FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE RENTAS DE PRIMERA CATEGORIA EN LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL EL MOLINO I DE LA CIUDAD DEL CUSCO - 2017

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

Autor:

Bach. Ríos Duran, Javier Jesús

Asesora:

Mg. Suárez Santa Cruz, Liliana Del Carmen

Línea de investigación:

Tributación

Pimentel – Perú

2018

CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE RENTAS DE PRIMERA CATEGORIA EN LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL EL MOLINO I DE LA CIUDAD DEL CUSCO – 2017

APROBACIÓN DE TESIS

Mg. Suárez Santa Cruz, Liliana Del Carmen
Asesor

Mg. Portella Vejarano Huber Arnaldo
Presidente de Jurado

Mg. Chapoñan Ramirez Edgard
Secretario de Jurado

Mg. Vasquez Machuca Segundo Norbi
Vocal de Jurado

2018

DEDICATORIA

Con mucho cariño y amor a mis padres: quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo, en todo momento.

A mis hermanos(as): Ludolfo, Brayan y Sara por su permanente apoyo moral incondicional y su optimismo en este reto intelectual y la comprensión durante mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios infinitamente por la vida y por colocar en nuestro caminar personas maravillosas. Por darnos sabiduría y fuerza para culminar esta etapa académica. Por permitirnos ejercer la más hermosa y noble de las profesiones.

Expreso mi agradecimiento a la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN, a la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad y a los catedráticos por haber aportado a mi formación profesional una serie de valores éticos, morales e intelectuales así como sus consejos y recomendaciones impartidas a lo largo de mi vida universitaria.

A la docente asesora CPC. LILIANA DEL CARMEN SUÁREZ SANTA CRUZ por su apoyo, comprensión y oportunas sugerencias en la elaboración del presente trabajo de investigación.

A todos los familiares y amigos con quienes compartí conversaciones y opiniones, y que hoy se alegran de ver que este proceso llegó a su fin.

RESUMEN

El presente trabajo denominado “Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial EL MOLINO I de la ciudad del cusco – 2017”, es una investigación que nos permitió determinar y analizar la incidencia que tiene la cultura tributaria en el debido cumplimiento de sus obligaciones tributarias de renta de primera categoría.

Por ello la relevancia de este trabajo de investigación se pone de manifiesto que debemos tomar conciencia de que nuestro país progresara a medida nosotras como futuros profesionales y buenos ciudadanos contribuyamos pagando los impuestos en forma eficiente, con eficacia y de forma oportuna y del mismo modo el rol fundamental que cumple en que se imparta una cultura tributaria a la población.

Así mismo, la metodología empleada en el presente trabajo de investigación es de tipo descriptiva- explicativa, permitiendo aplicar la técnica de encuesta a los comerciantes del centro comercial MOLINO I de acuerdo a nuestra muestra tomada.

Se concluye que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial EL MOLINO I, es bajo y es percibido como la falta de difusión y/o capacitación por parte de la SUNAT.

Palabras claves: Cultura tributaria, obligaciones tributarias, renta de primera categoría.

ABSTRACT

The present work called "Tax Culture and its incidence in the fulfillment of income of first category in the merchants of the shopping center MOLINO I of the city of Cusco - 2017", is an investigation that allowed us to determine and analyze the incidence that the tax culture in the due fulfillment of its tax obligations of first category income.

Therefore the relevance of this research shows that we must become aware that our country will progress as we as future professionals and good citizens contribute by paying taxes efficiently, effectively and in a timely manner and in the same way fundamental role that fulfills in which a tax culture is imparted to the population.

Likewise, the methodology used in this research work is descriptive-explanatory, allowing the survey technique to be applied to the merchants of the MOLINO I shopping center according to our sample taken.

It is concluded that the level of tax culture of the merchants of the MOLINO I shopping center is low and is perceived as the lack of dissemination and / or training by the SUNAT.

KEYWORDS: Tax culture, tax obligations, first category income.

INDICE

DEDICATORIA ii
AGRADECIMIENTO iii
RESUMEN iv
ABSTRACT v
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN 9
1.1. Realidad problemática 10
1.2. Trabajos previos 12
1.3. Teorías relacionadas al tema 17
1.4. Formulación del problema 37
1.5. Justificación e importancia del estudio 37
1.6. Hipótesis. 38
1.7. Objetivo de la investigación 38
1.7.1. Objetivo General 38
1.7.2. Objetivo Específicos 38

CAPITULO II: MATERIAL Y MÉTODO 39
2.1. Tipo y diseño de la investigación. 40
2.2. Población y muestra. 40
2.3. Variables, operacionalización 41
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. 42
2.5. Procedimiento de análisis de datos. 43
2.6. Criterios éticos. 43
2.7. Criterios de rigor científico. 44

CAPÍTULO III: RESULTADOS 46
3.1. Tablas y Figuras. 46
3.2. Discusión de resultados 70
3.3. Aporte Científico 72

CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES **81**
Conclusiones **81**
Recomendaciones **82**
Referencias **83**
ANEXOS **87**
Anexo A **87**
Anexo B **91**

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

1.1.1. A nivel internacional

La cultura tributaria desde una vista más global viene a través de "La lucha contra la evasión tributaria y el contrabando constituye hoy en día un tema central en las agendas políticas de los países latinoamericanos, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica, en las estrategias de desarrollo y en la gobernabilidad en general (…) Es necesario desarrollar una cultura tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos. Un mayor nivel de conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, junto a una percepción de riesgo efectivo por el incumplimiento, permitirá a los países de la región disminuir los elevados índices de evasión y contrabando existentes." (CORTAZAR, 2016)

Por otra parte "La generación de cultura tributaria tiene una contrapartida, se ha determinado que los contribuyentes dejarían de eludir y evadir, si el Estado utilizara correctamente sus tributos. Frente a un Estado con visos de corrupción, la generación de cultura no avanza, se encuentra estancada" (HERNANDEZ, 2006)

1.1.2. A nivel nacional

En el Peru AMASIFUEN (2015) afirma que ningún peruano debe estar exceptuado por ninguna razón de pagar sus impuestos. Para llevar adelante la Cultura Tributaria basada en los valores de vida, se tendrán que cambiar algunas leyes y aprobar otras. La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. El elevado nivel de conciencia tributaria hará de nuestro Perú, un país diferente con muchas oportunidades de progreso para nuestros hijos donde se reduzca o anule la evasión tributaria.

Por otra parte el incumplimiento de obligaciones tributarias "por su naturaleza debe ser atacada de raíz, para ello es de mucha necesidad la aplicación de una agresiva cultura tributaria, que se comprometa con la educación tributaria, inculcando el reconocimiento de valores básicos de la ciudadanía y la sociedad, implantando estos conceptos en los alumnos de la Educación Básica Regular" (ZOLORZANO, 2012)

1.1.3. A nivel local

La Ciudad del Cusco no se encuentra ajeno a los cambios económicos, en el Cusco se ha establecido centros comerciales como Real Plaza y Tottus, que cuentan con una estructura económica diferente, puesto que son empresas formales, generan puestos de trabajo, brinda una mayor seguridad en cuanto a los productos que ofrecen, cuenta con seguridad, una infraestructura que responde a las normas técnicas de construcción, etc. Siendo estos los competidores directos de los diferentes centros comerciales de la Ciudad del Cusco, como se puede mencionar el centro comercial EL MOLINO I quien, a tenido repercusiones en cuanto a la generación de sus utilidades, muchas veces evadiendo sus obligaciones tributarias como la Renta de primera categoría debido a la falta de conocimiento de las normas tributarias.

El cumplimiento de la obligación tributaria, en renta de primera categoría, es un fenómeno económico que distorsiona las metas fiscales, puesto que en la actualidad solamente un porcentaje de propietarios de bienes inmuebles del centro comercial El MOLINO I en este régimen han formalizado su situación tributaria, el restante no declara los ingresos percibidos por arrendamiento y sub arrendamiento.

La asociación de comerciantes del Centro comercial el Molino I, en la actualidad cuenta con 971 stands donde laboran los comerciantes, de los cuales una parte de estas tiendas están en condición de alquiler generando rentas de primera categoría y que no cumplen con las obligaciones tributarias.

Una de las causas principales para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de renta de primera categoría es la falta de información de conocimientos tanto de las obligaciones formales y sustanciales que la SUNAT establece y los comerciantes de este centro comercial desconocen y se traduce en una falta de cultura tributaria.

En la actualidad la cultura tributaria es uno de los mecanismos más seguros para erradicar la evasión tributaria de renta de primera categoría, por ello es necesaria incrementarlo. Se debe tener en cuenta que la educación forma parte del tejido institucional y social de un país y es el cimiento de su potencial humano en este entender de la información sobre la importancia y el deber de tributar debería inculcarse desde la escuela.

Naturalmente la SUNAT está llamada a cumplir este rol importante en la generación de la cultura. Su labor no se debe limitarse a fiscalizar y sancionar, también es necesario que se haga un seguimiento a los diferentes programas implementados para mejorar la cultura tributaria.

La presente investigación va a permitir detectar como la cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de renta de primera categoría.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Antecedente Internacional

Primer Antecedente Internacional

Título: LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EN LOS COMERCIANTES DE LA BAHÍA "MI LINDO MILAGRO" DEL CANTÓN MILAGRO, 2013.

Autor: León Pedro Silva Anzules

Universidad: Universidad Estatal De Milagro-Ecuador

Objetivo General:

Analizar en qué medida la Cultura Tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes; mediante encuestas, para contribuir al desarrollo social del Cantón Milagro.

Conclusiones:

Como consecuencia de una escaza, inexistente o equivocada Cultura Tributaria, los comerciantes de la Bahía "Mi Lindo Milagro" no activan el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Actualmente el Servicio de Rentas Internas posee espacio físico dentro de sus instalaciones, pero no mejora la propagación de publicaciones tributarias a los contribuyentes.

El Servicio de Rentas Internas realiza capacitaciones durante todo el año, pero se recalca que éstas no incitan o involucran a la población estudiada para obtener información tributaria.

Las estrategias planteadas posiblemente contribuirán a la generación de Cultura Tributaria y a mejorar en gran parte la calidad de información en cada uno de los ciudadanos acerca de los impuestos, deberes-derechos como futuros contribuyentes y el rol importante que el Estado desempeña dentro de la sociedad.

La tributación no solamente consiste en ser una obligación legal que tiene que asumir todo ciudadano, más bien debe ser un acto cívico que beneficie a su entorno.

Para que el Estado asuma y retribuya mejor sus obligaciones, la persona debe asumir también su responsabilidad de pagar impuestos. (SILVA, 2013)

1.2.2. Antecedente Nacional

Antecedente N° 1

Título: CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DEL EMPORIO GAMARRA, 2014

Autor: Melissa Eleine Burga Argandoña

Universidad: Universidad San Martin de Porres de Lima-Perú

Objetivo General:

Determinar la influencia de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014.

Conclusiones:

a) La falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país, no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales.
b) La falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias.
c) Los contribuyentes tienden hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y de su Administración Tributaria. (BURGA, 2016)

Antecedente N° 2

Título: LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES, PROVINCIA DE POMABAMBA – ANCASH AÑO 2013 (CASO: MICRO EMPRESA T&L S.A.C.)

Autores:

- TARAZONA LÓPEZ, ISIDRO
- VELIZ DE VILLA VARGAS, SANDY STANY

Universidad: Universidad de Ciencias y Humanidades – Lima

Objetivo General:

Determinar la incidencia de la cultura tributaria en la formalización de la empresa T&L S.A.C como MICRO EMPRESA - en la cuidad de Pomabamba – Ancash, 2013

Conclusiones:

1.- Como resultado de nuestra investigación en general podemos concluir que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen; por Tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización.

2.-El gobierno de la provincia de Pomabamba no cuenta con una política o plan de acciones correspondientes en la difusión de los temas tributarios ni en la supervisión de ellos, por el cual en su jurisdicción existe un alto índice de informalidad y es así que la empresa T&L S.A.C. aún no cuenta con licencia de funcionamiento. (TARAZONA & VELIS DE VILLA, 2016)

Antecedente N° 3

Título: ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS TRIBUTARIAS DEL IMPUESTO A LA RENTA DE PRIMERA CATEGORÍA POR ARRENDAMIENTO DE

BIENES INMUEBLES PARA CONTRIBUIR EN EL DESEMPEÑO DE LA FUNCIÓN RECAUDADORA DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Autor:

- Katherine Sabina Panta Sánchez
- Cinthia Katherine Pérez Dávila

Universidad: Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo

Objetivo General:

Analizar la aplicación de las Normas Tributarias del Impuesto a la Renta de Primera Categoría en el arrendamiento de bienes inmuebles para contribuir en el desempeño de la función recaudadora de la Administración Tributaria.

Conclusiones:

a) En nuestro país desde el año 2009 se redujo la carga tributaria por este tipo de rentas con la finalidad de mejorar el mercado de capitales y además simplificar el tratamiento de este tributo, a pesar de ello no se observa un incremento importante en su recaudación, ya que, según estadísticas de la propia Administración Tributaria, la recaudación por rentas de primera categoría para el año 2014 fue del 0.93% del total de los ingresos recaudados por Impuesto a la renta del país.
b) El Impuesto a la Renta de Primera Categoría en el Perú tiene una tasa única, en cambio en los otros países las tasas son graduales de manera similar a como existe en nuestro país para las rentas del trabajo. Así mismo, en el Perú respecto a las deducciones de los gastos por este tipo de renta es un porcentaje fijo, por el contrario, las deducciones en otros países están citadas en la ley.
c) Existe un gran incumplimiento tributario por parte del arrendador en lo concerniente a efectuar el pago del Impuesto, el cual se infiere por la falta de entrega del recibo por arrendamiento al arrendatario una vez que éste cancela el monto de su alquiler; siendo un documento previsto en el Reglamento de Comprobantes de Pago. Por su parte la Administración Tributaria, no cumple con su rol para exigir el cumplimiento de las normas,

se intuye que su falta de actuación radica en el escaso interés fiscal de este segmento de contribuyentes. (PHANTA & PEREZ, 2016)

1.2.3. Antecedente Local

Título: NIVEL DE EVASIÓN TRIBUTARIA Y PRACTICAS UTILIZADAS PARA LA EVASIÓN DE RENTAS DE PRIMERA CATEGORÍA EN EL CENTRO COMERCIAL EL PARAÍSO DEL DISTRITO DE SANTIAGO- CUSCO, PERIODO 2013

Autor: Diana Cárdenas Arcos

Universidad: Universidad Andina del Cusco - Perú

Objetivo General:

Estimar el nivel de evasión tributaria e identificar las prácticas utilizadas en la evasión de Rentas de Primera Categoría en el Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago- Cusco, periodo 2013

Conclusiones:

a) La evasión tributaria sobre las rentas de primera categoría en el Centro Comercial el Paraíso ubicado en el Distrito de Santiago tiene un nivel considerado ALTO; se ha convertido en una práctica común el no cumplir con las obligaciones tributarias por parte de los propietarios determinándose que de 417 stands existe un 73.94 % que son inquilinos y el 26.06 % propietarios. Esta distribución ha permitido identificar una cadena de prácticas para concretar la evasión tributaria, que se genera por la no inscripción en los padrones de contribuyentes RUC; la escasa declaración de ingresos devengados a la administración y finalmente se generaliza con la no entrega de los recibos de arrendamiento correspondientes.
b) La Administración Tributaria no le presta el debido interés a la fiscalización de las rentas de primera categoría, no existiendo el efecto sancionador que posibilite el cambio de conducta del arrendador, prueba de ello es que el 90.5% de propietarios de stand no tributa, es decir, no cumplen con declarar ni pagar el impuesto a la renta de primera categoría; y solo el 9.5% de los propietarios si tributa, es decir, lo hacen conforme lo establece la ley

del impuesto a ¡a renta. Lo que demuestra que el nivel de evasión es alto y la recaudación tributaria de este tipo de rentas es de un nivel bajo, el 74.6% de los arrendadores no se encuentran inscritos en el Registro Único de Contribuyentes, oíros no pagan el impuesto o no lo pagan puntualmente, nunca han sido fiscalizados, la información fiscal recopilada no se explota o si incurren en alguna infracción, la SUNAT no los sanciona.

c) Con relación a las prácticas (usos) de evasión en rentas de primera categoría comúnmente utilizados por los propietarios se determina que 68.3% de inquilinos nunca recibió del titular del inmueble un comprobante o recibo de arrendamiento conforme a ley, más alarmante aún es hecho de que el 60.3% de los propietarios desconoce el periodo en que se presenta sus declaraciones de la renta, así como el 74.6% de los propietarios no cuentan con RUC iniciándose se esta manera un proceso de informalidad y evasión tributaria; el 47.6% de los propietarios realiza sus contratos por más de 1 año, 51% de los inquilinos realiza el pago de sus alquileres en forma adelantada considerándose estas prácticas como las formas utilizadas para omitir el cumplimiento de las obligaciones tributarias tanto formales como sustanciales.

d) Como resultado del estudio efectuado se concluye que las causas que generan evasión tributaria son:

- Falta de información y labor orientadora de SUNAT.
- La escasa fiscalización de la Administración a los arrendadores.
- Falta de cultura y conciencia tributaria

La rebaja de la tasa del impuesto del 15 al 6.25% sobre la renta neta no motiva ni incentiva el cumplimiento en razón de la falta de valores en la sociedad.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Educación Tributaria

La Educación Tributaria es considerada como una actividad que solo concierne a los adultos y el pagar sus tributos es de ellos, bajo este contexto, los jóvenes no tendrían que preocuparse por la tributación ya que serían totalmente ajenos al hecho fiscal hasta que no se incorporaran a la actividad económica y estuvieran obligados al cumplimiento de obligaciones tributarias formales,

en este sentido la educación tributaria de los ciudadanos más jóvenes carecería de sentido desde otra perspectiva. (DELGADO, 2014, pág. 35)

Por otra parte, educar consiste en ser mejor persona, en alcanzar la madurez plena; educar para la vida es educar para saber ser, saber pensar, saber hacer, saber convivir. La simple transmisión de ideas y conceptos no lograra el alcance de estos fines se hace necesario hacer un replanteamiento de la manera de enseñar, pasando de un modelo pedagógico enfocado en objetivos hacia uno fundamentado en competencias. (PAREDES, 2012)

El mejor camino para seguir mejorando los niveles de ingreso de la recaudación de tributos es la educación tributaria. La educación tributaria ayudara a fomentar la conciencia tributaria que necesita el país para que sus ciudadanos cumplan con el pago de sus tributos que servirán para aplicarlos al crecimiento y desarrollo del país, porque un país y sobre todo por parte de los ciudadanos si no se concientizan con la importancia de tributar no llevara al crecimiento económico y esto debe de impartirse desde las mismas aulas a los estudiantes.

