar algunos videos dinámicos, sin embargo, no todos los comerciantes saben de su existencia o simplemente no manejan redes sociales. Por ello aparte de difundir información por medio de internet, una alternativa eficiente sería introducir en los comerciales de la radio y televisión los pequeños videos tributarios, para que así no solo los comerciantes se vean beneficiados con esta información sino también la población en general.

ESTRATEGIAS N° 5

Realizar verificaciones y fiscalizaciones a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

Descripción de la estrategia

Con la finalidad de aumentar un mayor cumplimiento de obligaciones tributarias, periódicamente la SUNAT debería realizar verificaciones y fiscalización a los comerciantes con el objetivo primordial de orientarles a emitir comprobantes de pago al realizar una venta, así como también inducirles a reactivar su RUC, debido a los hallazgos encontrados no todos los comerciantes tienen activos sus RUC, y sin embargo siguen efectuando actividades comerciales. Si a pesar de haberles advertido sobre sus infracciones, el problema persiste se debe dar lugar a las sanciones correspondientes.

ESTRATEGIAS N° 6

Instalar una carpa móvil con el fin de orientar en temas tributarios a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

Descripción de la estrategia

Para una mejor orientación hacia los comerciantes una estrategia ideal, es instalar una carpa móvil, en la cual orientadores de la Administración Tributará deberán brindar información, y de esta manera los comerciantes podrán absolver sus dudas de manera inmediata, así como también ofrecer sugerencias en cuanto a la orientación.

ESTRATEGIAS N° 7

Difundir y promocionar el destino de los impuestos a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

Descripción de la estrategia

La mejor manera de promover la cultura tributaria en los comerciantes es motivándolos a pagar sus impuestos, la motivación debe estar fundamentada en la buena utilización y eficiencia de los impuestos para la mejora de la localidad en cuanto a educación, salud e infraestructura, es por ello que si se desea el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es difundiendo el gasto público.

PROPUESTA APLICADA

Orientación personalizada a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo para fomentar la cultura tributaria.

i. DATOS GENERALES

Participantes: Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Orientadora: Ipanaqué Cotrina Karen del Rocío

Lugar: Mercado Central de Chiclayo

ii. JUSTIFICACIÓN

El motivo de la siguiente propuesta es para incrementar la cultura tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo debido a las deficiencias encontradas en los resultados de la encuesta referente al grado de conocimientos tributarios;

de esta manera se busca promover y sensibilizar a los contribuyentes respecto al cumplimiento voluntario de sus Obligaciones Tributarias.

Durante el desarrollo del trabajo de investigación ha quedado evidenciado que las personas encuestadas necesitan de un asesoramiento personalizado con material didáctico que los ayude a entender acerca de temas referentes a la tributación, y sobre todo comprendan la importancia del pago de sus impuestos, es por esto que a continuación se detallará el contenido de la propuesta.

iii. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

Orientar de manera personalizada a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo para fomentar la cultura tributaria.

iv. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA

- Dar a conocer a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo la importancia de la Tributación, así como los tributos administrados por SUNAT.
- Explicar a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo sus derechos como contribuyentes, del mismo modo los requisitos, condiciones y Obligaciones Tributarias del Régimen Tributario al que pertenecen.
- Mencionar a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo las sanciones a las que pueden estar afectos en caso incumplan sus Obligaciones Tributarias.
- Mostrar a los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo el cronograma de pagos de Obligaciones Tributarias establecido por SUNAT.

v. RECURSOS

La orientación personalizada se dará de manera didáctica, para ello se utilizaron los siguientes recursos:

- Se elaboraron trípticos tributarios para cada contribuyente con términos sencillos, relacionados con el cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias.

vi. TEMARIO DE LOS TRIPTICOS TRIBUTARIA

CONTENIDO DEL TRIPTICO TRIBUTARIO	
	1. Importancia de la tributación.
	2. Tributos administrados por SUNAT.
	3. Derechos de los contribuyentes.
	4. Obligaciones Tributarias referentes a su Régimen Tributario.
	5. Sanciones Tributarias.
	6. Cronograma de pagos de Obligaciones Tributarias.

4. Nuevo RUS

Obligación: pago de una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos

Otras Obligaciones:

Emitir y entregar documentos que no permitan ejercer el derecho al crédito fiscal ni ser utilizados para sustentar gasto y/o costo para efectos tributarios:

- Boletas de venta,
- Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras

Exigir facturas y/o tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras u otros documentos autorizados que permitan ejercer el derecho al crédito fiscal o ser utilizados para sustentar gasto o costo para efectos tributarios de acuerdo a las normas pertinentes.

Sanciones Tributarias: En función al ingreso

Cuatro (4) veces el límite máximo de cada categoría de los ingresos brutos mensuales del (NRUS). $\times 0,6\%$

Categoría	Ingresos Brutos o Adquisiciones Mensuales	Cuota Mensual En S/.	MULTA
1	Hasta S/ 5,000	20	$(5,000 \times 4) \times 0,6\% = 120$
2	Más De S/ 5,000 HASTA S/ 8,000	50	$(8,000 \times 4) \times 0,6\% = 192$

Multa Mínima=207.50

Pago voluntario = 90% de rebaja.

