



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

TESIS

**ESTRATEGIAS PARA PROMOVER LA CULTURA
TRIBUTARIA EN LOS CONTRIBUYENTES DEL
SECTOR MERCADILLO DE LA PROVINCIA DE
SAN IGNACIO, 2016**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO**

Autores:

Correa Tocto, Gasdaly Olivia.

Gonzales Castro, Elva Rosa.

Asesor:

Vidaure García, Wilmer Enrique.

Línea de Investigación:

Tributación

Pimentel – Perú

2017

Dedicatoria

A Dios, por habernos permitido llegar a esta etapa en nuestras vidas y brindarnos salud para lograr los objetivos deseados, además por su infinita bondad y amor.

A nuestros Padres, pilares fundamentales en nuestras vidas. Su tenacidad y lucha han sido el motor de impulso hacia el logro de nuestros objetivos académicos. En especial a mi padre, aunque está muerto, vive por siempre en mi memoria y habita en mis recuerdos, sus enseñanzas me ayudan a enfrentar la vida.

A nuestros esposos, siempre incondicionales en nuestros triunfos y fracasos. A ellos que nos han comprendido y apoyado durante la carrera. Con cariño.

A nuestros hijos, fruto de un amor inmenso, queremos ofrecerles este trabajo como retribución por todas las horas que tuvimos que renunciar a ellos para poder dedicarnos a nuestras tareas académicas.

Agradecimientos

Expresamos nuestro agradecimiento a nuestra familia por el apoyo material y emocional brindado en nuestra formación profesional, que se ve reflejado en la realización de este trabajo fruto del esfuerzo y el rigor científico adoptado en nuestro aprendizaje académico.

Agradecer a la Universidad Señor de Sipán, a la Facultad de Ciencias Empresariales por su aporte a nuestra educación y formación profesional, al brindarnos un amplio conocimiento teórico y técnico, así como inculcarnos el buen accionar ético y moral en el desarrollo de nuestra vida personal y profesional.

Resumen

La presente tesis titulada “Estrategias para promover la cultura tributaria en los contribuyentes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016” tiene como objetivo diseñar y proponer estrategias para fomentar la cultura tributaria en los contribuyentes a partir de la identificación del nivel de cultura tributaria de los comerciantes en base a cinco dimensiones: valores, conocimientos, creencias, percepciones y actitudes respecto a la tributación.

El estudio se inició fundamentando teóricamente las bases en la que se sustentan las alternativas para promover la cultura tributaria que favorecen el comportamiento responsable de los contribuyentes del sector mercadillo de la provincia de San Ignacio. Para posterior a ello través de una investigación descriptiva y mediante la técnica de encuesta aplicada a una muestra de 51 comerciantes determinar el nivel actual de cultura tributaria de los comerciantes.

Del estudio se concluyó que los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio presentan un nivel de cultura tributario Alta y Regular, ello notoriamente influenciado por los altos niveles respecto a las dimensiones de valores y actitudes pues la predisposición de los comerciantes a colaborar con la administración tributaria es muy alta. Así mismo, se encontró percepciones y creencias negativas respecto al manejo de los recursos del Estado producto de la recaudación.

Además, cabe mencionar que el presente trabajo sirve como antecedente y fuente de información secundaria para futuras investigaciones que busquen guiar el desarrollo de la provincia dentro de las leyes, responsabilidades y obligaciones que le corresponden.

Palabras Claves: Cultura tributaria, contribuyentes, obligaciones tributarias, administración tributaria.

Abstract

This thesis entitled "Strategies to promote the tax culture in the taxpayers of the Mercadillo sector of the Province of San Ignacio, 2016" has the objective of designing and proposing strategies to promote the tax culture in taxpayers based on the identification of the level of culture tributary of the merchants based on five dimensions: values, knowledge, beliefs, perceptions and attitudes regarding taxation.

The study began by theoretically laying the foundations on which the alternatives to promote the tax culture that favor the responsible behavior of the taxpayers of the market sector of the province of San Ignacio are based. Subsequently, through a descriptive investigation and through the survey technique applied to a sample of 51 merchants, determine the current level of tax culture of merchants.

From the study it was concluded that the merchants of the Mercadillo sector of the province of San Ignacio present a high and regular tax culture level, this is notoriously influenced by the high levels with respect to the values and attitudes dimensions as the willingness of the merchants to collaborate with The tax administration is very high. Likewise, negative perceptions and beliefs were found regarding the management of State resources resulting from collection.

In addition, it is worth mentioning that this work serves as a background and source of secondary information for future research that seeks to guide the development of the province within the laws, responsibilities and obligations that correspond to it.

Keywords: Tax culture, taxpayers, tax obligations, tax administration.

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Resumen.....	iv
Abstract.....	v
Índice.....	vi
Índice de figuras.....	viii
Índice de tablas.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Realidad problemática.....	1
1.2. Trabajos previos.....	6
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	11
1.3.1. La política tributaria.....	11
1.3.2. La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.....	27
1.3.3. La cultura tributaria.....	46
1.4. Formulación del problema.....	65
1.5. Justificación e importancia del estudio.....	65
1.6. Hipótesis.....	66
1.7. Objetivos de la investigación.....	66
1.7.1. Objetivo general.....	66
1.7.2. Objetivos específicos.....	66
II. MATERIAL Y MÉTODO.....	67
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	67
2.1.1. Diseño de investigación.....	67
2.1.2. Tipo de la investigación.....	67
2.2. Población y muestra.....	67
2.2.1. Población.....	67
2.2.2. Muestra.....	67
2.3. Variables, Operacionalización.....	68
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	70
2.4.1. Método de investigación.....	70
2.4.2. Técnicas de recolección de datos.....	70
2.4.3. Instrumentos de recolección de datos.....	70
2.5. Procedimientos de análisis de datos.....	71

2.5.1.	Procesamiento de datos.	71
2.5.2.	Análisis de datos.	71
2.6.	Aspectos éticos	71
2.7.	Criterios de rigor científico	72
III.	RESULTADOS	73
3.1.	Tablas y figuras	73
3.1.1.	Valores tributarios.	73
3.1.2.	Conocimientos tributarios.	77
3.1.3.	Creencias sobre la tributación.	83
3.1.4.	Percepción sobre los tributos.	86
3.1.5.	Actitudes.	90
3.1.6.	Nivel de cultura tributaria	94
3.2.	Discusión de Resultados	97
3.3.	Propuesta de la investigación: diseño de estrategias	98
	Estrategia N° 1: Charlas y capacitaciones al contribuyente.	99
	Estrategia N° 2: Fomento de la colaboración social.	100
	Estrategia N° 3: facilidades de pago y descuentos.	101
	Estrategia N° 4: Escuchar y considerar la opinión de los contribuyentes.	102
	Estrategia N° 5: La administración tributaria electrónica	103
	Estrategia N° 6: Los servicios de asistencia para el cumplimiento de las obligaciones tributarias	104
	Estrategia N° 7: La transparencia de la administración tributaria	105
	Presupuesto.	106
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107
4.1.	Conclusiones	107
4.2.	Recomendaciones.	108
	REFERENCIAS	110
	ANEXOS	115

Índice de figuras

Figura 1. Elementos del impuesto	17
Figura 2. Ventajas y desventajas de los impuestos directos.	20
Figura 3. Ventajas y desventajas de los impuestos Indirectos.	21
Figura 4. Clasificación de los Impuestos.	21
Figura 5. Principios de la incidencia de los impuestos.	22
Figura 6. Ingresos tributarios del Perú, 2000 – 2015 (En porcentaje del PBI).	26
Figura 7. funciones y atribuciones de la Sunat.	29
Figura 8. Facultades discrecionales de fiscalización de la SUNAT.	31
Figura 9. Operaciones gravadas con IGV.	33
Figura 10. <i>Procedimiento de determinación del IGV</i>	34
Figura 11. Contribuyentes del IGV.	36
Figura 12. Ingresos sujetos al pago de las Rentas de Primera Categoría.	37
Figura 13. Cálculo mensual de la Renta de Primera Categoría.	37
Figura 14. Rentas de Segunda Categoría.	38
Figura 15. Operaciones gravadas por la Renta de Tercera Categoría.	39
Figura 16. Actividades comprendidas en el RER.	40
Figura 17. Características generales de las empresas que NO pueden acceder al RER.	41
Figura 18. Cálculo del monto a pagar en el Régimen Especial.	41
Figura 19. Ingresos que son Rentas de Cuarta Categoría.	42
Figura 20. Características que exoneran el pago del Impuesto a la Rentas de Cuarta Categoría.	43
Figura 21. Elementos de la Cultura Tributaria.	50
Figura 22. Clasificación de Schwartz (1992).	52
Figura 23. La subjetividad de la ciudadanía Fiscal.	55
Figura 24. Factores Estructurantes de la Subjetividad Fiscal.	61
Figura 25. Tipología del contribuyente.	64
Figura 26. Criterios éticos de la investigación.	72
Figura 27. Criterios de rigor científico.	72
Figura 28. Cumplimiento del pago y la declaración de los tributos.	74
Figura 29. El pago y la declaración del monto real de los tributos.	75
Figura 30. Respeto por las normas e instituciones tributarias.	76
Figura 31. Nivel de valores tributarios de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio.	77
Figura 32. Conocimiento sobre las obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el Estado.	78
Figura 33. ¿Si el contribuyente así lo decide, no está obligado a declarar sus ventas?	78
Figura 34. Obligación del contribuyente ante la declaración de Impuestos.	79
Figura 35. Conocimiento de la SUNAT como la institución administradora de los tributos en el País.	80
Figura 36. Conocimiento del sistema tributario peruano como un conjunto de normas.	81
Figura 37. Conocimiento del contrabando y la evasión como actividades ilegales.	82
Figura 38. Nivel de conocimientos tributarios en los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio.	83
Figura 39. Creencia en que el IGV es un gasto para el negocio.	84
Figura 40. Creencia en que los tributos son usados para el beneficio del país.	85
Figura 41. Nivel de creencias sobre la tributación de los comerciantes de sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio.	86
Figura 42. Percepción sobre la ineficiencia en la distribución de los recursos del Estado.	87

Figura 43. Percepción del sistema tributario como facilitador del desarrollo empresarial.	88
Figura 44. Percepción del buen papel del Estado en la recaudación de los tributos.....	89
Figura 45. Nivel de Percepción sobre los tributos de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio.	90
Figura 46. Disposición a aprender de los comerciantes sobre sus obligaciones tributarias.	91
Figura 47. Disposición de los comerciantes a colaborar con la Sunat.	92
Figura 48. Disposición de los comerciantes a participar en charlas o capacitaciones que pudiera impartir la Sunat.	93
Figura 49. Nivel de actitudes sobre los tributos de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio.	94
Figura 50. Nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes del Sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio.....	96

Índice de tablas

Tabla 1 Estructura de los ingresos tributarios (En porcentajes de PBI)	25
Tabla 2 Tasas aplicables a la renta neta para el impuesto a la Renta	40
Tabla 3 Cálculo del impuesto anual de la renta del trabajo y fuente extranjera	44
Tabla 4 Cuota mensual a pagar por los contribuyentes del NRUS, según categoría	45
Tabla 5 Matriz de operacionalización de variables	69
Tabla 7 ¿Considera Ud. Necesario el cumplimiento del pago y la declaración de los tributos?	73
Tabla 8 ¿Considera Ud. Necesario el pago y la declaración del monto real de los tributos ?	74
Tabla 9 ¿Considera Ud. Necesario respetar las normas e instituciones tributarias?	75
Tabla 10 Nivel de valores tributarios de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio	76
Tabla 11 ¿Los tributos son obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el Estado?	77
Tabla 12 ¿La SUNAT es la institución que administra los tributos en el país?	79
Tabla 13 ¿El sistema tributario peruano se rige por un conjunto de normas?	80
Tabla 14 ¿El contrabando y la evasión de impuestos constituyen actividades ilegales?	81
Tabla 15 Nivel de conocimientos tributarios en los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio	82
Tabla 16 ¿El pago del IGV es un gasto para mi negocio?	83
Tabla 17 ¿Cree Ud. que se recaudan tributos para el beneficio del país?	84
Tabla 18 Nivel de creencias sobre la tributación de los comerciantes de sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio	85
Tabla 19 ¿Existe una administración ineficiente en la distribución equitativa de los recursos del Estado?	86
Tabla 20 ¿Percibe Ud. que el sistema tributario permite el desarrollo de las empresas?	87
Tabla 21 ¿Percibe Ud. que el Estado cumple un buen papel en la recaudación de los tributos?	88
Tabla 22 Nivel de Percepción sobre los tributos de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio	89
Tabla 23 ¿Está Ud. Dispuesto a aprender más sobre sus obligaciones tributarias?	90
Tabla 24 ¿Está Ud. Dispuesto a colaborar con la SUNAT?	91
Tabla 25 ¿Está Ud. Dispuesto a participar de las charlas o capacitaciones que pudiera impartir la SUNAT?	92
Tabla 26 Nivel de actitudes sobre los tributos de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio	93
Tabla 27 Nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes del Sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio	95

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se centró en los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, ubicada en el extremo norte del departamento de Cajamarca, que corresponde así mismo al extremo septentrional de Perú, en la frontera con el Ecuador. Dicho sector es de importancia porque concentra la mayor zona comercial de la provincia.

El sector el Mercadillo genera empleo directo a aproximadamente 147 personas dedicadas a la actividad comercial en sus diferentes rubros. Pese a contar con puestos de ventas correctamente distribuidos este sector no es ajeno al desorden y la presencia de la Informalidad. Por ende, es necesario realizar un estudio que identifique el grado de compromiso que tiene los comerciantes con sus obligaciones tributarias y si éstas son entendidas y percibidas correctamente por los contribuyentes.

Por ello esta tesis en primera instancia explica la importancia de la presencia de la cultura tributaria entre los contribuyentes para la aceptación voluntaria de los deberes tributarios, generando así el correcto funcionamiento de la sociedad. El primer punto de partida para suscitar la cultura tributaria es identificar su nivel entre los comerciantes del sector Mercadillo y posteriormente diseñar y proponer estrategias que fomenten la cultura tributaria.

Desarrollar dicha cultura, no es sin embargo una tarea fácil, pues requiere la convergencia de políticas de acción y control con políticas de carácter educativo y analizar si estas acciones han causado un impacto en la población. Sin embargo, alcanzar un buen nivel de cultura Tributaria propiciará el conocimiento sobre las obligaciones fiscales existentes y de igual forma contribuirá a disminuir las creencias negativas en relación al uso y manejo de los recursos generados que son aplicados por del Estado.

1.1. Realidad problemática

Los tributos son “las prestaciones en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio en virtud de una ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines” (Villegas, 2001, p. 67). Convirtiéndose en una herramienta de vital importancia con que cuenta el Estado para promover el desarrollo económico, sobre todo porque a través de éstos se puede influir en los niveles de asignación del ingreso entre la población, ya sea mediante un determinado nivel de tributación entre los distintos

estratos o, a través del gasto social, el cual depende en gran medida del nivel de recaudación logrado. El objetivo principal es canalizar estos recursos producto de la recaudación y destinarlos a atender necesidades básicas de la población como salud, educación y recreación, así como brindar servicios elementales de agua, electricidad, infraestructura y seguridad; garantizando así una constante mejora en la calidad de vida de los residentes.

El bienestar de los residentes debe ser prioridad del Estado, y para ello debe gestionar de manera eficiente y estratégica el gasto público, gasto que tiene como principal fuente de financiamiento los recursos por recaudación tributaria, los cuales se ven amenazados por los elevados índices de evasión tributaria, atribuido a diversos factores tales como “elevados niveles de informalidad, de pobreza y desigualdad socioeconómica, la pobre calidad institucional y la escasa conciencia y educación fiscal de los contribuyentes” (Gómez y Morán, 2016, p. 35). El fenómeno social de la evasión tributaria resulta ser un problema pues puede traer como consecuencia la limitación de la cantidad de recursos fiscales recaudados respecto de su nivel potencial, lo cual se traduce en la debilidad de las políticas públicas para llevar adelante cambios que impulsen el desarrollo y la equidad distributiva (Gómez y Morán, 2016). Por lo tanto, Carrasco (como se citó en Gómez y Morán, 2016) manifiesta que la evasión representa un obstáculo para el desarrollo, para el crecimiento equilibrado, y en general para la justicia en la que se debiera basar el sistema tributario.

La cultura tributaria, se presenta como una alternativa de solución ante el problema de la evasión tributaria, pues su aplicación y alcance serviría para ampliar la base tributaria sobre todo en los pequeños y medianos contribuyentes, ya que los grandes contribuyentes al conocer el sistema tributario y diversas estrategias contables hacen uso de la evasión como un recurso para incrementar su rentabilidad, siendo necesario allí otros mecanismos de control y fiscalización. Así, se entiende por cultura tributaria al:

Conjunto de valores y actitudes que promueven el cumplimiento oportuno y veraz de las obligaciones tributarias que a cada persona le corresponden como deber y derecho ciudadano. Con la cultura tributaria se posibilita la aceptación voluntaria del pago por parte del contribuyente; razón por la que el buen uso de los recursos públicos constituye un elemento central de la cultura tributaria. (Bonilla, 2014, p. 23)

Por lo expuesto en el párrafo anterior se puede inferir que “La Cultura Tributaria propicia el conocimiento sobre las obligaciones fiscales existentes y de igual forma contribuye a disminuir las creencias negativas en relación al uso y manejo de los recursos generados que son aplicados por del Estado” (Andrade y García, 2012, p. 13). Por lo que surge la necesidad de crear un civismo fiscal más claro y de fácil comprensión que impacte a las generaciones futuras y así obtener mayor recaudación fiscal que propicie seguridad, bienestar y un crecimiento económico sostenible.

A nivel internacional

En Europa, específicamente en España Alarcón y De Pablos (2007) resaltan el hecho de que una sólida conciencia fiscal colectiva no se podrá lograr si ésta no se basa en valores tales como la justicia tributaria, la igualdad tributaria, la generalidad tributaria, etc. Y la cimentación de una correcta conciencia fiscal de los ciudadanos es tal vez uno de los instrumentos más eficaces en la lucha contra el fraude fiscal. Junto con los valores ya mencionados con anterioridad los contribuyentes exigen al Estado que grave equitativamente a los ciudadanos, pero a su vez también demandan un gasto eficiente de lo recaudado. De la relación entre la equidad en la contribución y la eficacia en el gasto, surge la confianza del contribuyente, elemento que influye de forma notable en el grado de conciencia fiscal de los contribuyentes. Así:

La percepción de los impuestos y de los gastos públicos está influida directamente por la evaluación que los ciudadanos hacen de la forma en que el Estado gestiona el presupuesto público, lo que incide en el estado de su conciencia fiscal. Además de lo anterior, la percepción de la confianza en las instituciones políticas y la satisfacción con el funcionamiento de las mismas es un instrumento heurístico para valorar la política fiscal de las Administraciones. (Alarcón y De Pablos, 2007, p. 29)

La problemática de la cultura o moral tributaria es también propia de Latinoamérica, generando la necesidad de formar una relación de confianza entre el Estado y los ciudadanos como una estrategia para fomentar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. Asimismo, “la comprensión y cumplimiento de las obligaciones tributarias se correlaciona con el derecho a la adecuada gestión de los recursos públicos y la posibilidad de los ciudadanos de conocer el destino de los tributos” (Procuraduría de Defensa del Contribuyente, 2014, p.17).

Las prácticas evasoras se encuentran tan enraizadas en América Latina que, como promedio, tan solo un 34% de los latinoamericanos califica la evasión fiscal como “nunca justificable”, frente al 62% de las economías de la OCDE, y un 20% justifica la evasión fiscal frente al 7% de los países de la OCDE. (OECD/CEPAL, 2011). También puede señalarse que los propios latinoamericanos perciben que la mitad de sus conciudadanos no pagan debidamente sus impuestos. Como destaca el Informe del LatinoBarómetro (2010), afirmando que:

El hecho de que exista la percepción de que aproximadamente la mitad de la población de la región paga sus impuestos debidamente, implica que la otra mitad no lo hace. Este es el problema principal de las políticas públicas. El Estado es percibido con potestad para solucionar problemas, pero no puede solucionar su problema principal que es convencer a sus ciudadanos que sin impuestos no tiene la potestad. Esto es una situación imposible, porque tiene demandas, pero no tiene la buena voluntad de la población para pagar los impuestos de tal manera que pueda cumplir con la satisfacción de las demandas.

Ante tal problemática Díaz y Lindemberg (2014) manifiestan que es necesario considerar la moral tributaria como un mecanismo de potenciación de la cultura tributaria, entendida ésta como un conjunto de conocimientos que hacen posible el desarrollo del juicio crítico. La cultura permite a los seres humanos la capacidad de reflexión sobre sí mismo: discerniendo a través de ella valores y llevándolo a la búsqueda de nuevos significados. El incumplimiento tributario está directamente relacionado con las representaciones colectivas sobre las administraciones tributarias y con la relación forjada entre el Estado y los ciudadanos. Además, los autores arriba mencionados concluyen que:

El hecho de que los Ministerios de Hacienda trabajen en la educación en valores y en ciudadanía vinculada a temas fiscales constituye un avance para las democracias de América Latina. Supone el abandono de enfoques únicamente coactivos y una nueva orientación en la relación entre el Estado y los ciudadanos. Las nuevas iniciativas de transparencia y acceso a la información están logrando acercar, todavía de manera incipiente, la función pública a los ciudadanos, pero van a requerir un profundo cambio en la cultura ciudadana y de los funcionarios públicos (...). La reflexión contemporánea nos lleva a la necesidad de un cambio en la posición del Estado fiscal en el que la mentalidad de “nosotros contra ustedes” (la

hostilidad fiscal) es reemplazado por un visión más abierta y colaborativa (amabilidad fiscal). (Díaz y Lindemberg, 2014, p. 38)

A nivel nacional

En el Perú, La evasión tributaria es uno de los grandes problemas que enfrenta el país, dado que apenas 12,700 firmas aportan el 75% de la recaudación total, mientras que 1.8 millones de empresas y pequeños negocios aportan el 25%, de acuerdo a cifras de la Sunat. De esta manera el organismo recaudador estima que el país el nivel de incumplimiento sólo en IGV e IR alcanza un 55%, que tasados en unidades monetarias alcanza S/ 57,797 millones en total de evasión fiscal. Monto suficiente para construir 6,568 colegios y que equivale además 1.8 veces el presupuesto de salud pública (GESTION, 2017).

Ante esta problemática nacional surge la necesidad de promover una cultura tributaria como un instrumento para combatir la evasión tributaria, la informalidad y la corrupción en el Perú que ha ido incrementándose en estos últimos años, hecho que ha sido evidenciado por muchas encuestas recientes, en las cuales se demuestra que los ciudadanos consideran que la evasión tributaria, informalidad y la corrupción son delitos que se toleran y se han institucionalizado en nuestro país. El único camino para combatir estas actividades ilícitas, señala Solórzano (s.f.) es:

Mediante la cultura tributaria para ello se tiene que implementar y reforzar a los proyectos existentes en educación tributaria con programas un poco más atrevidos que permitan despertar el interés de nuestros aliados estratégicos “los docentes”, quienes a través de ellos puedan impartir estos conocimientos y valores a la población estudiantil de los tres niveles de la Educación Básica Regular – EBR que comprenden Educación Inicial, Educación Primaria y Educación Secundaria, para que en el futuro estos niños y adolescentes sean los futuros ciudadanos, autoridades, conductores del destino de nuestro país con valores sólidos, que combatan la corrupción y evasión tributaria. (p. 107)

La problemática respecto a una falta de cultura tributaria en nuestro país es abordada también por Burga (2015), quien afirma que la carencia de una cultura tributaria en nuestro país se debe en gran medida a la informalidad y que ésta se debe a la carencia de conocimientos tributarios, afectando la conducta de los contribuyentes respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Al no existir una conciencia tributaria del

deber que tienen todos los ciudadanos de pagar voluntariamente y puntualmente sus obligaciones se genera un comportamiento inadecuado de los contribuyentes, es por ello que se hace necesario concientizar a maestros y estudiantes en la práctica constante de valores referidos a la tributación; de manera que se asuma el compromiso de formar ciudadanos capaces de definir, defender y hacer cumplir las normas sociales establecidas para alcanzar el bienestar común.