1.3.2. La Cultura

Para definir el término de Cultura Tributaria, primero se debe empezar por entender que es la cultura, luego introducir el concepto de tributación que es sinónimo de la palabra tributo y así relacionar ambas concepciones para obtener la definición del término que interesa.

La cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es. (ANONIMO, s.f.)

"La cultura… puede considerarse…como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias." (TORRES M. , 2006)

Según (AMASIFUEN, 2015) la cultura es una riqueza, un capital social, que tiene su lógica. Si no se cultivó durante años, mejor aún durante siglos, no se puede ahora improvisar ni suponerla. Es un capital que hay que crearlo y lleva su tiempo. Pero se puede crear, sólo que hay que saber

cómo hacerlo. La cultura es aprendida y compartida, el hombre no hereda la mayor parte de sus modos habituales de comportamiento, lo adquiere en el curso de su vida.

1.3.3. La Cultura Tributaria

Según AMASIFUEN (2015) afirma 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. En términos generales, los países más desarrollados tienden a una mayor cultura tributaria, es decir, son más responsables con el cumplimiento de sus obligaciones.

Según FLORES (2012), la Cultura Tributaria representa una parte de la cultura nacional, tiene un contenido individual, al consistir en la creencia íntima que tiene cada persona miembro de una agrupación social que el impuesto constituye una aportación justa e imprescindible y de provecho al ser utilizado para satisfacer las necesidades de la colectividad de la cual forman parte.

La Cultura Tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes. (MENDEZ, 2005)

Según BRAVO (2016), la cultura tributaria pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa colectividad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que éste cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes.

Para el presente trabajo de investigación se tomara en cuenta la siguiente definición: Cultura Tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios

con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes. (MENDEZ, 2005)

1.3.3.1. Importancia de la Cultura Tributaria

El Estado para poder realizar sus funciones y afrontar sus gastos, debe contar con recursos, y los mismos se obtienen a través de los diferentes procedimientos legalmente establecidos en principios legales constitucionales. Entre los diversos recursos, están los tributarios, como fuentes de ingreso del Estado, y éstos son aquellos que el Estado obtiene mediante el ejercicio de su poder de imperio, es decir, mediante leyes que crean obligaciones a cargo de los administrados.

El pago de los impuestos puede llevarse a cabo utilizando la coerción o apelando a la razón. La fuerza se manifiesta en las leyes y en su cumplimiento obligatorio, mientras que la razón sólo puede estar dada por una Cultura Tributaria con bases sólidas.

No puede obviarse que un estímulo (o desestimulo) importante para la tributación lo constituye el manejo y destino de los fondos públicos, aparte de que, para muchos ciudadanos, tributar es un acto discrecional, relacionado con su percepción positiva o negativa sobre el uso de los fondos.

Uno de los objetivos de la educación fiscal debe ser, precisamente, romper ese círculo vicioso y hacer conciencia de que la tributación no sólo es una obligación legal, sino un deber de cada persona ante la sociedad. Además, se le debe convencer de que cumplir con tal responsabilidad le confiere la autoridad moral necesaria para exigir al Estado que haga un uso correcto y transparente de los recursos públicos.

A efecto de fortalecer la Cultura Tributaria se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.

La importancia de la cultura tributaria está en la propia persona quien es la que acepta el sitio que le corresponde en la sociedad, por lo cual, desarrolla un sentido de solidaridad para con los demás. Por lo tanto, hay que admitir en las obligaciones tributarias un dispositivo en pro del bien común y al Estado como el ente facultado de alcanzar dicho propósito. Asimismo, el cumplimiento de esas obligaciones lleva inherente el derecho y la legitimidad que tienen todos los ciudadanos de exigir al Estado el cumplimiento de sus obligaciones; sin embargo, hay que admitir que esta tarea es un proceso a largo plazo y que toma años alcanzar y desarrollar.

Por otra parte “la educación tributaria de ninguna manera puede reducirse a la enseñanza de prácticas que solamente capaciten para atender los requerimientos del régimen impositivo, tampoco puede limitarse al ámbito de la formalidad fiscal, el orden legal y las razones de su cumplimiento, sino debe ser, necesariamente, una educación orientada hacia el cambio cultural y la revaloración de lo ético dentro del conjunto social.” (ZOLORZANO, 2012)

La Cultura Tributaria está hecha de un conjunto heterogéneo de informaciones, prácticas y acontecimiento de referencia vinculados entre sí por la forma en que se articulan alrededor de una representación dominante.

Por otra parte, hablar de Cultura Tributaria implica referirse a cómo los ciudadanos se representan al mundo político y cómo participan en él.

1.3.4. El Sistema Educativo Peruano

En los últimos años la investigación en el ámbito tributario ha alcanzado un progreso significativo, ya que la Cultura Tributaria debe sustentarse en valores que tiendan ai bien común, y desde el sistema educativo, se pretende concientizar a los maestros y alumnos en la práctica constante de estos valores referidos a la tributación; de manera que las Instituciones Educativas deben asumir el compromiso de formar ciudadanos capaces de definir, defender y hacer cumplir normas de convivencia, para tener un país en el cual cada peruano sienta y sepa que puede realizar sus aspiraciones personales y sociales. Esta convicción nos lleva a sumar esfuerzos hacia la formación de un niño y futuro ciudadano crítico y participativo, con carácter responsable, creativo, tolerante y que sea transparente en sus actos, para que tienda hacer posible una transformación profunda y real de la sociedad en la que vive.

La educación peruana, entendida como el conjunto, de valores que delinean el perfil del ser peruano, ha incorporado a lo largo del tiempo representaciones sociales, principios y reglas formales y no formales que producen ciudadanos pasivos respecto a sus derechos y obligaciones.

1.3.5. Estrategias de Educación Tributaria

La Cultura Tributaria tiene como objetivo primordial el de cimentar conductas favorables al cumplimiento tributario y contrarias a las actitudes defraudadoras, por medio de la transmisión de

ideas y valores que sean asimilados en lo individual y valorados en lo social, lo cual conlleva un cambio cultural que explica la condición de largo plazo que suele ser una de las características más importantes de toda estrategia para la formación de Cultura Tributaria. (BRAVO, 2016)

Una de las conclusiones del Seminario Internacional sobre Educación Cívico Tributaria fue que no hay recetas para la adopción de las estrategias encaminadas a la formación de la cultura tributaria, pues son más bien las características propias de cada país, así como la disponibilidad de recursos de cada Administración Tributaria, las que en última instancia determinan el tipo y alcance de las acciones a desarrollar en la materia. De igual manera, lo ideal sería poder trabajar en todos los frentes y por medio de una combinación de estrategias que permitan llegar a los diferentes destinatarios del programa, pero esto generalmente tropieza con las propias limitaciones de los recursos disponibles, amén de que los procesos suelen tener ritmos distintos y peculiaridades que los diferencia en tiempos y espacios. (BRAVO, 2016)

1.3.6. Orientación al Contribuyente

La función de orientación y asistencia consiste en encausar al contribuyente al conocimiento de los deberes y derechos que le imponen y otorgan las leyes tributarias, es un servicio institucional que tiene como propósito mantener oportunamente informado al contribuyente de la naturaleza de las obligaciones, así como de los plazos, medios, lugares, formas de cumplirlos y dependencia de la administración a las que se debe acudir para hacer sus gestiones de cumplimiento o demandar su ejercicio.

1.3.7. El cumplimiento Tributarlo Voluntario

Significativamente, en la legislación tributaria moderna existe interés en promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aunque no se precisa el sentido y alcance de la expresión. Al separar para el análisis los términos que componen la expresión, se encuentra dentro de la variedad de opiniones, que muchos de los actos realizados por el sujeto son voluntarios, es decir, sin factores externos que lo obliguen.

Al respecto la, REVISTA TRIBUTEMOS (2001), señala que, Un agente activo es un ciudadano que toma conciencia de su modo de actuar en sociedad, es más participativo y crítico, acepta las normas y cumple con sus obligaciones por convicción, lo que lo faculta a exigir el respeto y el

cumplimiento de sus derechos. En ese sentido, toma conciencia que tiene participación activa en el futuro de su sociedad y del país, asumiendo responsabilidades sociales y aportando al desarrollo de la comunidad. Dentro de estas responsabilidades está incluida la tributación

1.3.8. Percepciones y actitudes del ciudadano

Uno de los procesos más importantes para el crecimiento de las organizaciones lo constituye su credibilidad ante los usuarios de sus servicios. En tal sentido, la esencia de la vida social y la modificación de conductas parten de las percepciones y creencias que las personas tienen sobre las entidades y los líderes que las dirigen.

En el caso peruano, por ejemplo, durante muchos años la imagen del fisco o de la administración tributaria estuvo relacionada con malas prácticas, inadecuado uso de los recursos, enriquecimiento ilícito de ex funcionarios y muy poco aporte de los recursos públicos al desarrollo de las comunidades. Esto último a pesar de que el actuar de la administración tributaria, en la última década, se circunscribe únicamente a la recaudación y no tiene injerencia alguna en el gasto gubernamental. Sin embargo, los contribuyentes no suelen hacer esta distinción de funciones, lo cual subraya el hecho de que se trata de las dos caras de la misma moneda: por un lado, la contribución de la sociedad al Estado y, por otro, la forma en la que éste la devuelve en bienes y servicios públicos.

La esencia de la Cultura Tributaria es que no condiciona el cumplimiento a la reciprocidad a ningún elemento externo, sino lo percibe como una responsabilidad irrenunciable y que existe por sí sola, libre de cualquier factor que pueda disminuirla o condicionarla. De ahí que acciones para el desarrollo de la cultura tributaria requieran de procesos que permitan el surgimiento de cambios, tanto de percepciones como de actitudes en lo individual y en lo social, que se traduzcan en la aportación consciente y voluntaria de los impuestos. Esto no resta importancia, por supuesto, a las acciones que mejoren la transparencia del gasto público, la función social de los impuestos y la credibilidad de la institución encargada de recolectar los ingresos públicos.

1.3.9. Conciencia Tributaria

La conciencia tributaria se ve condicionada además por la forma en que los contribuyentes perciben su funcionamiento. Así, la complejidad de las normas, la utilización de un lenguaje poco

comprensible para el ciudadano y las dificultades de los contribuyentes para entender el funcionamiento de la Administración Tributaria influyen negativamente en el cumplimiento voluntario. (REVISTA TRIBUTEMOS, 2001)

Por otra parte, es la interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados.

Esta definición incluye varios elementos:

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

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

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

Siendo el contribuyente un ser humano, debe pertenecer a una comunidad y disfrutar de los beneficios que ésta tiene. Por ello, cuando se paguen los tributos en el monto y tiempo respectivo, todo contribuyente necesariamente percibirá que se podrán solventar los servicios públicos, se mejorará asimismo su funcionamiento. El Estado podrá dar un eficaz cumplimiento a los servicios dirigidos a la sociedad en general. (SADITH, 2016)

1.3.10. Sistema tributario Nacional

1.3.10.1. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria -SUNAT, de acuerdo a Ley N° 24829; Ley de creación y la Ley general aprobada por decreto legislativo N°

501, es una institución pública descentralizada dependiente del Sector Economía y Finanzas, dotada de personería jurídica de derecho público, que tiene autonomía económica, administrativa, funcional, técnica y financiera, cuya función principal es la de estar encargada de la administración y recaudación de los tributos internos; y que en virtud a lo dispuesto por el decreto supremo N°061-2002-PCM del 12 de julio del 2002, expedido al amparo de lo establecido en el numeral13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas - ADUANAS, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley le correspondían a esta entidad.

La Administración Tributaria tiene la facultad discrecional de determinar y sancionar administrativamente las infracciones tributarias. (En el Perú la Administración Tributaria está constituida por la SUNAT y por los gobiernos locales y Municipales)

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

1.3.10.2. Renta de primera categoría

Las rentas de primera categoría, debemos señalar que las mismas son consideradas rentas de tipo pasivo, ya que se producen por la simple afectación del capital (bienes muebles e inmuebles) a actividades productivas. (ROMAN, 2012)

Por otra parte, TORRES M. (2011), afirma que, Las rentas de primera categoría van a grabar las operaciones de alquileres y/o sub arriendos de predios, así como también de bienes muebles e inmuebles.

1.3.10.2.1. Tipos de ingresos que se encuentran en renta de primera categoría

Rentas de Primera Categoría	
Alquiler de Predios	Se consideran todo tipo de predios urbanos o rústicos (casas, departamentos, cocheras, depósitos, plantaciones etc.)

	Ejemplo : a) Rosa Hurtado Zegarra es propietaria de un departamento y decide darlo en alquiler según contrato al señor Sebastián Lujan Mora; ambos acordaron que el señor Sebastián (arrendatario) pagaría a la señora Rosa (arrendadora) S/ 1,200 por mes El monto obtenido por la señora Rosa Hurtado por el alquiler ,es renta de primera categoría.
Subarrendamiento de Predios	El subarrendamiento se produce cuando una persona que alquila un inmueble, lo vuelve a arrendar a otra persona. Ejemplo: Juan le alquila a Pedro una casa por el importe de S/. 2 000 soles mensuales, Pedro lo subarrienda a Luis por un importe de S/. 2 500, entonces la renta que obtiene Pedro por concepto de subarrendamiento es S/. 500 soles mensuales.
Mejoras	Es el valor de las mejoras introducidas al predio por el inquilino o subarrendatario en tanto constituyan un beneficio para el propietario y en la parte que éste no se encuentre obligado a reembolsar; en el año en que se devuelva el bien y al valor determinado para el pago al valor del autovaluo.
Cesión de muebles	Constituye renta de primera categoría el alquiler o cesión de bienes muebles (por ejemplo vehículos) o inmuebles distintos a predios (por ejemplo naves), así como los derechos que recaigan sobre éstos (es decir si no es propietario de la totalidad del bien sino solo de un porcentaje), e inclusive los derechos que recaigan sobre predios.
Cesión Gratuita de Predios	La cesión gratuita de predios (terrenos o edificaciones) o a precio no determinado se encuentra gravada con una Renta Ficta equivalente al 6% del valor del predio declarado para el impuesto predial.

Figura 1 *Rentas de Primera Categoría*

Fuente: Sunat

1.3.10.2.2. Cálculo de Rentas de Primera Categoría

1.3.10.2.2.1 Cálculo mensual del Impuesto

Al monto del alquiler por cada predio le debes aplicar la tasa efectiva del 5%, obteniendo con ello el monto a pagar por concepto de impuesto a la renta de primera categoría mensual. (ASESOR EMPRESARIAL, 2017)

1.3.10.2.2.2 Cálculo Anual del Impuesto

Los ingresos brutos se determinan sumando la totalidad de ingresos por este tipo de renta obtenida durante el año, a ello se deduce el 20% y se le aplica la tasa del 6.25% de tu renta neta. También puede abreviar este procedimiento aplicando sobre el ingreso bruto la tasa del 5% como tasa efectiva del impuesto. (ASESOR EMPRESARIAL, 2017)

Los pagos directos mensuales realizados durante el año, se descuentan del impuesto anual resultante y en caso exista saldo del impuesto debes regularizarlo conjuntamente con la declaración. (ASESOR EMPRESARIAL, 2017)

Toda la información personalizada por este tipo de rentas, incluido los pagos del impuesto, es proporcionada por SUNAT, a través del formulario virtual para la declaración anual, en caso exista un saldo del impuesto. (ASESOR EMPRESARIAL, 2017)

Se debe validar o corregir la información y regularizar o agregar los casos de cesión temporal gratuita de predios en caso haya ocurrido, y pagar el saldo del impuesto que resulte pendiente. (ASESOR EMPRESARIAL, 2017)

1.3.10.2.2.3 Declaración y Pago

La declaración y pago de tus rentas de primera categoría lo puedes realizar mediante dos modalidades:

- Por internet
- Presencial, ante bancos.

Por internet

1. Ingresar a Declaración y Pago desde el Portal de SUNAT (enlace) e ingresa con tu Usuario y Clave SOL.

2. Seleccionar el formulario Arrendamiento e ingresa la información requerida siguiendo las indicaciones del sistema, y has click en “Agregar a Bandeja”.

3. Elegir la opción de pago:

a. Pago mediante débito en cuenta: Seleccionando el banco con el cual tiene afiliación al servicio de pagos de tributos con cargo en cuenta o;

b. Pago mediante tarjeta de débito o crédito: En el caso que sea tarjeta VISA deberá estar afiliada previamente a Verified by VISA.

4. El sistema generará automáticamente el Formulario Virtual N° 1683 – Impuesto a la Renta de Primera Categoría, con el contenido de lo declarado y del pago realizado. (ASESOR EMPRESARIAL, 2017)

1.3.10.3. Caso práctico de renta de primera categoría

Patricia en el 2016 obtuvo S/ 600 mensuales por arrendar su predio cuyo valor del autoavalúo 2016 es de S/ 150,000 y no arrastra saldos a favor de ejercicios anteriores. Consulta por su obligación mensual y anual: (GRUPO CONTABLE, s.f.)

Obligación mensual: 5% del monto del arrendamiento. A través del Recibo por Arrendamiento (Formulario 1683) declarará según el cronograma de obligaciones mensuales y realizará el pago a cuenta de S/ 30 (5% S/ 600). En el año ha realizado pagos a cuenta por la suma de S/ 360.

Obligación anual: Se deberá presentar si es que se determina un saldo a favor del fisco, para ello debemos considerar lo siguiente:

Cuando se arrienda inmuebles al finalizar el año se debe comparar la Renta Bruta Anual obtenida con la Renta Mínima Presunta que viene a ser el 6% del autoavalúo del inmueble del 2016. Si la RRA es menor a la RMP, la diferencia deberá ser declarada en la renta anual. Para el presente caso, la Renta Bruta Anual (600×12) comparamos con la RMP (6% de S/ 150,000). Se observa que la RBAl (S/ 7,200) es menor a la RMP (S/ 9,000). Esto implicará que la diferencia (S/ 1,800) sea declarada en la renta anual. (GRUPO CONTABLE, s.f.)

Luego de esta explicación, procedemos a la determinación del impuesto a la renta:

Total de la Renta Bruta Anual (600*12 meses)	:	S/ 7,200
Renta Mínima Presunta	:	S/ 1,800
Deducción del 20% de S/ 9,000	:	(S/ 1,800)
Renta neta de primera categoría	:	S/ 7,200

Determinarás la **Renta Neta de Primera categoria**, para ello, tienes una deducción de 20%.

Tasa aplicable del 6.25%	:	**S/ 450 (I.R.)**

La tasa es fija de 6.25%.

Liquidación anual del Impuesto		**Importe**
Deducción de pagos mensuales	:	(S/ 360)
Saldo por regularizar a favor del fisco	:	**S/ 90**

Una vez obtenido el impuesto deducimos los pagos a cuenta.