SANCIÓN POR NO ENTREGAR COMPROBANTE DE PAGO				
INFRACCIÓN	SANCIÓN	FRECUENCIA		
Núm. 1 art. 174 del Código Tributario	Cierre	1ra oportunidad 3 días	2da oportunidad 6 días	3ra oportunidad 10 días

6. CRONOGRAMA DE PAGOS ESTABLECIDO POR SUNAT

PERIODO TRIBUTARIO	FECHA DE VENCIMIENTO SEGÚN EL ÚLTIMO DÍGITO DEL RUC						BUENOS CONTRIBUYENTES y UESP 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9
	0	1	2 y 3	4 y 5	6 y 7	8 y 9	
Ene-18	14 Feb	15 Feb	16 Feb	19 Feb	20 Feb	21 Feb	22 Feb
Feb-18	14 Mar	15 Mar	16 Mar	19 Mar	20 Mar	21 Mar	22 Mar
Mar-18	13 Abr	16 Abr	17 Abr	18 Abr	19 Abr	20 Abr	23 Abr
Abr-18	15 May	16 May	17 May	18 May	21 May	22 May	23 May
May-18	14 Jun	15 Jun	18 Jun	19 Jun	20 Jun	21 Jun	22 Jun
Jun-18	13 Jul	16 Jul	17 Jul	18 Jul	19 Jul	20 Jul	23 Jul
Jul-18	14 Ago	15 Ago	16 Ago	17 Ago	20 Ago	21 Ago	22 Ago
Ago-18	14 Sep	17 Sep	18 Sep	19 Sep	20 Sep	21 Sep	24 Sep
sep-18	15 Oct	16 Oct	17 Oct	18 Oct	19 Oct	22 Oct	23 Oct
Oct-18	15 Nov	16 Nov	19 Nov	20 Nov	21 Nov	22 Nov	23 Nov
Nov-18	14 Dic	17 Dic	18 Dic	19 Dic	20 Dic	21 Dic	24 Dic
Dic-18	15 Ene-19	16 Ene-19	17 Ene-19	18 Ene-19	21 Ene-19	22 Ene-19	23 Ene-19

hablemos de tributación

Guía Tributaria
Comienza sus Obligaciones Tributarias



OBLIGACIONES TRIBUTARIAS



1. Importancia de la tributación.
2. Tributos administrados por SUNAT.
3. Derechos de los contribuyentes.
4. Obligaciones Tributarias referentes a su Régimen Tributario.
5. Sanciones Tributarias.
6. Cronograma de pagos de Obligaciones Tributarias.

Figura 22. En esta figura se observa la primera sección del tríptico.