En este estudio de la cultura tributaria Burga (2015) concluyó en su investigación que “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” (p. 85). Así mismo, manifestó que “Los contribuyentes tienden hacia la informalidad, principalmente porque le atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y de su Administración Tributaria” (p. 85). Entonces queda el reto de lograr que los contribuyentes asuman de manera voluntaria y responsable su participación en el desarrollo del país mediante el pago de sus tributos y exigir que estos sean utilizados y destinados de manera eficiente y coherente hacia la consecución de una mejora en la calidad de vida de los ciudadanos, brindándoles el Estado educación, cultura y recreación, salud, seguridad, transporte, etc.

A nivel local

La evasión tributaria en el Sector mercadillo, repercute negativamente en la recaudación fiscal en nuestro país, y esto se debe a que los comerciantes asentados en este sector se valen de la ausencia de la autoridad central de administración tributaria para evitar y/o disminuir sus obligaciones tributarias. Además, existe la informalidad por parte de muchas personas que evaden impuestos y realizan operaciones mercantiles tradicionales incurriendo en riesgos de productos, por carecer de garantías comerciales. Sabemos que muchas de las transacciones comerciales también son llevadas a cabo en el llamado Puerto Internacional la Balsa (frontera con Ecuador), que, si bien son controladas por la autoridad competente, pero sin embargo hay fugas que son llevadas a cabo por las noches usando transporte artesanal hechos por los mismos comerciantes.

1.2. Trabajos previos

En el curso de la investigación se realizó la búsqueda de trabajos similares al presente estudio, fundamentados en investigaciones internacionales y nacionales que tienen

relación con la variable cultura tributaria. De esta manera, se señalan como antecedentes de esta investigación los siguientes:

A nivel internacional

Alarcón García y Pablos Escobar (2007), en su documento de trabajo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, titulado “La conciencia fiscal y el fraude fiscal. Factores que influyen en la tolerancia ante el fraude”. El objetivo principal de la investigación es aportar un análisis que ayude a conocer alguna de las causas que pueden influir en el grado de conciencia fiscal de los contribuyentes. Los datos de partida son los recogidos en la encuesta realizada en 2006 por el grupo de investigación del Instituto Universitario de Estudios Fiscales y Financieros de la Universidad de Murcia (InUEFF). Las principales aportaciones del trabajo son: el análisis de las variables más relevantes en la conformación de la conciencia fiscal y sus posibles relaciones, y el estudio a través de un modelo empírico de los factores que influyen en el grado de conciencia fiscal de los españoles, representada esta última, como el grado de tolerancia frente al fraude.

Entre las principales conclusiones destacan:

- a. La percepción de los impuestos y de los gastos públicos está influida directamente por la evaluación que los ciudadanos hacen de la forma en que el Estado gestiona el presupuesto público, lo que incide en el estado de su conciencia fiscal. Además de lo anterior, la percepción de la confianza en las instituciones políticas y la satisfacción con el funcionamiento de las mismas es un instrumento heurístico para valorar la política fiscal de las Administraciones.
- b. Existe una importante correlación positiva con el mayor grado de conciencia fiscal de las siguientes respuestas: el hecho de ser solidarios, la percepción de que el sistema tributario es justo, el tener un nivel de estudios superior, ser trabajador por cuenta ajena o tener una renta media.
- c. El modelo empírico muestra que las variables que influyen en la probabilidad de tener una mayor conciencia fiscal son: Tener unos Ingresos mensuales superiores a 2500 euros; Poseer Estudios superiores; Considerar que el Sistema fiscal es justo; Ser empleado por cuenta ajena; Mostrar un buen conocimiento de los servicios públicos, pero solo de algunos; Y estar

dispuestos a pagar más impuestos por un servicio concreto que son las pensiones.

Andrade Oseguera y García Vargas (2012) en su documento de trabajo de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México, titulado “Cultura Tributaria para una mayor recaudación fiscal”. El objetivo de la investigación es fomentar los valores cívicos en materia de recaudación fiscal en la comunidad de Valle de Santiago Guanajuato, partiendo de un diagnóstico sobre el grado de “Civismo Fiscal” a través de una encuesta realizada a una muestra de 450 personas de una población total en el municipio de 141, 058 personas que, de acuerdo con el censo de población realizado en el 2010, es significativa y permite obtener datos relevantes. El resultado obtenido es que el grado de civismo fiscal es bajo y que en el presente trabajo se proponen acciones concretas que permitirá incrementarlo. La contribución y recaudación fiscal a través del pago de impuestos en algunas personas propietarias de pequeños negocios y para los que consumen productos y servicios en específico de la ciudad de Valle de Santiago Guanajuato, se vuelve un tema complicado por la falta del conocimiento o una cultura que los lleve a cumplir y contribuir al beneficio de la sociedad, además se pretende con la investigación que las futuras generaciones crezcan con un civismo fiscal que genere responsabilidad tanto para contribuir como para ser prestadores de servicios.

Entre las principales conclusiones destacan:

- a. Existe carencia en el conocimiento del pago de las contribuciones, su origen su uso, el beneficio que se obtiene a través del cumplimiento de las mismas, por lo que la implementación de una Cultura Tributaria desde la educación primaria es una de las opciones que el Estado debería de considerar, para fortalecer e implementar un civismo fiscal, que vaya educando generaciones de mexicanos con una responsabilidad tanto de cumplir con las obligaciones como de servicio a la misma sociedad formando ciudadanos con una mentalidad de servir y de cumplir con su país.
- b. Proponen: Extensión de la cultura tributaria; Información constante; Tramites eficientes y rápidos; Eliminar las dificultades al calcular, cobrar y pagar los impuestos; Aumentar la base tributaria y disminuir las tasas; Una legislación más estable; Un sistema más fuerte y uso de tecnología.

Pérez Díaz (2012) en su Trabajo de Grado presentado para optar al título de Especialista en Gerencia Tributaria en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, dirección de estudios de postgrado de la Universidad de Carabobo, titulado “Estrategia tributaria para la optimización de la recaudación del impuesto sobre actividades económicas en el comercio informal del sector alimentos en la urb. La Esmeralda, Municipio San Diego”. La metodología de la investigación se presentó bajo la modalidad de proyecto factible considerada como una revisión documental y un diseño de campo sustentada en las normas y leyes tributarias municipales como la Ley Orgánica del Poder Público Municipal y Ordenanza de Impuesto sobre Actividades Económicas, así como también consultas a otras investigaciones especializadas en obligaciones tributarias, teniendo como componente determinante el impulso de la cultura tributaria. Después de ser analizados los resultados obtenidos a través de la observación directa y las encuestas en su modalidad del cuestionario, se procedió a realizar la interpretación de los resultados y como instrumento de análisis se empleó la matriz DOFA.

Entre las principales conclusiones destacan:

- a. Existe carencia de interés en cumplir con sus obligaciones tributarias por parte de los comerciantes que inician sus actividades sin la debida preparación legal y tributaria, unido a la poca importancia tributaria que les dan a sus compromisos con la Alcaldía; por lo tanto, se justifica la necesidad de una propuesta que les proporcione herramientas que sea de utilidad para optimizar la recaudación del tributo.
- b. Existen deficiencias en la divulgación e impulso de una conciencia tributaria en el Municipio, por lo que se hace prioritario fomentar la cultura tributaria en los comerciantes informales, que les haga concientizar sobre el pago voluntario de sus obligaciones tributarias.

A nivel nacional

Burga Argandoña (2015), en su tesis para obtener el título profesional de contador público en la facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras de la Universidad de San Martín de Porres, titulada “cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio gamarra, 2014”. El objetivo del estudio fue comprometer a las empresas a participar en charlas sobre cultura tributaria, en conocer el destino y uso de los

tributos que aportan, comprender la importancia de los tributos y aprender respecto a las sanciones que implanta la Administración Tributaria. Así mismo, la investigación se realizó mediante un estudio descriptivo ya que se auxilia en leyes, normas y manuales para la obtención de información. La recopilación de la información se realizó utilizando como herramienta la encuesta y fue aplicada a una muestra de 78 trabajadores de las empresas del Emporio Gamarra.

Entre las principales conclusiones destacan:

- 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.

Tarazona López y Veliz De Villa Vargas (2016), en su tesis para optar el título profesional de Contador Público en la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras de la Universidad de Ciencias y Humanidades, titulada “Cultura tributaria en la formalización de las MYPES, provincia de Pomabamba- Ancash año 2013 (Caso: Micro Empresa T&L S.A.C.)”. El objetivo de esta investigación fue demostrar la influencia que tuvo el conocimiento de las obligaciones y beneficios tributarios en los accionistas de la Micro Empresas T&L S.A.C. en su formalización, sus dificultades en dicho proceso y la falta de orientación; lo cual determinó su grado de educación, el acceso a la información con el que contaron, y muchas trabas engorrosas que trataron de mantenerlo en la informalidad. Además, se pretende evidenciar con éste estudio la importancia de la información para lograr un adecuado cumplimiento de las obligaciones y beneficios relacionados a temas tributarios; así como la promoción de la formalidad y el acceso a los beneficios de normas explícitas para MYPES.

Entre las principales conclusiones destacan:

- a. 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.

- b. 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.
- c. La formalización de una micro empresa en la provincia de Pomabamba es muy costosa y demanda mucho más tiempo, a comparación con la ciudad de Lima; además los contribuyentes desconocen de la ley MYPE.

Mori Yong (2011), en su tesis para optar el título profesional de Contador Público en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Trujillo, titulada “Estrategias para Generar Conciencia Tributaria en la Recaudación Tributaria en las Empresas Industriales en la Ciudad de Trujillo – Periodo 2011”. La investigación plantea la necesidad de fomentar conciencia en los ciudadanos en cuanto a las obligaciones tributarias, lo cual se logra con el desarrollo de programas de cultura y educación tributaria, la cual permite incrementar la recaudación tributaria proveniente de los contribuyentes. El estudio tomó una muestra de 48 empresas industriales de la ciudad de Trujillo.

Entre las principales conclusiones destacan:

- a. Una de las causas del incumplimiento tributario se debe a la ausencia de conciencia tributaria, que se traduce en un cambio de actitudes.
- b. La educación tributaria se constituye en un instrumento estratégico para formar individuos conscientes y mejorar la actitud de los ciudadanos frente a la tributación.
- c. La credibilidad de la administración tributaria ante los usuarios de los servicios es importante, con la finalidad de que exista una aportación tributaria consciente.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. La política tributaria.

1.3.1.1. Definición.

La política tributaria es una rama de la política fiscal, que comparte su naturaleza de política instrumental y puede considerarse como su cometido cuatro categorías de problemas relacionados con: la estructura formal y funcional del sistema impositivo; la distribución social, sectorial y espacial de la carga impositiva; los efectos de los tributos como parámetros, sobre el comportamiento de los agentes económicos y la utilización de

dichos efectos como herramientas dinámicas de acción del Estado sobre el sistema económico. (Cuevas, s.f.).

La SUNAT (2006) define a la política tributaria como “la rama de la política fiscal que trata de la distribución de la carga impositiva y los efectos de los tributos sobre el proceso económico” y cuyos objetivos son los siguientes:

- Asegurar la sostenibilidad de las finanzas públicas, manteniendo déficits y ratios de deuda bajos o declinantes.
- Eliminar las distorsiones del sistema tributario, para promover la eficiencia económica e incrementar los ingresos tributarios.
- Movilización de nuevos recursos a través de ajustes o reformas tributarias.

Roca (como se citó en Quispe, 2012) manifiesta que la labor fundamental de la política tributaria es obtener los recursos necesarios para financiar el gasto que involucra las funciones del Estado como la Administración Pública, la legislación a cargo del Congreso, la Administración de Justicia a cargo del Poder Judicial, la dotación de Infraestructura básica para el desarrollo productivo, la defensa nacional, el orden interno, la educación, y los programas de ayuda social.

1.3.1.2. Principios de tributación.

Estos principios según Cuevas (s.f.) emergen de enfoques del fenómeno de la imposición desde diferentes ángulos: el económico, el jurídico, el social, el administrativo, etc. Ellos pretenden servir de pautas u orientaciones para el diseño de los sistemas tributarios, de manera que se preserven los valores o criterios técnicos que los conforman. Estos principios según la autora son:

1.3.1.2.1. Principio de suficiencia del sistema tributario.

Este principio se vincula a la capacidad de recaudar una magnitud de recursos adecuada para financiar las acciones del Estado, cuyo costo se entiende que debe ser socializado (es decir, compartido con toda la sociedad y no apenas por quienes puedan beneficiarse de ellos), sea por tratarse de la provisión de bienes públicos que admiten la aplicación del principio de exclusión, sea por determinaciones de naturaleza política que indican la necesidad de proveer una oferta accesible a toda la población, de bienes considerados básicos.

1.3.1.2.2. Principio de equidad en la distribución de la carga tributaria.

Significa que se observe la capacidad contributiva de quienes reciben la incidencia de los impuestos. De conformidad con ese principio, los impuestos deben aplicarse y graduarse tomando en cuenta manifestaciones de bienestar económico que representen indicadores de capacidad contributiva y así, tradicionalmente, se han considerado como tales los ingresos, el consumo y la riqueza, es decir, la renta obtenida, la renta consumida y la renta acumulada.

1.3.1.2.3. Principio de neutralidad de la tributación.

Principio que significa propiciar una mayor eficiencia económica al atenuar los efectos de los tributos en la asignación de recursos. Se trata de restar peso a las consideraciones de naturaleza tributaria en las decisiones de los agentes económicos, pasando a prevalecer los mecanismos de mercado en la formulación de esas decisiones, lo que evitaría que se generen distorsiones que afecten la eficiencia.

1.3.1.2.4. Principio de simplicidad de la tributación.

Principio que se basa en la afirmación de que las normas tributarias deben ser claras y transparentes, deben gozar de continuidad y su gestión y liquidación debe ser sencilla para el contribuyente y para la Administración Tributaria.

1.3.1.3. Lineamientos de la política tributaria.

En el Perú los lineamientos de política tributaria se encuentran en el Marco Macroeconómico Multianual (MMM) que elabora anualmente el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) e incluye las proyecciones macroeconómicas con un horizonte temporal de tres años. De esta manera, el MMM 2018 – 2021 expresa la necesidad de establecer una política tributaria bajo un escenario caracterizado por un menor dinamismo de la economía y una reducción de los ingresos fiscales del Gobierno General. Esto, unido a los estragos del FEN costero y la paralización de grandes proyectos de infraestructura asociados con empresas brasileñas han dado como resultado que el escenario macroeconómico no haya sido el esperado.

En este contexto, la política tributaria a corto y mediano plazo debe orientarse a garantizar los ingresos fiscales que se necesitan para financiar el gasto público; así como para atender la demanda de recursos adicionales necesarios para financiar las obras relacionadas al FEN costero. Todo esto, sin vulnerar los principios de suficiencia, eficiencia, equidad, neutralidad y simplicidad del sistema tributario (MEF, 2017).

Dentro de los principales lineamientos de política tributaria que establece el MEF en el MMM 2018 – 2021, establece que:

Se implementarán medidas que permitan ampliar la base tributaria, de tal forma que la carga tributaria suba de manera natural y progresiva de acuerdo al tamaño de la empresa. Con esto se fomentará la formalización de la cadena de valor de las pequeñas y micro empresas, se reducirá el costo de crecimiento y se facilitarán las labores de la administración tributaria. (p. 25)

Asimismo:

Se trazará una nueva estrategia que permita racionalizar las exoneraciones, beneficios y tratamientos tributarios preferenciales existentes, a fin de reducir el gasto tributario que estos generan. Asimismo, se evitará aprobar nuevas exoneraciones, beneficios y tratamientos tributarios preferentes sin un análisis costo/beneficio de sus alcances y de su impacto fiscal. (p. 25)

1.3.1.3.1. Impuesto a la Renta (IR).

Se evaluarán medidas que fortalezcan la base tributaria y se introducirán disposiciones que permitan combatir esquemas o prácticas elusivas, con la finalidad de alcanzar mayor neutralidad y equidad (MEF, 2017).

1.3.1.3.2. Impuesto General a las Ventas (IGV).

Se continuará con la revisión de la legislación nacional para identificar vacíos o falta de claridad en la norma que impidan su correcta aplicación. Además, se continuará con el perfeccionamiento de los sistemas de pago a fin de asegurar el cumplimiento de las obligaciones tributarias (MEF, 2017).

1.3.1.3.3. Impuesto Selectivo al Consumo (ISC).

Se continuará revisando la afectación del referido impuesto, de manera que refleje las externalidades negativas de los bienes afectos. En este análisis se considerarán –entre otros criterios– el efecto del consumo de estos bienes sobre el medio ambiente y la salud de la población. Todo esto, respetando los objetivos de presión tributaria y estabilidad macroeconómica (MEF, 2017).

1.3.1.3.4. normatividad tributaria municipal.

Se propondrá cambios normativos con el objetivo de optimizar los principales impuestos, tales como: Impuesto Predial, Impuesto de Alcabala y el Impuesto al

Patrimonio Vehicular, a fin de corregir los vacíos de la Ley de Tributación Municipal en cuanto a la simplificación y determinación de estos tributos. Asimismo, se buscará contribuir con la mejora de la recaudación y de los ingresos tributarios de los gobiernos subnacionales y su fortalecimiento a través de la asistencia técnica orientada a sus capacidades de gestión (MEF, 2017).

1.3.1.4. El tributo.

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

El Código Tributario peruano establece que el término tributo comprende impuestos, contribuciones y tasas¹

1.3.1.4.1. Impuesto.

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

1.3.1.4.2. Contribución.

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

1.3.1.4.3. Tasa.

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

1.3.1.5. Los impuestos.

Es una clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por Derecho público. Se caracteriza por no requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la Administración (acreedor tributario). Surge exclusivamente por la "potestad tributaria del Estado", principalmente con el objeto de financiar sus gastos. Su principio rector, denominado "Capacidad Contributiva" sugiere que quienes más tienen, deben aportar en mayor medida al financiamiento estatal, para

¹ Texto Único Ordenado del Código Tributario aprobado por el Decreto Supremo N° 135-99-EF.

consagrar el principio constitucional de equidad y el principio social de solidaridad (Cuevas, s.f.).

1.3.1.5.1. *Finalidad de los impuestos.*

La finalidad del impuesto se puede determinar en base a tres categorías. En primer lugar, tenemos los Fines Fiscales, que es cuando la aplicación de un impuesto satisface una necesidad pública de manera indirecta. Es decir, se recauda y con lo producido de la recaudación (el dinero) se aplica en gastos para financiar diversos servicios públicos.

En segundo lugar, tenemos los Fines Extra-fiscales, que es cuando la aplicación de un impuesto satisface una necesidad pública o interés público de manera directa. Es decir, al recaudar, se interviene en determinados sectores de la economía afectando su funcionamiento, el clásico ejemplo son los impuestos a los cigarrillos y a las bebidas alcohólicas.

Finalmente tenemos los Fines Mixtos, que se dan cuando se buscan conjuntamente las dos finalidades anteriormente mencionadas. Se critica este fin mixto de que es igual al fin extra-fiscal, ya que al perseguir una finalidad extra-fiscal a la vez se recauda.

1.3.1.5.2. *Elementos del impuesto.*

Entre los principales elementos de los impuestos tenemos:

Hecho imponible	Aquella circunstancia cuya realización, de acuerdo con la ley, origina la obligación tributaria. Son hechos imponderables comunes la obtención de una renta, la venta de bienes y la prestación de servicios, la propiedad de bienes y la titularidad de derechos económicos, la adquisición de bienes y derechos por herencia o donación.
Sujeto pasivo	El que debe, es la persona natural o jurídica que está obligada por ley al cumplimiento de las prestaciones tributarias. Se distingue entre contribuyente, al que la ley impone la carga tributaria, y responsable legal o sustituto del contribuyente que está obligado al cumplimiento material o formal de la obligación.
Sujeto activo	Es la entidad administrativa beneficiada directamente por el recaudo del impuesto, quien tiene en su presupuesto los ingresos por el respectivo tributo.
Base imponible	Es la cuantificación y valoración del hecho imponible y determina la obligación tributaria. Se trata de una cantidad de dinero, pero puede también tratarse de otros signos, como el número de personas que viven en una vivienda, litros de gasolina, litros de alcohol o número de cigarrillos.

Tipo de gravamen	Es la proporción que se aplica sobre la base imponible con objeto de calcular el gravamen. Dicha proporción puede ser fija o variable.
Cuota tributaria	Aquella cantidad que representa el gravamen y puede ser una cantidad fija o el resultado de multiplicar el tipo impositivo por la base imponible.
Deuda tributaria	Es el resultado de reducir la cuota con posibles deducciones y de incrementarse con posibles recargos.

Figura 1. Elementos del impuesto

Fuente: elaboración propia a partir de Cuevas (s.f.)

1.3.1.5.3. Función de los impuestos.

Los impuestos tienen en el sistema económico gran importancia debido a que a través de éstos se pueden alcanzar diversos objetivos. Originalmente los impuestos servían exclusivamente para que el Estado se allegara de recursos, sin embargo, actualmente podemos ver que existen varios fines, cuyas bases teóricas fueron extraídas del documento de trabajo de la UNAM (s.f.) y las cuales se mencionan a continuación:

a. Redistribución del ingreso.

Uno de los puntos fundamentales de un sistema impositivo es lograr redistribuir el ingreso en favor de un sector o grupo social; esto se alcanza cuando se logran reducir todos aquellos efectos negativos que generan los mercados en la economía (Ayala, como se citó en UNAM, s. f.) Una vía fundamentalmente poderosa para lograr la redistribución del ingreso es a través de la aplicación de impuestos al ingreso a tasas progresivas, como por ejemplo a través del impuesto sobre la renta.

b. Mejorar la eficiencia económica.

Otro punto fundamental para el sistema impositivo es lograr la eficiencia económica; esto se logra si se pueden corregir ciertas fallas del mercado como lo son p. ej. las externalidades.

c. Proteccionistas.

Los impuestos, por otra parte, pueden tener fines proteccionistas a fin de proteger a algún sector muy importante de la nación, como puede ser por ejemplo alguna industria nacional, el comercio exterior o interior, la agricultura, etc.

d. De fomento y desarrollo económico.

Los impuestos por otra parte tienen un papel fundamental en el desarrollo económico del país o de alguna región en particular. Esto se logra a través de los recursos que se obtienen, los cuales se pueden destinar por ejemplo a fomentar a algún sector económico en particular, por ejemplo, a través de un impuesto sobre el consumo de gasolina mediante el cual se pretenda financiar la construcción de carreteras.

1.3.1.5.4. Efectos de los impuestos.

En esta sección extraída del documento de trabajo de la UNAM (s.f.), se revisan algunas de las consecuencias que pueden originar el pago de los impuestos sobre el campo económico. Entre los principales efectos se encuentran la repercusión, la difusión, la absorción y la evasión.

a. Repercusión.

La repercusión se puede dividir en tres partes: percusión, traslación e incidencia. La percusión se refiere a la obligación legal del sujeto pasivo de pagar el impuesto. La traslación se refiere al hecho de pasar el impuesto a otras personas, y la incidencia se refiere a la persona que tiene que pagar realmente el impuesto, no importa que ésta no tenga la obligación legal de hacerlo. De esto se desprende que la repercusión es una lucha entre el sujeto que legalmente tiene que pagar el impuesto y terceros, el sujeto trata de trasladar el impuesto y la persona tercera tratará de restringir el consumo de dicho artículo para evitar de esta forma cargar con el impuesto.

b. Difusión.

Una vez que termina el fenómeno de la repercusión se presenta el de la difusión. Este se caracteriza por que la persona que debe pagar finalmente el impuesto ve reducida su capacidad adquisitiva en la misma proporción del impuesto pagado, sin embargo, esto genera un proceso en el que esta persona deja de adquirir ciertos productos o reduce su demanda, por lo tanto, sus proveedores se verán afectados por esta reducción en sus ventas y a su vez tendrán que reducir sus compras, y así sucesivamente.

c. Absorción.

Puede existir la posibilidad de que el sujeto pasivo traslade el impuesto, sin embargo, no lo hace porque su idea es pagarlo. No obstante, para que pueda

pagarlo decide o bien aumentar la producción, disminuir el capital y el trabajo empleados, o en última instancia implementar algún tipo de innovación tecnológica que permita disminuir los costos.

d. Evasión.

La evasión es el acto de evitar el pago de un impuesto. A diferencia de lo que sucede con la repercusión en donde el impuesto se traslada, en el caso de la evasión simplemente nunca se paga porque nadie cubre ese pago.