Figura 2 *Determinación de Renta de Primera Categoría*

Fuente: PERU CONTABLE

1.3.11. Descripción de un centro comercial

Un centro comercial está pensado como un espacio colectivo con distintas tiendas; además, incluye lugares de ocio, esparcimiento y diversión, como cines o ferias de comidas dentro del recinto. Aunque esté en manos privadas, por lo general los locales comerciales se alquilan y se venden de forma independiente, por lo que existen varios dueños de dichos locales, que deben pagar servicios de mantenimiento al constructor o a la entidad administradora del centro comercial. (SARLO, 2017)

Un centro comercial urbano desarrolla un conjunto de acciones dirigidas sobre todo a la mejora de la competitividad de las empresas que forman parte del área, a la promoción y dinamización del área para atraer visitantes e inversiones así como al desarrollo de un espacio urbano de calidad promoviendo actuaciones de mejora tanto en el espacio público como en las viviendas y locales. (ESPAÑA, s.f.)

Por otra parte, FRANCO, (2010), afirma que, son lugares diseñados para atraer y retener a los visitantes, desde niños, jóvenes, adultos, familias, grupos de amigos, compañeros de trabajo, parejas que pretender pasarla bien y al mismo tiempo hacer sus compras.

1.3.11.1. Tipos de centros comerciales

Dentro de la clasificación de los centros comerciales tenemos:

1. **Fashion Mall o Centro de moda:** De dimensiones enormes con una tienda departamental grande, así como al menos 150 locales comerciales de venta minorista, generalmente de ropa y artículos de uso personal, casi siempre climatizadas, cerradas y de varios pisos y habitualmente acompañados de cines. Por lo general no poseen supermercados. (SARLO, 2017)
2. **Community Center o Centro comunitario:** De uso diario, por consiguiente, con supermercado. Vende artículos de uso común, variedad de productos que son de uso diario, y son visitadas por lo menos 1 vez a la semana. Son cerradas, climatizadas, de solo un piso y suelen contar con cines. (SARLO, 2017)
3. **Power Center o Paseo central:** Varias súper tiendas únicamente, no tienen pasillos interiores, básicamente son comercios de grandes dimensiones con gran distribución especializada. (SARLO, 2017)
4. **Town Center o Centro de pueblo:** No necesariamente es un ancla de grandes dimensiones, pero con productos de uso cotidiano con muchos servicios (tintorerías, mercaderías, electrodomésticos, etc), generalmente con pasillos interiores, aunque no siempre son cerradas. (SARLO, 2017)
5. **En línea**.- El centro comercial en línea es la forma de comprar que la gente más está aceptando últimamente, y es que las comodidades de poder comprar desde su casa o puesto de trabajo, sin la necesidad de desplazarse gastando gasolina y/o tiempo, está causando furor. Este tipo de centros comerciales destaca por su crecimiento estadístico de ventas en los últimos años. (SARLO, 2017)
6. **LifeStyle Center o Centro de estilo de vida:** Es una variante de los centros comunitarios o de los centros de moda en los que se combinan hoteles, condominios, centro de convenciones, etc. (SARLO, 2017)
7. **Strip Mall o Mini Centros Comerciales:** Centros comerciales de calle, más comúnmente de servicios, sin embargo con variedad de giros y algo de ropa, ya sea de una marca en especial pero muy exclusiva, o bien de uso común, tienen solo los pasillos frontales a los locales, no son climatizadas, el estacionamiento está enfrente de cada local, hay desde 1 hasta 3 pisos, comúnmente tienen algunos de los locales destinados a oficinas. (SARLO, 2017)

1.3.11.2. Descripción del centro comercial Molino I

El centro comercial el Molino I es un conjunto de establecimientos independientes, planificados y desarrollados con criterio de unidad. El cual cuenta con 967 puestos de trabajo (stand) donde laboran los comerciantes, actualmente este centro es uno de los principales centros comerciales con alto nivel de concurrencia en la ciudad del Cusco, las actividades que se realizan en este centro comercial son la comercialización de ropa, calzados, artefactos y la prestación de servicios de payasos, piñatería, reparación de celulares, etc.

1.3.11.2.1 Propietario

El día 12 de enero de 1999 a junio del 2011 el terreno donde actualmente se ubicada el Centro Comercial el Molino fue propiedad de la Municipalidad Provincial del Cusco representado por el Sr. Alcalde lng. Carlos Valencia Miranda, con Resolución Directora! No 010-99-VC-7300 Inscritos en Registros Públicos con Ficha No 26314 Asiento 0436, con fecha 16 de febrero de 1999 Legajo No 177. A partir de junio del 2011 la Municipalidad del Cusco; otorga los módulos o puestos de venta a cada uno de los propietarios conductores de los stands, mediante un documento de compromiso y constancia para la ocupación de respectivos puestos, debidamente inscritos cada uno en registros públicos. (SOTALERO CCANA & MELENDEZ LUQUE, 2014)

Mediante Resolución Directoral No 010-99-VC-7300, de la Municipalidad Provincial del Cusco ha pasado a ser propietario del inmueble, emitida por el Director de Vivienda Construcción de la Dirección Regional de Transportes, Comunicaciones Vivienda y Construcción de la Región Cusco. (SOTALERO CCANA & MELENDEZ LUQUE, 2014)

1.3.11.2.2. Distribución Física del Centro Comercial El Molino I

- **Área total del centro comercial El Molino I:** 8, 206.46 m2 Área techada de pasajes: 1, 505.30 m2
- **Capacidad del centro comercial El Molino I:** El total de Puestos y/o Stand es de 960

1.3.11.2.3. Organización del Centro Comercial Molino I

1.3.11.2.3.1. Estructura Organizacional

1.3.11.2.3.1.1. Asamblea General

Es la máxima autoridad de la Asociación y está compuesta por todos los asociados debidamente empadronados, adquieren también la titularidad de la acción sus respectivos conyugues, sus acuerdos son obligatorios para todos los asociados de la junta de propietarios, aun para aquellos que hubiesen votado en contra o hubiesen abstenido de votar, estuvieran ausente y/o fuesen disidentes del acuerdo aprobado por la asamblea general. (MOLINO, 2012)

1.3.11.2.3.1.2. Asamblea General de Delegados:

Es el órgano de gobierno de la asociación, la misma que está constituida por el total de delegados elegidos por los Jirones o sectores del Centro Comercial el Molino l.

Funciones de la asamblea general de delegados:

- Proponer y aprobar la celebración de los contratos, préstamos o convenios que celebre el consejo Directivo con otras instituciones, sean nacionales o internacionales, públicos o privadas.
- Informar sobre el estado situacional de los asociados que representan, así como su record de sanciones, aportes y asistencia a Asamblea General.
- Aprobar el desarrollo de actividades de actividades ordinarias y extraordinarias de la asociación, en cumplimiento del plan de trabajo institucional, aprobado por la Asamblea General de Asociados.
- Participar en el desarrollo y ejecución de las diversas actividades de la asociación, sea integrando alguna de las comisiones designadas o como delegados de manera voluntaria.
- Sancionar en segunda instancia los asociados infractores de los deberes que tienen para la asociación. (MOLINO, 2012)

1.3.11.2.3.1.3. Consejo Directivo

El Consejo Directivo tiene a su cargo el gobierno de la asociación, siendo el órgano ejecutivo de los acuerdos de la Asamblea General, sus miembros son solidariamente responsables de todos los actos celebrados. El Consejo Directivo es elegido mediante elección universal, directa o secreta, por un periodo de dos (02) años. (MOLINO, 2012)

Atribuciones del Consejo Directivo:

- Convocar y dirigir la Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Asociados, así como de delegados.
- Ejecutar los acuerdos de la Asamblea General de la junta de propietarios.)
- Cumplir y hacer cumplir los diversos artículos que contiene el presente estatuto, así como los fines para lo que fue creado la asociación.)
- Someter la memoria de gestión, los informes y estados financieros para su aprobación en la Asamblea General de Asociados.)
- Encomendar determinados asuntos a uno o más miembros del consejo directivo, así como a los delegados.)
- Aceptar la renuncia de algunos de sus integrantes con conocimiento de la Asamblea General de Delegados.)
- Designar y constituir comisiones especiales bajo dependencia.)
- Celebrar los actos o contratos para adquirir, transferir, comprar, vender, cobrar deudas pendientes a instituciones públicas y/o privadas gravar bienes muebles o inmuebles, o derecho sobre estos, hipotecar, dar prendas, afianzar, solicitar garantías, avales o fianzas, previa aprobación de la asamblea de la junta de propietarios)
- Velar por la buena marcha y funcionamiento de la Asociación, cuidando el cumplimiento de los estatutos dentro de sus fines y objetivos.)
- Proponer y elaborar el proyecto de ampliación, modificación o sustitución del estatuto cuando fuese necesario, sometiéndolo a consideración de la Asamblea General para su aprobación. (MOLINO, 2012)

1.3.11.2.3.1.4. Integrantes del Consejo Directivo

- Presidente
- Vice-presidente
- Secretario de actas
- Secretario de Economía
- Secretario de organización y desarrollo empresarial
- Secretario de asistencia social
- Secretario de promoción de cultura y deporte y recreación
- Primer vocal

- Segunda vocal
- Junta de Fiscal (MOLINO, 2012)

1.3.11.2.3.1.4. Diseño de la Estructura Orgánica

No existe dependencia jerárquica en el Centro Comercial el Molino I, cada socio como representante de su empresa mantiene autonomía gerencial, sin embargo para una mejor coordinación como Asociación, la Asamblea General conformado por los empresarios, nombra al Consejo Directivo, quienes dirigen y los representan frente a terceros, con el apoyo de todos los miembros, donde cada miembro tiene que compartir información interactuar intensamente y coordinar los esfuerzos con el Consejo Directivo para que la Asociación alcance sus metas. (MOLINO, 2012)

1.3.11.2.3.1.5. Organigrama del Centro Comercial El Molino l

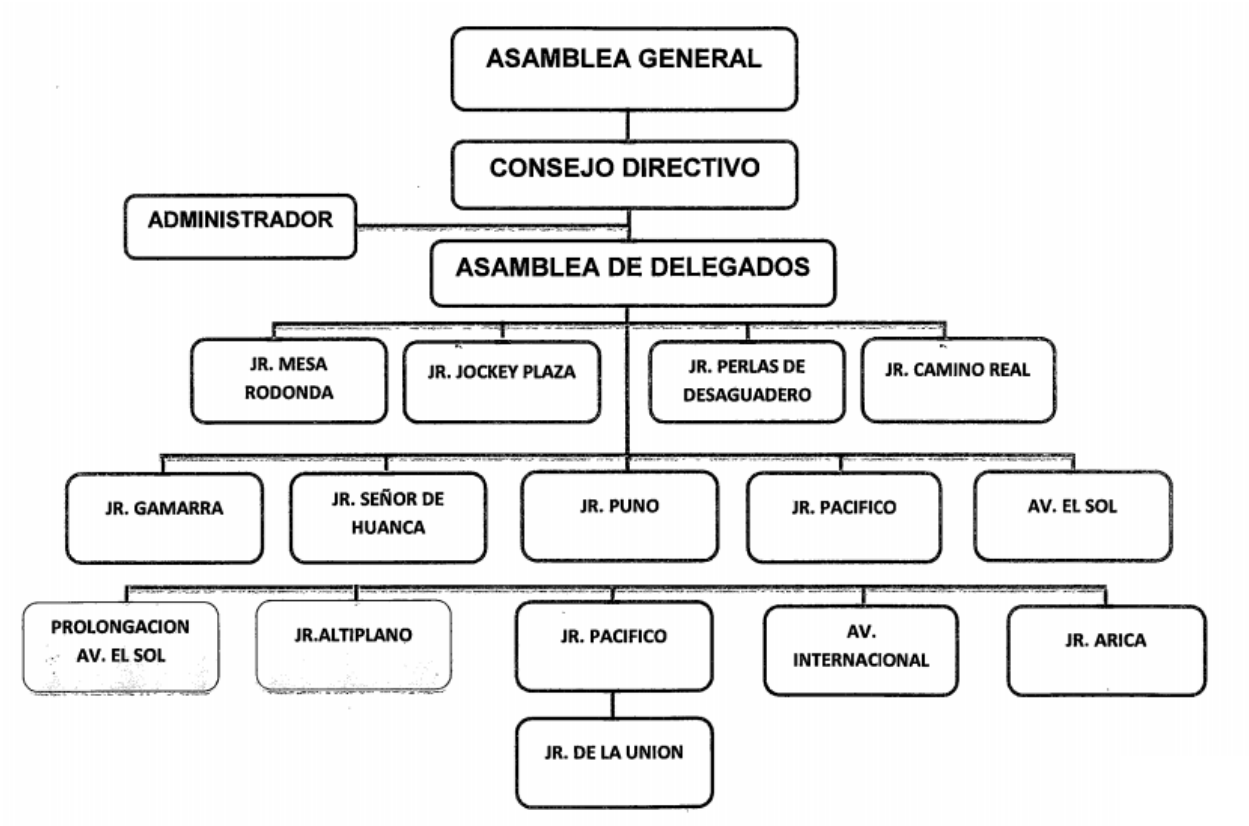


Figura 3 *Organigrama del Centro Comercial Molino I*

FUENTE: (MOLINO, 2012)

1.3.12. Definición de Términos Básicos.

1.3.12.1. Cultura

La cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es. (ANONIMO, s.f.)

1.3.12.2. La Cultura Tributaria

Cultura Tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de

los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes. (MENDEZ, 2005)

1.3.12.3. El cumplimiento Tributarlo Voluntario

Al respecto la, REVISTA TRIBUTEMOS (2001), señala que, Un agente activo es un ciudadano que toma conciencia de su modo de actuar en sociedad, es más participativo y crítico, acepta las normas y cumple con sus obligaciones por convicción, lo que lo faculta a exigir el respeto y el cumplimiento de sus derechos. En ese sentido, toma conciencia que tiene participación activa en el futuro de su sociedad y del país, asumiendo responsabilidades sociales y aportando al desarrollo de la comunidad. Dentro de estas responsabilidades está incluida la tributación

1.3.12.4. Conciencia Tributaria

La conciencia tributaria se ve condicionada además por la forma en que los contribuyentes perciben su funcionamiento. Así, la complejidad de las normas, la utilización de un lenguaje poco comprensible para el ciudadano y las dificultades de los contribuyentes para entender el funcionamiento de la Administración Tributaria influyen negativamente en el cumplimiento voluntario. (REVISTA TRIBUTEMOS, 2001)

1.3.12.5. Renta de Primera Categoría

Por otra parte, TORRES M. (2011), afirma que, Las rentas de primera categoría van a grabar las operaciones de alquileres y/o sub arriendos de predios, así como también de bienes muebles e inmuebles.

1.3.12.6. Centros Comerciales

FRANCO, (2010), afirma que, son lugares diseñados para atraer y retener a los visitantes, desde niños, jóvenes, adultos, familias, grupos de amigos, compañeros de trabajo, parejas que pretender pasarla bien y al mismo tiempo hacer sus compras.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema General

¿Cómo incide la cultura tributaria en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial El Molino I de la ciudad del Cusco -2017?

1.4.2. Problemas Específicos

a) ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria de comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017?
b) ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017?
c) ¿Cuáles son las causas del incumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017?

1.5. Justificación e importancia del estudio

1.5.1. Justificación científica

La presente investigación fue de mucha importancia ya que se pretendió determinar la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017.

Esta Investigación aporta evidencias empíricas sobre la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de renta de primera categoría además genera reflexión y discusión tanto sobre el conocimiento existente del área a investigar, como del ámbito de las Ciencias Contables ya que de algún modo se confrontan teorías, En esta investigación se analizó la cultura tributaria que tiene este grupo de comerciantes, lo cual necesariamente nos llevó a realizar el análisis de las causas que llevo al incumplimiento de las obligaciones tributarias de renta de primera categoría.

1.5.2. Justificación social

A nivel social ayudo a la solución del problema planteado en la presente investigación y por ende los beneficiados son los propietarios del Centro comercial el Molino I del mismo modo los

resultados contribuyen en la toma de decisiones apropiadas a la SUNAT, para el mejoramiento e implementación de estrategias de creación de cultura tributaria en los contribuyentes.

1.5.3. Justificación Institucional

A nivel institucional la presente investigación permitió realizar una innovación en el estudio de las ciencias contables, siendo útil para las investigaciones posteriores y es así que en el centro comercial el Molino I de la Ciudad del cusco se logro analizar el nivel de cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de rentas de primera categoría y así se pudo observar y determinar el incumplimiento de obligaciones tributarias de primera categoría y se dio algunos alcances de solución.

1.6. Hipótesis.

1.6.1. Hipótesis

La cultura tributaria tiene incidencia en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017

1.7. Objetivo de la investigación

1.7.1. Objetivo General

Determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017.

1.7.2. Objetivo Específicos

a) Determinar el nivel de cultura tributaria de comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017
b) Determinar el nivel de cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017
c) Identificar las causas del incumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017

CAPITULO II

MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación.

2.1.1. Tipo de investigación.

La presente investigación, corresponde a un enfoque cuantitativo correlacional, puesto que se trata de probar hipótesis, mediante la recolección de datos. Establecer el tipo de relación que existe entre las variables materia de estudio es decir la cultura tributaria y su relación frente al incumplimiento de las obligaciones tributarias.

La investigación será de alcance descriptivo correlacional porque expondrá la realidad de la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de renta de primera categoría en los comerciantes del centro comercial Molino I, descriptivo porque busca identificar las propiedades, características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objeto o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

2.1.2. Diseño de la investigación.

En la presente investigación se utiliza el diseño no experimental, puesto que no se manipulan deliberadamente las variables solamente se analizan tal y como sucede en la realidad.

2.2. Población y muestra.

2.2.1. Población

La población de la presente investigación está conformado por 960 comerciantes que laboran en el centro comercial Molino I, periodo 2017.

2.2.2. Muestra.

Se aplicara un muestreo probabilístico, con un margen de error del 7 % y un nivel de confianza del 95 % para ello se hará uso de la fórmula siguiente.

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

Dónde:

N= Población total 960

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

E= margen de error 7% (0.07)

q= probabilidad de fracaso 10% (0.10)

p= probabilidad de éxito 90% (0.90)

n= tamaño de la muestra

Aplicando la fórmula: **n=65**

2.3. Variables, operacionalización

2.3.1. Variables.

Para la presente investigación se utilizara las siguientes variables.

- **Variable 1:** Cultura tributaria
- **Variable 2:** Cumplimiento de renta de primera categoría.

2.3.1. Operacionalización de variables.

Tabla 1
Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
	El conjunto de conocimientos,	Formalización	- Inscripción en el RUC.