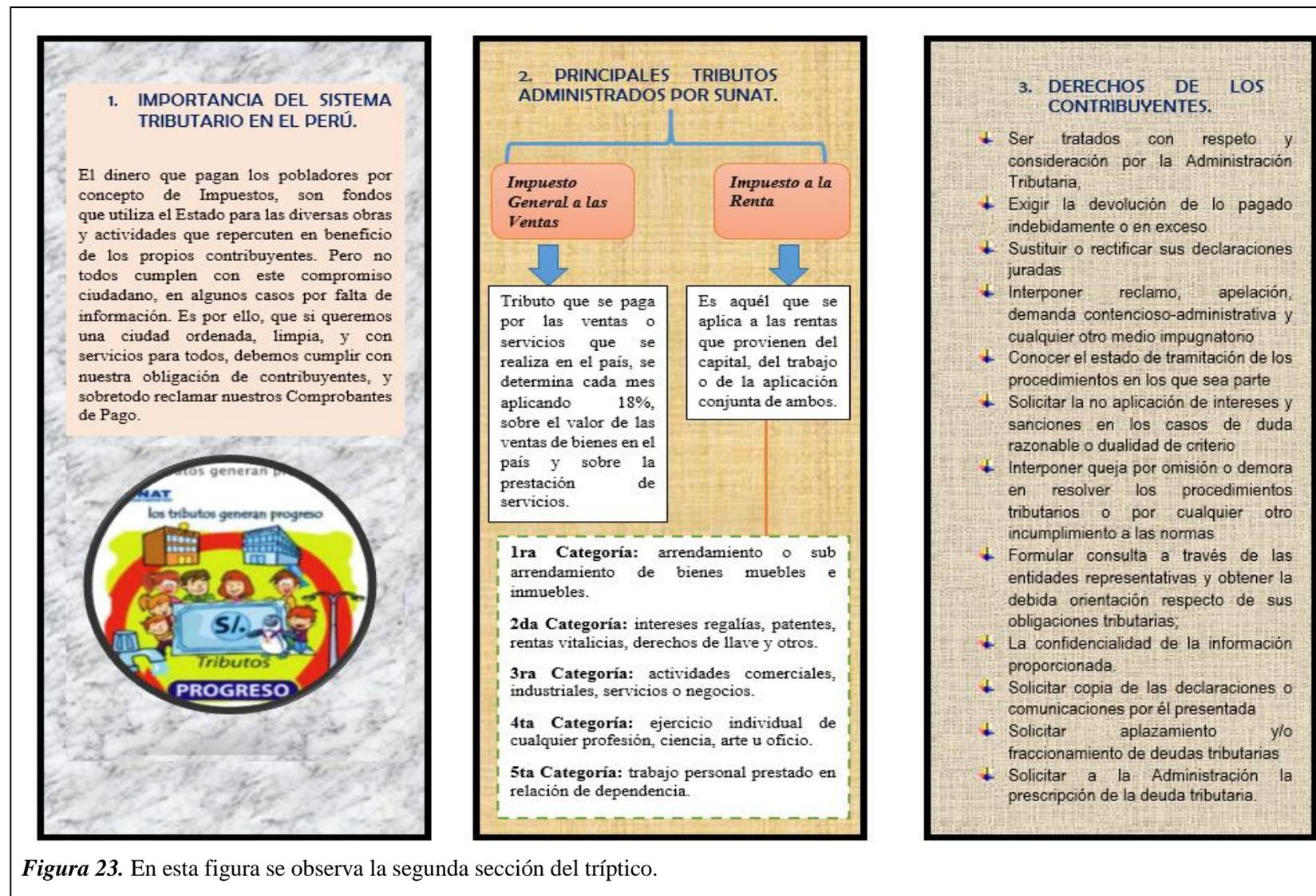


Figura 23. En esta figura se observa la segunda sección del tríptico.

vii. IMPACTO

Al aplicar la propuesta se logró:

En los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo:

- Incrementar el conocimiento en temas tributarios
- Promover el cumplimiento voluntario de Obligaciones Tributarias.

En la investigadora:

- Análisis de la problemática tributaria de los Comerciantes de la Sección Ropa del Mercado Central de Chiclayo.
- Mejorar grado de conocimientos en materia tributaria.
- Plantear soluciones para atenuar la problemática.

viii. PRESUPUESTO

RECURSO HUMANO: CAPACITACIONES			
PERSONAL	VALOR POR HORA	CÁLCULO	VALOR TOTAL
EXPOSITOR	s/.15.00	2 horas x 4 semanas= s/.8.00	s/. 96.00
		s/. 8.00 x 12meses= s/.96.00	
TOTAL			S/3,840.00

MATERIALES DIDÁCTICOS: CAPACITACIONES			
MATERIALES	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GUIAS TRIBUTARIAS	80	0.5	80 x 0.5 x 48 = s/. 1920.00
TRIPTICOS	80	0.3	80 x 0.3 x 48 = s/. 1152
TOTAL			S/3,072.00

CARPA MÓVIL			
MATERIALES	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GUÍAS TRIBUTARIAS	80	0.5	40
TRÍPTICOS	80	0.3	24
BOLETINES	80	0.3	24
REVISTAS	80	1	80
SILLA	1	90	90
ESTANTERÍA	1	120	120
TOTAL			S/378.00

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS					
PUBLICIDAD	N° DE CAMPAÑAS MENSUALES	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	MESES	VALOR TOTAL
RADIO	10	12	120	5	600
TELEVISIÓN	4	35	140	5	700
TOTAL					S/1,300.00

CUADRO RESUMEN DE COSTOS	
ITEM	CANTIDAD
RECURSO HUMANO: CAPACITACIONES	S/3,840.00
MATERIALES DIDÁCTICOS: CAPACITACIONES	S/3,072.00
CARPA MÓVIL	S/378.00
CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	S/1,300.00
TOTAL	S/8,590.00

ix. IMPACTO TRIBUTARIO

CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS						
ITEM	SITUACIÓN ACTUAL		IMPLEMENTANDO LA PROPUESTA		VARIACIÓN	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTUAL
ESTADO DE RUC ACTIVO	50	62.50%	80	100%	30	37.50%
EXIGEN COMPROBANTE DE PAGO AL HACER UNA COMPRA	13	16.30%	80	100%	67	83.75%
EMITE COMPROBANTE DE PAGO	28	35.00%	80	100%	52	65.00%
DECLARACIÓN Y PAGO DE IMPUESTOS	50	62.50%	80	100%	30	37.50%
ATRASO DE CUMPLIMIENTO DE O.T.	28	35.00%	0	100%	-28	100%

RECAUDACIÓN TRIBUTARIA				
ITEM	SITUACIÓN ACTUAL		IMPLEMENTANDO LA PROPUESTA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
PAGO MENSUAL DE IMPUESTOS	50 comerciantes x s/. 50 mensuales = 2500 * 12 meses = 30000	62.5%	80 comerciantes x s/. 50 mensuales = 4000 * 12 meses = 48000	100%
TOTAL	S/. 30000		S/. 48000	

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

La cultura tributaria de los comerciantes de la sección ropa del mercado central de Chiclayo se encuentra en un bajo nivel por lo que influye significativamente en torno a desfavorecer el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes.