La evasión puede ser de dos tipos: legal e ilegal. La evasión legal consiste en evitar el pago del impuesto mediante procedimientos legales, por ejemplo, al dejar de comprar una mercancía a la cual se le acaba de implementar un impuesto; en este caso el impuesto no se paga porque simplemente se ha dejado de comprar el bien.

La evasión ilegal es aquella en la cual se deja de pagar el impuesto mediante actos violatorios de las normas legales, por ejemplo, la ocultación de ingresos, la omisión en la expedición de facturas, contrabando, etc.

La evasión fiscal se puede dar por muchas razones, entre las principales se encuentran:

- Ignorancia sobre los fines de los impuestos.
- Servicios públicos prestados en forma defectuosa e ineficiente.
- Por la falta de una contraprestación por los impuestos que se pagan.
- Muchas veces se considera que el pago de impuestos sólo sirve para contribuir al enriquecimiento ilícito de los funcionarios públicos.

1.3.1.5.5. Tipos de Impuestos.

Existen fundamentalmente dos clasificaciones de los impuestos. La primera de ellas los clasifica en directos e indirectos. De acuerdo al criterio administrativo los impuestos directos son aquellos que gravan al ingreso, la riqueza, el capital o el patrimonio y que afectan en forma directa al sujeto del impuesto, por lo tanto, no es posible que se presente el fenómeno de la traslación. De acuerdo al criterio de la repercusión, el legislador se propone alcanzar al verdadero contribuyente suprimiendo a todo tipo de intermediarios entre el pagador y el fisco (UNAM, s.f.)

Éstos impuestos pueden clasificarse a su vez en personales y en reales. Los personales son aquellos que toman en consideración las condiciones de las personas que tienen el carácter de sujetos pasivos. Los impuestos reales son aquellos que recaen sobre la

cosa objeto del gravamen, sin tener en cuenta la situación de la persona que es dueña de ella. Éstos se subdividen en impuestos que gravan a la persona considerándola como un objeto y los que gravan a las cosas.

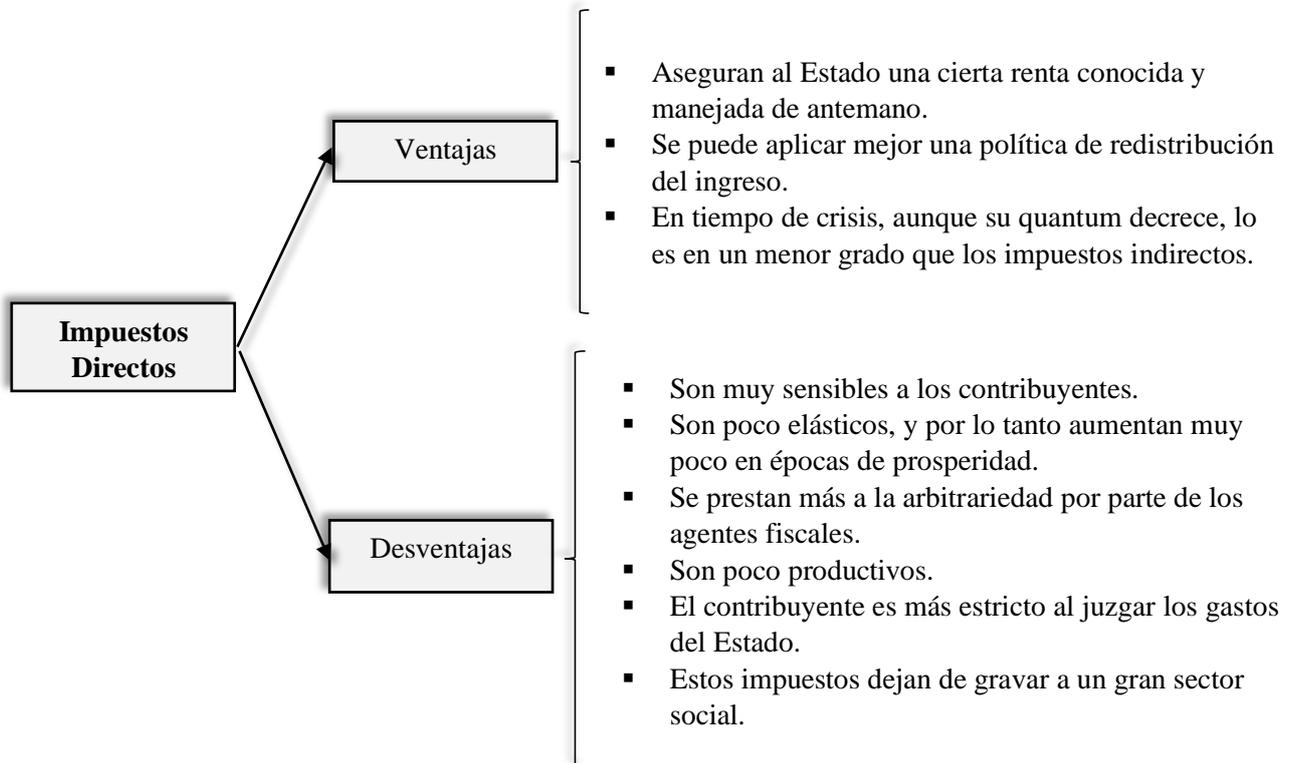


Figura 2. Ventajas y desventajas de los impuestos directos.

Fuente: elaboración propia a partir de UNAM (s.f.)

Según Arriaga (como se citó en UNAM, s.f.) los impuestos indirectos son aquellos que recaen sobre los gastos de producción y consumo, por lo tanto, su principal característica es que son trasladables hasta el consumidor final. Los impuestos indirectos pueden ser de dos tipos:

- *Multifásicos*. Gravan todas las etapas del proceso de compra-venta.
- *Monofásicos*. Gravan solamente una etapa del proceso. Éstos a su vez se subdividen en impuestos al valor total de las ventas y en impuestos al valor agregado.

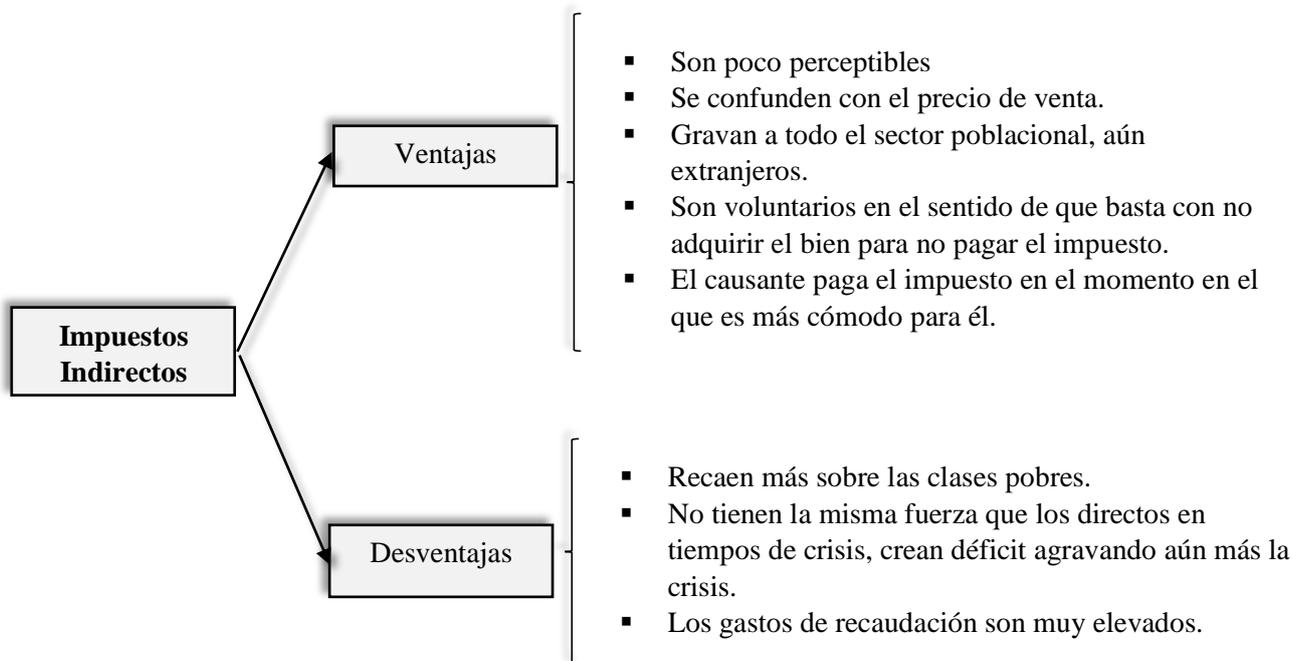


Figura 3. Ventajas y desventajas de los impuestos Indirectos.

Fuente: elaboración propia a partir de UNAM (s.f.)

La segunda clasificación de importancia es por cuotas, es decir, se establece una cantidad monetaria por el bien o servicio, la cual puede ser fija (por ejemplo, S/ 10.00) o porcentual (por ejemplo 10% sobre el valor del bien). Ésta última puede ser de varios tipos y es de gran importancia determinar cuál de ellas se va a utilizar ya que esto determinará los resultados en la política fiscal y en la distribución del ingreso.

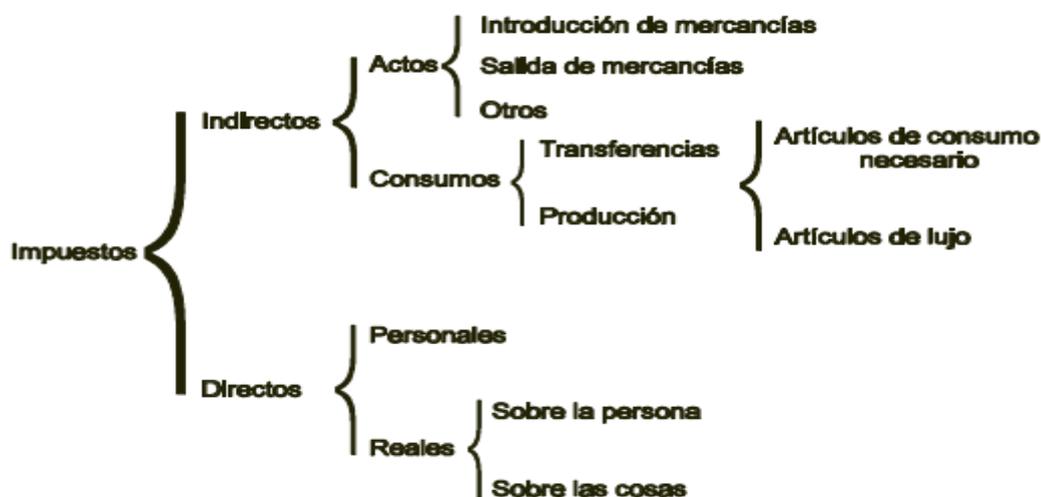


Figura 4. Clasificación de los Impuestos.

Fuente: Ernesto Flores (como se citó en UNAM, s.f.)

1.3.1.5.6. Principios de la incidencia de los impuestos.

Uno de los temas fundamentales dentro de este trabajo se refiere a la forma en la que los impuestos pueden incidir sobre la distribución del ingreso, para lo cual es importante abordar algunos principios de la incidencia fiscal.

Principio del beneficio	De acuerdo con este principio un sistema equitativo es aquel donde cada contribuyente paga en función de los beneficios que recibe de los servicios públicos. Este principio se fundamenta no solamente en un criterio de política impositiva, sino también de impuestos y gastos.	
Capacidad de pago	Este tiene como premisa la contribución según la capacidad de pago de cada persona.	
	<i>Equidad horizontal</i>	Se establece que las personas con igual capacidad de pago deben pagar lo mismo.
	<i>Equidad vertical</i>	Establece que las personas con diferentes niveles de renta deben pagar cantidades diferentes de impuestos.
Principio de la ocupación plena	De acuerdo a este principio la política tributaria puede servir para estimular la producción y el empleo, para lo cual no es necesario tomar en consideración el beneficio o la capacidad de pago.	
Principio de la conveniencia.	Este principio establece que se debe obtener el mayor monto posible de ingresos por recaudación con la menor dificultad.	
	<i>Incidencia absoluta</i>	Esta consiste en el establecimiento de un impuesto en particular, suponiendo siempre que se mantenga constante el gasto público.
	<i>Incidencia diferencial</i>	La incidencia se puede determinar a través de cambios en la distribución resultante de sustituir un impuesto por otro, considerando que se mantienen constantes tanto los ingresos como los gastos.
	<i>Incidencia presupuestaria</i>	Esta se determina cuando hay resultados combinados de cambios en los impuestos y en los gastos.

Figura 5. Principios de la incidencia de los impuestos.

Fuente: elaboración propia a partir de UNAM (s.f.)

En la economía puede darse algún tipo de incidencia fiscal, sin embargo, lo importante es considerar los efectos que el cambio de un impuesto puede tener sobre los niveles de empleo, consumo, inversión, etc., y por lo tanto determinar el estado de la distribución del ingreso.

1.3.1.6. Efecto social y económico de las políticas tributarias.

Esta sección teórica está basada íntegramente en la investigación de Gomero Gonzales (2016). Según este autor la función del Estado es crear las condiciones del caso

para que los actores económicos y sociales se inserten al mundo de la eficiencia y la productividad. Soto (como se citó Gomero, 2016) señala que “La correcta administración de los recursos, dentro del marco político, económico y social, llevaría a lograr objetivos de orden público y se traducirían en bienestar social, como la función fundamental del Estado”. Por ello, el gobierno cuando destina los recursos financieros debe manejar prioridades, asignar correctamente sus desembolsos, de tal forma que sus intervenciones no generen externalidades negativas, las cuales, como se conoce, solo generan distorsiones económicas y sociales.

Lo anteriormente señalado condiciona que los recursos que se captan vía aplicación de impuestos logre beneficios marginales superiores al sacrificio que le representa a la ciudadanía por desprenderse de sus recursos financieros. Solo así se puede afirmar que la política tributaria es generadora de valor y de riqueza para la sociedad. Claro está que por ningún motivo el aporte tributario y su uso correspondiente, el cual está contemplado en el Presupuesto General de la República, significan romper con los criterios de la optimización.

Los gobiernos hacen uso de su poder monopólico para imponer condiciones a la población. Tal como se argumenta, los gobernados tienen que acatar lo que señalan los gobernantes y bajo este esquema es que colocan una serie de tributos que van incidir directamente en las economías de las unidades familiares o de las empresas. Impuestos como los que gravan al consumo, al ingreso, utilidades y otras transacciones económicas y financieras, son utilizados como mecanismos para dar robustez a la caja fiscal. (Gomero, 2016, p. 115)

Según el impacto económico y social, los tributos son clasificados como regresivos² y progresivos³. Por naturaleza el IVA⁴ está considerado dentro de los primeros,

² *Un impuesto regresivo es aquel en el que se capta un porcentaje menor en la medida en que el ingreso aumenta. Un ejemplo de impuesto regresivo es el IVA a los bienes básicos porque afecta en mayor proporción a los agentes con menores ingresos (EL TIEMPO, 2004).*

³ *Un impuesto progresivo es aquel cuya tasa de tributación o tarifa aumenta en la medida en que el ingreso aumenta, con lo cual el agente que más ingresos recibe debe pagar mayores impuestos porcentualmente. Por ejemplo, el impuesto de renta es considerado un impuesto progresivo en la medida en que los agentes con mayores ingresos deben pagar una tasa más alta (EL TIEMPO, 2004).*

⁴ *El IVA es un impuesto que grava cada una de las fases de la comercialización del bien hasta que llegue al consumidor final, pero no grava el importe total de cada venta en forma independiente sino como su nombre lo indica, exclusivamente sobre el valor añadido en cada etapa por cada agente económico. (Impuestospy, s.f.)*

ya que su aplicabilidad por ser universal afecta a los considerados ricos y pobres, siendo estos primeros los que sienten menos el impacto en su economía familiar, pero que si tiende a magnificarse en aquellos estratos con menores niveles de ingresos. El sistema tributario se caracteriza por ser regresivo debido a que este tipo de impuesto es el más representativo en los ingresos corrientes del Estado. “En nuestra región el 10% más rico posee el 71% de la riqueza y tributa sólo el 5,4% de su renta, según un nuevo informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). La conclusión a la que llega esta organización internacional es una clara señal sobre el sistema tributario que rige a nivel regional.

Los ingresos corrientes del gobierno, específicamente el tributario, va más allá del IVA, complementariamente están los impuestos directos, los cuales son aplicados a la renta personal o institucional, el monto recaudado por este tipo de impuesto está directamente correlacionada al comportamiento de la economía, específicamente del PBI. Por ello, en épocas de crecimiento económico los impuestos derivados de gravar a la riqueza aumentan en forma automática, dado que la tasa actúa como un instrumento automático de recaudación.

Estos tipos de impuestos según Gomero (2016) afecta en mayor grado a los que acumulan patrimonio, a los que aumentan su riqueza. Por ello, los impactos sociales son nulos en los estratos de menores ingresos, lo cual no contribuye a fortalecer las asimetrías sociales. Estos impuestos actúan cual los estabilizadores automáticos, según el BCE (como se citó en Gomero, 2016) “los estabilizadores fiscales automáticos representan la reacción del presupuesto a las fluctuaciones del ciclo económico en ausencia de intervención alguna por parte de las autoridades. Dichos estabilizadores, si están bien diseñados, permiten ajustes puntuales y simétricos para amortiguar las fluctuaciones cíclicas...”. Es así como, entonces, actúan estos impuestos en el proceso de recaudación tributaria.

Sin duda, los impuestos pueden considerarse como un “castigo”. Pero es necesario su cumplimiento por que es la única forma de asegurar la ejecución de políticas redistributivas. Por ello, la evasión o elusión son prácticas que debe darse en ningún tipo de sociedad, ya que los efectos macro sociales y macroeconómicos retardan todo proceso de mejora de bienestar social.

1.3.1.7. Diagnóstico de la política tributaria en el Perú.

En este apartado del marco teórico se analizará la situación actual del sistema tributario peruano, este diagnóstico se basa íntegramente en la investigación realizada por Pecho, Velayos, y Arias (2016) del Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT) para el Consorcio de Investigación Económica y social (CIES).

Pecho, Velayos, y Arias (2016) sostienen que a pesar de que los ingresos tributarios del Perú se han incrementado en un poco más de seis (6) puntos del producto bruto interno (PBI) desde 1990, aún representan un limitado esfuerzo tributario. Los ingresos tributarios del Perú se sitúan ligeramente por debajo del que obtienen en promedio los países de América Latina y muy por debajo del que obtienen los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). En el año 2013, el país recaudó 19,1% del PBI, mientras que los países de América Latina recaudaron en promedio 20,3% del PBI y los países de la OCDE recaudaron en promedio 34,2% del PBI.

Tabla 1
Estructura de los ingresos tributarios (En porcentajes de PBI)

	Perú 2015	Perú 2013	América Latina 2013	OCDE 2013
Impuestos sobre la renta, utilidades y ganancias de capital	6,3	7,2	5,7	11,5
▪ Individuos	1,7	1,9	1,4	8,8
▪ Empresas	4,6	5,4	4,3	2,7
Impuestos sobre el patrimonio 1/	0,4	0,4	0,8	1,9
Impuestos generales sobre el consumo 2/	6,8	6,9	6,9	6,8
Impuestos selectivos sobre el consumo	0,9	1,0	1,8	4,1
Impuestos sobre el comercio internacional 3/	0,2	0,2	0,9	0,2
Contribuciones sociales	2,1	2,1	3,9	9,1
Otros 4/	0,7	1,3	0,5	0,6
Total	17,4	19,1	20,3	34,2

Fuente: Sunat, BID, Cepal, CIAT, OCDE

1/ Incluye ITF. 2/ Además de IVA, incluye otros impuestos generales sobre el consumo en Argentina, Brasil y Bolivia. 3/ Además de los derechos de importación, incluye otros impuestos sobre el comercio exterior en Argentina, Costa Rica y República Dominicana. 4/ Incluye impuesto sobre la nómina.

Además, no solo se recauda poco, sino que la estructura tributaria está orientada a los impuestos indirectos, principalmente al impuesto general a las ventas (IGV). Si bien esta es también una característica que muestran las estructuras tributarias de la mayoría de los países de América Latina, no es el caso de los países miembros de la OCDE, donde los impuestos directos aportan la mayor parte de los ingresos totales, seguidos de los

impuestos indirectos y las contribuciones sociales, en ese orden. Como consecuencia de este panorama, se verifica que el sistema tributario peruano ayuda poco a la redistribución.

Simultáneamente, las finanzas públicas del Perú se han deteriorado gradualmente desde 2012, debido en gran parte a la desaceleración de la actividad económica del país, así como a la aplicación de una política fiscal expansiva. En cuanto a los ingresos tributarios, su evolución reciente está asociada también al impacto de la reforma tributaria 2014-2015 que, en conjunto, llevaría a los ingresos tributarios a 17,4% del PBI en 2015, según cifras preliminares, nivel ligeramente superior al alcanzado en el año 2009, en plena crisis financiera global.

El consenso generalizado es que el Perú muestra hoy un sistema tributario bastante estándar a nivel internacional, que probablemente necesite ajustes o perfeccionamientos, pero no una reforma profunda o estructural. En ese sentido, es importante seguir ampliando la base tributaria y luchando contra la evasión y la elusión doméstica e internacional. Además, es necesario que el Perú adopte una política tributaria que movilice nuevos recursos a través del incremento de la carga tributaria de los segmentos de más altos ingresos; es decir, que realice una reforma tributaria principalmente redistributiva.

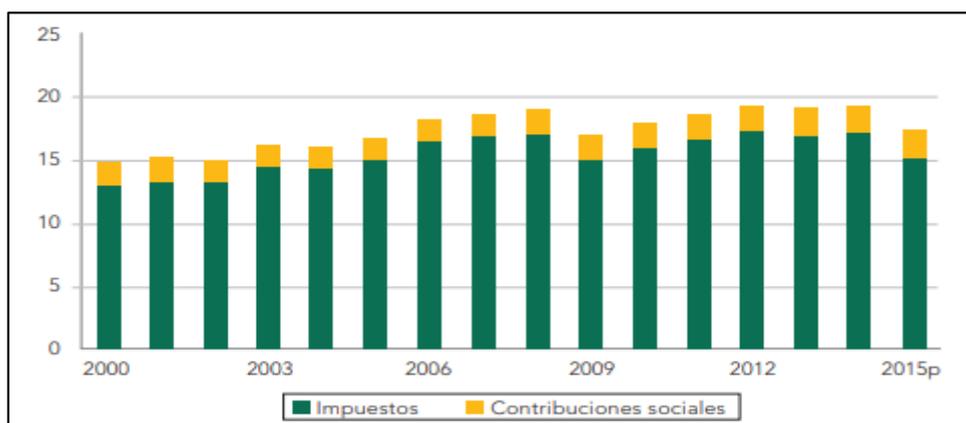


Figura 6. Ingresos tributarios del Perú, 2000 – 2015 (En porcentaje del PBI).

Fuente: Sunat, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), CIAT

Arias (2011), señala que básicamente se pueden encontrar los siguientes problemas en el sistema tributario peruano:

- a. El bajo nivel de la recaudación, al punto que es insuficiente para financiar servicios públicos adecuados.
- b. La concentración de la recaudación en el gobierno central y la poca participación de los gobiernos regionales y locales (el 98% de los ingresos del gobierno general

son recaudados por el gobierno central, solo un 2% es recaudado por los gobiernos locales)

- c. La estructura de la recaudación con mayor preponderancia de los impuestos indirectos y la baja recaudación de los impuestos directos (renta y propiedad) lo que determina que el impacto de la tributación en la equidad sea mínimo.
- d. Los altos niveles de evasión tributaria del impuesto a la renta y del impuesto general a las ventas (para el año 2006, la evasión al Impuesto a la Renta fue de 49%; de esta cifra corresponde a las personas una tasa de evasión de 33% y a las empresas de 51%).
- e. Las altas tasas impositivas en comparación con las tendencias y estándares internacionales.
- f. La reducida base tributaria, originada por deducciones generosas, exoneraciones que no contribuyen a la equidad y regímenes especiales que promueven la atomización de las empresas y la evasión.
- g. La complejidad del sistema tributario en su conjunto

1.3.2. La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, de acuerdo a su Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, correspondían a esta entidad.