CULTURA TRIBUTARIA	valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como el nivel de conciencia respecto a los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria.	Nivel de cultura tributaria	Conocimiento de las normas tributarias.
		Nivel de cumplimiento de obligaciones	Sanciones aplicadas por SUNAT. Arrendamiento y sub arrendamiento
		Medidas de represión	Operativos Fiscalización
CUMPLIMIENTO DE RENTA DE PRIMERA CATEGORIA	Acto voluntario de cumplir con el vínculo que se establece por ley entre el acreedor (el Estado) y el deudor tributario (las personas físicas o jurídicas) y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria. Por tratarse de una obligación, puede ser exigida de manera coactiva	Obligaciones formales Subvaluacion de contratos No inscripción al RUC	Modalidad de arrendamiento Obligación de emitir y entregar comprobantes de arrendamiento. - Comunicación de datos a la SUNAT. Pagos de arrendamiento y subarrendamiento
			Contratos de alquiler.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

2.4.1. Técnica

La técnica utilizada para la recolección de datos de la presente investigación es la encuesta, guía de observación y revisión bibliográfica**.**

2.4.2. Instrumento

Cuestionario Estructurado

Se elaborara un cuestionario anónimo que consta de tres partes: I NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES, en relación a actividades comerciales, grado de Instrucción, asesoramiento contable, conocimiento de obligaciones tributarias, formales y sustanciales, conocimiento de las sanciones por cumplimiento de obligaciones tributarias,

capacitaciones brindadas por SUNAT, etc. La II parte está en relación a NIVEL DE CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO DE RENTAS DE PRIMERA CATEGORIA como: tipo de arrendamiento, entrega de comprobantes de pago por el arrendamiento. La III parte está en relación a las CAUSAS DE INCUMPLIMIENTO DE RENTA DE PRIMERA CATEGORIA.

2.5. Procedimiento de análisis de datos.

La aplicación del instrumento de la población muestral sujeta al estudio se realizara durante los meses de setiembre y diciembre del 2017.

Lo que se realizara es de acuerdo a la muestra se ira in situ al centro comercial el Molino I de la Ciudad del Cusco para realizar la encuesta a la muestra.

Una vez levantada la información sobre cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de rentas de primera categoría se procederá a la codificación de una base de datos y posteriormente se generaran las tablas y gráficos estadísticos.

2.6. Criterios éticos.

- **La fiabilidad**.- El presente trabajo de investigación podrá ser utilizado por otras personas tomando en cuenta que podrá realizar los mismos métodos de estrategia de recolección de datos debido a su veracidad de los resultados y estructura de la investigación, que en próximas investigaciones se podrá medir como se encuentra las cultura tributaria en los comerciantes del centro Comercial Molino I.
- **La validez**.- La presente investigación se realizo con veracidad en la interpretación correcta de los resultados y se convierte en un soporte fundamental de las investigaciones cuantitativas. El modo de recoger los datos fue a través de una encuesta y donde se pudo recoger de una medida verídica los resultados a partir de un conocimiento del tema a investigar.
- **El criterio de credibilidad o valor de la verdad**.- La presente investigación muestra una autenticidad puesto que se respecto en el marco teórico las citas bibliográficas de parte del fragmento que se extrajo para la presente investigación, del mismo modo se evidencia una

veracidad en torno a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los comerciantes del centro Comercial Molino I.

- **La relevancia.-** en la presente investigación se evidencio los logros de los objetivos a través de la aplicación de la encuesta y del mismo modo se realizó el análisis de los resultados para evaluar los objetivos planteados en la investigación y por lo tanto se obtuvo un mejor conocimiento de lo investigado.

2.7. Criterios de rigor científico.

- **Credibilidad.-** El presente trabajo de investigación se realizó en valor a la verdad acudiendo al centro comercial el Molino I para recabar la información del mismo modo se analizó los instrumentos de investigación el cual se refleja en los resultados de la presente investigación.
- **Transferibilidad.-** La presente investigación servirá a otros tesistas e investigadores a poder ampliar lo realizado en la investigación del mismo modo se informará a la sunat acerca de los resultados alcanzados para portar en la mejora de la cultura tributaria de los contribuyentes.
- **Dependencia.-** Los datos extraídos en base a los instrumentos de investigación se reflejan en los resultados realizados en el tiempo programado**.**
- **Confirmabilidad.-** El presente trabajo se sintetiza de manera objetiva luego de aplicar y analizar los instrumentos de aplicación en el centro comercial el Molino

CAPÍTULO III

RESULTADOS

Los comerciantes del Centro Comercial Molino I de la Ciudad del Cusco, es la unidad materia de estudio, para lo cual aplique encuestas para lograr recolectar los datos.

Los resultados han sido obtenidos mediante una encuesta realizada a la muestra de 65 comerciantes de una población de 960 comerciantes.

3.1. Tablas y Figuras.

3.1.1 Análisis de los datos generales de los comerciantes

Tabla 2

Clasificación de las personas encuestadas

GENERO	NUMERO	PORCENTAJE

MASCULINO	37	57%
FEMENINO	28	43%
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

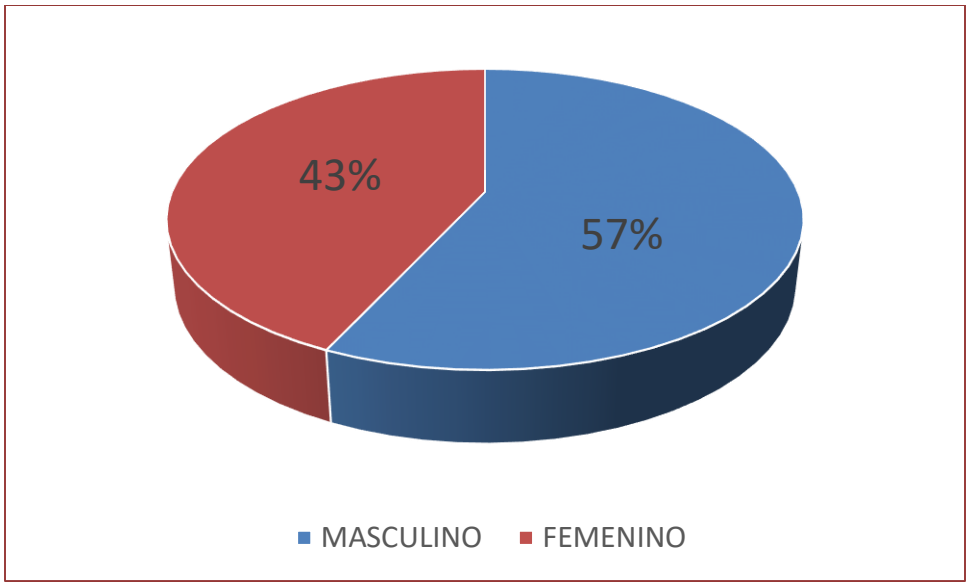


Figura 4 *Clasificación de las personas encuestadas*
Fuente: *Elaboración propia basada en las encuestas*

INTERPRETACIÓN:

De los 65 encuestados, el 57% de los comerciantes encuestados son de género masculino y el 43% son de género femenino. Según el gráfico se tiene la predominancia del género masculino lo que nos indica que en el centro comercial el Molino I de la Ciudad del Cusco predomina el género masculino.

3.1.2 Nivel de cultura tributaria de comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017

Tabla 3

Grado de instrucción

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Educación Primaria	8	**12%**
Educación Secundaria	16	**25%**
Educación Superior	41	**63%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: *Elaboración propia basada en las encuestas*

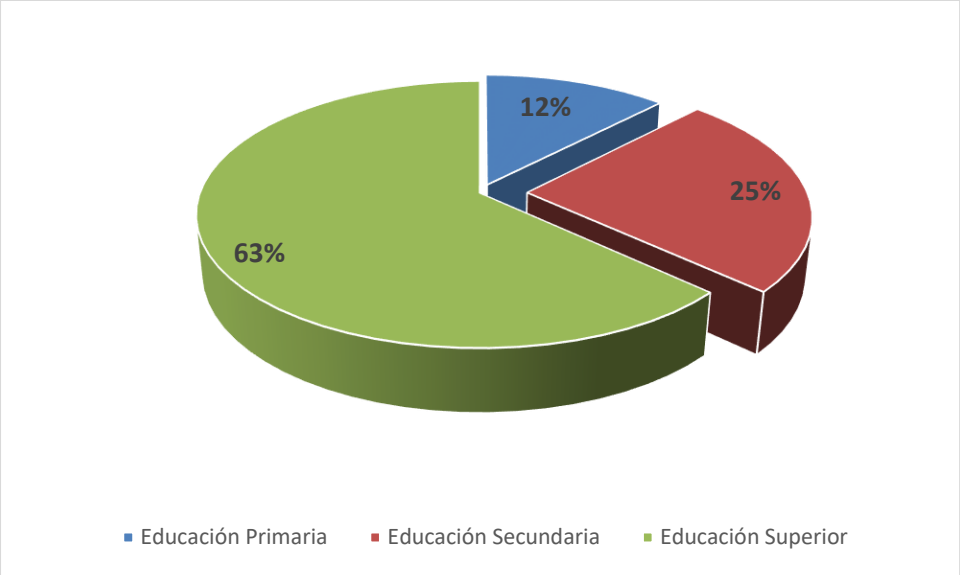


Figura 5 *Grado de instrucción*

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

INTERPRETACIÓN:

En el Grafico N° 02, se muestra que el 63% de los encuestados manifestó tener una educación superior lo que se puede percibir que gran parte de los encuestados posee una educación técnica o universitaria lo que hace pensar que si poseen una buena información de los tributos, por otra parte la cuarta parte de los encuestados que representa el 25% del total de encuestados manifiesta tener una educación secundaria concluida y existe un mínimo porcentaje del 8% que representa los comerciantes que tienen un grado de instrucción de educación primaria.

Tabla 4

Es propietario o inquilino del Stand comercial

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propietario	21	**32%**
Inquilino	43	**66%**
otro	1	**2%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

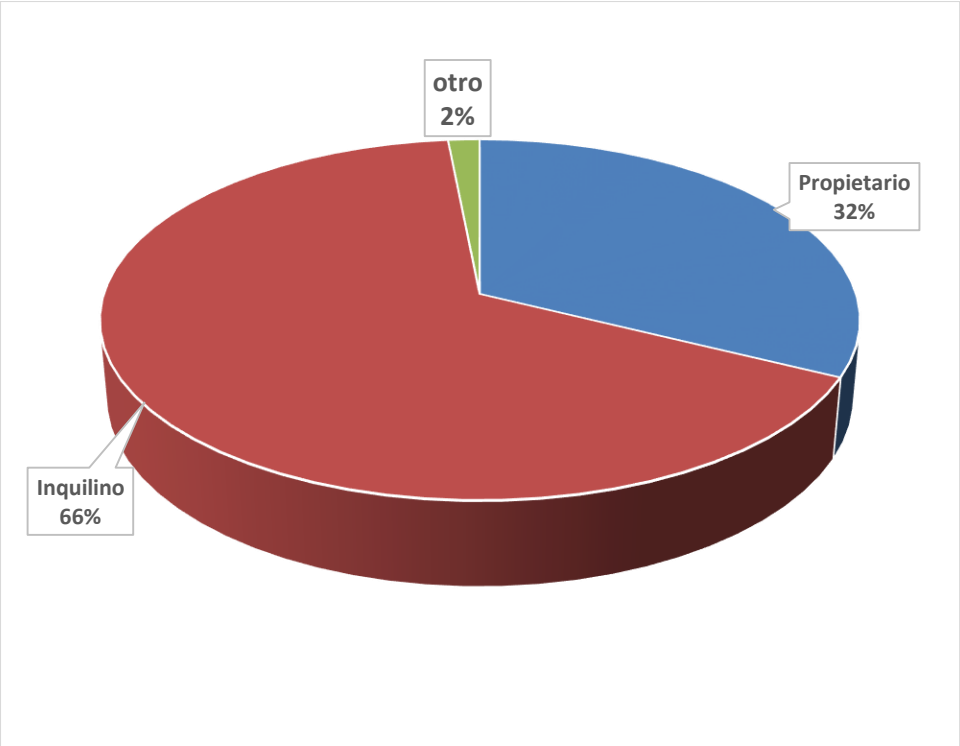


Figura 6 *Es propietario o inquilino del Stand comercial*

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 03, se puede apreciar que el 66% de los comerciantes del centro comercial Molino I son inquilinos de los stands comerciales donde trabajan mientras que un 32 % de los comerciantes son los dueños del local.

Tabla 5

Propietario del Stand, es persona natural o jurídica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE

Persona Natural	46	**71%**
Persona Jurídica	17	**26%**
otros	2	**3%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

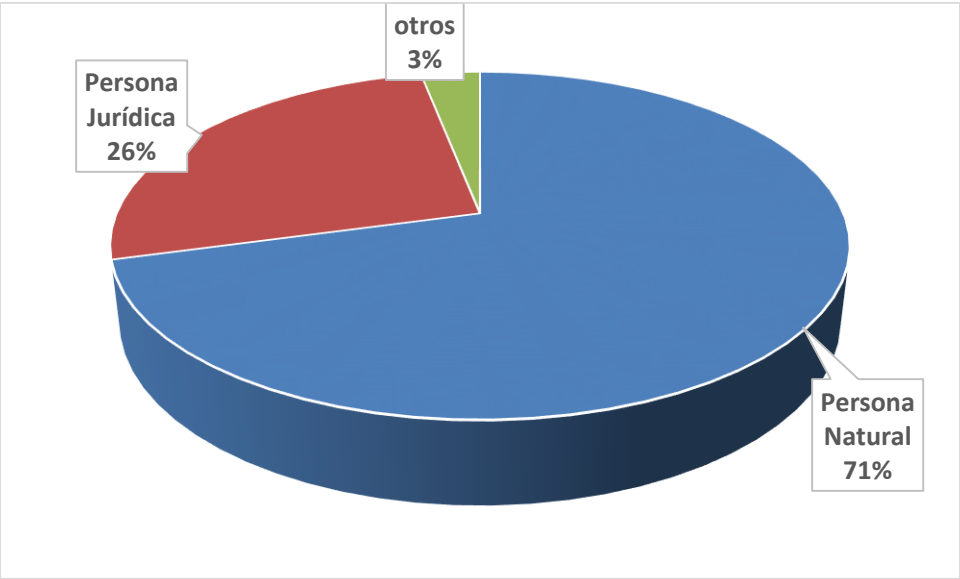


Figura 7 *Propietario del Stand, es persona natural o jurídica*

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 04, se observa que el 71% de los comerciantes del centro comercial Molino sus empresas son de constitución de persona natural es decir esto implica que el inscrito asume la responsabilidad y garantiza con todo su patrimonio y los bienes a su nombre, las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, por otra parte un 26% de los comerciantes su constitución es de persona jurídica es decir la empresa es quien asume todas las obligaciones de ésta, lo que implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, están garantizadas y se limitan solo a los bienes que pueda tener la empresa a su nombre.

Tabla 6

Cuenta con asesoramiento contable

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE

SI	12	18%
NO	53	82%
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

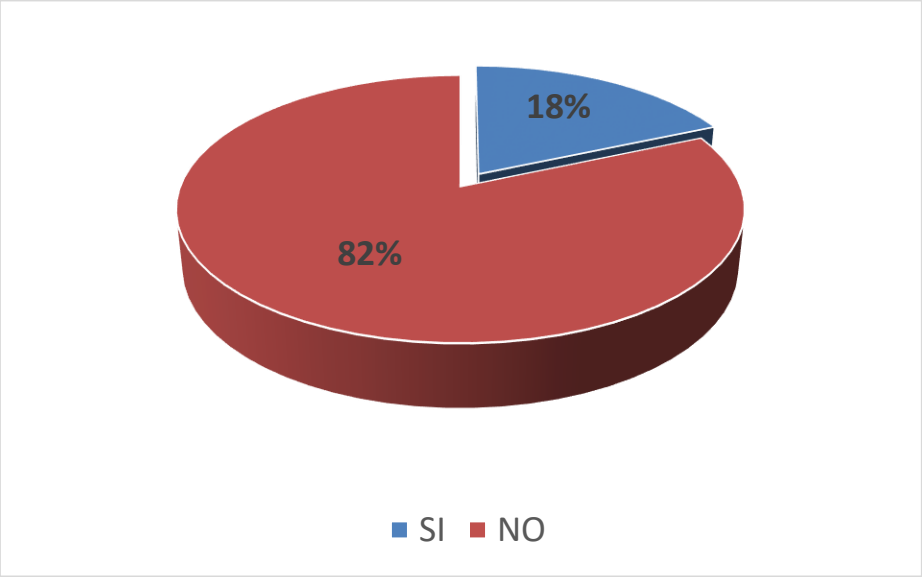


Figura 8 *Cuenta con asesoramiento contable*

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

INTERPRETACIÓN:

En el cuadro N° 05, se puede apreciar en relación con el asesoramiento contable que tienen los comerciantes del centro comercial El Molino I, se puede apreciar que un 82% de los encuestados no cuenta con un asesoramiento de un Contador Público, y solo un 18% de los encuestados cuenta con un asesoramiento contable lo que nos indica que la gran mayoría de los comerciantes no reciben un asesoramiento y por ende desconocen las obligaciones de renta de primera categoría que deben de tributar al estado.

Tabla 7

Conocimiento de las Obligaciones Tributarias de renta de primera categoría

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si conozco totalmente	6	**9%**

Si conozco parcialmente	14	**22%**
Conozco poco	16	**25%**
No conozco	29	**45%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

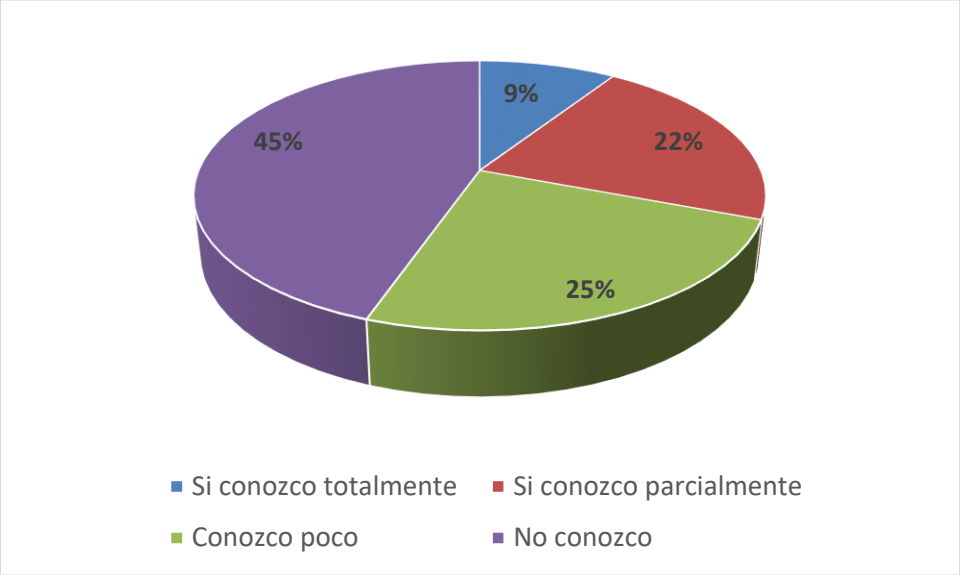


Figura 9 *Conocimiento de las Obligaciones Tributarias de renta de primera categoría*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el Grafico N° 06, observamos que un 45% de los encuestados que representa las mayor parte en relación al ítem planteado desconocen las Obligaciones Tributarias Formales y sustanciales de rentas de primera categoría lo que nos da a entender que no conocen acerca de esta renta y que la SUNAT no está cumpliendo con su obligación de realizar una información a los comerciantes puesto que este centro comercial la gran mayoría son arrendados, por otra parte conocen poco el 25% de los encuestados y solo el 9% de los encuestados manifiesta conocer muy bien de las obligaciones y en que consiste el régimen de primera categoría.