El grado de conocimientos de los comerciantes de la sección ropa del mercado central de Chiclayo se encuentra en un nivel deficiente, ya que se pudo examinar que gran parte de los encuestados no tiene los conocimientos esenciales en materia tributaria para cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias.

Las actitudes y percepciones de los encuestados en general son negativas en relación al pago de impuestos, debido a que perciben que el dinero recaudado por impuestos no está siendo utilizado eficientemente para el desarrollo y crecimiento del país.

El nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes de la sección ropa del mercado central de Chiclayo es bajo, puesto que se determinó que respecto a sus obligaciones formales, el 100% se encuentra formalmente inscritos en el RUC, sin embargo un porcentaje se encuentra con estado de baja, suspensión temporal y suspensión definitiva, por ende dicho porcentaje no cumple con la obligación sustancial del pago de sus impuestos a pesar de realizar actividades comerciales; del mismo modo gran parte de los encuestados no exige ni emite comprobante de pago al momento de realizar una compra o venta respectivamente.

5.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Administración tributaria, fomentar la cultura tributaria en los comerciantes de la sección ropa del mercado central de Chiclayo, por medio de capacitaciones constantes para la sensibilización del cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Es indispensable mejorar el nivel de conocimientos tributarios de los comerciantes de la sección ropa del mercado central de Chiclayo, para que tengan un conocimiento claro de cuáles son sus derechos y obligaciones como contribuyentes, esto se logra mediante la difusión de información adecuada y metódica por parte de la SUNAT hacia los comerciantes, ya que como se analizó la mayoría solamente curso hasta el nivel de secundaria y no comprende los términos técnicos utilizados en las normas tributarias, es por ello que el estado también debería considerar incluir dentro de la malla curricular de los estudiantes del grado de primaria y secundaria un curso referente a materia tributaria, ya que sería muy útil promover la cultura tributaria desde ese nivel.

Se recomienda a la Administración tributaria trabajar en su imagen como institución, para que los comerciantes y en general todos los contribuyentes, sientan motivación para cumplir con sus obligaciones tributarias y cambien sus percepciones y actitudes negativas hacia el pago de impuestos.

Para aumentar el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias, en primer lugar, se debe realizar una fiscalización a los comerciantes de la sección ropa del mercado central de Chiclayo, debido a que hay contribuyentes que no emiten comprobantes de pago por lo que se estaría incurriendo en una infracción al omitir ventas, asimismo se debe brindar mayor conocimiento sobre el cronograma de pagos para que los comerciantes puedan cumplir con el pago de impuestos oportunamente.

REFERENCIAS

- Arroyo, M., Espinosa, F. y Amezcua, E. (2014). La Concientización Fiscal de los contribuyentes, como base para formar la Cultura Tributaria en México. *Ciencia Administrativa*. Pp. 144-145. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/12/14CA201402.pdf>
- Ordoñez, R., y Tenesaca, M. (2014). *La cultura tributaria desde la informalidad de los comerciantes de la Bahía de Guayaquil*. YACHANA, 3(2), 79-80. Recuperado de: <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/viewFile/20/15>
- Sarduy González, Mariuska, & Gancedo Gaspar, Idania. (2016). La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver. *Cofin Habana*, 10(1), 113-125. Recuperado en 28 de octubre de 2017, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612016000100010&lng=es&tlng=es.
- Amasifuen, M. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Accountig power for Business*. I(1). 73,89. Recuperado de: https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898/866
- Vilca, B., Medina, E. y Carbajal, N. (2015). Cultura Tributaria Y Conciencia Tributaria en el distrito de Arequipa. *Revista de Investigación Franciscana*. N° 002, 21. Recuperado de: http://uasf.edu.pe/RevistasBD.php?cod_publicacion=62
- Laura, M., Limache, M., Lindo, G. y Santos, M. (2011). Cultura tributaria y conciencia tributaria en el Distrito de Pilcomayo. *Revista científica estudiantil Innovación Contable*. 1(1). 93. Recuperado de: http://www.uncp.edu.pe/sites/uncp.edu/files/institucional/oficina/investigacion/publicaciones/innovacion_contable.pdf
- 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 Chiclayo, Perú*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo-Perú.