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria tiene por finalidad diseñar y proponer medidas de política tributaria; proponer la reglamentación de las normas tributarias; administrar, aplicar, fiscalizar, sancionar y recaudar los tributos internos del Gobierno Central y otros tributos cuya administración se le asigne. Y través de la absorción de la Superintendencia Nacional de Aduanas está encargada además de administrar, aplicar, fiscalizar, sancionar y recaudar los aranceles y tributos del Gobierno

Central que fije la legislación aduanera, Tratados y Convenios Internacionales y demás normas que rigen la materia y otros tributos cuya recaudación se le encomienda; así como la represión de la de la defraudación de Rentas de Aduana y del contrabando, la evasión de tributos aduaneros y el tráfico ilícito de bienes (SUNAT, 2016).

1.3.2.1. Finalidad de la administración tributaria⁵.

La SUNAT tiene como finalidad primordial administrar los tributos del gobierno nacional y los conceptos tributarios y no tributarios que se le encarguen por Ley o de acuerdo a los convenios interinstitucionales que se celebren, proporcionando los recursos requeridos para la solvencia fiscal y la estabilidad macroeconómica; asegurando la correcta aplicación de la normatividad que regula la materia y combatiendo los delitos tributarios y aduaneros conforme a sus atribuciones.

También tiene como finalidad la implementación, la inspección y el control del cumplimiento de la política aduanera en el territorio nacional y el tráfico internacional de mercancías, personas y medios de transporte, facilitando las actividades aduaneras de comercio exterior y asegurando la correcta aplicación de los tratados y convenios internacionales y demás normas que rigen la materia.

Asimismo, le corresponde participar en el combate contra la minería ilegal así como del narcotráfico, a través del control y fiscalización del ingreso, permanencia, transporte o traslado y salida de los productos de la actividad minera, de insumos químicos y maquinarias que puedan ser utilizados en la minería ilegal, así como del control y fiscalización de los insumos químicos, productos y sus sub productos o derivados, maquinarias y equipos que puedan ser utilizados directa o indirectamente en la elaboración de drogas ilícitas; y otros fines que se establezcan mediante Ley.

Adicionalmente, debe proveer a los administrados los servicios que les faciliten el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, aduaneras y otras vinculadas a las funciones que realiza la SUNAT, así como brindar servicios a la ciudadanía en general dentro del ámbito de su competencia.

⁵ Establecido en el artículo 3° del Reglamento de Organización y Funciones de la SUNAT, aprobado por Resolución de Superintendencia N° 122-2014/SUNAT y modificatorias

1.3.2.2. *Funciones y atribuciones de la Sunat.*

Son funciones y atribuciones de la SUNAT⁶:

Administrar los tributos internos del Gobierno Nacional, así como los conceptos tributarios y no tributarios cuya administración o recaudación se le encargue por Ley o Convenio Interinstitucional.
Proponer al Ministerio de Economía y Finanzas la reglamentación de las normas tributarias, aduaneras y otras de su competencia.
Expedir, dentro del ámbito de su competencia, disposiciones en materia tributaria y aduanera, estableciendo obligaciones de los contribuyentes, responsables y/o usuarios del servicio aduanero, disponer medidas que conduzcan a la simplificación de los trámites correspondientes a los regímenes aduaneros, así como normar los procedimientos que se deriven de éstos.
Dictar normas en materia de organización y gestión interna en el ámbito de su competencia.
Sistematizar y ordenar la legislación e información estadística de comercio exterior, a fin de brindar información general sobre la materia conforme a Ley, así como la vinculada con los tributos internos y aduaneros que administra.
Promover, coordinar y ejecutar actividades de cooperación técnica, de investigación, de capacitación y perfeccionamiento en materia tributaria y aduanera, en el país o en el extranjero.
Solicitar, y de ser el caso ejecutar, medidas destinadas a cautelar la percepción de los tributos que administra y disponer la suspensión de las mismas cuando corresponda, de acuerdo a Ley.
Inspeccionar, fiscalizar y controlar las agencias de aduanas, despachadores oficiales, depósitos autorizados, almacenes fiscales, terminales de almacenamiento, consignatarios y medios de transporte utilizados en el tráfico internacional de personas, mercancías u otros.
Prevenir, perseguir y denunciar al contrabando, la defraudación de rentas de aduanas, la defraudación tributaria del tráfico ilícito de mercancías, así como aplicar medidas en resguardo del interés fiscal.
Desarrollar y aplicar sistemas de verificación y control de calidad, cantidad, especie, clase y valor de las mercancías, excepto las que estén en tránsito y transbordo, a efectos de determinar su clasificación en la nomenclatura arancelaria y los derechos que le son aplicables.
Sancionar a quienes contravengan las disposiciones legales y administrativas de carácter tributario y aduanero, con arreglo a Ley.
Ejercer los actos y medidas de coerción necesarios para el cobro de deudas por los conceptos que administra.
Mantener en custodia las mercancías y bienes incautados, embargados o comisados, efectuando el remate de los mismos cuando ello proceda en el ejercicio de sus funciones.
Desarrollar programas de información, divulgación y capacitación en materia tributaria y aduanera.
Determinar la correcta aplicación y recaudación de los tributos que administra y de otros cuya recaudación se le encargue, así como de los derechos que cobren por los servicios que prestan, de acuerdo a Ley.
Controlar y fiscalizar el ingreso, permanencia, transporte o traslado y salida de los bienes controlados que puedan ser utilizados en la minería ilegal, así como en la elaboración de drogas ilícitas.

Figura 7. funciones y atribuciones de la Sunat.

⁶ Establecido en el artículo 4° del Reglamento de Organización y Funciones de la SUNAT, aprobado por Resolución de Superintendencia N° 122-2014/SUNAT y modificatorias.

1.3.2.3. *Facultades de la Administración Tributaria.*

Entre las facultades que posee la Administración Tributaria por mandato de ley, podemos mencionar las siguientes (SUNAT, 2016):

1.3.2.3.1. *Facultad de recaudación.*

Es función de la Administración Tributaria recaudar los tributos. A tal efecto, podrá contratar directamente los servicios de las entidades del sistema bancario y financiero, así como de otras entidades para recibir el pago de deudas correspondientes a tributos administrados por aquella. Los convenios podrán incluir la autorización para recibir y procesar declaraciones y otras comunicaciones dirigidas a la Administración

1.3.2.3.2. *facultades de determinación y fiscalización.*

Artículo 59 ° del código tributario. Por el acto de la determinación de la obligación tributaria:

- a. El deudor tributario verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, señala la base imponible y la cuantía del tributo.
- b. La Administración Tributaria verifica la realización del hecho generador de la obligación tributaria, identifica al deudor tributario, señala la base imponible y la cuantía del tributo.

Artículo 62° del código tributario. El ejercicio de la función fiscalizadora incluye la inspección, investigación y el control del cumplimiento de obligaciones tributarias, incluso de aquellos sujetos que gocen de inafectación, exoneración o beneficios tributarios. Para tal efecto, dispone de las siguientes facultades discrecionales:

<p>Exigir a los deudores tributarios la exhibición y/o presentación de:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sus libros, registros y/o documentos que sustenten la contabilidad y/o que se encuentren relacionados con hechos susceptibles de generar obligaciones tributarias, los mismos que deberán ser llevados de acuerdo con las normas correspondientes ▪ Su documentación relacionada con hechos susceptibles de generar obligaciones tributarias en el supuesto de deudores tributarios que de acuerdo a las normas legales no se encuentren obligados a llevar contabilidad. ▪ Sus documentos y correspondencia comercial relacionada con hechos susceptibles de generar obligaciones tributarias.
<p>En los casos que los deudores tributarios o terceros registren sus operaciones contables mediante sistemas de procesamiento electrónico de datos o sistemas de microarchivos, la Administración Tributaria podrá exigir:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Copia de la totalidad o parte de los soportes portadores de microformas gravadas o de los soportes magnéticos u otros medios de almacenamiento de información utilizados en sus aplicaciones que incluyan datos vinculados con la materia imponible, debiendo suministrar a la Administración Tributaria los instrumentos materiales a este efecto, los que les serán restituidos a la conclusión de la fiscalización o verificación. ▪ Información o documentación relacionada con el equipamiento informático incluyendo programas fuente, diseño y programación utilizados y de las aplicaciones implantadas, ya sea que el procesamiento se desarrolle en equipos propios o alquilados o, que el servicio sea prestado por un tercero. ▪ El uso de equipo técnico de recuperación visual de microformas y de equipamiento de computación para la realización de tareas de auditoría tributaria, cuando se hallaren bajo fiscalización o verificación. ▪
<p>Requerir a terceros informaciones y exhibición y/o presentación de sus libros, registros, documentos, emisión y uso de tarjetas de crédito o afines y correspondencia comercial relacionada con hechos que determinen tributación, en la forma y condiciones solicitadas, para lo cual la Administración Tributaria deberá otorgar un plazo que no podrá ser menor de tres (3) días hábiles.</p>	
<p>Solicitar la comparecencia de los deudores tributarios o terceros para que proporcionen la información que se estime necesaria, otorgando un plazo no menor de cinco (5) días hábiles, más el término de la distancia de ser el caso. Las manifestaciones obtenidas en virtud de la citada facultad deberán ser valoradas por los órganos competentes en los procedimientos tributarios.</p>	
<p>Efectuar tomas de inventario de bienes o controlar su ejecución, efectuar la comprobación física, su valuación y registro; así como practicar arquezos de caja, valores y documentos, y control de ingresos.</p>	
<p>Cuando la Administración Tributaria presuma la existencia de evasión tributaria, podrá inmovilizar los libros, archivos, documentos, registros en general y bienes, de cualquier naturaleza, por un período no mayor de cinco (10) días hábiles, prorrogables por otro igual.</p>	
<p>Practicar inspecciones en los locales ocupados, bajo cualquier título, por los deudores tributarios, así como en los medios de transporte.</p>	
<p>Requerir el auxilio de la fuerza pública para el desempeño de sus funciones, que será prestado de inmediato bajo responsabilidad.</p>	
<p>Investigar los hechos que configuran infracciones tributarias, asegurando los medios de prueba e identificando al infractor.</p>	
<p>Colocar sellos, carteles y letreros oficiales, precintos, cintas, señales y demás medios utilizados o distribuidos por la Administración Tributaria con motivo de la ejecución o aplicación de las sanciones o en el ejercicio de las funciones que le han sido establecidas por las normas legales, en la forma, plazos y condiciones que ésta establezca.</p>	

Figura 8. Facultades discrecionales de fiscalización de la SUNAT.

Fuente: SUNAT, 2016

1.3.2.3.3. Facultad sancionadora.

Artículo 82 del código tributario. La Administración Tributaria tiene la facultad discrecional de sancionar las infracciones tributarias. Éstas se dan cuando el contribuyente incumple alguna disposición en materia tributaria, entendiéndose que ha cometido un ilícito o una infracción tributaria.

Algunas infracciones derivadas del incumplimiento de obligaciones tributarias son: No inscribirse en el RUC; No otorgar y exigir comprobantes de pago; No llevar libros y registros contables; No presentar declaraciones y comunicaciones; No permitir el control de la Administración Tributaria; Otras obligaciones tributarias.

1.3.2.4. Tributos que administra la SUNAT.

Con el fin de lograr un sistema tributario eficiente, permanente y simple se dictó la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional (Decreto Legislativo N° 771), vigente a partir del 1 de enero de 1994. La ley señala los tributos vigentes e indica quiénes son los acreedores tributarios: el Gobierno Central, los Gobiernos Locales y algunas entidades con fines específicos.

Los principales tributos que administra la SUNAT son los siguientes:

1.3.2.4.1. Impuesto General a las Ventas⁷.

El IGV o Impuesto General a las Ventas es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere.

a. Tasa:

Se aplica una tasa de 16% en las operaciones gravadas con el IGV. A esa tasa se añade la tasa de 2% del Impuesto de Promoción Municipal (IPM)⁸.

b. Características:

- Se le denomina no acumulativo, porque solo grava el valor agregado de cada etapa en el ciclo económico, deduciéndose el impuesto que gravó las fases anteriores.

⁷ Art. 1° del T.U.O. de la Ley del Impuesto General a las Ventas aprobado por Decreto Supremo N° 055-99-EF y Artículo 2 del Reglamento de la Ley del IGV, Decreto Supremo N° 029-94-EF.

⁸ Tasa del IGV : Art. 17°. TUO de la Ley del Impuesto General a las Ventas, aprobado por D.S. 055-99-EF y Art.1° - Ley N° 29666 Tasa del IPM -Impuesto de Promoción Municipal - Art. 76° - Decreto Legislativo N° 776.

- Se encuentra estructurado bajo el método de base financiera de impuesto contra impuesto (débito contra crédito), es decir el valor agregado se determina restando del impuesto que se aplica al valor de las ventas, con el impuesto que gravo las adquisiciones de productos relacionados con el giro del negocio.

Operaciones gravadas IGV	
Venta de bienes muebles en el país	<p>Todo acto por el que se transfieren bienes a título oneroso, tales como compraventa, permuta, dación en pago, expropiación, adjudicación por remate.</p> <p>El retiro de bienes, son los autoconsumos realizados por el contribuyente fuera de sus actividades empresariales, es decir que no son necesarios para realizar sus actividades gravadas.</p>
Prestación o utilización de servicios en el país	<p>Toda prestación de servicios que una persona realiza para otra y por la cual percibe un ingreso que se considere renta de tercera categoría para los efectos del impuesto a la renta, aun cuando no este afecto a este último impuesto.</p> <p>Entiéndase que el servicio es prestado en el país cuando el sujeto que lo presta se encuentra domiciliado en él para efecto del Impuesto a la Renta, sea cual fuere el lugar de celebración del contrato o del pago de la retribución</p>
Los contratos de construcción	<p>Los contratos de construcción que se ejecuten en el territorio nacional, cualquiera sea su denominación, sujeto que lo realice, lugar de celebración del contrato o de percepción de los ingresos</p>
Primera venta de inmuebles que realicen los constructores	<p>Se encuentra gravada la primera venta de inmuebles ubicados en el territorio nacional que realicen los constructores de los mismos, así como la posterior venta del inmueble que realicen las empresas vinculadas con el constructor cuando el inmueble haya sido adquirido directamente de éste o de otras empresas vinculadas económicamente con el mismo, salvo cuando se demuestre que la venta se efectuó a valor de mercado o valor de tasación, el que resulte mayor.</p>
La importación de bienes	<p>La importación de bienes se encuentra gravada cualquiera sea el sujeto que la realice (no se requiere habitualidad).</p> <p>Tratándose del caso de bienes intangibles provenientes del exterior, el Impuesto se aplicará de acuerdo a las reglas de utilización de servicios en el país. En caso que la Superintendencia Nacional de Adunas - ADUANAS hubiere efectuado la liquidación y cobro del impuesto, éste se considera como anticipo del Impuesto que en definitiva corresponda.</p>

Figura 9. Operaciones gravadas con IGV.

Fuente: SUNAT, 2016

c. *Calculo del impuesto IGV*⁹.

En el siguiente esquema se muestra el procedimiento de la determinación del IGV, desarrollándose posteriormente cada uno de los elementos descritos:



Figura 10. *Procedimiento de determinación del IGV*

Fuente: SUNAT, 2016

La Base Imponible, es el valor numérico sobre el cual se aplica la tasa del tributo. La base imponible está constituida por:

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

Debe entenderse, por valor de venta del bien, retribución por servicios, valor de construcción o venta del bien inmueble, según el caso, la suma total que queda obligado a pagar el adquirente del bien, usuario del servicio o quien encarga la construcción.

Asimismo, se entenderá que esa suma está integrada por el valor total consignado en el comprobante de pago de los bienes, servicios o construcción, incluyendo los cargos que se efectúen por separado de aquél y

⁹ *Base Legal: Artículos 18 y 19 de la Ley del IGV.*

aun cuando se originen en la prestación de servicios complementarios, en intereses devengados por el precio no pagado o en gasto de financiación de la operación. Los gastos realizados por cuenta del comprador o usuario del servicio forman parte de la base imponible cuando consten en el respectivo comprobante de pago emitido a nombre del vendedor, constructor o quien preste el servicio.

Así mismo, la *Tasa del Impuesto* es igual al 18% (16 % + 2% de Impuesto de Promoción Municipal).

El Impuesto Bruto correspondiente a cada operación gravada es el monto resultante de aplicar la tasa del Impuesto sobre la base imponible. El Impuesto Bruto correspondiente al contribuyente por cada período tributario, es la suma de los Impuestos Brutos determinados conforme al párrafo precedente por las operaciones gravadas de ese período.

El crédito fiscal está constituido por el IGV consignado separadamente en el comprobante de pago que respalda la adquisición de bienes, servicios y contratos de construcción o el pagado en la importación del bien. Deberá ser utilizado mes a mes, deduciéndose del impuesto bruto para determinar el impuesto a pagar. Para que estas adquisiciones otorguen el derecho a deducir como crédito fiscal el IGV pagado al efectuarlas, deben ser permitidas como gasto o costo de la empresa, de acuerdo a la legislación del Impuesto a la Renta y se deben destinar a operaciones gravadas con el IGV.

El Impuesto a pagar se determina mensualmente deduciendo del Impuesto Bruto de cada período el crédito fiscal correspondiente; salvo los casos de la utilización de servicios en el país prestados por sujetos no domiciliados y de la importación de bienes, en los cuales el Impuesto a pagar es el Impuesto Bruto.

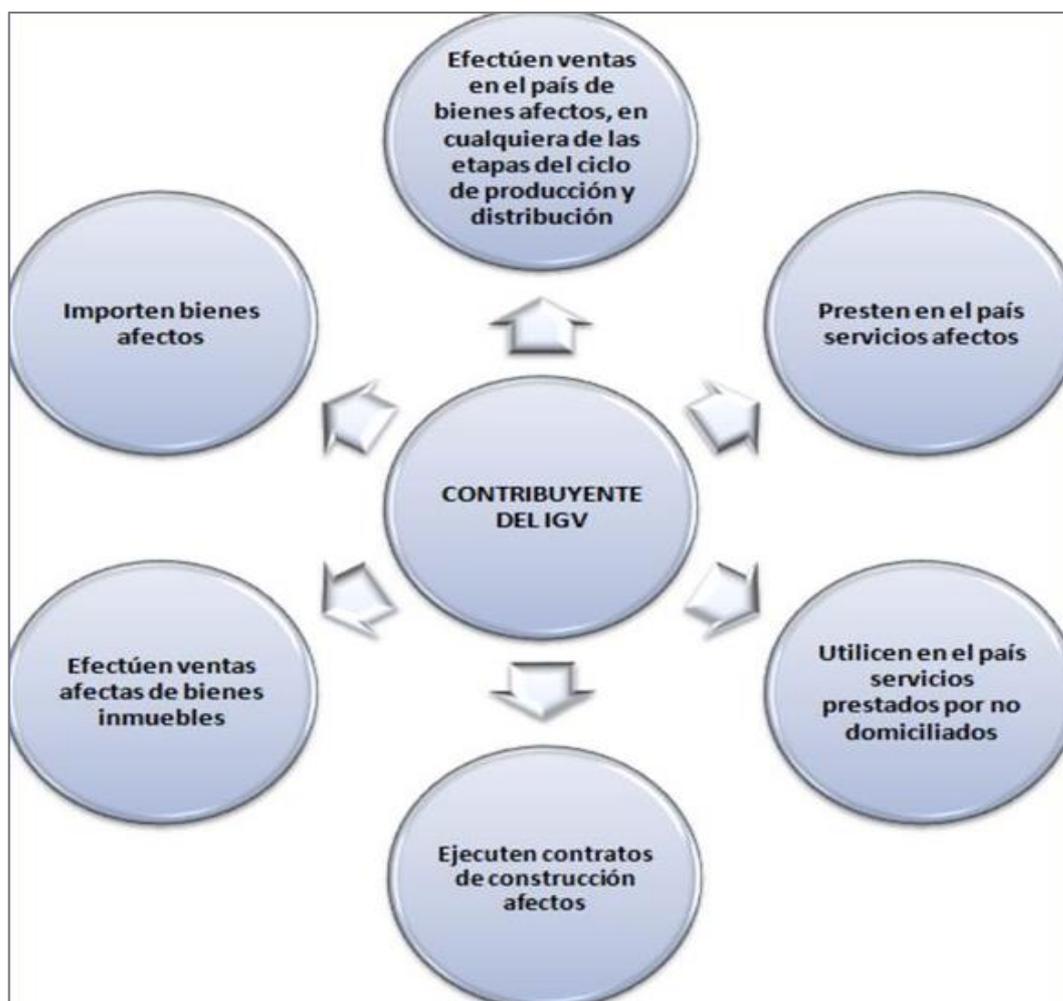


Figura 11. Contribuyentes del IGV.

Fuente: SUNAT, 2016.

1.3.2.4.2. Impuesto a la renta.

Es aquél que se aplica a las rentas que provienen del capital, del trabajo o de la aplicación conjunta de ambos.

a. Rentas de primera categoría.

Están sujetos al pago del Impuesto a la Renta de primera categoría los ingresos provenientes del arrendamiento y subarrendamiento de predios cualquiera sea su monto. También se deben considerar en este tipo de rentas, las mejoras y la cesión temporal de bienes muebles o la cesión de cualquier predio, aunque sea gratuita.

Rentas de Primera Categoría	
Alquiler de Predios	Se consideran todo tipo de predios urbanos o rústicos (casas, departamentos, cocheras, depósitos, plantaciones etc.)
Subarrendamiento de Predios	El subarrendamiento se produce cuando una persona que alquila un inmueble, lo vuelve a arrendar a otra persona.
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 Predio	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 12. Ingresos sujetos al pago de las Rentas de Primera Categoría.

Fuente: SUNAT, 2016

Para el cálculo mensual del Impuesto se debe aplicar una tasa efectiva del 5% al monto del alquiler por cada predio, obteniendo con ello el monto a pagar por concepto de impuesto a la renta de primera categoría mensual.



Figura 13. Cálculo mensual de la Renta de Primera Categoría.

Fuente: SUNAT, 2016.

Para el cálculo anual, 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 la renta neta. También puede abreviar este procedimiento aplicando sobre el ingreso bruto la tasa del 5% como tasa efectiva del impuesto.

Los pagos directos mensuales realizados durante el año, se descuentan del impuesto anual resultante y en caso exista saldo del impuesto se debe regularizarlo conjuntamente con la Declaración.

b. Rentas de Segunda Categoría.

<p>Rentas de Segunda Categoría por venta de inmuebles</p>	<p>Al vender un inmueble y no generar rentas empresariales, la ganancia que se obtiene de dicha venta, se considera renta de segunda categoría.</p> <p>Para calcular el monto a pagar por el impuesto, primero se determina el costo del inmueble, así se obtendrá la ganancia efectiva respecto de la cual se aplicará el porcentaje correspondiente.</p> <div style="text-align: center;"> <p>GANANCIA DE CAPITAL × 5% = Monto a Pagar</p> </div>												
<p>Rentas de Segunda Categoría por venta de valores mobiliarios</p>	<p>Se está obligado a pagar el impuesto a la renta por segunda categoría a la ganancia obtenida por la venta de valores mobiliarios¹⁰.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #4a86e8; color: white;">Tipos de ingreso de renta de segunda categoría</th> <th style="background-color: #4a86e8; color: white;">Monto a pagar</th> <th style="background-color: #4a86e8; color: white;">Momento de la declaración y pago</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Ganancia por venta de acciones mobiliarios</td> <td style="background-color: #d9e1f2;">6.25% de la renta neta</td> <td style="background-color: #d9e1f2;">Determinación anual (*)</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Ganancia por rescate de participaciones en Fondos Mutuos o Fondos de Inversión.</td> <td style="background-color: #d9e1f2;">6.25% de la renta neta o 5% de la renta bruta (tasa efectiva).</td> <td style="background-color: #d9e1f2;">Retención por el agente pagador de la renta (no se incluye en la declaración anual)</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Dividendos percibidos.</td> <td style="background-color: #d9e1f2;">5% de los dividendos percibidos</td> <td style="background-color: #d9e1f2;">Retención por el agente pagador de la renta (no se incluye en la declaración anual)</td> </tr> </tbody> </table>	Tipos de ingreso de renta de segunda categoría	Monto a pagar	Momento de la declaración y pago	Ganancia por venta de acciones mobiliarios	6.25% de la renta neta	Determinación anual (*)	Ganancia por rescate de participaciones en Fondos Mutuos o Fondos de Inversión.	6.25% de la renta neta o 5% de la renta bruta (tasa efectiva).	Retención por el agente pagador de la renta (no se incluye en la declaración anual)	Dividendos percibidos.	5% de los dividendos percibidos	Retención por el agente pagador de la renta (no se incluye en la declaración anual)
Tipos de ingreso de renta de segunda categoría	Monto a pagar	Momento de la declaración y pago											
Ganancia por venta de acciones mobiliarios	6.25% de la renta neta	Determinación anual (*)											
Ganancia por rescate de participaciones en Fondos Mutuos o Fondos de Inversión.	6.25% de la renta neta o 5% de la renta bruta (tasa efectiva).	Retención por el agente pagador de la renta (no se incluye en la declaración anual)											
Dividendos percibidos.	5% de los dividendos percibidos	Retención por el agente pagador de la renta (no se incluye en la declaración anual)											
<p>Otras de Rentas de Segunda Categoría</p>	<p>Dividendos obtenidos de distribución de utilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tasa de impuesto: 5% ▪ Periodicidad en el pago del impuesto: Retención en el momento en que se percibe el dividendo. <p>intereses, regalías, derechos etc.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deducciones: 20% ▪ Tasa: 6.25% ▪ Periodicidad en el pago del impuesto: Retención en el momento en que se percibe la renta. 												