Tabla 8

Conocimiento de pagar un porcentaje a la Sunat por de alquiler del stand

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE

Si conozco totalmente	8	**12%**
Si conozco parcialmente	15	**23%**
Conozco poco	19	**29%**
No conozco	23	**36%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

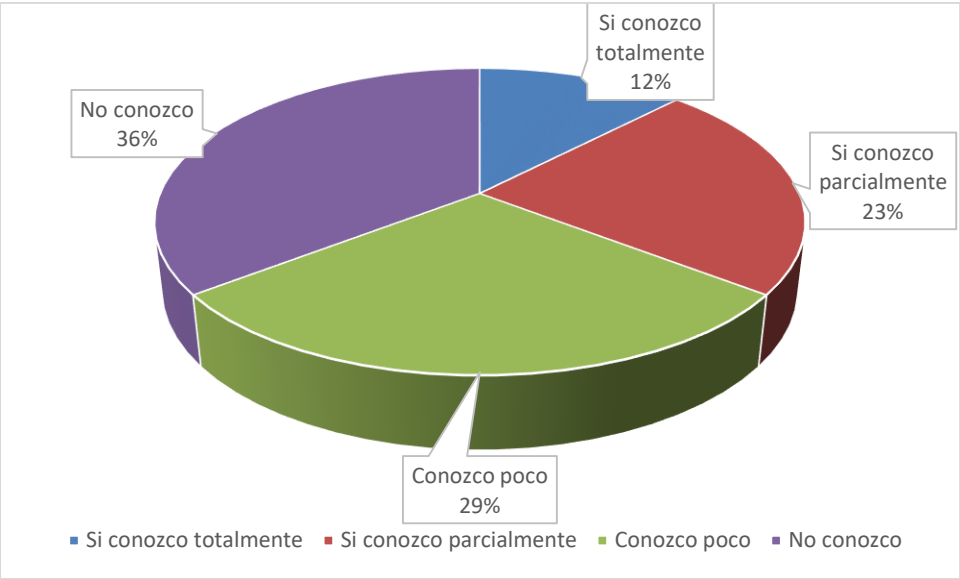


Figura 10 *Conocimiento de pagar un porcentaje a la Sunat por de alquiler del stand*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 07 referente al conocimiento que se tiene que pagar algún porcentaje del dinero que se da por el alquiler del stand de los comerciantes del centro comercial el Molino I, se puede apreciar que el 36 % de los comerciantes encuestados desconocen totalmente que se tiene que pagar algún porcentaje , mientras que el 29% conoce muy poco pero no muestran una seguridad del conocimiento de tienen a pagar, por otra parte el 23 % conoce parcialmente si se tiene que pagar algún porcentaje por el pago de su alquiler de su stand, una minoritaria parte de los encuestados que representa el 12% si conoce que se tiene que pagar un porcentaje, lo que nos demuestra este grafico es que la mayoría tiene un desconocimiento a que se tiene que aportar un porcentaje de su alquiler a la SUNAT.

Tabla 9

Conocimiento de las sanciones por incumplimiento de las obligaciones Tributarias de renta de primera categoría

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si conozco totalmente	2	**3%**
Si conozco parcialmente	11	**17%**
Conozco poco	16	**25%**
No conozco	36	**55%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

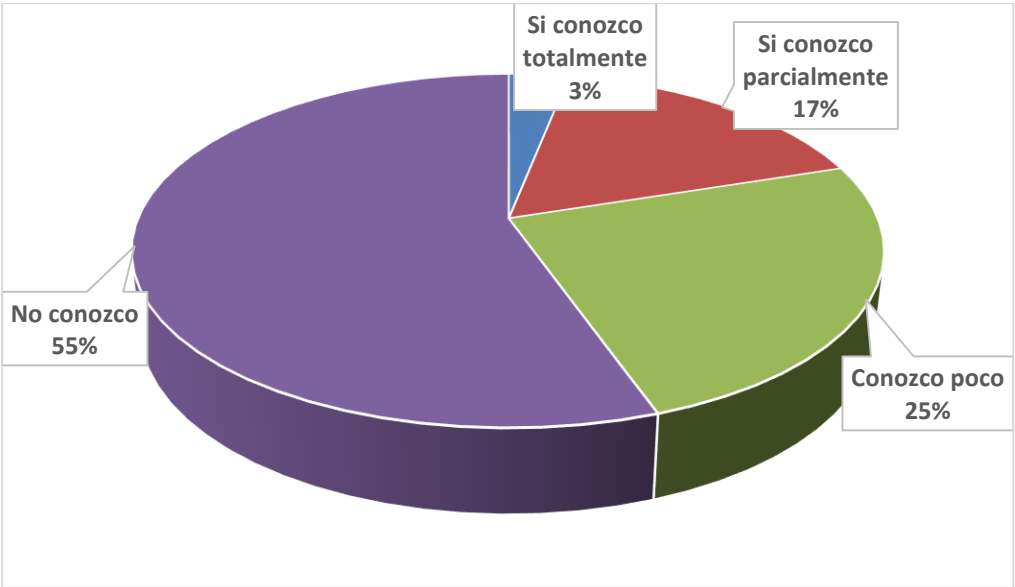


Figura 11 *Conocimiento de las sanciones por incumplimiento de las obligaciones Tributarias de renta de primera categoría*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

Podemos observar del grafico N° 08 que el 55% de los comerciantes del centro comercial Molino I desconocen totalmente si existe alguna sanción en las obligaciones de renta de primera categoría que el presente estudio nos referimos al arrendamiento o alquiler y sub arrendamiento de sus stands comerciales, por otra parte un 25% de los encuestados tiene poco conocimiento de las sanciones

que pudiera haber por incumplir en el pago de sus alquileres, solo un 3% de los comerciantes conoce totalmente cuales son las sanciones por no cumplir con la obligación de renta de primera categoría, lo que nos indica este cuadro N° 6 que no hubo alguna información por parte de la Sunat para los comerciantes entiendan cuáles son sus obligaciones que deben de cumplir para no caer en ninguna sanción.

Tabla 10

Conoce que porcentaje se paga mensualmente a SUNAT por concepto de alquiler de stand

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Porcentaje del 4%	8	**12%**
Porcentaje del 5%	16	**25%**
Porcentaje del 18%	41	**63%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

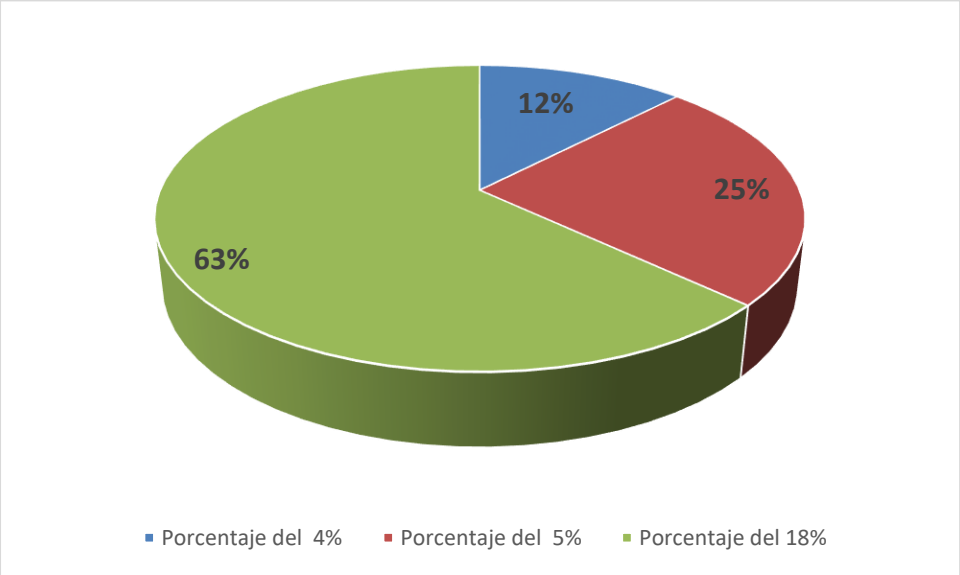


Figura 12 *Conoce que porcentaje se paga mensualmente a SUNAT por concepto de alquiler de stand*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 09, se observa que solo el 25% de los comerciantes conoce que el porcentaje que es el de 5% del monto del alquiler que se paga mensualmente a la Sunat como parte de sus obligaciones tributarias, lo que nos llama la atención de grafico es que el 63% de los comerciantes manifiesta que el porcentaje mensual a pagar por concepto de alquiler es del 18% lo que nos indica que ellos confunden con el pago IGV de las compras o ventas y además se deduce del grafico que la gran mayoría desconocen sus obligaciones tributarias.

Tabla 11

La fecha de vencimiento del pago de sus tributos de renta de primera lo determina

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SUNAT	15	**23%**
El inquilino	23	**35%**
El dueño del local	27	**42%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

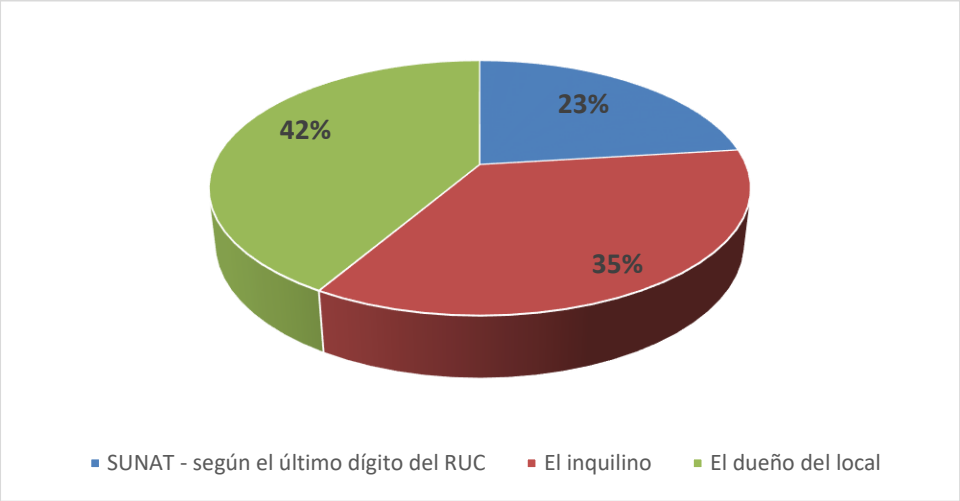


Figura 13 *La fecha de vencimiento del pago de sus tributos de renta de primera lo determina*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 10, se observa que el 42% de los comerciantes encuestados indican que quien determina la fecha de pago de los tributos de renta por alquiler es determinado por el dueño del stand, por otra parte el 35% de los encuestados manifiesta que quien determina la fecha de pago el inquilino lo que podemos deducir que los inquilinos son los que a su criterio deciden cuando pagar los tributos, mientras que un reducido grupo del 23% indican que es la SUNAT quien determina la fecha de pago , lo que podemos inferir que el desconocimiento de quien determina la fecha de pago de los tributos es muy alto por el 77% de los comerciantes que piensan que es el propietario o inquilino quien determina la fecha de pago.

Tabla 12

SUNAT le ha brindado capacitaciones sobre renta de primera categoría

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	14%
NO	56	86%
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

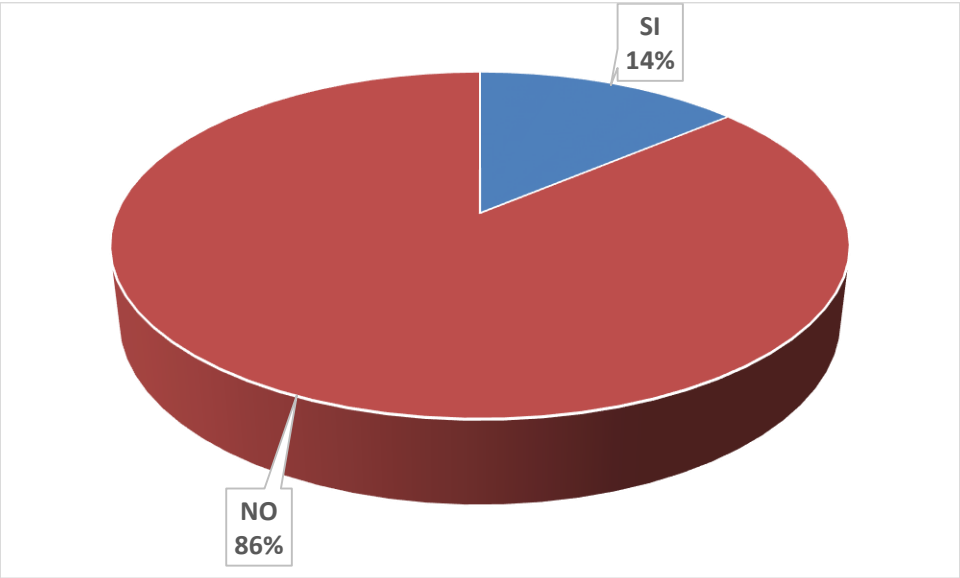


Figura 14 *SUNAT le ha brindado capacitaciones sobre renta de primera categoría*

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 11, en relación a que la SUNAT le ha brindado capacitaciones para el conocimiento y cumplimiento de obligaciones tributarias de renta de primera categoría a los comerciantes del centro Comercial Molino I, se puede observar que un 68% de los comerciantes no recibió capacitación o información por parte de la Sunat en lo referente a sus obligaciones que tiene al ser inquilino o dueño de un stand comercial, mientras que un 14% manifiesta que si recibió información por parte de la Sunat, lo que llama la atención que los comerciantes no han sido informados oportunamente por parte de la Sunat para que conozcan sus obligaciones y sanciones por los conceptos de sus alquileres y por ende tienen desconocimiento de las normas tributarias y esto puede ser una de las causas del incumplimiento de sus obligaciones tributarias o es que no toman mucho interés al tema de sus alquileres.

3.1.3. Nivel de cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017

Tabla 13

Cuenta con un contrato de alquiler

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	39	60%
NO	26	40%
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

Gráfico 13

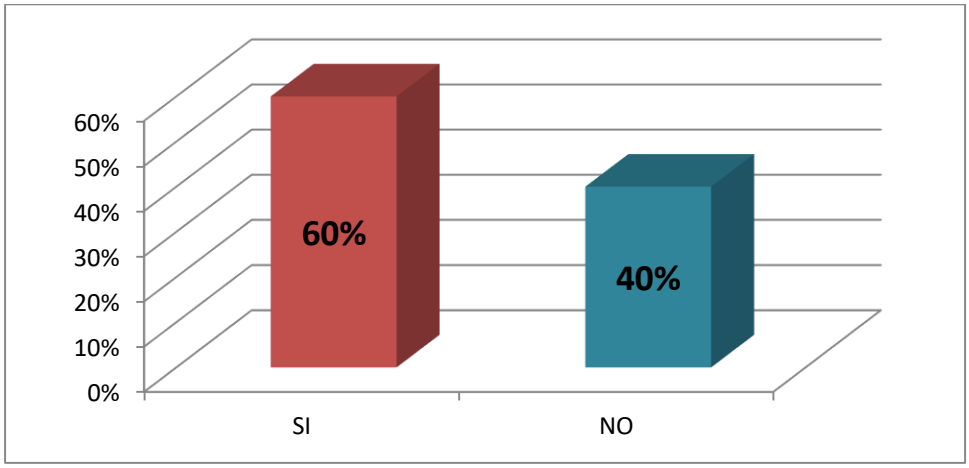


Figura 15 *Cuenta con un contrato de alquiler*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 12, se observa que el 60% de los comerciantes encuestados en lo referido a que si cuentan con un contrato de alquiler consideran que si los poseen y un 40% de los encuestados manifiestan que no poseen su contrato de alquiler.

Tabla 14

El propietario presento la declaración y pago a Sunat por el alquiler prestado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	**14%**
No	10	**15%**
No sabe	46	**71%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

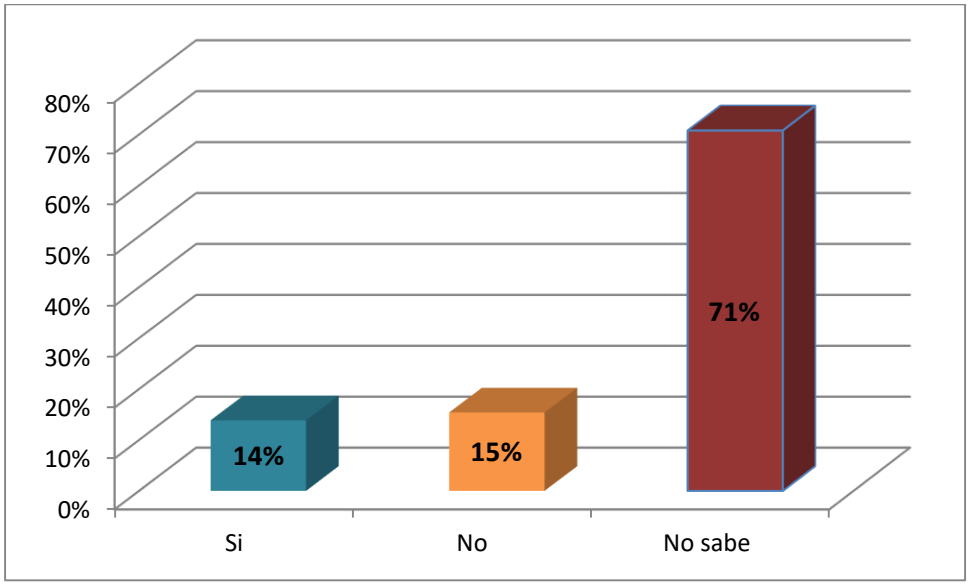


Figura 16 *El propietario presento la declaración y pago a Sunat por el alquiler prestado*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 13, en lo referente a que si el propietario del stand cumplió con haber realizado la declaración y pago del porcentaje del alquiler a la Sunat, se observa que el 71% de los encuestados no saben o desconocen si el dueño realiza el pago ante la Sunat, lo se infiere que muchos no le toman mucha atención a la importancia de realizar los pagos mensuales por el concepto de los alquileres, por otra parte un 15% de los comerciantes indica que no realiza el pago por los alquileres a la Sunat mientras que un reducido número de los encuestados que representa el 14% menciona que si realizan los pagos a la Sunat.