- Vargas, M. y Romero, M. (2013). *La Cultura Tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la Bahía “Mi Lindo Milagro” del Cantón Milagro* (Tesis de pregrado). Universidad Estatal de Milagro. Milagro-Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/708/3/La%20cultura%20tributaria%20y%20su%20incidencia%20en%20el%20cumplimiento%20de%20las%20obligaciones%20en%20los%20comerciantes%20de%20la%20bah%C3%ADa%20E2%80%9CMi%20Lindo%20Milagro%20del%20Cant%C3%B3n%20Milagro..pdf>
- Villa Muzio & Asociados (2014). *¿Qué son las rentas y cuáles son sus categorías?* Lima-Perú. Recuperado de: <http://estudiocontablevmc.pe/que-son-las-rentas-y-cuales-son-sus-categorias/>
- Moreira, L., y Amaguaya, J. (2016). *La Cultura Tributaria y las Obligaciones Fiscales de los negocios informales de Guayaquil*. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil. Guayaquil-Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10601>
- Celi, O., y Masache, M. (2013). *Nivel de cultura tributaria en la ciudad de Loja*. (Tesis de titulación). Universidad Técnica Particular de Loja. Loja-Ecuador. Recuperado de: http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7995/1/Celi_Ojeda_Gladys_Elizabet_h_Marin_Masache_Gabriela_Katherine.pdf
- Camacho, A. y Patarroyo, Y. (2017). *Cultura tributaria en Colombia*. (Tesis de pregrado). Universidad Minuto de Dios. Bogotá-Colombia. Recuperado de: <http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1>
- Coque, P. (2013). *Incidencia en la cultura tributaria, del pago de los impuestos, de los comerciantes de la calle “J” Solanda. Propuesta: guía tributaria, sobre el pago de los impuestos vigentes, enfocado en los pequeños comerciantes de la calle “J” en el barrio de Solanda*. (Tesis de pregrado). Universidad Central del Ecuador. Quito-Ecuador. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1902/1/T-UCE-0010-284.pdf>

- Tapia, G. V. (2013). *La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones de las personas naturales obligadas a llevar contabilidad de la ciudad de Macas*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Cuenca. Macas-Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/reducacue/5777/1/Tapia%20Arichabala%20Gilda%20V..pdf>
- Tirape, M. y Velastegui, M. (2016). *Incidencia de la Cultura Tributaria en el sector informal de la Provincia de Santa Elena, Año 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil-Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7011/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-182.pdf>
- Castillo, Y. (2016). *Cultura tributaria y su efecto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias con el gobierno local en el Distrito de La Esperanza, Sector Central, al Año 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Trujillo- Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/339/castillo_qy.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Burga, M. (2015). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014*. (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima-Perú. Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga_ame.pdf
- Bolaños, J. y Trauco M. (2016). *Cultura Tributaria e Influencia en la disminución de infracciones más frecuentes del Código Tributario Por los Contribuyentes Régimen General SUNAT Cajamarca 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte. Cajamarca-Perú. Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10651/Mar%C3%ADn%20Bola%C3%B1os%2c%20J%C3%BAver%20Edgar%20-%20Trauco%20Huam%C3%A1n%2c%20Miguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calsina, H. (2015). *Cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria - periodo 2013*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Del Altiplano. Puno-Perú.

Recuperado de:
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1869/Calsina_Aguilar_Helfer_Valois.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tarazona, I., y Veliz, S. (2016). *Cultura Tributaria en la formalización de las Mypes, Provincia de Pomabamba – Ancash Año 2013 (Caso: Micro Empresa T&L S.A.C.), (Tesis de pregrado)*. Universidad de Ciencias y Humanidades. Ancash-Perú.

Recuperado de:
<http://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/uch/60/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20LA%20FORMALIZACION%20DE%20LAS%20MYPES%20PROVINCIA%20DE%20POMABAMBA-%20ANCASH%20A%C3%91O%202013.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Choquecahua, S. (2016). *Cultura Tributaria y su incidencia en el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias de los empresarios de Mypes en el emporio comercial Gamarra, Periodo 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Callao. Callao-Perú.

Gonzales, T. y Larrea, M. (2013). *Campaña de sensibilización para incrementar la cultura tributaria de los microempresarios comerciales del mercado modelo, Chiclayo 2013*. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel-Perú.

Bances, Y. y Chávez, A. (2013). *Programa de capacitación tributaria para incrementar la cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo sección ropa - Chiclayo 2013*. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel-Perú.

Eneque, M. (2015). *“Propuesta de un programa de orientación tributaria para la disminución de las infracciones en las Mypes en el sector comercial del mercado modelo de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2015”*. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel-Perú.

Hernández, R., (1998). La cultura tributaria frente a la cultura empresarial: propuesta para alcanzar una conciliación fiscal. *Revista de Ciencias Sociales*, 4(1), 44-48.

Gan, F., y Triginé, J., (2012). *Cultura de empresa y gestión de cambios*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

Solórzano, D., (s.f). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú.* p.7, 11,12. Recuperado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)

TUO del Código Tributario, Decreto Supremo N° 135-99. Art. N° 1 del Libro Primero (2013). Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/fdetalle.html>

SUNAT (2013). *Concepto, Tasa y Operaciones Gravadas – IGV.* Perú. Recuperado de: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-general-a-las-ventas-igv-empresas>

SUNAT (2013). *Tributos que administra.* Perú. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/tributosadministra.html>

Diario Gestión. (6 de abril 2018). *¿Cuáles son los regímenes tributarios?* Recuperado de: <https://gestion.pe/tu-dinero/son-regimenes-tributarios-230871>