Figura 14. Rentas de Segunda Categoría.

Fuente: elaboración propia a partir de SUNAT, 2016.

¹⁰ Los valores mobiliarios son las acciones y participaciones representativas del capital, acciones de inversión, certificados, títulos, bonos y papeles comerciales, valores representativos de cédulas hipotecarias, obligaciones al portador u otros valores al portador y otros valores mobiliarios (SUNAT, 2016).

c. *Rentas de Tercera Categoría.*

▪ *Régimen general.*

El Impuesto a la Renta de Tercera Categoría grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo.

De acuerdo con el artículo 28 de la Ley del Impuesto a la Renta son consideradas Rentas de Tercera Categoría las siguientes:

Operaciones Gravadas Renta de Tercera Categoría	
Comercio	Las derivadas del comercio, la industria o minería; de la explotación agropecuaria, forestal, pesquera o de otros recursos naturales; de la prestación de servicios comerciales, industriales o de índole similar, como transportes, comunicaciones, sanatorios, hoteles, depósitos, garajes, reparaciones, construcciones, bancos, financieras, seguros, fianzas y capitalización; y, en general, de cualquier otra actividad que constituya negocio habitual de compra o producción y venta, permuta o disposición de bienes.
Agentes mediadores	Las derivadas de la actividad de los agentes mediadores de comercio, rematadores y martilleros y de cualquier otra actividad similar.
Notarios	Las que obtengan los Notarios.
Ganancias de capital – Operaciones habituales	Las ganancias de capital y los ingresos por operaciones habituales a que se refieren los artículos 2º y 4º de esta Ley, respectivamente ¹¹ .
Personas jurídicas	Las demás rentas que obtengan las personas jurídicas a que se refiere el Artículo 14º de esta Ley.
Asociación o Sociedad Civil	Las rentas obtenidas por el ejercicio en asociación o en sociedad civil de cualquier profesión, arte, ciencia u oficio.
Otras rentas	Cualquier otra renta no incluida en las demás categorías.
Cesión de bienes	La derivada de la cesión de bienes muebles o inmuebles distintos de predios, cuya depreciación o amortización admite la presente Ley.
Institución educativa particular	Las rentas obtenidas por las Instituciones Educativas Particulares.
Patrimonio fideicometido	Las rentas generadas por los Patrimonios Fideicometidos de Sociedades Titulizadoras, los Fideicomisos bancarios y los Fondos de Inversión Empresarial, cuando provengan del desarrollo o ejecución de un negocio o empresa.

Figura 15. Operaciones gravadas por la Renta de Tercera Categoría.

Fuente: SUNAT, 2016.

¹¹ Puede revisarse completamente la ley del impuesto a la renta en <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/ley/fdetalle.htm>

Los contribuyentes que perciban rentas de tercera categoría se encuentran gravados con las siguientes tasas¹²:

Tabla 2

Tasas aplicables a la renta neta para el impuesto a la Renta

EJERCICIO	TASA APLICABLE
• Hasta el 2014	• 30%
• 2015-2016	• 28%
• 2017 en adelante	• 29.5%

Fuente: SUNAT, 2016.

▪ *Régimen especial.*

El Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría, es decir rentas de naturaleza empresarial o de negocio.

Las actividades comprendidas son las siguientes:

Extractivas	Industriales	Comercio	Servicios	Actividades Agropecuarias
• Minería • Pesquería	• Se dedican a la transformación de productos primarios.	• Compra y venta de bienes que adquieran, produzcan o manufacturen.	• Cualquier otra actividad no señalada en los rubros anteriores.	• Se incluyen la cría de animales y el cultivo de plantas.

Figura 16. Actividades comprendidas en el RER.

Fuente: SUNAT, 2016.

Las empresas que NO pueden acceder al RER, son las que tienen cualquiera de las siguientes características:

¹² Artículo 55 de la Ley del Impuesto a la Renta.

Ingresos o Compras	Activos Fijos	Trabajadores
<ul style="list-style-type: none"> En el transcurso del año, el monto de sus ingresos netos o adquisiciones superen los S/ 525,000 soles 	<ul style="list-style-type: none"> El valor de sus activos fijos (excepto vehículos y predios) supere los S/126,000 soles. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollen sus actividades con personal afecto a la actividad mayor a 10 personas.

Figura 17. Características generales de las empresas que NO pueden acceder al RER.

Fuente: SUNAT, 2016.

Los contribuyentes que se acojan al RER, deben cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta (Régimen Especial) y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas:



Figura 18. Cálculo del monto a pagar en el Régimen Especial.

Fuente: SUNAT, 2016.

d. Rentas de Cuarta Categoría.

Impuesto generado por los ingresos producto del trabajo independiente. También se encuentran comprendidos los ingresos de los trabajadores del Estado con contrato CAS y las dietas de los directores, consejeros regionales y regidores municipales. A continuación, te detallamos cada tipo de estos ingresos:

Ingresos que son Rentas de Cuarta Categoría	
Trabajo Individual	Es el ingreso personal por el desarrollo de una profesión, arte, ciencia u oficio cuyo cobro se realiza sin tener relación de dependencia. Se incluyen los ingresos de las personas que prestan servicios al Estado, bajo la modalidad de Contrato Administrativo de Servicios. (CAS)
Desempeño de Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Director de empresas: Persona integrante del directorio de las sociedades ▪ Síndico: Funcionario encargado de la liquidación del activo y pasivo de una empresa en el caso de. ▪ Mandatario: Persona que en virtud de un contrato realiza actos jurídicos, por cuenta y en interés del mandante. ▪ Gestor de negocios: Persona que asume la gestión de los negocios o la administración de los bienes de otro. ▪ Albacea: Persona encargada por el testador o por el juez de cumplir la última voluntad del fallecido. ▪ Actividades similares: Entre otras el desempeño de las funciones de regidor municipal o consejero regional por las dietas que perciban.

Figura 19. Ingresos que son Rentas de Cuarta Categoría.

Fuente: SUNAT, 2016.

Es importante señalar que las Rentas de Cuarta Categoría corresponden a servicios prestados sin relación de dependencia. Si la renta de Cuarta Categoría se complementa con actividades empresariales o viceversa, el total de la renta que se obtenga se considerará como renta de Tercera Categoría (rentas empresariales).

Si el trabajador independiente y emite recibos por honorarios a personas, empresas o entidades calificados como agentes de retención, se le retendrá el impuesto a la renta por un monto equivalente al 8% del importe total de su recibo emitido.

No hay retención del impuesto cuando los recibos por honorarios que paguen o acrediten sean de un importe que no exceda el monto de S/. 1,500 nuevos soles.

Las personas no se encuentran obligadas a declarar y realizar pagos a cuenta del Impuesto a la Renta de Cuarta Categoría por el ejercicio 2018, si sus ingresos no superan los montos que se detallan en el siguiente cuadro:

Supuesto	Referencia	Monto no superior a:	No se obliga a:
Si se percibe únicamente renta de cuarta categoría.	El total de las rentas de cuarta categoría percibidas en el mes	S/ 3 026.00	Presentar la declaración mensual ni a efectuar pagos a cuenta del Impuesto a la Renta.
Si se percibe renta de cuarta y quinta categoría.	La suma de las rentas de cuarta y quinta categoría percibidas en el mes	S/ 3 026.00	Presentar la declaración mensual ni a efectuar pagos a cuenta del Impuesto a la Renta
Si se percibe exclusivamente rentas de 4ta categoría por funciones de directores de empresa, síndicos, mandatarios, gestores de negocios, albaceas, regidores o similares, o perciban dichas rentas y además otras rentas de cuarta y/o quinta categorías.	La suma de las rentas de cuarta y quinta categoría percibidas en el mes	S/ 2 421.00	Presentar la declaración mensual ni a efectuar pagos a cuenta del Impuesto a la Renta

Figura 20. Características que exoneran el pago del Impuesto a la Rentas de Cuarta Categoría.

Fuente: SUNAT, 2016.

e. Rentas de Quinta Categoría.

Están afectos al pago del Impuesto de Quinta Categoría los ingresos percibidos por:

- El trabajo personal prestado en relación de dependencia, incluidos cargos públicos, electivos o no, como sueldos, salarios, asignaciones, emolumentos, primas, dietas, gratificaciones, bonificaciones, aguinaldos, comisiones, compensaciones en dinero o en especie, gastos de representación y, en general, toda retribución por servicios personales.
- Participaciones de los trabajadores, ya sea que provengan de las asignaciones anuales o de cualquier otro beneficio otorgado en sustitución de aquellas.
- Los ingresos provenientes de cooperativas de trabajo que perciban los socios.
- Los ingresos obtenidos por el trabajo prestado en forma independiente con contratos de prestación de servicios normados por la legislación civil, cuando el servicio sea prestado en el lugar y horario designado por el empleador y éste le proporcione los elementos de trabajo y asuma los gastos que la prestación del servicio demanda.

- Los ingresos obtenidos por la prestación de servicios considerados como Renta de Cuarta Categoría, efectuados para un contratante con el cual se mantenga simultáneamente una relación laboral de dependencia; es decir, cuando reciba adicionalmente Rentas de Quinta Categoría del mismo empleador.

Para el ejercicio 2017, considerando la UIT de S/ 4,050 vigente para el 2017, el impuesto anual de la renta del trabajo y fuente extranjera queda configurado de la siguiente manera:

Tabla 3

Cálculo del impuesto anual de la renta del trabajo y fuente extranjera

Tramos		RNT + RFE		Diferencia	Tasa
Hasta 5 UIT		0	20,250	20,250	8%
Más de 5 UIT	Hasta 20 UIT	20,251	81,000	60,749	14%
Más de 20 UIT	Hasta 35 UIT	81,001	141,750	60,749	17%
Más de 35 UIT	Hasta 45 UIT	141,751	182,250	40,499	20%
Más de 45 UIT		182,251	a más		30%

Fuente: SUNAT, 2016.

1.3.2.4.3. Nuevo Régimen Único Simplificado.

Es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, el cual les permite el pago de una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos, con la que se reemplaza el pago de diversos tributos. Este régimen está dirigido a personas naturales que realizan ventas de mercaderías o servicios a consumidores finales. También pueden acogerse al Nuevo RUS las personas que desarrollan un oficio.

En este régimen tributario está permitida la emisión de boletas de venta y tickets de máquina registradora como comprobantes de pago. Para el Nuevo RUS está prohibida la emisión de facturas y otros comprobantes que dan derecho a crédito tributario y hay restricciones respecto al máximo de ingresos y/o compras mensuales y/o anuales y también respecto al desarrollo de algunas actividades no permitidas.

Cada contribuyente paga la cuota mensual del Nuevo RUS según los montos mínimos y máximos de ingresos brutos y de adquisiciones mensuales.

Tabla 4
Cuota mensual a pagar por los contribuyentes del NRUS, según categoría

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

Fuente: SUNAT, 2016.

1.3.2.4.4. Impuesto selectivo al consumo.

El ISC es un impuesto indirecto que, a diferencia del IGV, solo grava determinados bienes (es un impuesto específico); una de sus finalidades es desincentivar el consumo de productos que generan externalidades negativas en el orden individual, social y medioambiental, como, por ejemplo: las bebidas alcohólicas, cigarrillos y combustibles.

Otra finalidad del ISC es atenuar la regresividad del IGV al exigir mayor carga impositiva a aquellos consumidores que objetivamente evidencian una mayor capacidad contributiva por la adquisición de bienes suntuosos o de lujo, como por ejemplo la adquisición de vehículos automóviles nuevos, agua embotellada, bebidas rehidratantes, energéticas, entre otras (SUNAT, 2016).

1.3.2.4.5. Otros tributos que administra la SUNAT.

- a. Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional: Impuesto destinado a financiar las actividades y proyectos destinados a la promoción y desarrollo del turismo nacional.
- b. Impuesto Temporal a los Activos Netos: Impuesto aplicable a los generadores de renta de tercera categoría sujetos al régimen general del Impuesto a la Renta, sobre los Activos Netos al 31 de diciembre del año anterior. La obligación surge al 1 de enero de cada ejercicio y se paga desde el mes de abril de cada año.
- c. Impuesto a las Transacciones Financieras: El Impuesto grava algunas de las operaciones que se realizan a través de las empresas del Sistema Financiero. Creado por el D.Legislativo N° 939 y modificado por la Ley N° 28194. Vigente desde el 1° de marzo del 2004.
- d. Impuesto Especial a la Minería: Creada mediante Ley N° 29789 publicada el 28 de setiembre de 2011, es un impuesto que grava la utilidad operativa obtenida por los sujetos de la actividad minera proveniente de las ventas de los recursos minerales

metálicos. Dicha ley establece que el impuesto será recaudado y administrado por la SUNAT.

- e. Casinos y Tragamonedas: Impuestos que gravan la explotación de casinos y máquinas tragamonedas.
- f. Derechos Arancelarios o Ad Valorem, son los derechos aplicados al valor de las mercancías que ingresan al país, contenidas en el arancel de aduanas.
- g. Derechos Específicos, son los derechos fijos aplicados a las mercancías de acuerdo a cantidades específicas dispuestas por el Gobierno.
- h. Aportaciones al ESSALUD y a la ONP: Mediante la Ley N° 27334 se encarga a la SUNAT la administración de las citadas aportaciones, manteniéndose como acreedor tributario de las mismas el Seguro Social de Salud (ESSALUD) y la Oficina de Normalización Previsional (ONP).
- i. Regalías Mineras: Se trata de un concepto no tributario que grava las ventas de minerales metálicos y no metálicos. El artículo 7° de la Ley 28258 - Ley de Regalías Mineras, autoriza a la SUNAT para que realice, todas las funciones asociadas al pago de la regalía minera. Se modificó mediante la Ley N° 29788 publicada el 28 de setiembre de 2011.
- j. Gravamen Especial a la Minería: Creado mediante la Ley N° 29790, publicada el 28 de setiembre de 2011, está conformado por los pagos provenientes de la explotación de recursos naturales no renovables y que aplica a los sujetos de la actividad minera que hayan suscrito convenios con el Estado. El gravamen resulta de aplicar sobre la utilidad operativa trimestral de los sujetos de la actividad minera, la tasa efectiva correspondiente según lo señalado en la norma. Dicha ley, faculta a la SUNAT a ejercer todas las funciones asociadas al pago del Gravamen.

1.3.3. La cultura tributaria.

1.3.3.1. Definición.

La definición de cultura tributaria según Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno (2009), se refiere al “Conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales” (p. 64). Es por ello que se requiere que la población obtenga conocimientos sobre el tema y comprenda la importancia de sus responsabilidades tributarias.

Esta comprensión se alimenta de información oportuna y de formación adecuada, las cuales deben conducir hacia la aceptación, derivada de la concienciación. Ésta es indispensable para lograr una recaudación firme y sostenible en el mediano y largo plazo, de manera que también sea posible cumplir los compromisos desde el punto de vista de planificación y recursos presupuestarios y fiscales. (Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno, 2009, p. 64).

En síntesis, estos autores señalan que los ejes centrales para la promoción de la Cultura Tributaria son la información, formación y concienciación, los cuales se articulan en torno a la razón como móvil deseable fundamental de la acción de tributar.

Así mismo, Bonilla (2014), entiende la Cultura Tributaria como “el conjunto de valores y actitudes que promueven el cumplimiento oportuno y veraz de las obligaciones tributarias que a cada persona le corresponden como deber y derecho ciudadano” (p. 23). Afirmando que con la cultura tributaria se posibilita la aceptación voluntaria del pago por parte del contribuyente; razón por la que el buen uso de los recursos públicos constituye un elemento central de la cultura tributaria. En esta definición que propone la autora caben diferentes perspectivas:

Incluye la necesidad de promover un conjunto de valores y actitudes que podrían definir un deber ético del ciudadano. Se busca, entonces, que la normatividad sea asimilada por los individuos y expresada en sus acciones. El contribuyente que acepta voluntariamente el pago lo hace por sí mismo y por la sociedad, más allá de si existe una sanción. De la misma manera, el cumplimiento oportuno y veraz se refiere al pago dentro de las fechas estipuladas y al rechazo ante prácticas de evasión y elusión. (Bonilla ,2014, p. 23).

Una definición más técnica la ofrece Bromberg (como se citó en Bonilla, 2014), para este autor la Cultura Tributaria es un “conjunto de acciones con pretensión de sistematicidad que se financian mediante presupuesto de inversión y se diseñan con objetivos directos e impactos indirectos con el fin de mejorar la disposición de un sistema político a aceptar voluntariamente la carga y los procedimientos de tributos, tasas y contribuciones que se destinan a la provisión de bienes y servicios comunes o de bienes y servicios meritorios para el mismo sistema político que decide imponérselas”.

De esta manera Bonilla sostiene que La cultura tributaria asume el compromiso de educar fiscalmente a la ciudadanía, facilitando el cumplimiento de las responsabilidades

del contribuyente y haciéndolo consciente del buen uso de los bienes públicos. La ética empresarial es fundamental en la conformación de la cultura tributaria.

Bravo Salas (2010), aduce que la Cultura Tributaria es el conjunto de los siguientes elementos:

- Valores cívicos orientadores del comportamiento del contribuyente.
- Conocimiento de las normas tributarias.
- Actitudes frente a las normas tributarias.
- Comportamiento de cumplimiento de las normas tributarias.
- Percepciones de cumplimiento de las normas tributarias por parte de los demás.

Elementos que son compartidos por los individuos integrantes de un grupo social o de la sociedad en general porque les generan un sentimiento de pertenencia a una colectividad que es capaz de interactuar y colaborar entre personas e instituciones para la obtención del bien común.

1.3.3.2. Importancia de promover la cultura tributaria.

Roca (como se citó en Solórzano Tapia, s.f.) sostiene que la obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. Pero hay contextos sociales en los que se percibe una ruptura o disfunción entre la ley, la moral y la cultura, estos tres sistemas regulan el comportamiento humano. La cultura ciudadana, es un conjunto de programas y proyectos orientado a mejorar las condiciones de la convivencia ciudadana mediante un cambio conductual consciente, partiendo de la premisa de que la modificación voluntaria de los hábitos y creencias de la colectividad puede llegar a ser un componente crucial de la gestión pública, del gobierno y la sociedad civil.

No pueden llevarse a cabo políticas tributarias o fiscales verdaderamente eficaces sin contar con el conglomerado humano, para ello, debe tomarse en cuenta el factor humano y social. Todas las normas y planificaciones tributarias corren el riesgo de ser estériles si no se presta la debida atención a las creencias, actitudes, percepciones y formas de conducta de los ciudadanos, a su moral personal y colectiva, e incluso a sus ideas sobre el modo de organizar la convivencia.

Por ese motivo Roca resalta la importancia de la cultura tributaria especialmente en aquellas sociedades aquejadas por una conciencia tributaria débil y un Estado poco funcional, factores que generalmente se ven acompañados y agudizados por situaciones de crisis de valores sociales que refuerzan la hipótesis del divorcio entre cultura, moral y ley. Bajo tales circunstancias, 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.

Otra noción en cuanto a la importancia de la cultura tributaria radica en el propio individuo, quien es el que acepta el sitio que le corresponde en la sociedad, desarrollando un sentido de solidaridad para con los demás. Por lo tanto, en las obligaciones tributarias se encuentra un dispositivo en pro del bien común y del Estado, como el ente facultado de alcanzar dicho propósito. El cumplimiento de las 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. Sarduy González & Gancedo Gaspar, 2016).

Estos mismos autores manifiestan que la cultura tributaria implica una labor educativa como parte del vivir cotidiano, reflejada en la capacidad de preguntar cuál es el papel del ciudadano dentro de la sociedad, promoviendo valores expuestos en el comportamiento y la percepción de estos, orientadas al deber de contribuir en el financiamiento de gasto público.

El reto de la administración tributaria está en hacer entender a la ciudadanía la relación causal que existe entre el ciclo tributario y la distribución del gasto. Esto evita problemas como la evasión, el fraude fiscal y el no pago de los tributos por cualquier otra causa, y garantiza la correcta fiscalidad.

1.3.3.3. Elementos de la cultura tributaria.

En cuanto a los elementos de la cultura tributaria y su interrelación se encuentran las personas o individuos contribuyentes quienes reciben la información, la organizan e internalizan y actúan de acuerdo a sus actitudes y valores en función de los servicios sociales que espera recibir a cambio de la cancelación de los tributos, frente al Estado quien ejerce la gestión tributaria y debe garantizar la atención a la ciudadanía haciendo un

buen uso de los ingresos percibidos por concepto de la tributación, propiciando de esta manera el bienestar social de la sociedad (Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno, 2009).

Armas y Colmenares (2009) afirman que los elementos de la cultura tributaria se encuentran conformados por los atributos que caracterizan la cultura tributaria, y éstos son:

Elementos de la Cultura Tributaria		
Valores	Valores del contribuyente	<p>Honestidad: sentido de responsabilidad ante el cumplimiento de los deberes establecidos en las normas legales, respeto de los valores del hombre y fortalecimiento de su conducta moral y social.</p> <p>Integridad: Obrar con estima y respeto hacia uno mismo y los demás, con apego a las normas sociales y morales.</p> <p>Solidaridad: En sociología, solidaridad se refiere al sentimiento de unidad basado en metas o intereses comunes. Asimismo, se refiere a los lazos sociales que unen a los miembros de una sociedad entre sí en todo momento, sobre todo cuando se vivencian experiencias difíciles de superar.</p>
	Valores de la Administración tributaria	<p>Lealtad: Asumir el trabajo con fidelidad ante la institución y a los principios que ella representa.</p> <p>Vocacion de servicio: Actitud particular y especial ante lo público, asumir el compromiso de ayuda y apoyo a la organización y al país.</p> <p>Respeto: Consireación y buen trato hacia los demás como imperativos fundamentales en las relaciones de trabajo.</p> <p>Responsabilidad: Asumir el cumplimiento de las actividades inherentes a las distintas funciones de manera eficaz y eficiente, como base para el compromiso cotidiano en el trabajo.</p> <p>Honestidad: Integridad de la persona ante la defensa de los interese institucionales, respeto de los valores del hombre y fortalecimiento de su conducta moral y social ante lo público.</p> <p>Excelencia: El trabajo será reconocido por su calidad superior, como expresión institucional y el mérito de los funcionarios.</p> <p>Sentido de pertenencia: Identificación plena con la filosofía y misión institucional, y con los valores de nuestra nación, convencidos de que la labor realizada forja a la institución como pilar fundamental básico del Estado, y refleja afecto a sus miembros hacia ella y su país.</p>
Normas legales y sanciones	<p>Normas legales: Disposiciones contenidas en algún texto legal de obligatorio cumplimiento, cuya inobservancia acarrea una sanción.</p> <p>Sanción: Pena o multa que se impone a una persona por el quebramiento de una ley o norma.</p>	
Símbolos	Se refiere a cualquier signo que identifique o evoque la tributación, tal es el caso el logo de la SUNAT, entre otros.	
Tecnología	Las inovaciones tecnológicas tienen su aplicación en la materia tributaria, permitiéndole al contribuyente presentar las declaraciones de sus impuestos a través de la internet. Así mismo, las administraciones tributarias utilizan nuevas tecnologías para mejorar los procesos.	

Figura 21. Elementos de la Cultura Tributaria.