Tabla 15

Responsable de realizar el pago a Sunat por el concepto del alquiler del stand

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propietario	36	**55%**
Inquilino	17	**26%**
Ambos	12	**18%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

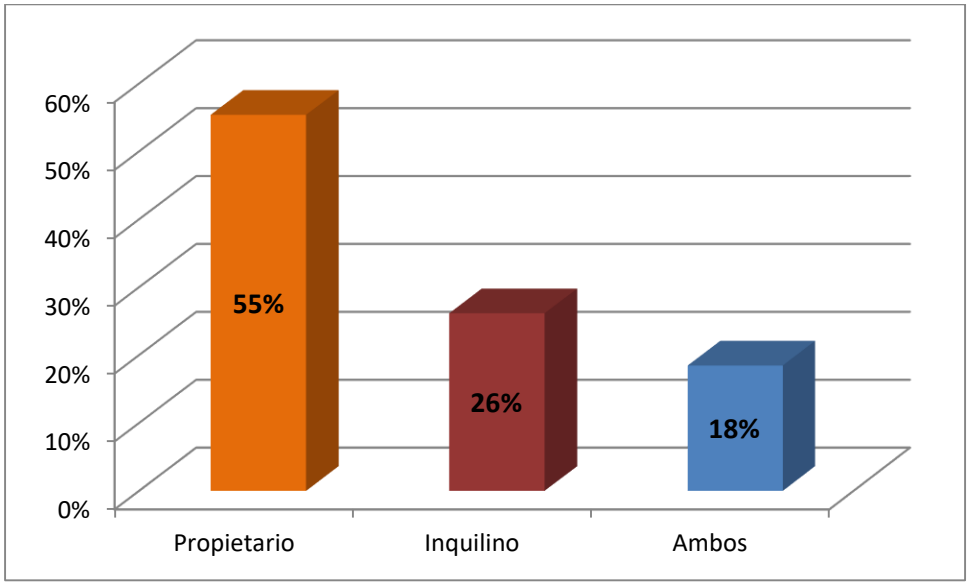


Figura 17 *Responsable de realizar el pago a Sunat por el concepto del alquiler del stand*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 14, se puede observar que el 55% de los comerciantes encuestados manifiestan que el responsable de realizar los pagos mensuales por concepto de los alquileres es el dueño puesto que es el responsable al alquilar el inmueble, por otra parte el 26% de los encuestados indican que el responsable de realizar el pago son los inquilinos y un reducido grupo del 18% indican que ambos son los responsables de realizar el pago del 5% mensual de sus alquileres.

Tabla 16

Considera que tiene que asumir las sanciones por el incumplimiento de renta de primera categoría si hubiera una sanción por parte de SUNAT

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propietario	39	**60%**
Inquilino	18	**28%**
Ambos	8	**12%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

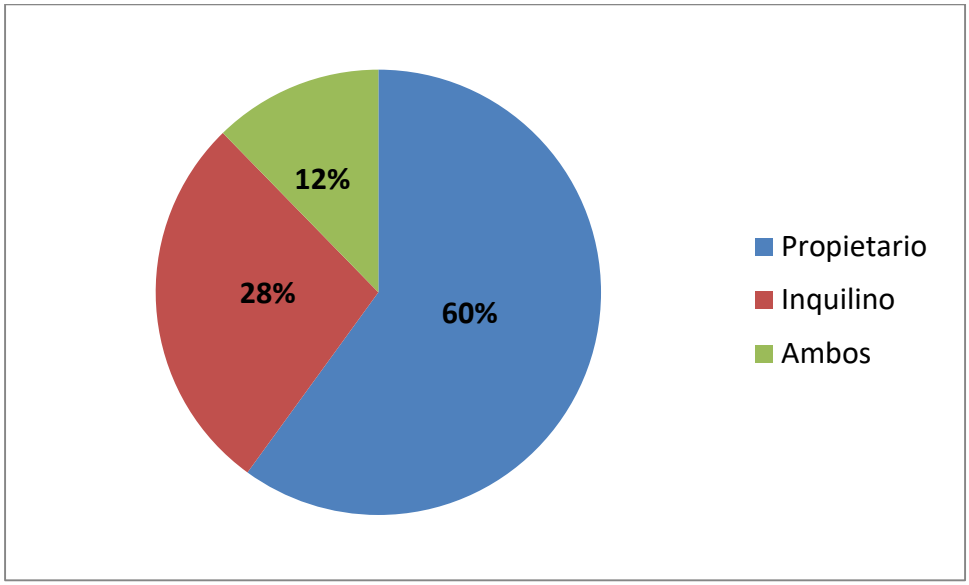


Figura 18 *Considera que tiene que asumir las sanciones por el incumplimiento de renta de primera categoría si hubiera una sanción por parte de SUNAT*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 15, se observa que el 60% de los encuestados indica que quien tiene que asumir la responsabilidad si hubiese alguna sanción por parte de la SUNAT es el propietario del stand puesto que es quien alquila el stand y es a quien se le pago por tanto el inquilino no asumiría ninguna responsabilidad, por otra parte el 80% de los encuestados manifiesta que quien asume las sanciones y es quien tendrá que afrontarlo es el inquilino del stand, mientras que el 12% de los comerciantes encuestados menciona que ambos asumen la responsabilidad si hubiese alguna sanción por parte de la SUNAT.

Tabla 17

Recibe algún comprobante de pago, por el pago de alquiler

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	12%
NO	57	88%
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: *Elaboración propia basada en la encuesta*

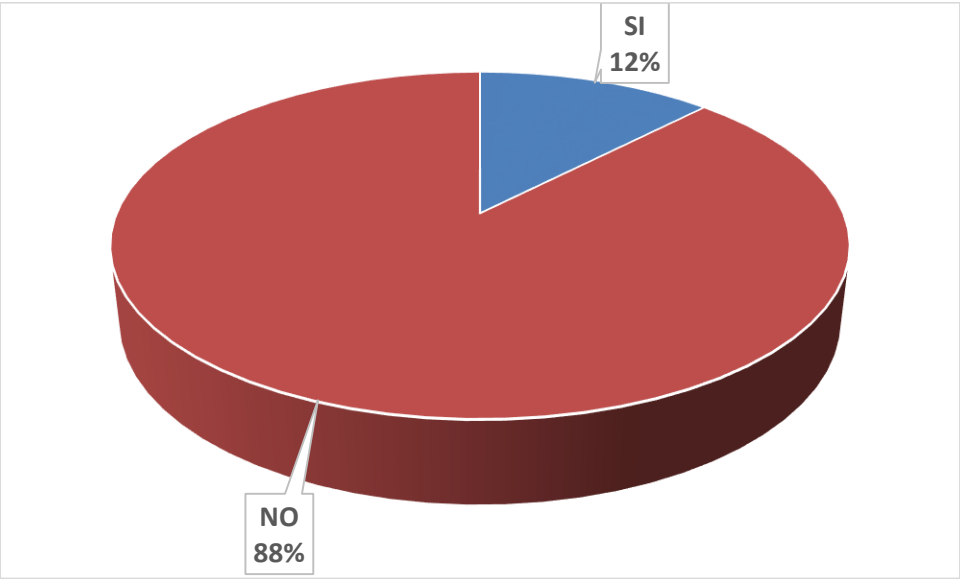


Figura 19 *Recibe algún comprobante de pago, por el pago de alquiler*

Fuente: *Elaboración propia basada en la encuesta*

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 16, en lo referente a que si recibe algún comprobante de pago por el concepto de alquiler que se le da al propietario del Stand, se observa que el 88% de los comerciantes del centro Comercial Molino I no reciben ningún comprobante de pago por parte del arrendador, y un reducido 12% de los encuestados si manifiestan que se les da un comprobante de pago y el respectivo Boucher de pago en el Banco de la Nación por concepto de los alquileres.

Tabla 18

Fue sancionada alguna vez ante una verificación de las obligaciones tributarias de renta de primera categoría por la SUNAT

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	17%
NO	54	83%
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

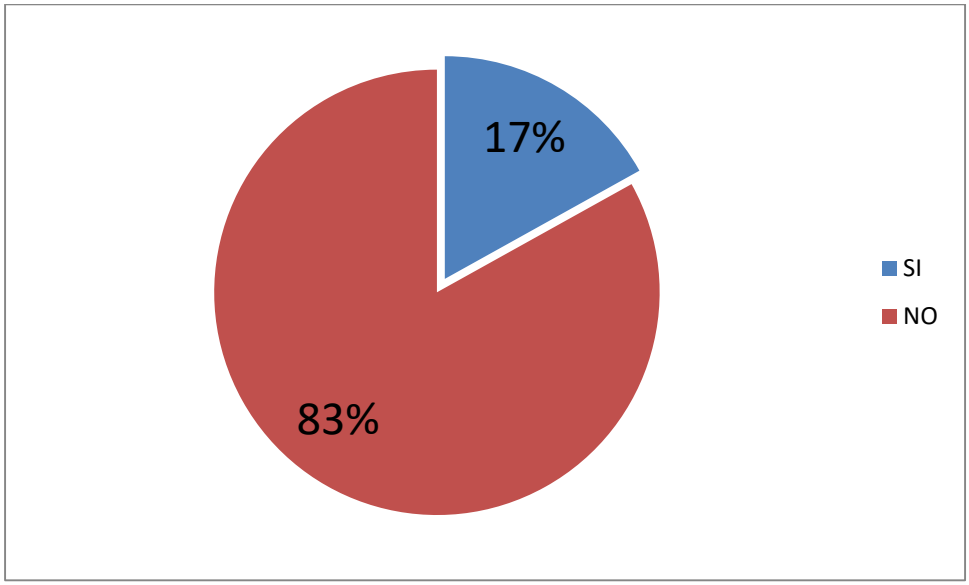


Figura 20 *Fue sancionada alguna vez ante una verificación de las obligaciones tributarias de renta de primera categoría por la SUNAT*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 17, se puede observar que un 83% de los comerciantes encuestados del centro comercial Molino I consideran que en ninguna oportunidad fueron sancionados ni multados por no pagar el 5% mensual del total de sus alquileres lo que nos indica que como no tuvieron una buena orientación tributaria no cumplen con su obligación y al no tener alguna verificación no sienten el temor por la sanción, mientras un 17% de los comerciantes manifiestan que si tuvieron alguna sanción por no realizar los pagos a cuenta por el concepto de alquiler.

Tabla 19

En acuerdo con el cobro de tributos de renta de primera categoría

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En desacuerdo	33	**51%**
Poco de acuerdo	23	**35%**
De acuerdo	7	**11%**
Muy de acuerdo	2	**3%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

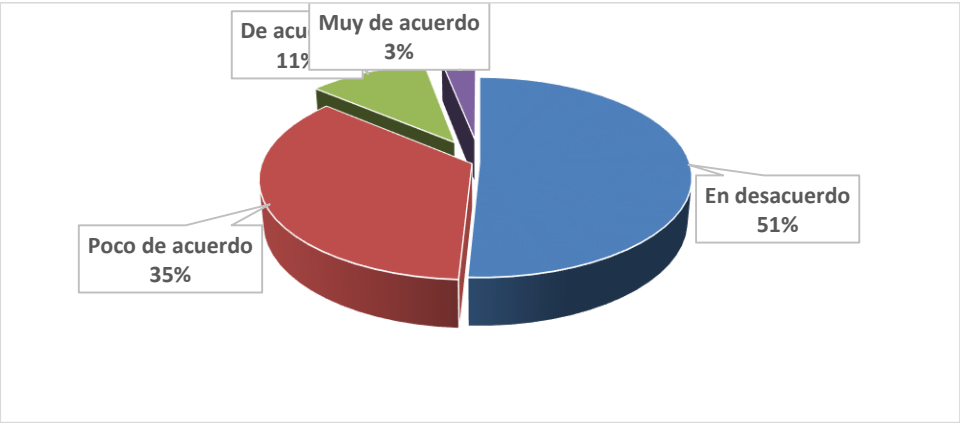


Figura 21 *En acuerdo con el cobro de tributos de renta de primera categoría*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico 18, se observa que un 51% de los encuestados considera que está en desacuerdo que se realice cobros por el concepto de los alquileres y estos se paguen a la Sunat lo que nos muestra que los comerciantes no pagarían ningún monto por sus alquileres, por otra parte un 35% de los comerciantes consideran que podrían pagar el porcentaje de sus alquileres a la Sunat, solo un 3% de los encuestados se muestran muy de acuerdo en que se realicen los pagos de los tributos por concepto de alquileres.

3.1.4. Causas del incumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I de la ciudad del Cusco -2017

Tabla 20

Los pagos por concepto de renta de primera categoría son excesivos y no van con la realidad de los contribuyentes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	49	**75%**
No	16	**25%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: *Elaboración propia basada en la encuesta*

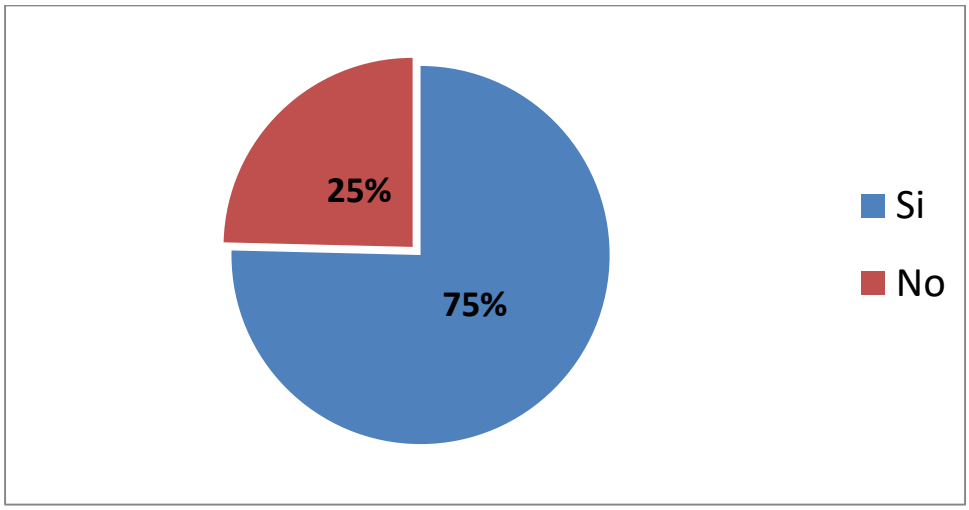


Figura 22 *Los pagos por concepto de renta de primera categoría son excesivos y no van con la realidad de los contribuyentes*

Fuente: *Elaboración propia basada en la encuesta*

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 19, se observa que el 755 de los comerciantes encuestados del centro comercial Molino I indican que para ellos si es excesivo el pago porcentual mensual de los pagos por concepto de los alquileres y indican que los montos de pago deberían ser menores o en su defecto que no se tribute, mientras que la cuarta parte de los encuestados que representan al 25% están de acuerdo con el pago y no lo consideran que son excesivos.

Tabla 21

Considera que el gobierno usa adecuadamente los recursos recaudados de renta de primera categoría

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	13	**20%**

No	52	**80%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

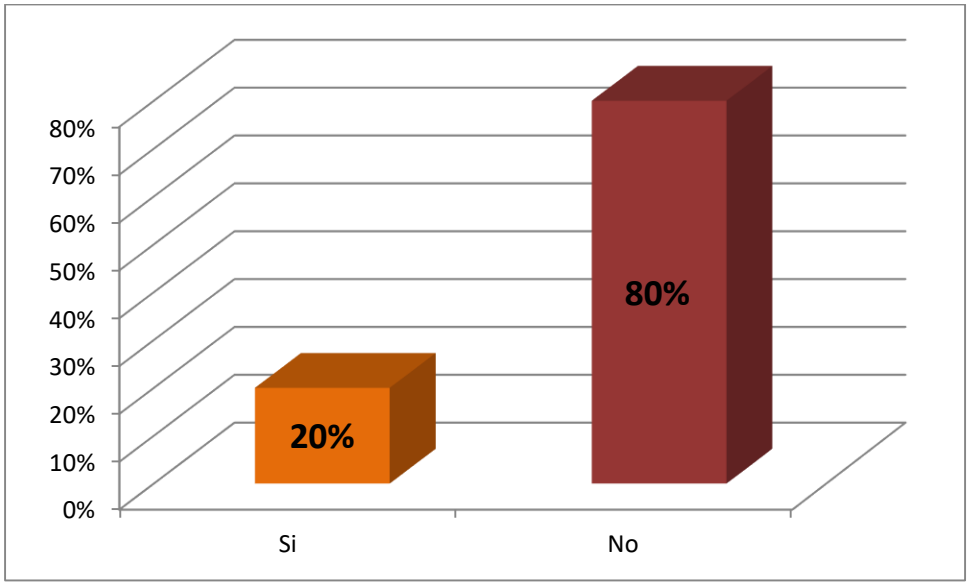


Figura 23 *Considera que el gobierno usa adecuadamente los recursos recaudados de renta de primera categoría*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 20, en relación a que considera que el gobierno usa adecuadamente los recursos recaudados de renta de primera categoría, se observa que el 80% de los comerciantes encuestados del centro comercial Molino I indican que el pago por concepto de los alquileres no son bien utilizados por el gobierno puesto que se observa mucha corrupción y que los dineros no son bien gastados, por otra parte el 20% de los comerciantes indican que los impuestos de alquileres que se paga a la Sunat si son bien utilizados por el gobierno.