Timaná y Pazo (2014). *Pagar o no pagar es el dilema: las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima Metropolitana.* Universidad ESAN. Lima-Perú. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/Pagar%20o%20no%20pagar%20para%20Cecosami.pdf>

Apaza y Bonifacio (2017). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Central del Distrito de Paruro, Cusco- 2017. (Tesis de pregrado).* Universidad Peruana Unión. Recuperado de: <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1081>

ANEXOS

ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
<p>GENERAL</p> <p>¿Cuál es la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>¿Cuál es el nivel de conocimientos en temas tributarios de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017</p> <p>¿Cuáles son las percepciones y actitudes frente a sus obligaciones tributarias de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017.</p> <p>¿Cuál es el nivel de cumplimiento de obligaciones formales y sustanciales de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias de los comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>Diagnosticar los conocimientos en temas tributarios de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017.</p> <p>Analizar las percepciones y actitudes frente a sus obligaciones tributarias de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017.</p> <p>Examinar el nivel de cumplimiento de obligaciones formales y sustanciales de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017.</p> <p>Proponer estrategias que ayuden a mejorar la cultura tributaria de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo.</p>	<p>H1: La cultura tributaria de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017, incide significativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.</p> <p>H0: La cultura tributaria de los comerciantes de la sección ropa mercado central de Chiclayo 2017, no incide significativamente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>Cultura tributaria</p> <p>Variable Dependiente:</p> <p>Cumplimiento de Obligaciones Tributarias</p>	<p>Conocimientos Tributarios.</p> <p>Percepciones y actitudes frente a sus obligaciones tributarias</p> <p>Obligaciones formales.</p> <p>Obligaciones sustanciales</p>	<p>Nivel de conocimientos tributarios.</p> <p>%Percepciones y actitudes positivas frente a las obligaciones tributarias.</p> <p>%Percepciones y actitudes negativas frente a las obligaciones tributarias</p> <p>% Inscripción en el RUC.</p> <p>% Emisión de comprobante de pago.</p> <p>% Declaración oportuna de tributos.</p> <p>% Pago oportuno de tributos.</p>	<p>Observación:</p> <p>Guía de observación</p> <p>Análisis documental</p> <p>Encuesta:</p> <p>Guía de cuestionario</p>

ANEXO N°2: GUÍA DE CUESTIONARIO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD

GUÍA DE CUESTIONARIO

La incidencia de la Cultura Tributaria en el Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias: Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017.

Objetivo: Determinar la incidencia de la cultura tributaria en el Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo 2017.

Buenos días/tardes. El presente Cuestionario es estrictamente confidencial y va dirigido a los Comerciantes de la Sección Ropa Mercado Central de Chiclayo.

Agradecemos por su colaboración.

INSTRUCCIONES: Considere la respuesta correcta marcando con una **X**

I. Datos del encuestado

Género	Edad	Grado de Instrucción
<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> 18-32 <input type="checkbox"/> 48-62	<input type="checkbox"/> Primaria
<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> 33-47 <input type="checkbox"/> 63-80	<input type="checkbox"/> Secundaria
		<input type="checkbox"/> Superior

II. Cuestionario

2.1. ¿Conoce los tributos administrados por SUNAT?

- Mucho
- Poco
- Nada

2.2. ¿Conoce sus obligaciones Tributarias?

- Mucho
- Poco
- Nada

2.3. ¿En qué régimen tributario está su negocio?

- NRUS
- RER
- RMYPE
- Régimen General
- No sabe

2.4. Conoce los requisitos y condiciones del Régimen Tributario al que pertenece?

- Mucho
- Poco
- Nada

2.5. ¿Conoce el cronograma de pagos establecido por la SUNAT?

- Mucho
- Poco
- Nada

2.6. ¿Conoce sus derechos y obligaciones tributarias como contribuyente?

- Mucho
- Poco
- Nada

2.7. ¿Conoce las sanciones a las que puede estar afecto en caso incumpla con sus Obligaciones Tributarias?

- Mucho
- Poco
- Nada

2.8. ¿Es importante el pago de impuestos para el desarrollo del país?

- Mucho
- Poco
- Nada

2.9. ¿Cuánto crecimiento y desarrollo económico del país percibe con el pago de impuestos?

- Mucho
- Poco
- Nada

2.10. ¿Está de acuerdo con la siguiente frase “La falta de honradez de algunos contribuyentes no es excusa para que otros dejen de pagar sus tributos”?

- Mucho
- Poco
- Nada

2.11. ¿Si la ley no obligará a pagar el impuesto a la Renta e IGV, pagaría de manera voluntaria?

- Siempre
- A veces
- Nunca

2.10. ¿Se encuentra inscrito en el RUC?

- Sí
- No

2.11. Al hacer una compra ¿Exige comprobante de pago?

- Siempre
- A veces
- Nunca

2.14. Al momento de realizar una venta. ¿Emite comprobante de pago?

- Siempre
- A veces
- Nunca

2.15. ¿Cumple con la declaración y pago de sus impuestos de IGV-Renta?