Fuente: Elaboración propia a partir de Armas y Colmenares (2009).

1.3.3.4. *La conciencia tributaria.*

No puede hablarse de cultura tributaria, sin introducir el tema de la conciencia tributaria, entendida ésta según Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno (2009) como “el desarrollo del sentido de cooperación de los individuos de una sociedad con el Estado, contribuyendo con el mismo a través del pago de tributos, para que el Estado cumpla la razón de su existencia, la cual es prestar buenos servicios públicos, maximizando la calidad de vida en la sociedad”.

Al respecto, señalan estos autores que la carencia de conciencia tributaria está relacionada con la falta de educación sobre el tema y la poca solidaridad con el Estado, así como razones de historia económica, y la idiosincrasia del pueblo en cuanto a la evasión del impuesto, así como la poca claridad en el destino de los ingresos percibidos por los tributos.

Para Las Heras (como se citó en Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno 2009), cuando se habla de carencia de conciencia tributaria, se dice que ella implica que en la sociedad no se ha desarrollado el sentido de cooperación de los individuos con el Estado. Señala el autor que no se considera que el Estado lo conformamos todos los ciudadanos y que el vivir en una sociedad organizada, implica que todos debemos contribuir a otorgarle los fondos necesarios para cumplir la razón de su existencia, cual es, prestar servicios públicos. Todo ello es así, y los ciudadanos saben que el Estado debe satisfacer las necesidades esenciales de la comunidad, que los individuos por si solos no pueden lograrlo. Por otra parte, la sociedad demanda cada vez con mayor fuerza que el Estado preste los servicios esenciales como salud, educación, seguridad, justicia, etc., pero que estos servicios los preste con mayor eficiencia.

la formación de la conciencia tributaria se asienta en dos pilares. El primero de ellos, en la importancia que el individuo como integrante de un conjunto social, le otorga al impuesto que paga como un aporte justo, necesario y útil para satisfacer las necesidades de la colectividad a la que pertenece. El segundo pilar, lo basa en que el mismo prioriza el aspecto social sobre el individual, en tanto esa sociedad a la que pertenece el individuo, considere al evasor como un sujeto antisocial, y que con su accionar agrade al resto de la sociedad (Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno 2009).

Profundizando el análisis de la falta de conciencia tributaria, Las Heras (como se citó en Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno 2009) señala que ella tiene su origen en: a)

Falta de educación; b) Falta de solidaridad; c) Razones de historia económica; d) Idiosincrasia del pueblo y e) Falta de claridad del destino del gasto público.

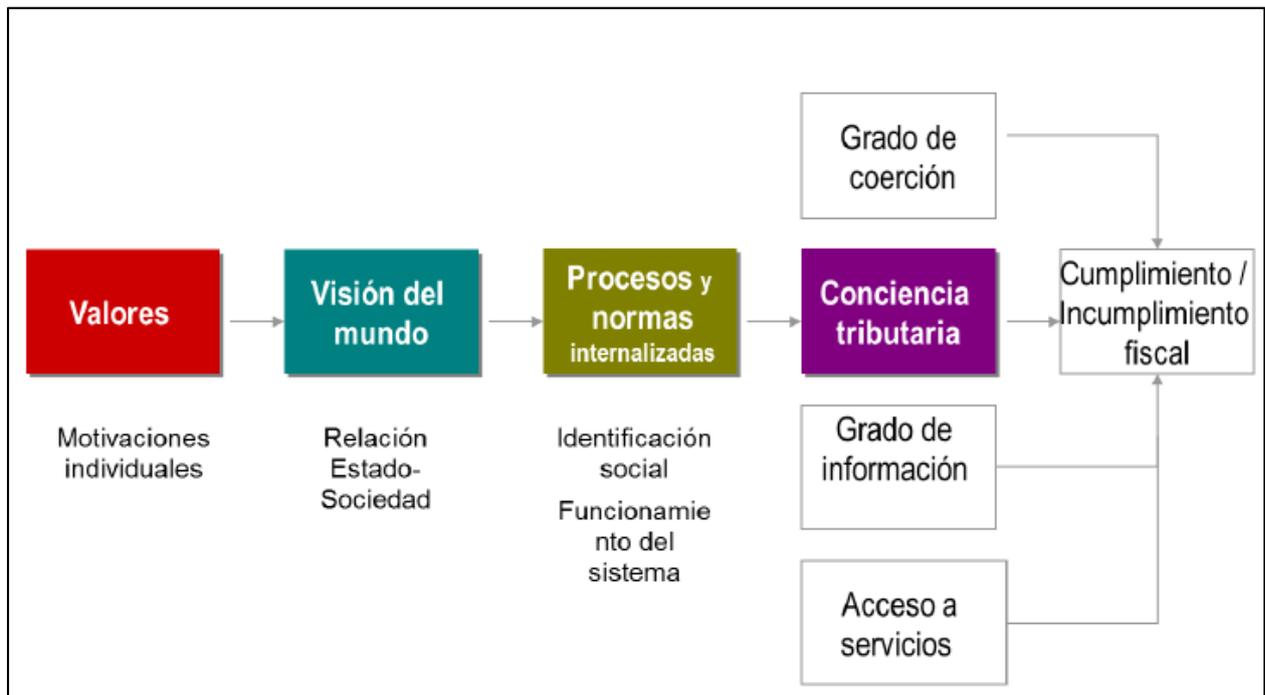


Figura 22. Clasificación de Schwartz (1992).

Fuente: SUNAT, 2016.

1.3.3.5. La ética tributaria.

Gutiérrez Martínez (s.f.) aduce que partiendo del hecho de que la relación jurídica tributaria abarca a los particulares y a la administración pública, podemos afirmar que la ética contributiva se refiere a la manera adecuada de contribuir; es decir, pagar las contribuciones de manera voluntaria y en la cuantía debida a la que tiene derecho la administración pública. Así como a la adecuada obtención, manejo y aplicación de los recursos económicos; es decir, que la actividad financiera del estado esté orientada a la satisfacción real de las necesidades públicas que bajo el ejercicio democrático los administrados fijen como tales.

Esto es, la ética contributiva no sólo es aplicable a los pagadores de tributos, sino que involucra a ambas partes de la relación jurídica tributaria. Además, dicha rama filosófica es indispensable porque es la herramienta necesaria que permite llevar a la razón, la importancia de los valores y más aún, el convencimiento de su observancia y aplicación; es decir, ayuda en primer lugar, al convencimiento personal para que una vez incorporado éste, se pueda actuar en consecuencia.

Así también, Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno (2009) sostienen que la valoración ética de las exacciones fiscales¹³ (tanto en su acepción más estricta de tributos o impuestos como en la más amplia de tasas) ha preocupado siempre en el tiempo y el espacio, con mayor o menor intensidad según las distintas culturas y su relativo desarrollo.

Por lo cual para la ciudadanía no le es fácil identificar lo que recibe a cambio de los impuestos que paga, porque no percibe lo que cuesta la seguridad externa e interna, la educación pública o la burocracia que ha de existir para que funcionen las administraciones públicas, nacionales y locales. En consecuencia, esto último es una de las causas que podrían llamarse normales para tener un cierto rechazo hacia el pago de impuestos, pues lo anormal sería querer que se hagan obras que benefician o utilizar servicios que se necesitan sin tener que contribuir (Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno 2009).

Por razones como esta, señalan los autores, es que el sistema impositivo de un país debe inscribirse necesariamente en un marco de justicia, en el que la participación de la ciudadanía en el financiamiento de los presupuestos del sector público no erosione la economía familiar. La ruptura del equilibrio de la justicia lleva a la ciudadanía consciente de sus responsabilidades cívicas y morales a conflictos éticos, pues la enfrenta al dilema de o cumplir las normas impositivas, con lo cual desfinancia su economía familiar, o no paga lo que debe y entonces será sujeto a conflictos de conciencia y de sanciones.

Para algunos es fácil hablar de promedios, estadísticas y proyecciones sin considerar la situación personal y familiar de las personas que integran el universo de contribuyentes.

Cuanto más claras sean las reglas impositivas hay menos posibilidades de fraude y evasión, es por esta razón al que hablar de Ética tributaria; se vincula tanto el comportamiento de sus contribuyentes (Ética fiscal del contribuyente), como la actuación de los entes encargados de administrar los recursos provenientes de los tributos (Ética tributaria de los poderes públicos). (Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno 2009, p. 68).

¹³ *Las exacciones tributarias: impuestos, tasas y contribuciones especiales son fuentes de financiamiento del Estado y sus instituciones, para realizar las obras y prestar los servicios que deben satisfacer las necesidades colectivas de sus respectivas comunidades (Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno 2009).*

1.3.3.5.1. *Valores presentes en la ética tributaria.*

Se entiende por valores; todos aquellos aprendizajes estratégicos, relativamente estables en el tiempo, de que una forma de actuar es mejor que su opuesta para obtener nuestros fines, es decir, hacer las cosas como deben ser (Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno 2009, p. 68).

Dentro del marco de la Ética Tributaria, deben existir una serie de valores presentes tanto en los contribuyentes como en los entes encargados de Administrar los recursos provenientes de los tributos. A continuación, se mencionan los de mayor relevancia:

- a. *Responsabilidad:* Viene del latín *responsum* (reputa) y *dare* (dar), que significa responder de lo hecho, de nuestros propios actos y consecuencias, bien ante uno mismo, por la conciencia, o ante alguien. Responsable es pues, quien es capaz de justificar sus acciones, de explicar, de dar razón de lo que hizo y porque lo hizo.

La responsabilidad moral no se agota en los límites de la conciencia personal, sino que abarca a todo y a todos los demás. Una Ética de la responsabilidad mueve a los ciudadanos a participar en la vida pública para contribuir al bien común y crea exigencias éticas de solidaridad entre las personas y los pueblos.

- b. *Cooperación:* viene del latín *cooperari*. Que significa. Obrar juntamente con otro u otros para un mismo fin. La cooperación consiste en el trabajo en común llevado a cabo por parte de un grupo de personas o entidades mayores hacia un objetivo compartido. Unir esfuerzos y establecer líneas de acción conjunta entre los contribuyentes y los organismos públicos, sobre el aspecto tributario.
- c. *Compromiso:* Un compromiso o una cláusula compromisoria es, en Derecho, una estipulación contenida en un contrato por la que las partes acuerdan cumplir con lo establecido. Es un arreglo de intereses en conflicto que da a cada adversario la satisfacción de pensar que ha conseguido lo que no debió conseguir, y que no le han despojado de nada salvo lo que en justicia le correspondía.

La actitud positiva y responsable por parte de los contribuyentes y de los poderes públicos para el logro de los objetivos, fines y metas en materia tributaria. Es una obligación firme, expresada en un acuerdo o contrato equivalente con el apoyo de fondos públicos, asumidos por un gobierno.

d. *Solidaridad*: es un término muy recurrente que habitualmente se emplea para denominar la simple acción dadivosa o bienintencionada. En sociología, solidaridad se refiere al sentimiento de unidad basado en metas o intereses comunes. Asimismo, se refiere a los lazos sociales que unen a los miembros de una sociedad entre sí.

En el ámbito público es la unión de responsabilidades e intereses comunes, entre los miembros del gobierno y los ciudadanos. La cualidad de continuar unido con otros en creencias, acciones y apoyo mutuo, aun en tiempos difíciles. Es un sentimiento y un valor por los que las personas se reconocen unidas, compartiendo las mismas obligaciones e intereses.

1.3.3.6. La subjetividad fiscal.

Según Wenzel (como se citó en Esper, 2008) la subjetividad fiscal es, en definitiva, comprender cómo el ciudadano piensa, percibe, concibe e interactúa con las cuestiones impositivas y, consecuentemente, qué predisposición tendrá a cumplir con sus obligaciones tributarias. Y en la cuestión fiscal, la subjetividad del ciudadano es central, ya que la voluntad de cumplir con sus obligaciones tributarias se ve profundamente influida por ésta. Por tal motivo, toda reglamentación (especialmente las orientadas a la autorregulación) deben tener en cuenta estos factores para ser apropiada y tener éxito.

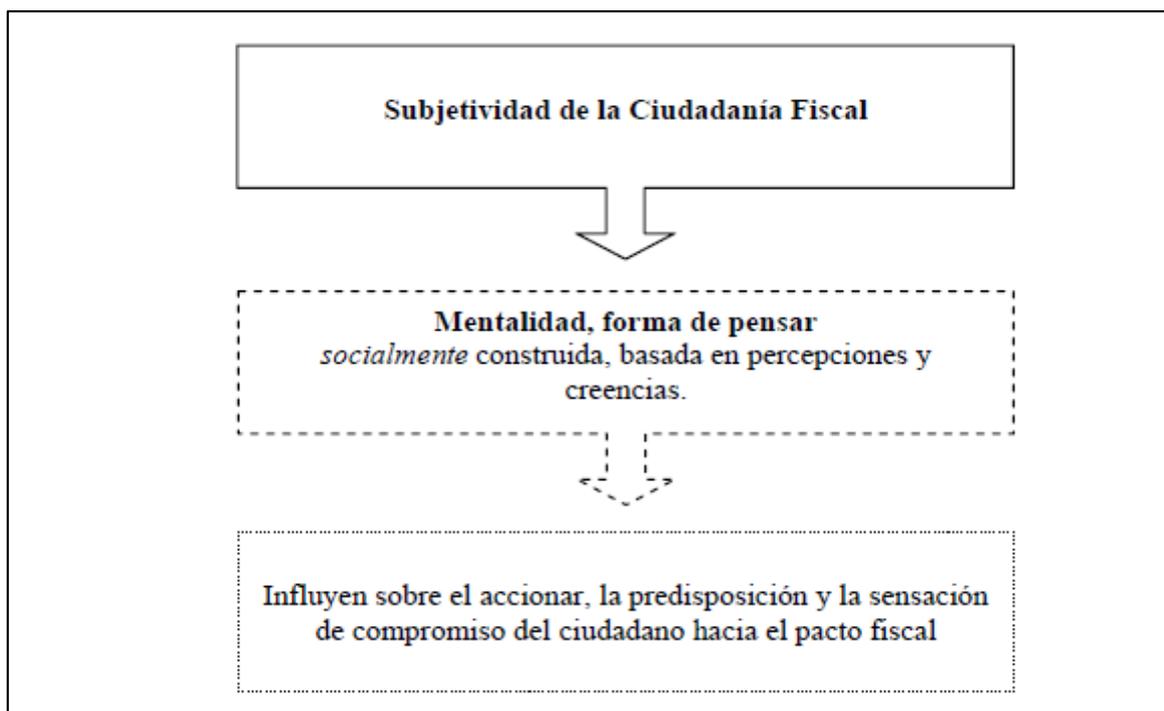


Figura 23. La subjetividad de la ciudadanía Fiscal.

Fuente: Esper, 2008.

1.3.3.6.1. Factores estructurantes de la subjetividad fiscal.

Los factores estructurantes de la subjetividad fiscal son aquellas variables o fenómenos que moldean las percepciones de los ciudadanos con respecto a la fiscalidad y, consecuentemente, influyen sobre la voluntad de éstos al momento de cumplir con sus obligaciones tributarias (Esper, 2008).

a. Percepción institucional.

Anomia.

Esper (2008) sugiere que una de las características salientes de las poliarquías¹⁴ estables, es su funcionamiento en torno a un conjunto de reglas e instituciones explícitamente formalizado (tanto a nivel constitucional como en la legislación auxiliar), que guían el comportamiento de los individuos. A mayor coincidencia entre las normas formales y la conducta de los individuos, mayor será la institucionalización de los códigos de comportamiento de esa sociedad, y consecuentemente, también de las normas tributarias. Por el contrario, puede ocurrir que, entre las leyes y la forma de actuar de los individuos, haya una distancia marcada porque a pesar de que las normas existen, nadie ve valor alguno en cumplirlas. En ese caso, la institucionalización será menor. Y, a la vez, indicará que los actores no han aceptado esas normas como pauta de conducta, actuando en forma “anómica”¹⁵, ignorando las leyes que deberían ser fruto de un proceso de consenso mutuo. En los escenarios de anomia, las reglas no han logrado “institucionalizarse”; opuestamente, lo que se ha institucionalizado es el accionar desordenado e individualista por parte de cada actor, sin tomar en consideración a sus pares. La no internalización de las normas, además de aumentar la incertidumbre y favorecer la desconfianza, destruye cualquier voluntad de cooperar, privilegiando el interés individual y egoísta por encima del interés público.

Ese “sálvese quien pueda”, actúa en contra de la noción de ciudadanía y de contrato social. Por consiguiente, en los sistemas no institucionalizados, donde

¹⁴ Robert Dahl (como se citó en Esper, 2008) refirió el término poliarquía para referir a un sistema político en el cual se cuenta con autoridades públicas electas, elecciones libres y limpias, sufragio universal, derecho a competir por los cargos públicos, libertad de expresión, información alternativa y libertad de asociación. Etimológicamente, el término evoca el concepto de “gobierno múltiple”.

¹⁵ El escenario en el cual los actores conocen las normas formales, pero las ignoran al momento de actuar, fue descrito por Emile Durkheim en *El Suicidio*, cuando habló de la anomia como una situación de falta de internalización de las normas que guían el orden y que, por lo general, devienen en escenarios de pérdida de solidaridad colectiva (Willis, como se citó en Esper, 2008).

prima la idea del “pacto incumplido”, termina por sobresalir una “cultura de la desconfianza”, basada en la incertidumbre. Los actores estarán continuamente a la expectativa de verse traicionados. Ese fenómeno, por lo general, estimula actitudes defensivas y hostiles, que erosionan el capital social y atomizan la red de relaciones interpersonales. Asimismo, la baja confiabilidad institucional se vincula claramente a una desconfianza marcada en el sistema, que puede llegar a estimular la corrupción (Sztompka; Estévez & Marini; Waldmann; como se citó en Esper, 2008).

Por el contrario, aquellas sociedades que reconocen pactos claros e institucionalizados, por lo general, experimentan menor desconfianza, ya que al haber más apego a las reglas pactadas, las personas se vuelven más previsibles y surge voluntad de cooperación (Esper, 2008).

Usualmente, en este hecho colabora la percepción de ilegitimidad o injusticia de las leyes. Por el contrario, mientras haya percepción de que las leyes son justas, equitativas y apropiadas, más fácil será que los ciudadanos internalicen esas rutinas y las adopten como propias, sin necesidad de ser controlados continuamente por el Estado (Torgler; como se citó en Esper, 2008).

La percepción de corrupción.

La percepción de corrupción es un elemento clave para comprender la mentalidad del contribuyente. Como explican Estévez & Marini (como se citó en Esper, 2008), la idea de que existe un grupo reducido que se está valiendo de bienes públicos con fines u objetivos personales que impide que los impuestos lleguen a quienes realmente poseen una necesidad mayor, es clave para comprender la reticencia del ciudadano. La confianza del ciudadano en el sistema disminuye y, en muchos casos, la espiral de corrupción se fomenta, ya que el contribuyente acepta esa “regla del juego” como propia, y encuentra más beneficios en llegar a “arreglos” con las autoridades que cumplir con sus obligaciones tributarias.

La percepción de castigo.

El comportamiento estatal frente a quienes no cumplen con sus obligaciones, es sumamente relevante para comprender el comportamiento fiscal. El cumplimiento de las leyes no es sólo cuestión de ser atrapado o castigado. Es decir, también es resultado de haber internalizado una obligación a hacer lo

correcto y de autorregularse sin que el Estado continuamente esté vigilando y monitoreando (Ahmed y Braithwaite, como se citó en Esper, 2008). Sin embargo, los incentivos como sanciones y recompensas son importantes para asegurar el cumplimiento fiscal (Allingham y Sandmo, como se citó en Esper, 2008). La generalización de la percepción de que existen contribuyentes que sistemáticamente evitan cumplir con sus obligaciones fiscales, termina por minar la confianza de los contribuyentes en el sistema, disminuyendo la legitimidad de éste y proveyendo de una justificación para dejar de cumplir o hacerlo en menor medida (Feld y Frey, como se citó en Esper 2008).

Si los ciudadanos que actúan en forma deshonestamente, faltando a la ley y perjudicando al resto de la sociedad, no son castigados, probablemente los contribuyentes responsables lo perciban y se sientan estafados. Consecuentemente, las legislaciones que previenen el surgimiento de *free riders* (colados o polizones), prevén castigos para el incumplimiento y promueven la equidad y la justicia, colaboran también en el logro de un mejor cumplimiento fiscal (Torgler, como se citó en Esper, 2008).

b. Percepción de cohesión social.

En su aspecto más básico, el concepto de cohesión social alude a aquello que mantiene unidas a las sociedades y, por supuesto, a la percepción de los ciudadanos de sentirse parte de esa comunidad, sin la cual difícilmente los individuos muestren voluntad de cooperación y solidaridad por sus pares, sin la cual, se imposibilitaría todo contrato social y fiscal (Moltchanova; como se citó en Esper, 2008).

La idea de cohesión social se sustenta sobre el concepto básico de una sociedad gobernada por un sistema acordado de cooperación entre sus integrantes, basado en la reciprocidad entre Estado y ciudadanos. Ese contrato social deberá ser ampliamente aceptado, entre un gobierno transparente y responsable guiado por los principios de la justicia y la solidaridad, y una sociedad con derechos y deberes bien definidos. La idea de solidaridad es, en sí misma, el componente central de la cohesión social. El vínculo social entre los ciudadanos o la construcción de lazos sociales se fomenta a través del diálogo y del consenso y el Estado se ocupa de asegurar los derechos sociales a las personas. La solidaridad se manifiesta principalmente a través del sistema fiscal, un instrumento esencial del progreso

social. En este sentido, la percepción de las personas de que existen mecanismos para asegurar que sus aspiraciones podrán ser cumplidas, facilitan la cohesión social; por oposición, la perspectiva pesimista sobre la movilidad social puede facilitar la aparición de fuerzas disruptivas que en sí mismas son riesgosas para la cohesión social. Si una persona considera que es despreciada en una sociedad, sea por su *status* socioeconómico, motivos religiosos, o culturales, etc., difícilmente tendrá voluntad de cooperar con el bienestar de ésta; mucho menos, querrá entregar parte de su esfuerzo personal para solventar la prosperidad común (Ferroni; como se citó en Esper 2008).

Percepción de justicia y equidad.

La sensación de que el sistema impositivo es injusto e inequitativo, mina la voluntad del ciudadano de contribuir con su esfuerzo al bienestar general. La percepción de justicia y de equidad es un elemento central para comprender como la cohesión social influye sobre el comportamiento tributario. Caso contrario, la percepción de injusticia, termina por convertirse en una justificación para el incumplimiento fiscal, ya que los contribuyentes que comparten esta convicción buscarán compensar o ajustar esa “inequidad” a través del incumplimiento fiscal. Asimismo, la inequidad y la injusticia, disminuyen la legitimidad del sistema, acarreando resentimientos y resistencia, y reduciendo la sensación de obligación hacia el Estado y el resto de la sociedad (Wenzel, como se citó en Esper, 2008).

c. Cultura.

la cultura política es también relevante para comprender el cumplimiento tributario, en la medida que indica a qué grado de intervención estatal apegan los ciudadanos y, consecuentemente, qué esperarán que el Estado haga con esos impuestos. El respeto del Estado hacia la voluntad ciudadana también eleva la percepción de legitimidad del sistema impositivo. Los ciudadanos se mostrarán más propensos a cumplir con las obligaciones entabladas con el Estado cuando éste respeta sus preferencias, por oposición a los que actúan como un monstruo (Torgler, como se citó en Esper, 2008). Todo pacto social implica una serie de reglas tácitas que se establecen entre los actores. En este sentido, el Estado actuará influenciado por la opinión vigente de la sociedad, que en los regímenes democráticos es la que atribuye la legitimidad necesaria para gobernar.

Por otra parte, en lo relativo al comportamiento tributario, una cultura política de orientación democrática favorece la transparencia, alentando la rendición de cuentas del Estado hacia el ciudadano, demostrando la dirección que tomaron los impuestos que éste último pagó. Es un contexto de ese estilo, un ciudadano puede ver con mayor legitimidad el cobro de impuestos, por oposición a quien asume que los impuestos alimentan prácticas corruptas y que no llegan a quienes deberían. Opuestamente, el autoritarismo inhibe la cultura participativa, facilitando el manejo opaco de la hacienda pública, deslegitimando el sistema tributario (Esper, 2008).