Tabla 22

Mecanismos SUNAT, debe de implementar para reducir el incumplimiento de sus impuestos de renta de primera categoría

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hacer campañas sobre tributación	36	**55%**

Los impuestos a cobrar deben de ser razonables	16	**25%**
SUNAT debe de ser flexible en los cobros	13	**20%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: *Elaboración propia basada en la encuesta*

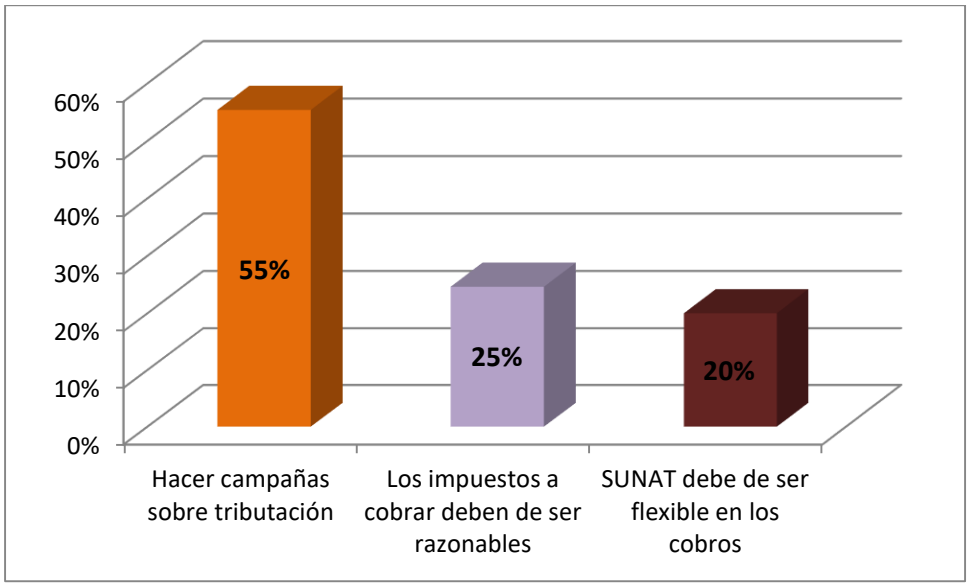


Figura 24 *Mecanismos SUNAT, debe de implementar para reducir el incumplimiento de sus impuestos de renta de primera categoría*

Fuente: *Elaboración propia basada en la encuesta*

INTERPRETACIÓN:

En el grafico N° 21, en relación a los mecanismos que SUNAT debe de implementar para reducir el incumplimiento de sus impuestos de renta de primera categoría, como se observa en el grafico un 55% de los comerciantes encuestados indica que la SUNAT debe de hacer campañas de tributación en lo que se refiere a renta de primera categoría puesto que los comerciantes del centro comercial Molino I no toman mucha importancia que tienen que tributar por concepto de los alquileres que pagan, por otra parte el 25% de los comerciantes encuestados manifiestan que la Sunat debe de implementar que los porcentajes pagados por impuestos de alquiler tiene que ser más razonables puesto que afirman que trabajan más para pagar los impuestos, sin embrago el 20% de los comerciantes indican que la Sunat debe de ser más flexible en los cobros y no aplicar sanciones y multas.

Tabla 23

Causas de incumplimiento de rentas de primera categoría

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de fiscalización de Sunat	3	**5%**
Falta de dinero	10	**15%**
Intensión de no pagar el impuesto	37	**57%**
Desconocimientos de impuestos	14	**22%**
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: *Elaboración propia basada en las encuestas*

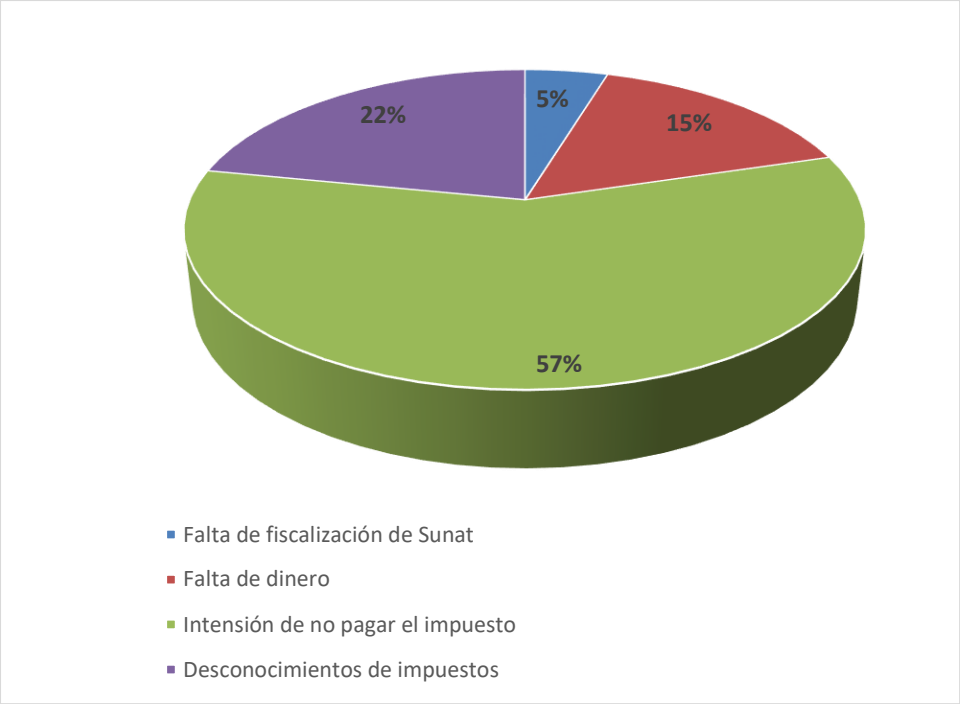


Figura 25 *Causas de incumplimiento de rentas de primera categoría*

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta

INTERPRETACIÓN:

En el cuadro N° 22, de los comerciantes encuestados, se puede observar que el 57% de los comerciantes encuestados menciona porque incumplen sus pagos a cuenta de sus alquileres es por la intensión de no pagar el impuesto de renta de primera categoría lo que se infiere que no tiene la

intención de realizar este pago, por otra parte el 22% de los encuestados indican que una de las causas del incumplimiento de pagos porcentuales de alquileres a la Sunat es por el desconocimiento de los impuestos a pagar, mientras que el 15% de los comerciantes encuestados indica que la causa es la falta de dinero puesto que sus ingresos no son rentables, sin embargo solo el 5% de los encuestados indica que el problema se encuentra es que la Sunat no realiza la fiscalización en los diferentes stands del centro comercial Molino I de la Ciudad del Cusco.

3.2. Discusión de resultados

La cultura Tributaria es el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. Por otra parte se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes. (MENDEZ, 2005)

En este contexto los comerciantes del centro comercial Molino I de la Ciudad del Cusco muestran un alto nivel de desconocimiento de las obligaciones tributarias específicamente en relación a Renta de primera categoría, de acuerdo a los resultados el 63% de los comerciantes tienen educación superior (gráfico Nº 2) pero en conocimiento de materia tributaria lo desconocen, el 45% de los comerciantes (gráfico Nº 6) no conocen las obligaciones tributarias de renta de primera categoría, del mismo modo un 82% no cuenta con un asesoramiento o apoyo contable (gráfico Nº 5), por otra parte el 56% de los comerciantes afirman que no recibieron asesoramiento o apoyo por parte de la SUNAT (gráfico Nº 11)

El presente indicador nos muestra que la SUNAT a pesar de haber suscrito convenios con el MINEDU que por objeto tiene fomentar entre los estudiantes y la comunidad educativa actitudes favorables hacia el sistema tributario incorporando los contenidos de cultura y conciencia tributaria en los diseños curriculares de las diferentes Direcciones Regionales de educación se evidencia que no se logró educar y concientizar a los contribuyentes. Por otro lado el Estado no está cumpliendo con su rol de forma adecuada y mucho menos administra correctamente los tributos.

En cuanto al cumplimiento de rentas de primera categoría, existe un alto grado de incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del centro comercial Molino I, puesto que el 62% de los comerciantes manifiestan ser inquilinos (gráfico Nº 03) lo que indica que si pagan por concepto de alquiler y por ende tendrían que pagar el impuesto de renta de primera categoría a la SUNAT y esto incide en que el 46% de los comerciantes no saben o desconocen si el propietario ha presentado su declaración y pago ante la Sunat del dinero que recibe por el alquiler, del mismo modo esto genera que el 88% de los comerciantes (gráfico Nº 16) no reciben ningún comprobante de pago que realizaron por concepto de su alquiler y esto nos demuestra que no tienen gran interés por pedirlo, y lo que lleva también que el 83% (gráfico Nº 17) de los comerciantes no fue sancionado por parte de la sunat por lo que al no ser sancionados no muestran actitudes de cambio ante las obligaciones tributarias de renta de primera categoría.

En relación a las causas que originan el cumplimiento de rentas de primera categoría el 57% de los comerciantes tienen la intensión de no pagar el impuesto de renta de primera categoría, lo que genera en los comerciantes la suspicacia o duda que 80% (gráfico Nº 20) de ellos no confía en el estado y que considera que los tributos que aportarían el gobierno no lo usa de la mejor manera, por otra parte 55% de los comerciantes considera que los mecanismos para el cumplimiento de renta de primera categoría es realizar campañas de tributación para que tengan un mejor conocimiento de sus obligaciones tributarias se detalla que es necesario (gráfico Nº 21).

Por lo tanto, la hipótesis del presente trabajo fue la cultura tributaria tiene incidencia en el cumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro comercial el Molino I, por lo que luego de los resultados de la encuesta se acepta la hipótesis planteada porque el nivel de conocimiento de los comerciantes de la cultura tributaria es bajo por lo tanto incide en sus obligaciones tributarias de renta de primera categoría debido a que muchos de los comerciantes lo desconocen.

Por consecuente , nuestra hipótesis queda confirmada.

Se confirma y tiene relación con lo investigado por (TARAZONA & VELIS DE VILLA, 2016) según a sus resultados:

> 1.- Como resultado de nuestra investigación en general podemos concluir que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas

ya que en dicha zona no existen; por Tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización.

En tal sentido en la presente investigación tiene relación puesto que los comerciantes del centro comercial Molino I también cuentan con un bajo nivel de Cultura tributaria y por ende incide en el cumplimiento de rentas de primera categoría, y también se obtiene que la Sunat no está realizando su rol de información como se debe.

Del mismo modo tiene coincidencia con los antecedentes del presente trabajo con los resultados obtenidos del estudio "Determinar la influencia de la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014.

a) La falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país, no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales.
b) La falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias.

Puesto que, los comerciantes del centro comercial Molino I no tienen una atención adecuada por parte de SUNAT para incrementar la cultura tributaria en los comerciantes y del mismo modo se nota que falta mayor conciencia tributaria para cumplir con sus obligaciones tributarias de renta de primera categoría.

Por otra parte la investigación coincide con lo dicho por (ZOLORZANO, 2012) quien refiere:

> La educación tributaria de ninguna manera puede reducirse a la enseñanza de prácticas que solamente capaciten para atender los requerimientos del régimen impositivo, tampoco puede limitarse al ámbito de la formalidad fiscal, el orden legal y las razones de su cumplimiento, sino debe ser, necesariamente, una educación orientada hacia el cambio cultural y la revaloración de lo ético dentro del conjunto social.

Por lo que se tiene que lograr en los comerciantes un cambio cultural en referencia a obligaciones tributarias de renta de primera categoría, que no se observaban luego de aplicado la encuesta.

3.3. Aporte Científico

PROPUESTA PARA MEJORAR LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE RENTAS DE PRIMERA CATEGORIA EN LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL EL MOLINO I DE LA CIUDAD DEL CUSCO

1.- Generalidades

La cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones. Se evidencia una desinformación acerca de las estrategias y planes que adelanta la administración tributaria en pos de educar al contribuyente. (AMASIFUEN, 2015)

La medición de la cultura tributaria se suele hacer mediante encuestas aplicadas a los trabajadores de una organización, centro comercial o de algún área donde se destine la medición del mismo. Aunque existen distintos instrumentos, metodologías y encuestas para medir la cultura tributaria, uno de los instrumentos funcionales es la encuesta para determinar la incidencia que tiene en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

2.- Introducción

En nuestro país el desarrollo de una adecuada cultura tributaria es un problema para todo gobierno así como para los contribuyentes, ya que la población no tiene una adecuada educación sobre materia tributaria.

Los comerciantes del Centro comercial El Molino I no se encuentran ajenos a esta problemática vista en el estudio realizado porque no existe una adecuada difusión respecto a este tema y en especial importancia a obligaciones tributarias de renta de

primera categoría, los comerciantes carecen de orientación e información en materia tributaria y los servicios que brinda el Estado. Estas acciones han provocado que la mayoría de los contribuyentes opten a que no cumplan con sus obligaciones tributarias.

El presente trabajo de investigación se centró en el Centro Comercial El Molino I de la ciudad del Cusco, debido a que es un lugar de gran movimiento comercial, ubicado en el distrito de Santiago provincia de Cusco.

3. Fundamentación

Después de haber realizado la aplicación de las encuestas a los comerciantes del centro Comercial Molino I de la Ciudad del Cusco se determinó que los comerciantes tienen un conocimiento bajo de cultura tributaria específicamente en lo referido a renta de primera categoría y por ende como incide en sus obligaciones tributarias en el cumplimiento mensual y anual de sus responsabilidades como empresarios. Por lo tanto llevar a cabo esta propuesta seria de gran utilidad para los comerciantes del Centro Comercial Molino I, ya que ayudaría a elevar su conocimiento tributario y por ende aumentaría su cultura tributaria. Cambiaría su percepción que tienen que el Estado solo quiere aprovecharse de los empresarios y que la tributación no es para beneficio de ellos sino de todos los peruanos a través de las diferentes obligaciones que tiene como Estado y que la contribución de sus aportes apoyara a que se realicen más obras públicas. Este plan de estrategias pretende lograr un cambio en la actitud de los comerciantes, para que en adelante cumplan con sus obligaciones.

4.- Objetivos

4.1.- Objetivo General

Elevar la cultura tributaria para el cumplimiento de rentas de primera categoría de los comerciantes del centro Comercial Molino I de la Ciudad del Cusco

4.1.- Objetivos Específicos

Proporcionar información de renta de primera categoría a los comerciantes del centro comercial Molino I de la Ciudad del Cusco.

Dar a conocer los beneficios de cumplir con sus obligaciones tributarias de renta de primera categoría a los comerciantes del centro comercial Molino I de la Ciudad del Cusco.

Entregar material didáctico y sencillo que permitan a los comerciantes un mejor entendimiento sobre rentas de primera categoría.

5.- Propósito

Capacitar a los comerciantes del centro Comercial Molino I con el objetivo de Elevar la cultura tributaria para el cumplimiento de rentas de primera categoría

6.- Meta

Los Comerciantes del centro comercial Molino I de la Ciudad del Cusco.

7.- Generalidades Del Centro Comercial MOLINO I

7.1.- Reseña Histórica

La Ciudad del Cusco por la presencia de Arquitectura Monumental y Costumbres propias de nuestro medio conforman una de las Zonas más visitadas por turistas nacionales y extranjeros la presencia de instituciones, Gobiernos locales, cuya función es la de mantener una imagen urbana Turística comercial y visionaria. Planifica, proyecta y ejecuta Proyectos de recuperación urbana tomando en cuenta las necesidades primordiales de nuestro medio. La avenida ejercito es un lugar invadido por los ambulantes dedicados en mayor parte a la venta de mercadería de contrabando, los cuales con el transcurso de los años han crecido considerablemente y congestionado no solo dicha avenida sino todas las calles aledañas a ésta, obstruyendo la circulación de vehículos y peatones. El Alcalde preocupado por el ordenamiento de la Ciudad y con su afán de servir al pueblo, personalmente dispuso la reubicación de los vendedores de la Av. Ejército, de donde nace la elaboración del Proyecto "Campo Ferial Margen Derecha" ubicado en la Margen Derecha del rio Huatanay Dicho Campo Ferial Alberga a más de

191 O vendedores ambulantes en esta primera etapa se construyó un total de 967 Módulos, en la que los mismos pueden tener un lugar y un local adecuado para este uso, así mismo será de beneficio para toda la población. Por tanto se dispuso a la oficina de Estudios y Proyectos la elaboración del Expediente Técnico ~1 mismo que fue aprobado mediante la Resolución de Alcaldía No 1498-99-MC disponiendo su ejecución.

Es así que de acuerdo al Plan Operativo elaborado por la Municipalidad Provincial del Cusca para el año de 1999, sea propuesta la ejecución la ejecución de la obra CAMPO FERIAL DE AMBULANTES MARGEN DERECHA RIO HUATANAY, trabajo que inicio én una primera fase con la ejecución de obras civiles como obra única durante los años de 1999 a 2000. En una segunda fase se inicia con los trabajos de suministro e instalación de módulos metálicos quedando fraccionada esta obra en términos de nominación como ejecución de obra en CENTRO COMERCIAL EL MOLINO I Y II.

7.2. Misión, Visión y Valores.

7.2.1. Misión propuesta

Somos el centro comercial pionero de la Ciudad del Cusco de comercialización al por mayor y menor de equipos tecnológicos, recreación, vestido, accesorios para el hogar entre otros, brindando lo último en productos de necesidad para el hogar a precios accesibles a nuestros clientes, con un excelente servicio, seguridad, comodidad y confianza, satisfaciendo las necesidades y superando las expectativas de nuestros clientes. Contamos con una cartera de proveedores confiables y puntuales, trabajamos dentro de un ambiente que propicia el trabajo en equipo y la realización de nuestro personal.

7.2.2. Visión Propuesta

Ser líder en la comercialización de equipos tecnológicos, recreación, vestido, accesorios para el hogar entre otros, de la región del Cusco, brindando productos de calidad y un excelente servicio.

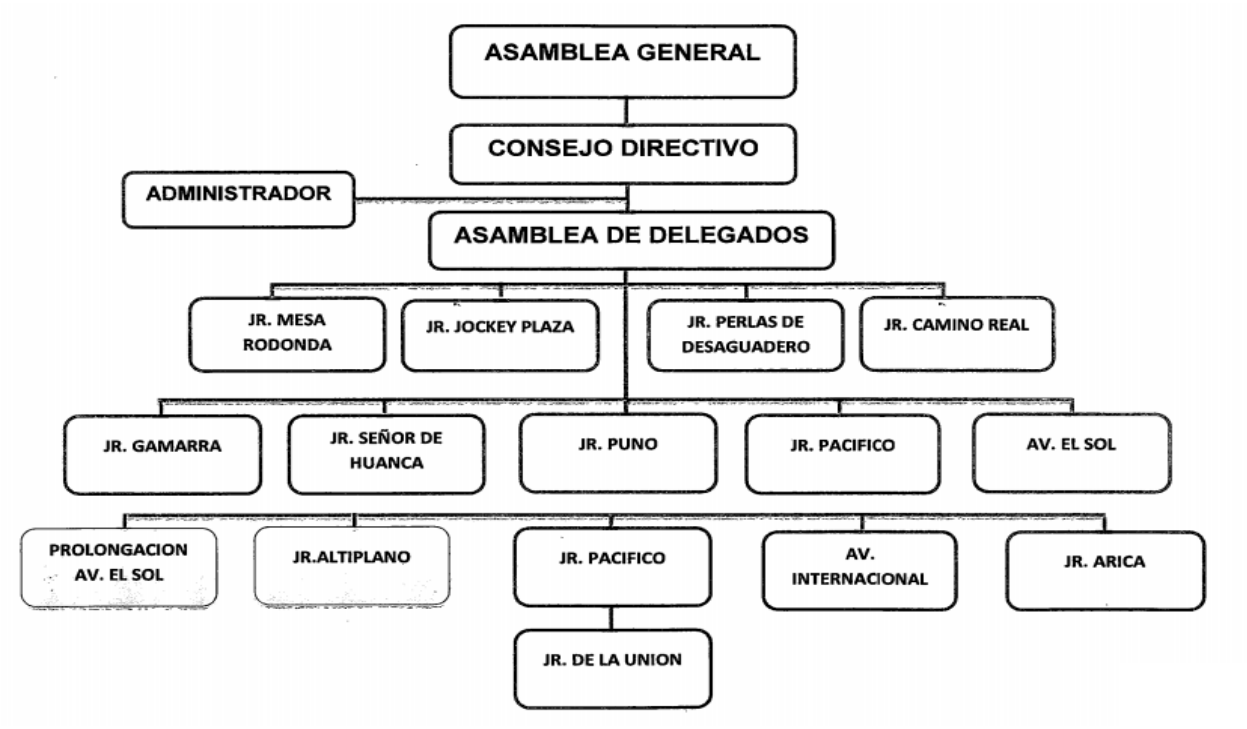
7.2.3. Valores

Ética. Los comerciantes del centro comercial Molino I son responsables de la conducta, moralidad e integridad para un mejor clima organizacional.