- Siempre
- A veces
- Nunca

2.16. ¿Con qué frecuencia considera usted que se atrasa en sus pagos de IGV-Renta?

- Siempre

A veces

Nunca

2.17.¿Considera que SUNAT brinda información comprensible a los contribuyentes respecto a sus Obligaciones Tributarias?

Siempre

A veces

Nunca

2.18.¿De qué manera le gustaría recibir capacitaciones en temas tributarios?

Charlas Presenciales

Capacitaciones Virtuales

Folletos.

ANEXO N°3: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Mg. CPC *Florio Ignacio Forzón Ayala*, Contador Público Colegiado y Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (Guía de Cuestionario) elaborada por: Karen del Rocío Ipanaqué Cotrina, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "LA INCIDENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS: COMERCIANTES DE LA SECCIÓN ROPA MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO 2017".

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Pimentel, *26* de *Abril* del 2018


FIRMA
NOMBRE DOCENTE:
DNI: *43319426*

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Mg. CPC *Carlos Alberto Olivos Campos*, Contador Público Colegiado y, Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (Guía de Cuestionario) elaborada por: Karen del Rocío Ipanaqué Cotrina, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "LA INCIDENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS: COMERCIANTES DE LA SECCIÓN ROPA MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO 2017".

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Pimentel, 27 de Abril del 2018



FIRMA
NOMBRE DOCENTE
DNI 16406409

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Mg. CPC *Adriano Ramirez Echeandía* Contador Público Colegiado y Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (Guía de Cuestionario) elaborada por: Karen del Rocío Ipanaqué Cotrina, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "LA INCIDENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS: COMERCIANTES DE LA SECCIÓN ROPA MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO 2017".

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Pimentel, *26* de *Abril* del 2018

FIRMA
NOMBRE DOCENTE:

DNI:

43068346

ANEXO N°4: PUESTOS DE LA SECCIÓN ROPA DEL MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO

CENTRO DE GESTION TRIBUTARIA DE CHICLAYO
MERCADO: CENTRAL
RELACION DE PUESTOS GIRO ROPA



Contribuyente	Mercado	CodGiro	Giro
CARBAJAL GRAVELLO-CARMEN LILIANA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ZELADA CHIROQUE-WILDER	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
PISFIL QUIROZ-INGRID CATHERINE	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
JIMENEZ DOMINGUEZ-HAYDEE	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
TIMANA CHAPOÑAN-ROSA ELVA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
PEÑA DE REYES-LEONILA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
REYES PEÑA-LUZ ANGÉLICA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
VELEZMORO PEÑA-MARGARITA AURORA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
VALENCIA NUÑEZ-ORFELINDA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CHIROQUE TINEO-ETELVINA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SANCHEZ COLLAZOS-BERTHA SOLEDAD	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ROJAS LAURE-JORGE LUIS	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CHIROQUE TINEO-FREDESVIDA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ROJAS LAURE-JORGE LUIS	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ARRIOLA JIMENEZ-ANDRES ROMAN	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
BONILLA CESPEDES-GLORIA MARGARITA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CAMACHO BRITO-DORALIZA ELVIRA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
JUAREZ DE COBEÑAS-SIMONA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
HUAMAN CABANILLAS-CARMEN ROSA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
BALCAZAR GUERRA VDA DE WONG-LUISA LUZMILA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ALARCON BONILLA-KARINA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SUC.INDIVISA GALENO SANCHEZ-MARIA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
AQUINO CHICOMA-MARIA MARTHA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
AQUINO CHICOMA-MARIA MARTHA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ALARCON BONILLA-ROGER	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ALARCON BONILLA-ROGER	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
AYALA CESPEDES-GUILLERMO LARRY	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MUÑOZ VASQUEZ-MARIA ERCILA	Mcdto Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller

MERINO VARGAS-DELSY ANGELITA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
VERASTEGUI CASTRO-ROSA LYDIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
FERNANDEZ SALAZAR-JESSICA KARINA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
FERNANDEZ SALAZAR-JESSICA KARINA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
REYES IRIGOIN-JENNY ELIZABETH	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
BARCO DE VENTURA-OLINDA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SERRATO DE MAYANGA-JUANA ELVA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SERRATO DE MAYANGA-JUANA ELVA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
GONZALES FLORES-MARIA IDA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
GONZALES FLORES-MARIA IDA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ACUÑA ROMERO-JIMMY ROBERT	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
JULCA JULCA-EMPERATRIZ	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MANAY MUNDACA-ELVA MARGARITA Y ROSA NELY	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MANAY MUNDACA-ELVA MARGARITA Y ROSA NELY	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CUBAS MUÑOZ-LUZ ELENA E HIJOS	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CUBAS MUÑOZ-LUZ ELENA E HIJOS	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CANARIO BECERRA-OFELIA YSABEL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
URTEAGA BOY-RAQUEL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SIALER BRAVO-CRISTINA ENRIQUETA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ENEQUE ATENCIO-MANUEL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CONDOR MONDRAGON-ROSA YOLANDA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CARRILLO SECLÉN-SILVIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
BARRUETA CANCINO-EDWIN	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
NEPO CHERO-ROSA ELIZABETH	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ORDINOLA VELA-DIANA ELIZABETH	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ORDINOLA VELA-DIANA ELIZABETH	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
VIDAURRE MARCHAN-MARIA JESUS	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SANTISTEBAN CHAFLOQUE-PERLA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
PUICAN JIMENEZ-MARITZA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
PUICAN JIMENEZ-MARITZA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
GUZMAN BIANCHI-ANA MARIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
GUZMAN BIANCHI-ANA MARIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
QUISPE NORIEGA-LUZ MARISOL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller


Jorge Luis Manja Odar
 DNI. 80483157
 DEPARTAMENTO DE COBRANZAS

GARCIA PEÑA-JUANA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SILVA BURGA-DALILA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
NEYRA VASQUEZ-ALICIA ISABEL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
VEGA CARRASCAL-DORIS ALDONIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
GAVIDIA CORONEL-OCTAVILA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
VILLACORTA AYALA-CARMEN	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MONTEZA CONDOR-LUCILA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ZULOETA DIAZ-MARIA LUISA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ZULOETA DIAZ-MARIA BACILIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CHAVEZ VEGA-MARIBEL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SECLÉN GARCIA-BLANCA AZUCENA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
TARRILLO CORONEL-SEGUNDO LEONIDAS	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ARRIOLA MILIAN-JUANA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
LEON HEREDIA-GRACIELA VIOLETA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MARTINEZ MONJA-IRENE	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
GAVIDIA CORONEL-ISULINA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
GAVIDIA CORONEL-ADELMO RUBEN	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ROJAS OCAÑA-MILAGROS MILENA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ESCOBAR IBAÑEZ-ZOILA TRINIDAD	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
VASQUEZ DE NEIRA-ROSA CECILIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
VASQUEZ DE NEIRA-ROSA CECILIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
QUEPUY ZUÑIGA-RICARDO MANUEL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CARRANZA VENTURA-SERGIO	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
JULCA CHAMBA-ROGELIO	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SANTACRUZ FERNANDEZ-CAMILA MARGARITA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
OÑA VDA QUEPUY-MARIA TERESA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CHANDUVI SANTUR-NORMA ESTHER	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
GONZALES DIEZ-OLGA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
DAVILA DIAZ-CARLOS ADOLFO	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
PAZ NEYRA-ZENOBIA YSABEL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MEJIA VENEGAS-JAVIER DEMETRIO	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CHUNGA CHIMOY-ROSA ISABEL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CHUNGA CHIMOY-ROSA ISABEL	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller


Jorge Luis Menjá Odar
 DNI. 80483157
 DEPARTAMENTO DE COBRANZAS

RIOJAS BRICEÑO-ELVA DORIS	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
DELGADO ROSALES-MARIA ANGELINA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
NUÑEZ CHIROQUE-JUANA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ALVA REBAZA-MARIA TERESA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
RAMIREZ ESPINOZA-LUISA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
PINTADO ZURITA-FREDESVIDA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
QUIROZ VIDARTE-MARIA HAIDEE	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
QUIROZ VIDARTE-MARIA HAIDEE	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
FERNANDEZ RAMOS-OLGA BETSABE	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MUNDACA PAZ-ROXANA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
AYEN DIAZ-YOLANDA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
AYEN DIAZ-YOLANDA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MUNDACA PAZ-ROXANA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
QUIROGA RUFINO-KARITO ELIZABETH	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MONTEZA PAZ-MARIA MARTHA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MONTEZA PAZ-MARIA MARTHA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
MEJIA VENEGAS-JAVIER DEMETRIO	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ALARCON ALARCON-GUZMAN	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
NUÑEZ CHIROQUE-JUANA YULIANA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
DORREGARAY VALDIVIESO-NORA LUZ	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ROJAS OCAÑA-WILLIAM RICARDO	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ALFARO BURGA-MARCO ANTONIO	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ALFARO BURGA-MARCO ANTONIO	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SANTAMARIA BECERRA-FRANK JHONATAN	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
SANCHEZ PEREZ-MARLENI	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
FERNANDEZ CHAVESTA-ROSA AMELIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
FERNANDEZ CHAVESTA-ROSA AMELIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
CORNEJO SENMACHE-ALABINIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
WONG VARGAS-SUSANA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
FIGUEROA CUBAS-ALEJANDRO	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
FERNANDEZ DE FIGUEROA-ROSA AMELIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
ZAPATA RUFINO-MARIA PETRONILA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller
BECCERRA OLIVERA-ANA MARIA	Mcdo Central	00032	Ropa (de adultos o niños) – taller


Jorge Luis Mejía Odar
 DNI. 80483157
 DEPARTAMENTO DE GOBIERNO

ANEXO N°5: FOTOS ENCUESTANDO Y ORIENTANDO