La cultura política es central para el cumplimiento fiscal, porque si existe confianza en las instituciones estatales, conformidad con los criterios de asignación del gasto público y valores pro democráticos, la legitimidad del pacto social aumentará y con ello la voluntad de los ciudadanos de sostener ese régimen (Torgler y Schneider, como se citó en Esper, 2008).

d. *La relación contribuyente - Administración Tributaria.*

La subjetividad fiscal responde también a la relación entre los ciudadanos y las autoridades de la administración tributaria. En este contrato, juegan un papel importante las lealtades y los vínculos emocionales. Esto implica que en el pacto fiscal, se exceden solamente las cuestiones de mero corte transaccional (Feld y Frey, como se citó en Esper, 2008) y comienza a tomar valor la percepción ciudadana de que la administración tributaria realiza todo lo que está a su alcance para favorecer el cumplimiento tributario; desde medidas como capacitación de los street level bureaucrats (funcionarios de ventanilla), la informatización, el avance tecnológico, la calidad normativa, la practicidad y las prácticas orientadas a la satisfacción del ciudadano. Entonces, a mayor confianza y satisfacción en el trato con la administración tributaria, mayor voluntad al pago impositivo (Torgler, como se citó en Esper, 2008).

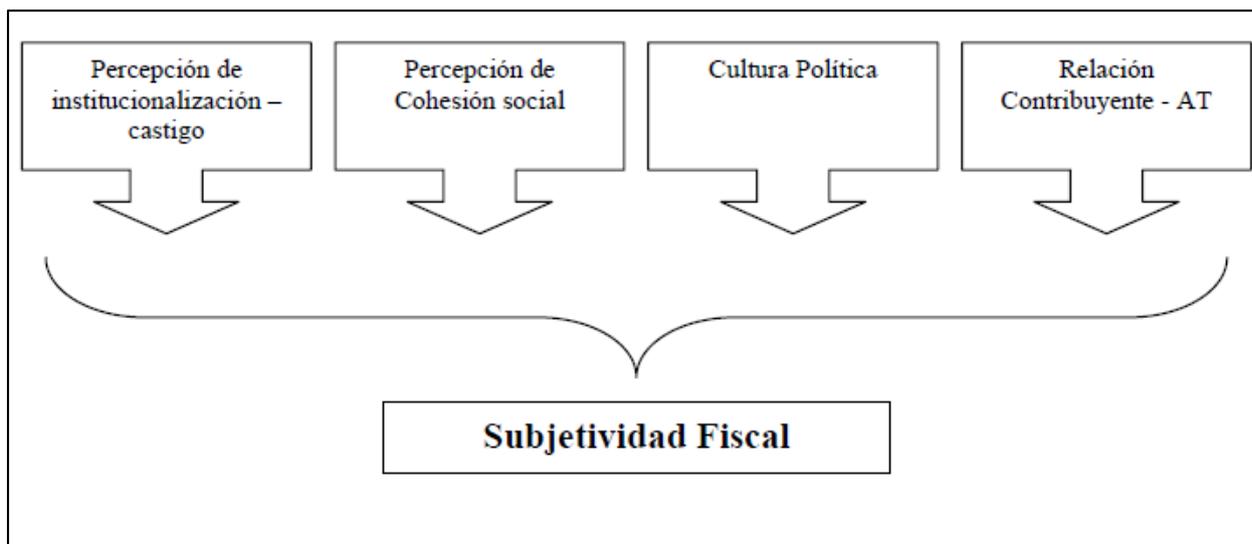


Figura 24. Factores Estructurantes de la Subjetividad Fiscal.

Fuente: Esper, 2008.

1.3.3.7. Tipología de los contribuyentes.

La tipología cuenta con cinco tipos “ideales” de contribuyentes (Torgler; Kidder y McEwen; como se citó en Esper, 2008):

1.3.3.7.1. Incumplidor recalcitrante.

Este tipo de contribuyente se caracteriza por un muy bajo nivel de internalización y respeto por las leyes. De hecho, siempre el imperativo será, por todos los medios, no cumplir con aquellas. Por ende, la alta percepción de riesgo no suele tener peso en su decisión, ya que en incluso si nota que las posibilidades de ser atrapado son altas, prefiere soportar el costo de la sanción a cumplir con la ley. Además, su relación con la Administración Tributaria está teñida de insatisfacción. Por supuesto, su percepción de cohesión social es muy baja, ya que no se considera responsable por el bienestar de la sociedad que lo rodea. Consecuentemente, este tipo de contribuyente, implica un costo muy alto para la Administración Tributaria, ya que no muestra propensión alguna a la autorregulación, por lo que sólo a través de la aplicación de sanciones o coerción es posible que cumpla sus obligaciones tributarias.

1.3.3.7.2. Incumplidor “indulgente”.

La idea de ausencia de reciprocidad y de inequidad constituye el elemento central de este tipo de contribuyente. Posee un fuerte descreimiento en la política y una fuerte percepción de corrupción. En él, prima la “cultura de la desconfianza”. Consecuentemente, su nivel de internalización de la ley es muy baja, ya que la que considera más una

herramienta a favor de quienes tienen más poder, que un elemento necesario para regular la vida en sociedad. Amparado en la idea de que el Estado no cumple con las obligaciones que el pacto le exige –de las que, por otra parte, él no puede rehuir-, este tipo de contribuyente ha desarrollado la creencia de que es legítimo el incumplimiento fiscal. Su nivel de insatisfacción con la Administración Tributaria, por un lado, y su baja percepción de que el Estado hace algo para mejorar la cohesión social y el bienestar de la sociedad, terminan por completar el cuadro de un incumplidor que ya no considera que comete un delito; por el contrario, cree que el incumplimiento es una forma de “ajustar” la brecha que se origina en la injusticia de la acción estatal.

1.3.3.7.3. Cumplidor pragmático.

La noción de homo oeconomicus quizá sea la mejor metáfora para describir a un contribuyente que decide si cumplir o no en base a un cálculo egoísta. Este tipo no siente responsabilidad por el bienestar de la sociedad; por el contrario, su lema es “sálvese quien pueda”, su percepción de pertenencia a la sociedad muy baja y su principal característica el individualismo. Su cultura política se caracteriza por ser profundamente individualista, pero, a la vez, marcadamente estatista (es decir, apoya completamente la idea de que el Estado está en la obligación de proveerle lo máximo posible para su bienestar personal, pero no está dispuesto a soportar el peso de los impuestos). Por último, este tipo de contribuyente es muy sensible a la percepción de riesgo, ya que su cálculo es siempre de oportunidad.

Otra versión de esta categoría, es el cumplidor “perezoso”, cuyo cálculo es similar al del homo oeconomicus, pero en vez de dinero, el recurso valorado es el tiempo. Por tal motivo, este contribuyente se orienta o no hacia el cumplimiento, de acuerdo a si considera que la inversión de tiempo requerida para obedecer con sus obligaciones tributarias le parece excesiva o no con respecto al beneficio que el cumplimiento le traerá.

1.3.3.7.4. Cumplidor social.

El principal fuerte de este tipo de contribuyente, es la percepción de cohesión social. Si se reconoce parte de una sociedad en donde el incumplimiento fiscal está mal visto, probablemente sea muy sensible al riesgo de sanción por parte de las autoridades estatales, como así también al escarnio o castigo social. Sin embargo, puede ser muy propenso también a sentir el efecto contagio en contra del cumplimiento fiscal.

1.3.3.7.5. Cumplidor responsable.

Este contribuyente constituye el tipo ideal de cumplidor tributario, en la medida que ha internalizado sus obligaciones fiscales como legítimas y siente la responsabilidad de cumplirlas. Posee, además, una alta percepción de cohesión social y considera que las leyes en general (y específicamente, las referidas a los impuestos), no son más que pautas que permiten y mejoran la vida en sociedad. Su cultura política es coincidente con la idea de pacto y con la responsabilidad ciudadana. La percepción de castigo no es relevante en su comportamiento fiscal, ya que, aunque no exista castigo o posibilidad alguna de ser detectado, basa su decisión en la idea de que es importante “estar en regla”.

Tipos de Contribuyente	Factores Estructurantes					
	Percepción de institucionalización y de castigo	Percepción de Cohesión Social	Cultura política	Percepción de la Administración Tributaria		
Incumplidor recalcitrante	Escasa o nula internalización de la ley. No hay temor por el castigo.	Baja o nula.	Descreimiento, desprecio por la política.	Insatisfacción	+	+
Incumplidor “autoindulgente”	Bajo nivel de internalización de la ley. Visión del castigo como ilegítimo.	Muy baja. Ilegitimidad del sistema impositivo.	Descreimiento en la política	Insatisfacción		
Cumplidor pragmático	Bajo nivel de internalización de la ley. Muy sensible a la percepción de castigo.	Prima el “sálvese quien pueda”. Extremadamente individualista.	Individualista y estatista.	La AT aumenta su percepción de riesgo.	Coerción	
Cumplidor social	Bajo nivel de anomia, alta percepción de riesgo de castigo. Extremadamente sensible al castigo social.	Muy alta.	Idea de responsabilidad social.	Satisfacción.		
Cumplidor responsable	Alto nivel de institucionalización de la ley. La percepción de castigo es irrelevante en la decisión de cumplir.	Alta percepción, idea de que la ley mejora la convivencia social.	A favor del pacto, prima la idea de responsabilidad ciudadana.	Satisfactoria.	.	-

Figura 25. Tipología del contribuyente.

Fuente: Esper, 2008

1.4. Formulación del problema

¿Qué estrategias se deben diseñar e implementar para promover la cultura tributaria en los contribuyentes del Sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, periodo 2016?

1.5. Justificación e importancia del estudio

El presente trabajo de investigación justifica su desarrollo como un recurso de apoyo para observar la realidad problemática referente al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio. Así, resulta de gran importancia diseñar estrategias para establecer una cultura tributaria entre los contribuyentes que permita comprender de manera clara que la contribución que hace cada persona natural o jurídica es en virtud de colaborar con los gastos e inversiones que debe hacer el Estado para garantizar la calidad de vida de los ciudadanos; y que dicha carga tributaria está en concordancia con la capacidad económica del contribuyente.

Promover la cultura tributaria permitirá una mayor recaudación fiscal y disminuir los niveles de evasión de impuestos, ya que gran parte de nuestro presupuesto nacional es producto de la recaudación tributaria, radicando allí la importancia de generar una conciencia tributaria que fortalezca el carácter voluntario en la contribución. Aunque cabe destacar el reto que representa el generar esta conciencia tributaria debido a la desconfianza en la administración pública, tan ligada a temas de corrupción. Siendo así necesario no solo la implementación de una cultura tributaria, sino también una cultura de honestidad y buen manejo de recursos por parte de nuestras autoridades.

Justificación teórica

En lo que respecta al aporte teórico, la investigación contribuirá a incrementar el conocimiento sobre las bases en la que se sustentan las alternativas para promover la cultura tributaria, así como el desenvolvimiento y comportamiento económico de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio. La información obtenida, puede servir de base para el desarrollo de posteriores trabajos de investigación cuyo interés se centre en la cultura tributaria, además del desarrollo de teorías específicas a temas de recaudación tributaria que fomenten una mayor participación tributaria en base a principios de confianza entre contribuyente y recaudador.

Justificación metodológica

Desde el contexto metodológico, la investigación aporta diferentes elementos de recolección de datos, válidos y confiables, que podrán ser utilizados en estudios posteriores en el cual se involucre las mismas variables estudiadas, o como referencia para estudios similares.

Justificación social

Finalmente, desde el punto de vista social, este estudio representa un aporte social de gran importancia debido a que el tema de la cultura tributaria es la clave para la generación de empleo, de la lucha contra la pobreza y, en general, del desarrollo nacional; ya que el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias genera el crecimiento económico del país. De esta manera una recaudación amplia y eficiente, acompañada del adecuado uso y distribución de los recursos repercute directamente en las mejoras de la calidad de vida de los ciudadanos.

1.6.Hipótesis

El diseño e implementación de estrategias permitirán promover y elevar el nivel de cultura tributaria entre los contribuyentes del Sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, periodo 2016.

1.7.Objetivos de la investigación

1.7.1. Objetivo general.

Diseñar y proponer estrategias para fomentar la cultura tributaria en los contribuyentes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, periodo 2016.

1.7.2. Objetivos específicos.

- a. Identificar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes del Sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, periodo 2016.
- b. Observar las apreciaciones de los contribuyentes y población con respecto a la recaudación de tributos.
- c. Fundamentar teóricamente las bases en la que se sustentan las alternativas para promover la cultura tributaria que favorecen el comportamiento responsable de los contribuyentes del sector mercadillo de la provincia de San Ignacio.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Diseño de investigación.

Diseño no experimental, pues la investigación se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en la que sólo se observa los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Además, la investigación está orientada hacia un enfoque cuantitativo.

2.1.2. Tipo de la investigación.

Investigación transversal descriptiva, pues tienen como objeto medir las variables en un momento determinado y busca especificar propiedades y características importantes del fenómeno a analizar. Describiendo tendencias de un grupo o población (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población.

La población del presente trabajo de investigación se compone por 147 comerciantes del sector mercadillo de la provincia de San Ignacio.

2.2.2. Muestra.

La muestra fue determinada mediante la fórmula de muestreo aleatorio simple para estimar proporciones, en la cual se conoce la población (poblaciones finitas):

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

Donde:

n : Tamaño de la muestra.

N : Población finita.

Z : Es el valor asociado a un nivel de confianza, ubicado en la tabla normal estándar ($90\% \leq \text{confianza} \leq 99\%$), para una probabilidad de 95% de confianza $z = 1.96$.

E : Error estándar de la estimación o el máximo error permisible en el trabajo de investigación. El error varía entre ($1\% \leq \varepsilon \leq 10\%$) para el caso del presente trabajo se está considerando un error del 5%.

P : Probabilidad de éxito o proporción de la población que presenta la característica de interés (para este caso 0.5).

Q : Probabilidad de fracaso o proporción de la población que no presenta la característica de interés (para este caso 0.5).

Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 118}{(147 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 90 \text{ comerciantes.}$$

Por lo tanto, ajustando, hallamos el tamaño óptimo de la muestra:

$$n_0 = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

Donde:

n_0 : Muestra ajustada.

n: valor de la muestra inicial (preliminar).

N: Población.

$$n_0 = \frac{90}{1 + \frac{90-1}{118}}$$

$$n_0 = 51 \text{ comerciantes.}$$

Siendo 51 el tamaño de muestra de comerciantes que participaron en la encuesta, la cual se efectuó en forma aleatoria.

2.3. Variables, Operacionalización

- Variable Independiente: Estrategias Tributarias.
- Variable Dependiente: Cultura Tributaria.

Tabla 5
Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE: ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS	“Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada” (Koontz.; como se citó en Castillo, 2012).	Estrategias para promover la cultura tributaria en los contribuyentes del sector mercadillo de la Provincia de San Ignacio.	Educación fiscal	Desarrollo de conciencia tributaria	Recopilación documental y bibliográfica	Nominal
			Comunicación y orientación	Facilidad de comunicación entre el contribuyente y la Administración Tributaria		
			Simplicidad	Facilitación del cumplimiento de la obligación tributaria mediante sistemas simples.		
VARIABLE DEPENDIENTE: CULTURA TRIBUTARIA	“Conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales” (Valero, Ramírez de Egáñez y Moreno, 2009).	Cultura Tributaria de los contribuyentes del sector mercadillo de la provincia de San Ignacio	Valores tributarios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad ▪ Veracidad ▪ Respeto 	Encuesta	Ordinal
			Conocimientos tributarios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tributos ▪ Obligaciones ▪ Administración tributaria ▪ Leyes y Normas tributarias ▪ Contrabando y evasión 		
			Creencias sobre la tributación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informalidad ▪ IGV ▪ Destino de los tributos 		
			Percepción sobre los tributos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribución de los recursos ▪ El sistema tributario ▪ Rol del Estado 		
			Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disposición a aprender sobre las obligaciones tributarias ▪ Disposición a colaborar con la SUNAT ▪ Disposición a participar en charlas o capacitaciones 		

Fuente: elaboración propia.

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

2.4.1. Método de investigación.

Se aplicará el método inductivo, pues se analizan solo casos particulares, cuyos resultados son tomados para extraer conclusiones de carácter general.

2.4.2. Técnicas de recolección de datos.

2.4.2.1. *Recopilación documental y bibliográfica.*

Esta técnica se aplicó para la obtención de información relacionada al diseño de estrategias tributarias. Esta modalidad o técnica en la recopilación de datos parte de las fuentes secundarias de datos, o sea aquella información obtenida indirectamente a través de documentos, libros o investigaciones adelantadas.

2.4.2.2. *Encuesta.*

Esta técnica que consiste en obtener información sistemática de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica, se realizó a los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio con el objetivo de identificar su nivel de Cultura Tributaria.

2.4.3. Instrumentos de recolección de datos.

2.4.3.1. *Datos secundarios.*

Implica la revisión de documentos, registros públicos y archivos físicos o electrónicos. Este instrumento se utilizó para el adecuado diseño de las estrategias tributarias.

2.4.3.2. *Cuestionario.*

El cuestionario es un instrumento de recolección de datos que consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf como se citó en Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Este instrumento estuvo dirigido a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, quienes aportaron datos sobre su cultura tributaria mediante un esquema de escala de actitudes.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

2.5.1. Procesamiento de datos.

El procesamiento de datos se hizo de forma automatizada con la utilización de medios informáticos. Para ello, se utilizaron el soporte informático IBM SPSS Statistics 23, paquete con recursos para el análisis descriptivo de las variables y para el cálculo de medidas inferenciales; y Excel, aplicación de Microsoft Office 2016, que se caracteriza por sus potentes recursos gráficos y funciones específicas que facilitan el ordenamiento de datos.

2.5.2. Análisis de datos.

Los datos fueron analizados empleando como base la estadística descriptiva, la cual se empleó para presentar los registros de datos estadísticos que fueron ordenados y presentados de manera inteligible a través de tablas y figuras. De esta manera, se obtuvo indicadores que hicieron posible identificar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio.

2.6. Aspectos éticos

En primera instancia se centró en la función primordial del contador público dentro de la organización, para ello, ésta fue encaminada de acuerdo a los principios establecidos en el código de ética profesional, base fundamental dentro de la toma de decisiones y el apoyo a la administración, las cuales permiten que la información sea fiable y oportuna para todos los usuarios.

La ética en la investigación busca el acercamiento a la realidad del ser humano de manera holística y con mínima intrusión, otorgando libertad a los participantes y considerándolos sujetos, no objeto de estudio (Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas, & Rebolledo-Malpica, 2012), y para ello se siguieron los siguientes criterios éticos:

Criterios	Características éticas del criterio
Consentimiento informado	Los participantes deben estar de acuerdo con ser informantes y conocer sus derechos y responsabilidades.
confidencialidad	Asegurar la protección de la identidad de las personas que participan como informantes de la investigación.
Manejo de riesgos	Este requisito tiene relación con los principios de no maleficencia y beneficencia establecidos para hacer investigación con seres humanos..
Observación participante	La incursión del investigador en el campo exige una responsabilidad ética por los efectos y las consecuencias que pueden derivarse de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.
Entrevistas	Se trata de una interacción social donde no se deben provocar actitudes que condicionen las respuestas de los participantes.

Figura 26. Criterios éticos de la investigación.

Fuente: (Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas , & Rebolledo-Malpica, 2012).

2.7.Criterios de rigor científico

El rigor es un concepto transversal en el desarrollo de un proyecto de investigación y permite valorar la aplicación escrupulosa y científica de los métodos de investigación, y de las técnicas de análisis para la obtención y el procesamiento de los datos (Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas , & Rebolledo-Malpica, 2012), de esta manera para la presente investigación se siguieron los siguientes criterios de rigor científico:

Criterios	Característica del criterio
Credibilidad Valor de la verdad/ autenticidad	Aproximación de los resultados de una investigación frente al fenómeno observado.
Transferibilidad Aplicabilidad	Los resultados derivados de la investigación son generalizables y transferibles
Confirmabilidad o reflexividad Neutralidad/ objetividad	Los resultados de la investigación deben garantizar la veracidad de las descripciones realizadas por los participantes.
Relevancia	Permite evaluar el logro de los objetivos planteados y saber si se obtuvo un mejor conocimiento del fenómeno de estudio
Adecuación teórico-epistemológica	Correspondencia adecuada del problema por investigar y la teoría existente

Figura 27. Criterios de rigor científico.

Fuente: (Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas , & Rebolledo-Malpica, 2012).

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras

Determinar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio es uno de los objetivos específicos de la investigación, para a partir de allí diseñar y proponer estrategias que permitan fortalecer o promover la cultura tributaria en los contribuyentes.

Los resultados han sido obtenidos mediante una encuesta realizada a 51 comerciantes del Sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio. Y son los siguientes:

3.1.1. Valores tributarios.

A continuación, se muestra los resultados de la dimensión de Valores tributarios con sus respectivos indicadores determinadas en los comerciantes del Sector mercadillo de la Provincia de San Ignacio.

Tabla 6

¿Considera Ud. Necesario el cumplimiento del pago y la declaración de los tributos?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	3,9
En desacuerdo	5	9,8
De acuerdo	23	45,1
Totalmente de acuerdo	21	41,2
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

En cuanto al nivel de cumplimiento de pago y declaración de los tributos se determinó que el 86,3% de los comerciantes está de acuerdo y totalmente de acuerdo en que es necesario el pago y la declaración de tributos en comparación con un 9,8% que está en desacuerdo. Evidenciando el alto grado de responsabilidad de los comerciantes.

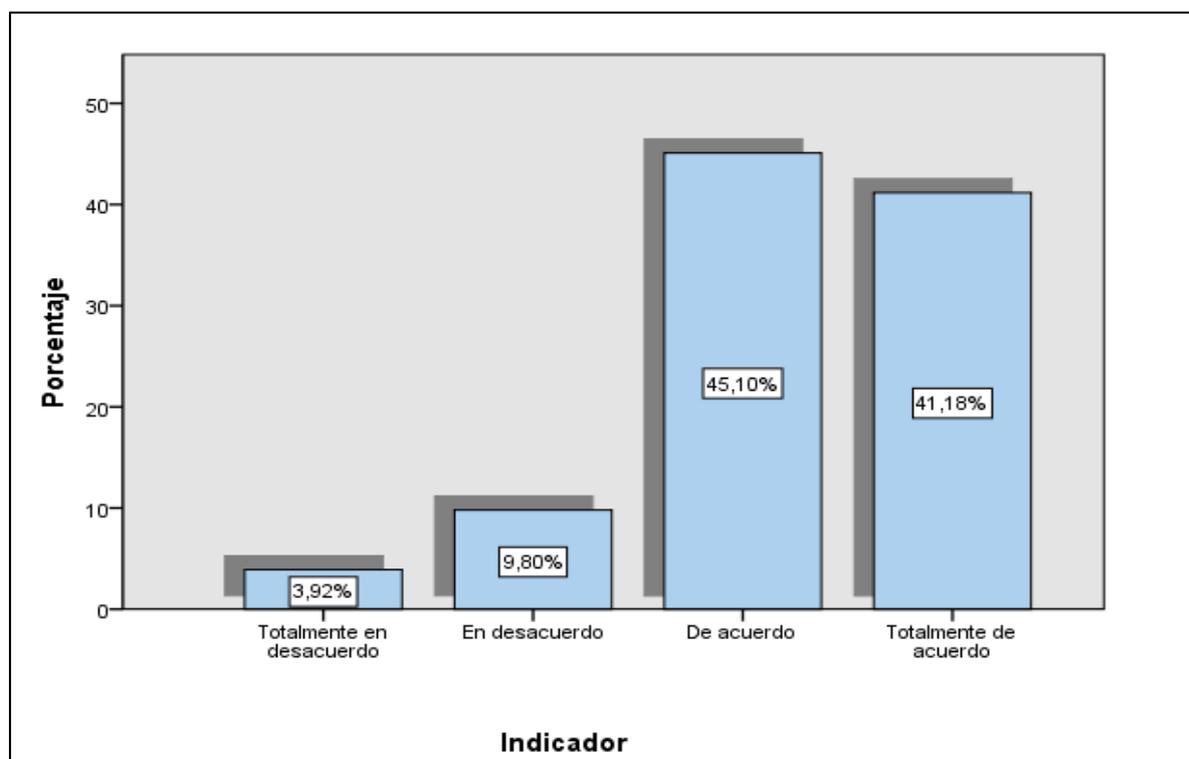


Figura 28. Cumplimiento del pago y la declaración de los tributos.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 7

¿Considera Ud. Necesario el pago y la declaración del monto real de los tributos ?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	5,9
En desacuerdo	6	11,8
Indiferente	3	5,9
De acuerdo	30	58,8
Totalmente de acuerdo	9	17,6
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

En relación a la necesidad de realizar el pago y declaración del monto real de los productos, se observa que el 58.8% de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio está de acuerdo con esta obligación tributaria. Por lo contrario, el 17,7% de los encuestados manifestaron estar desacuerdo o totalmente en desacuerdo ante el pago y la declaración del monto real de los tributos. Determinándose que existe un porcentaje considerable de comerciantes reacios ante esta obligación, pudiendo generar como acto consecuente la evasión tributaria.