Compromiso. El testimonio y satisfacción de nuestros clientes es nuestro compromiso y mejor carta de presentación.

Trabajo en Equipo. Los comerciantes del centro comercial Molino I comparten un trabajo colaborativo por el bien de la institución.

7.3. Organigrama



7.4. Asamblea General

Es la máxima autoridad de la Asociación y está compuesta por todos los asociados debidamente empadronados, adquieren también la titularidad de la acción sus respectivos conyugues, sus acuerdos son obligatorios para todos los asociados de la junta de propietarios, aun para aquellos que hubiesen votado en contra o hubiesen abstenido de votar, estuvieran ausente y/o fuesen disidentes del acuerdo aprobado por la asamblea general. (MOLINO, 2012)

7.4.1. Asamblea General de Delegados:

Es el órgano de gobierno de la asociación, la misma que está constituida por el total de delegados elegidos por los Jirones o sectores del Centro Comercial el Molino l.

7.4.1.1. Funciones de la asamblea general de delegados:

- Proponer y aprobar la celebración de los contratos, préstamos o convenios que celebre el consejo Directivo con otras instituciones, sean nacionales o internacionales, públicos o privadas.
- Informar sobre el estado situacional de los asociados que representan, así como su record de sanciones, aportes y asistencia a Asamblea General.
- Aprobar el desarrollo de actividades de actividades ordinarias y extraordinarias de la asociación, en cumplimiento del plan de trabajo institucional, aprobado por la Asamblea General de Asociados.
- Participar en el desarrollo y ejecución de las diversas actividades de la asociación, sea integrando alguna de las comisiones designadas o como delegados de manera voluntaria.
- Sancionar en segunda instancia los asociados infractores de los deberes que tienen para la asociación. (MOLINO, 2012)

7.5. Consejo Directivo

El Consejo Directivo tiene a su cargo el gobierno de la asociación, siendo el órgano ejecutivo de los acuerdos de la Asamblea General, sus miembros son solidariamente responsables de todos los actos celebrados. El Consejo Directivo es elegido mediante elección universal, directa o secreta, por un periodo de dos (02) años. (MOLINO, 2012)

8. Desarrollo de la propuesta

8.1. ESTRATEGIAS Y ACCIONES

Las estrategias y acciones que se emplearan son las siguientes:

a) Exposición de representantes de SUNAT

Las acciones que se deben de realizar para aplicar la presente estrategia es Presidencia de la Junta Directiva de los Comerciantes del Centro comercial Molino I soliciten a la

SUNAT para poder realizar charlas informativas, y así para que ellos puedan ponerse en acuerdo con los comerciantes y fijar fechas, horario y lugar donde se realizara las capacitaciones en los referido a obligaciones tributarias específicamente en rentas de primera categoría.

b) Entrega de material informativo tributario en físico y en forma virtual.

Con el fin de que los comerciantes se involucren y conozcan las obligaciones tributarias se debe de realizar la entrega de material informativo de rentas de primera categoría tanto en forma física y virtual apoyara a su mejor entendimiento y por ende su aplicación cuando cumplan sus obligaciones tributarias.

1. RECURSOS

- **Humanos:** Conformados por los expositores expertos en el tema.
- **Materiales:** Folletos, trípticos, modulo informativo, material audiovisual y virtual.
- **Infraestructura:** Las capacitaciones se llevaran a cabo en un ambiente proporcionado por los comerciantes del Centro Comercial Molino I.
- **Equipos:** Conformados por equipo multimedia, carpetas, pizarra, plumones.

9. Presupuesto Económico

Para la aplicación de la presente propuesta de mejora será financiado por los comerciantes del centro Comercial Molino I o la SUNAT.

Tabla 24
Propuesta: Presupuesto Económico

Descripción	unidad	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total

Pago de Expositores	H/día	6	80.00	S/. 480.00
Pasaje de expositores	pasaje	6	12.00	S/. 72.00
Alquiler de proyector	Unidad	2	40.00	S/. 80.00
Material informativo	Unidad	1000	1.20	S/. 1,200.00
Plumones	Unidad	12	2.50	S/. 30.00
Papel Boom	Millar	2	25.00	S/. 50.00
Refrigerio de expositores	unidad	7	10.00	S/. 70.00
		TOTAL		**S/. 1,982.00**

N°	Actividades	Responsable	Participantes	N° de Horas
1	Concepto de tributo, impuesto y tasas.	Exponente experto del tema	Comerciantes del centro Comercial	2
2	Renta de primera categoría	Exponente experto del tema	Comerciantes del centro Comercial	2
3	Casos prácticos e Infracciones tributarias de renta de primera categoría	Exponente experto del tema	Comerciantes del centro Comercial	3
4	Beneficios de la recaudación tributaria en el Perú	Exponente experto del tema	Comerciantes del centro Comercial	2

CAPITULO IV
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Una vez concluido el presente estudio, queda demostrada que la cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial El Molino I es bajo y tiene una incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributaria de renta de primera categoría, puesto que, el nivel de desconocimiento conlleva a que no cumplan con sus obligaciones tributarias, esto debido a la falta de orientación, información y/o capacitación por parte de la Sunat. Con el presente estudio realizado queda demostrado que los contribuyentes desconocen las obligaciones tributarias de renta de primera categoría y del mismo modo los comerciantes tienen una concepción negativa de que los tributos recaudados no se usa adecuadamente.

2. Existe un alto nivel de incumplimiento de rentas de primera categoría en los comerciantes del centro Comercial debido a que desconocen si es que se realiza el pago de renta de primera categoría del mismo modo al no ser sancionados por la Sunat ellos no le toman mucha importancia a este tributo a pagar, determinándose también que el 9% de los comerciantes tiene un conocimiento total de las Obligaciones Tributarias Formales y sustanciales de rentas de primera categoría.
3. Las Causas que conllevan al incumplimiento de renta de primera categoría en los comerciantes del centro comercial El Molino I son: Falta de fiscalización de Sunat, Intensión de no pagar el impuesto, desconocimientos de impuestos todas estas causas nos conlleva que los comerciantes no cuentan con un conocimiento pleno de sus obligaciones tributarias de primera categoría y por ende a que incumplan en sus obligaciones tributarias.

Recomendaciones

1. El centro comercial El Molino I a través de la junta directiva tiene que realizar convenios con las Instituciones públicas y privadas como la SUNAT, Universidades, Institutos entre otros para que puedan recibir una adecuada información y/o capacitación en relación a las obligaciones de renta de primera categoría.
2. La Administración tributaria debe de elaborar un manual que contenga de manera clara y sencilla todas las obligaciones tributarias formales y sustanciales de renta de primera categoría que correspondan a los contribuyentes.
3. La Administración Tributaria debe fomentar la Cultura Tributaria de todos los contribuyentes, de tal forma que todos contribuyamos a l cumplimiento de las obligaciones tributarias en este caso renta de primera categoría. En este aspecto, el Estado debería incrementar su rol de educador en el tema tributos, se deberían profundizar las medidas tendientes a informar a la ciudadanía sobre los efectos positivos del pago de los tributos y las consecuencias que genera la omisión del ingreso de los mismos.

4. Aplicar la propuesta planteada para elevar la cultura tributaria para el cumplimiento de rentas de primera categoría de los comerciantes del centro Comercial Molino I de la Ciudad del Cusco

Referencias

AMASIFUEN, M. (05 de 11 de 2015). *REVISTA DE INVESTIGACIÓN UPEU.* Obtenido de IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA: http://revistascientificas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/viewFile/464/490

ANONIMO. (s.f.). *Qué es la Cultura*. Obtenido de significados: https://www.significados.com/cultura/

ASESOR EMPRESARIAL. (13 de 01 de 2017). *CONTABILIDAD Y ASESORIAS*. Obtenido de Rentas de Primera Categoría: http://contabilidadesdelsur.blogspot.pe/2017/01/rentas-de-primera-categoria.html

BRAVO, P. (12 de 05 de 2016). CULTURA TRIBUTARIA. *LA REPUBLICA*, pág. 28.

BURGA, M. (22 de 03 de 2016). *burga_ame, CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN.* Obtenido de REPOSITORIO ACADEMINCO UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga_ame.pdf

CORTAZAR, J. C. (17 de 06 de 2016). *Estrategias-desarrollo-cultura-tributaria-en-AL.* Obtenido de JUAN CARLOS CORTAZAR: http://jccortazar.com/wp-content/uploads/2014/01/Estrategias-desarrollo-cultura-tributaria-en-AL.pdf

DELGADO, L. (2014). *La Educación fiscal en España.* Madrid: Chiado.

ESPAÑA, C. D. (s.f.). *¿Qué es un Centro Comercial Urbano?* Obtenido de CAMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA: http://apoyoalcomercio.camara.es/programas/dinamizacion-de-centros-comerciales-urbanos/que-es-un-centro-comercial-urbano

FLORES, R. (2012). *IMPORTANCIA D ELA CULTURA TRIBUTARIA.* AREQUIPA: BOLAÑOS.

FRANCO RESTREPO, J. (2010). *Los centros comerciales de hoy. Un concepto de integralidad social*. Obtenido de businees school CEIPA: http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/101/196

GRUPO CONTABLE. (s.f.). *GRUPO CONTABLE*. Obtenido de Personas Naturales: Casos Práctico: http://www.grupocontable.pe/renta-anual-2016-personas-naturales-casos-practicos/

HERNANDEZ CELIS, D. (2006). *CULTURA TRIBUTARIA Y EVASION FISCAL.* Obtenido de MONOGRAFIAS.COM: http://www.monografias.com/trabajos96/cultura-tributaria-y-evasion-fiscal/cultura-tributaria-y-evasion-fiscal.shtml

HOWE, K. (03 de 30 de 2012). *GOBIERNO DE ESPAÑA.* Obtenido de CRITERIOS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA: https://www.mecd.gob.es/dctm/revista-de-educacion/articulosre300/re3000800488.pdf?documentId=0901e72b81272cbd

MENDEZ, M. (2005). *LA CULTURA TRIBUTARIA Y CONTRIBUYENTE.* VENEZUELA.

MOLINO, S. D. (05 de 02 de 2012). MANUAL DE ORGANISACIONES Y FUNCIONES. *MANUAL DE ORGANISACIONES Y FUNCIONES*. CUSCO, CUSCO, CUSCO.

PAREDES, P. (12 de 06 de 2012). *CULTURA TRIBUTARIA.* Obtenido de QUE ES CULTURA TRIBUTARIA: http://impuestos43.blogspot.pe/2012/07/que-es-cultura-tributaria.html

PHANTA, K., & PEREZ, C. (07 de 12 de 2016). *ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS TRIBUTARIAS.* Obtenido de Repositorio de Tesis USAT: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/665/1/TL_PantaSanchezKaherine_PerezDavilaCinthia.pdf

REVISTA TRIBUTEMOS. (06 de 2001). *El cumplimiento voluntario es la voz*. Obtenido de SUNAT: http://www.sunat.gob.pe/institucional/publicaciones/revista_tributemos/tribut98/analisis1.htm

ROMAN, P. (17 de 12 de 2012). *las rentas de primera categoría,*. Obtenido de Actualidad Empresarial: http://www.aempresarial.com/web/revitem/1_11477_35904.pdf

SADITH, L. (07 de 05 de 2016). *¿QUÉ ES CONCIENCIA TRIBUTARIA?* Obtenido de CONCIENCIA TRIBUTARIA: http://concienciaenelperu.blogspot.pe/

SARLO, B. (31 de 03 de 2017). *Centro comercial*. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_comercial

silva, l. (15 de 11 de 2013). *LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro: 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%20%E2%80%9CMi%20Lindo%20Milagro%E2%80%9D%20del%20

SOTALERO CCANA, Y., & MELENDEZ LUQUE, Y. (2014). *ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA LA GESTIÓN*. CUSCO: UNSAAC.

TARAZONA, I., & VELIS DE VILLA, S. (23 de 05 de 2016). *CULTURA TRIBUTARIA EN LA FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES,*. Obtenido de UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES: http://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/uch/60/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20LA%20FORMALIZACI%C3%93N%20DE%20LAS%20MYPES%2C%20PROVINCIA%20DE%20POMABAMBA-%20ANCASH%20A%C3%91O%202013.pdf?sequence=3&isAllowed=y

TORRES, M. (11 de 09 de 2006). *Definición de Cultura según la UNESCO*. Obtenido de CONSEJO COMUNAL DE LA CULTURA Y ARTES LA FLORIDA RM SANTIAGO DE CHILE: http://cccalaflor.blogspot.pe/2006/09/definicin-de-cultura-segn-la-unesco.html

TORRES, M. (24 de 11 de 2011). *¿Qué son las rentas de Primera Categoría?* Obtenido de noticierocontable: https://www.noticierocontable.com/rentas-de-primera-categoria/

ZOLORZANO, D. L. (12 de 09 de 2012). *cultura_tributaria_dulio_solorzano.* Obtenido de congreso de la republica: http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf

ANEXOS

Anexo A

CUESTIONARIO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE RENTAS DE PRIMERA CATEGORIA

Buenos días, soy estudiante de la Carrera Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipan de la Ciudad de Trujillo y estoy realizando un trabajo de investigación por lo cual le solicito a usted un momento de su tiempo para responder las siguientes preguntas, las cuales deberá marcar con una (X) la respuesta que usted vea por conveniente a cada pregunta:

Género: ☐ Masculino ☐ Femenino

1. ¿Qué Grado de Instrucción tiene Usted?

a) Educación Primaria

b) Educación Secundaria

c) Educación Superior

2. ¿Usted es propietario o inquilino del Stand que ocupa para la comercialización de los productos?

a) Propietario

b) Inquilino

c) otro

3. ¿El propietario del Stand, es persona natural o jurídica?

a) Persona Natural

b) Persona Jurídica

c) otros

…….

4. ¿Usted cuenta con asesoramiento contable?

a) Si

b) No

5. ¿Usted tiene conocimiento de las Obligaciones Tributarias Formales y sustanciales de rentas de primera categoría?

a) Si conozco totalmente

b) Si conozco parcialmente

c) Conozco poco

d) No conozco

6. ¿Usted tiene conocimiento que se tiene que pagar un porcentaje a la Sunat por de alquiler del stand?

a) Si conozco totalmente

b) Si conozco parcialmente

c) Conozco poco

d) No conozco

7. ¿Usted tiene conocimiento de las sanciones por incumplimiento de las obligaciones Tributarias de renta de primera categoría?

a) Si conozco totalmente

b) Si conozco parcialmente

c) Conozco poco

d) No conozco

8. ¿Usted conoce que porcentaje se paga mensualmente a la Sunat por concepto de arrendamiento?

a) 4%

b) 5%

c) 18%

9. ¿La fecha de vencimiento del pago de sus tributos de renta de primera categoría es establecido por?

a) SUNAT

b) Lo establece cada Contribuyente.

10. ¿La SUNAT le ha brindado capacitaciones para el conocimiento y cumplimiento de obligaciones tributarias de renta de primera categoría?

a) Si

b) No

11. Usted tiene un contrato de alquiler.

a) Si

b) No

12. El propietario que alquila el stand ¿Ha presentado su declaración ante la Sunat del dinero que recibe?

a) Si

b) No

13. ¿Quién es el responsable de realizar el pago a Sunat por el concepto del alquiler del stand

a) Propietario

b) Inquilino

c) Ambos

14. ¿Quién tiene que asumir las sanciones por el incumplimiento de renta de primera categoría si hubiera una sanción por parte de SUNAT?

a) Propietario

b) Inquilino

c) Ambos

15. ¿Usted recibe algún comprobante de pago, por el pago de alquiler?

a) Si

b) No

16. ¿Usted fue sancionado alguna vez ante una verificación de las obligaciones tributarias de renta de primera categoría por la SUNAT?

a) Si

b) No

17. ¿Está usted de acuerdo con el cobro de tributos de renta de primera categoría en Perú?

a) En desacuerdo

b) Poco de acuerdo

c) De acuerdo

d) Muy de acuerdo

18. Ud. Considera ¿Qué los pagos por concepto de renta de primera categoría son excesivos y no van con la realidad de los contribuyentes?

a) Si

b) No

19. Ud. Considera ¿Que el gobierno usa adecuadamente los recursos recaudados de renta de primera categoría?

a) Si

b) No

20. ¿Qué mecanismos SUNAT, debe de implementar para reducir el incumplimiento de sus impuestos de renta de primera categoría?

a) Hacer campañas sobre tributación

b) Los impuestos a cobrar deben de ser razonables

c) SUNAT debe de ser flexible en los cobros

21. Para usted ¿Cuáles son las causas de incumplimiento de rentas de primera categoría en el "Centro comercial el Molino"?

a) Falta de fiscalización de Sunat

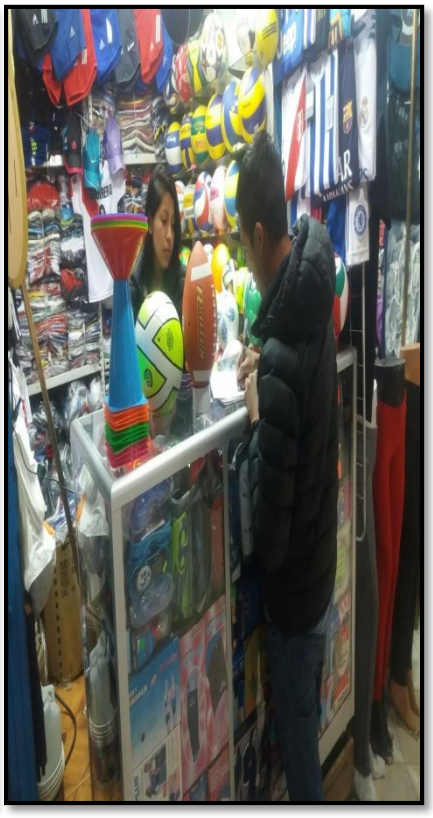
b) Falta de dinero

c) Intensión de no pagar el impuesto

d) Desconocimientos de impuestos

Anexo B

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



Aplicación de encuestas a comerciantes del centro Comercial EL MOLINO I