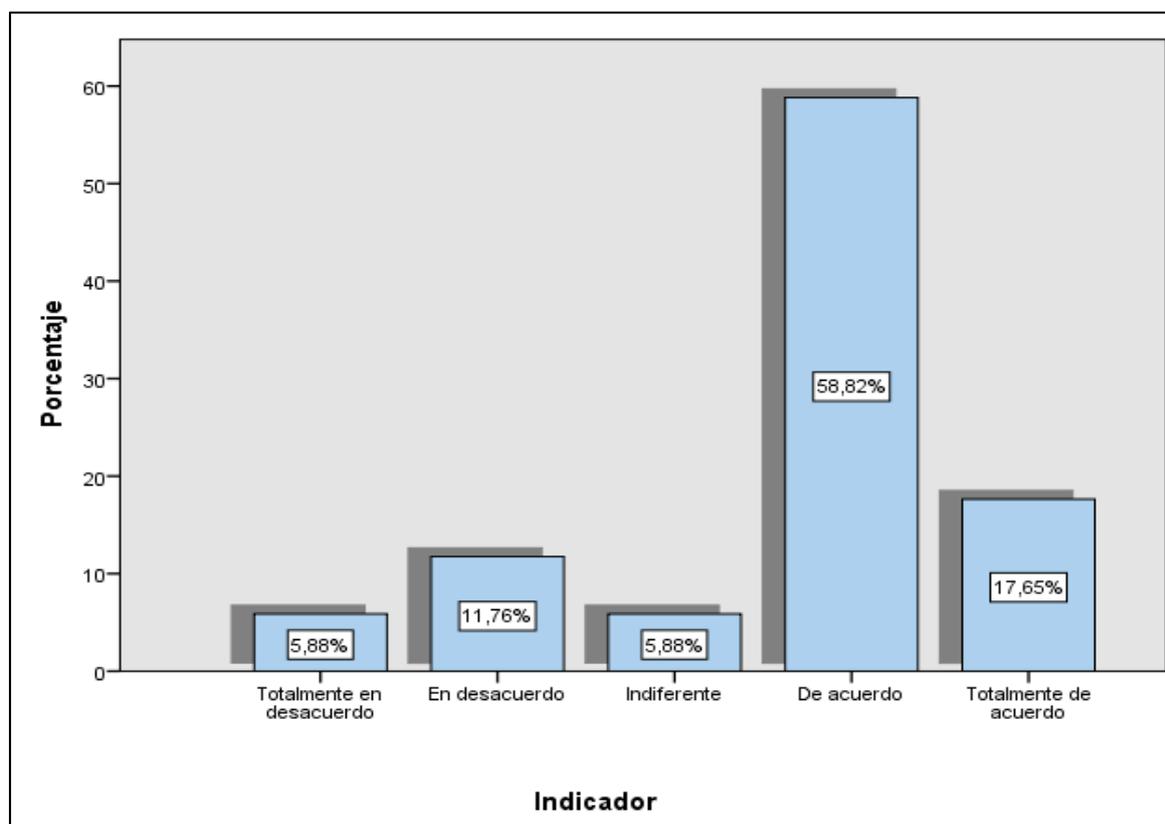


Figura 29. El pago y la declaración del monto real de los tributos.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 8

¿Considera Ud. Necesario respetar las normas e instituciones tributarias?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2,0
En desacuerdo	3	5,9
Indiferente	3	5,9
De acuerdo	22	43,1
Totalmente de acuerdo	22	43,1
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

En cuanto al respeto por las normas e instituciones tributarias, se determinó que 43,1 % de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio respetan en su totalidad a las normas e instituciones tributarias. En cambio, existe un reducido 7,9% de encuestados que manifestaron que no es necesario respetar las normas y entes tributarios.

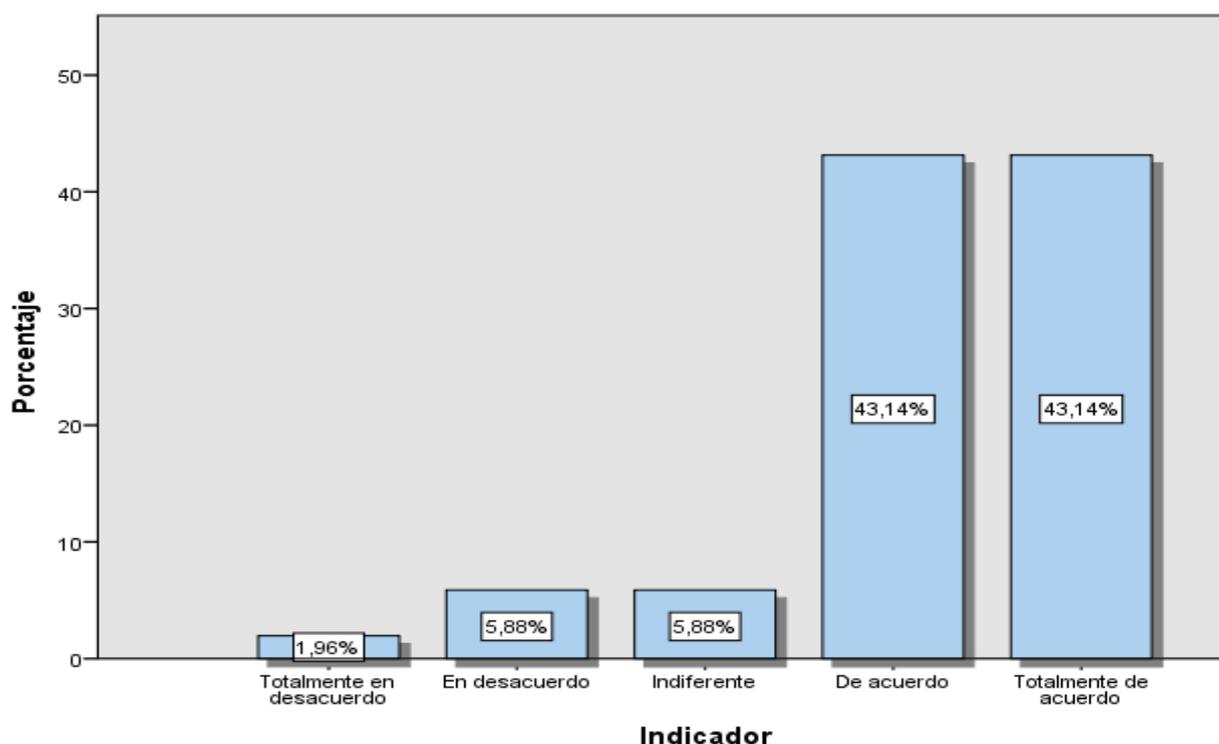


Figura 30. Respeto por las normas e instituciones tributarias.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Finalmente, en base a los indicadores precedentes se obtuvieron los resultados específicos respecto a los valores tributarios como parte de una de las dimensiones de la variable Cultura Tributaria. Cuyos resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 9

Nivel de valores tributarios de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	1	2,0
Baja	2	3,9
Regular	6	11,8
Alta	25	49,0
Muy alta	17	33,3
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

De los resultados obtenidos se puede determinar que los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio cuentan con un considerable nivel de valores tributarios pues en promedio el 49,0% tienen un indicador de alta. No obstante, existe un 17.7% del total que presenta un nivel de regular, bajo y muy bajo respecto a los valores tributarios.

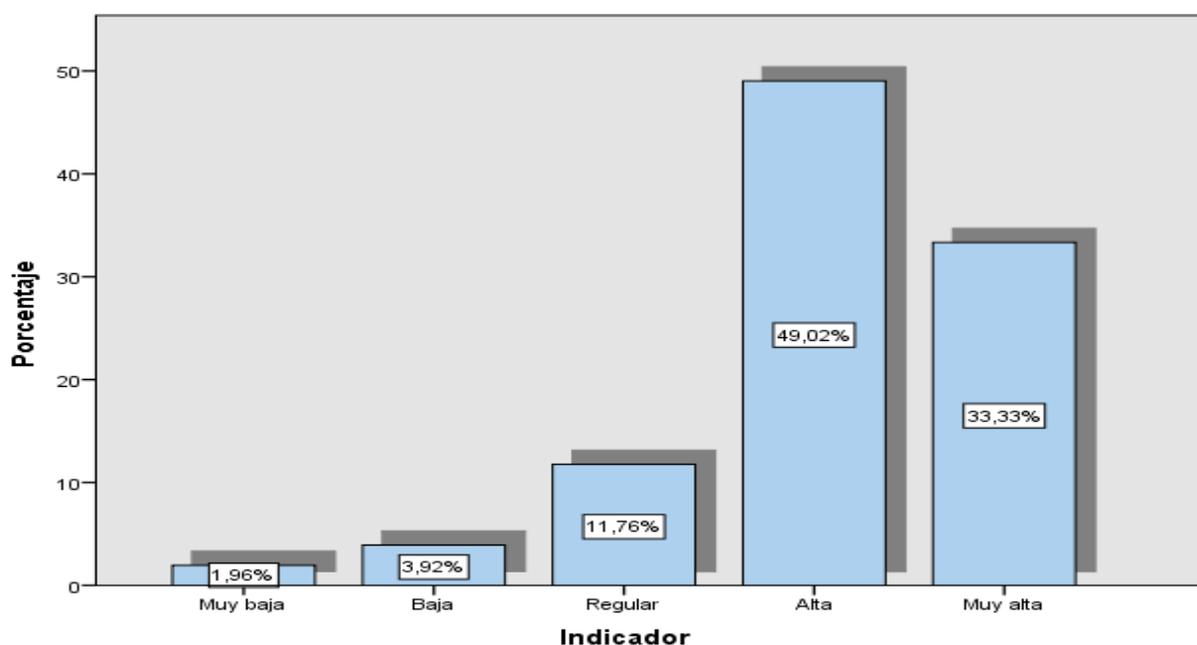


Figura 31. Nivel de valores tributarios de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

3.1.2. Conocimientos tributarios.

A continuación, se muestra los resultados de la dimensión de conocimientos tributarios con sus respectivos indicadores determinadas en los comerciantes del Sector mercadillo de la Provincia de San Ignacio.

Tabla 10

¿Los tributos son obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el Estado?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
No sé	4	7,8
Cierto	31	60,8
Totalmente cierto	16	31,4
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

Al consultarles a los comerciantes del sector mercadillo de la Provincia de San Ignacio sobre las obligaciones de pago que tienen los ciudadanos para con el Estado a través de los tributos, el 60,8% manifestó ser cierto este conocimiento. Así mismo, el 7,8% de los encuestados declaró no tener conocimiento al respecto.

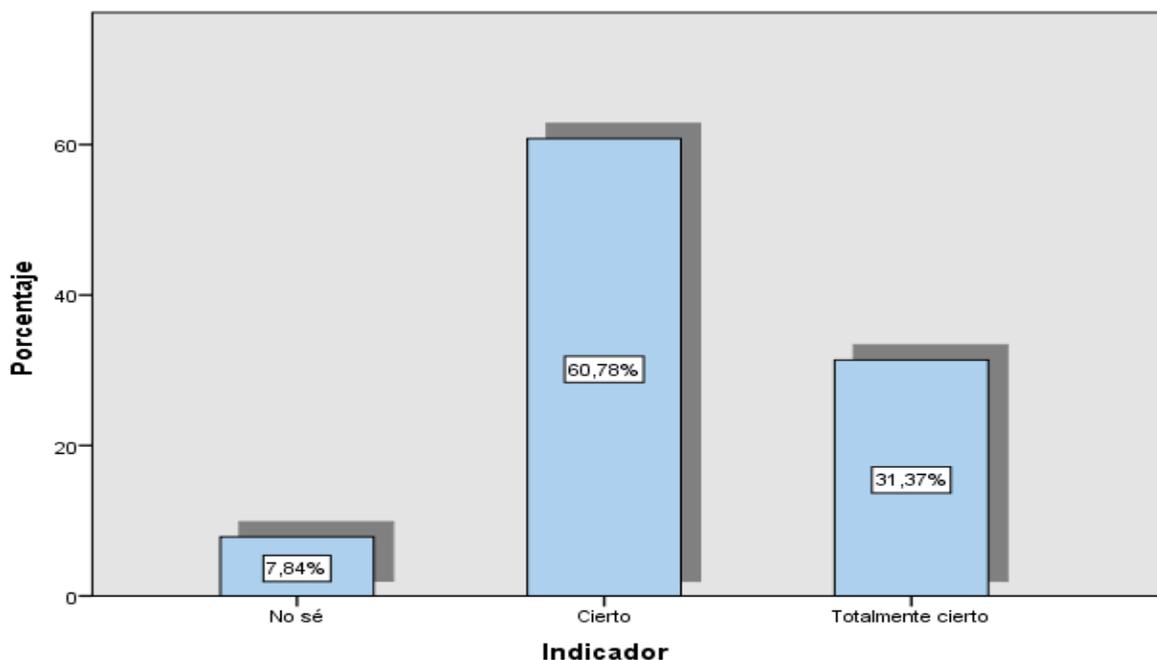


Figura 32. Conocimiento sobre las obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el Estado.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Figura 33

¿Si el contribuyente así lo decide, no está obligado a declarar sus ventas?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente cierto	7	13,7
Cierto	25	49,0
No sé	11	21,6
Falso	8	15,7
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

El 62,7% de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, considera cierto y totalmente cierto que el contribuyente no está obligado a declarar sus ventas, evidenciando una tendencia hacia la no declaración de sus ventas por parte de este

grupo, y mermando negativamente la cultura tributaria. Además, el 21,6 % de los comerciantes encuestados no tiene conocimiento al respecto y sólo el 15,7% de los encuestados manifestaron ser falso este conocimiento, reflejando un mayor grado en su cultura tributaria.

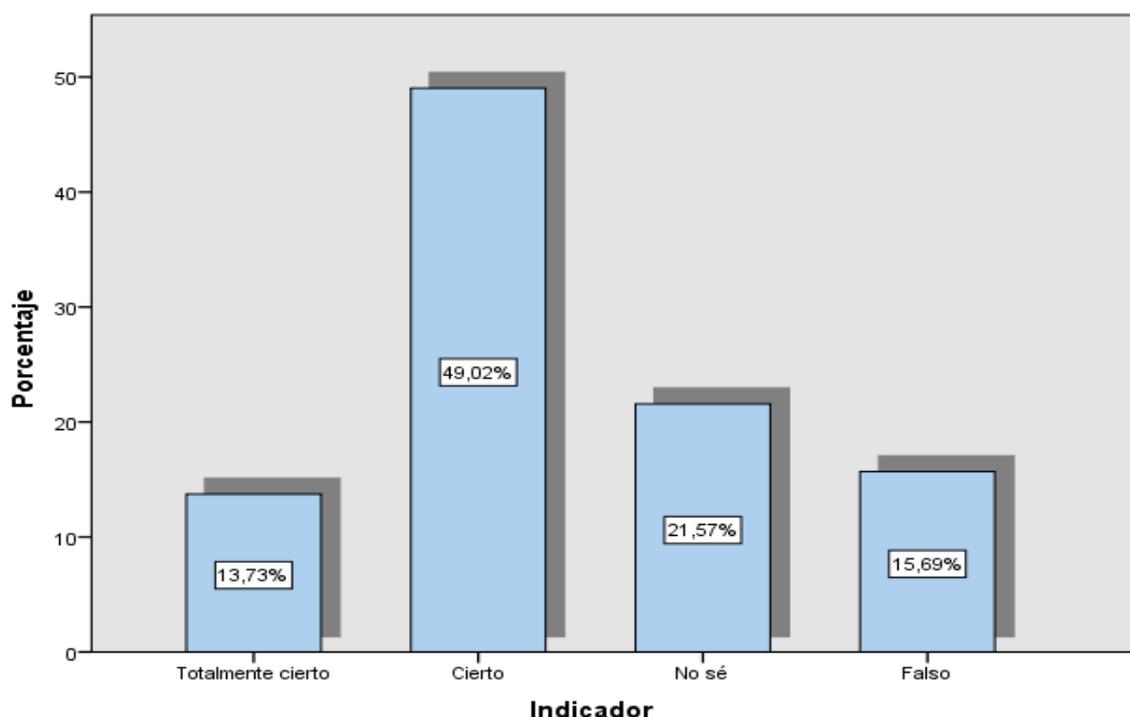


Figura 34. Obligación del contribuyente ante la declaración de Impuestos.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 11

¿La SUNAT es la institución que administra los tributos en el país?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Falso	2	3,9
No sé	3	5,9
Cierto	24	47,1
Totalmente cierto	22	43,1
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

El 47,1% y 43,1% de los comerciantes encuestados declararon ser cierto y totalmente cierto (respectivamente) el conocimiento de la SUNAT como la institución administradora de los tributos del país; así mismo el 5,9% no sabe al respecto, mientras que el 3,9% manifiesta ser falso este conocimiento.

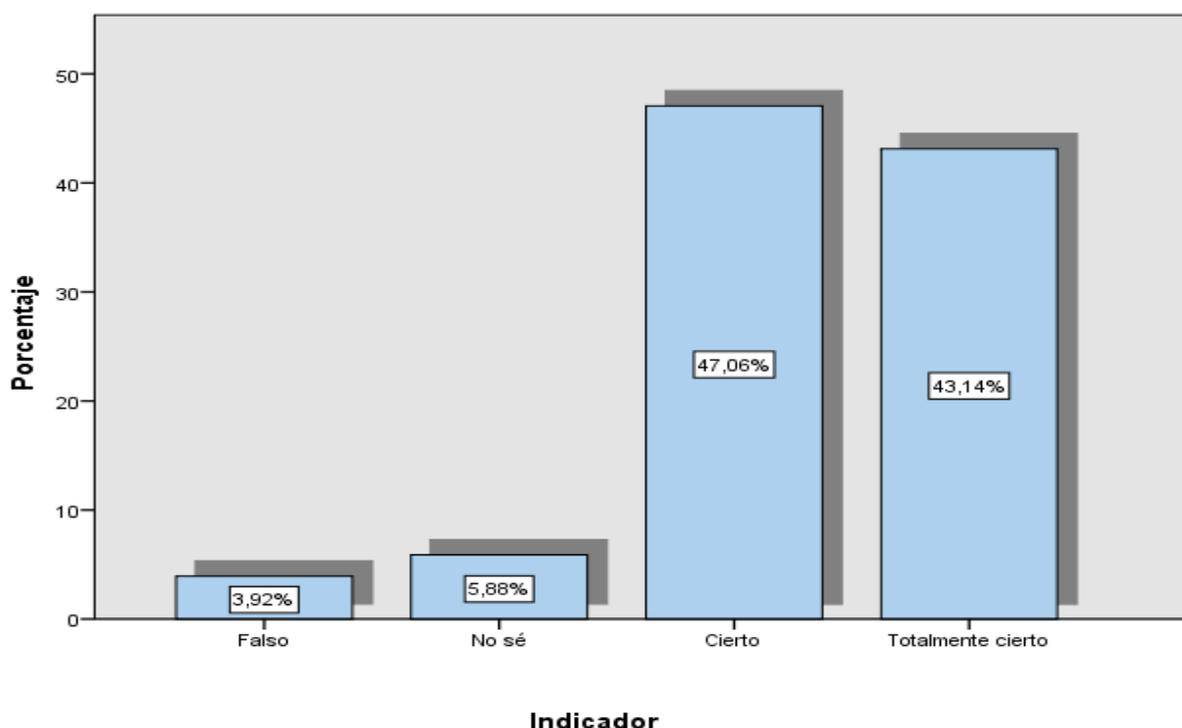


Figura 35. Conocimiento de la SUNAT como la institución administradora de los tributos en el País.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 12

¿El sistema tributario peruano se rige por un conjunto de normas?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	1	2,0
Falso	1	2,0
No sé	4	7,8
Cierto	36	70,6
Totalmente cierto	9	17,6
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

Respecto a si el sistema tributario peruano se rige por un conjunto de normas, el 70,6% de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio, manifestó ser cierto este conocimiento. En contraste del 7,8% que declaro no saber al respecto. El alto grado de certeza en este conocimiento revela la presencia de un buen nivel de cultura tributaria.

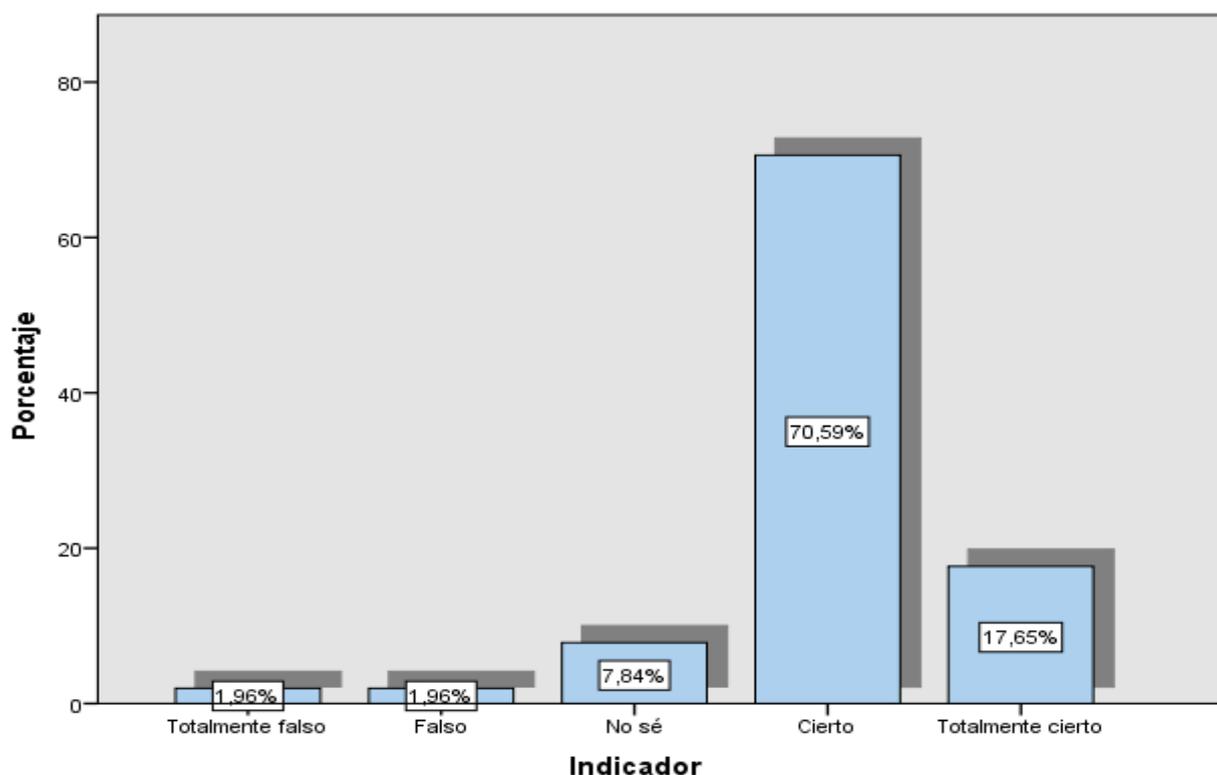


Figura 36. Conocimiento del sistema tributario peruano como un conjunto de normas.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 13

¿El contrabando y la evasión de impuestos constituyen actividades ilegales?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Falso	1	2,0
No sé	5	9,8
Cierto	20	39,2
Totalmente cierto	25	49,0
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

Respecto al conocimiento de la evasión de impuestos y el contrabando como actividades ilegales, el 49 % de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio declararon que este conocimiento es totalmente cierto. Así mismo, el 9,8 % de los encuestados manifestó no saber al respecto mientras que un 2,0% declaró ser falso este conocimiento. El alto grado de este conocimiento evidencia la noción de la ilegalidad de estas actividades entre los comerciantes.

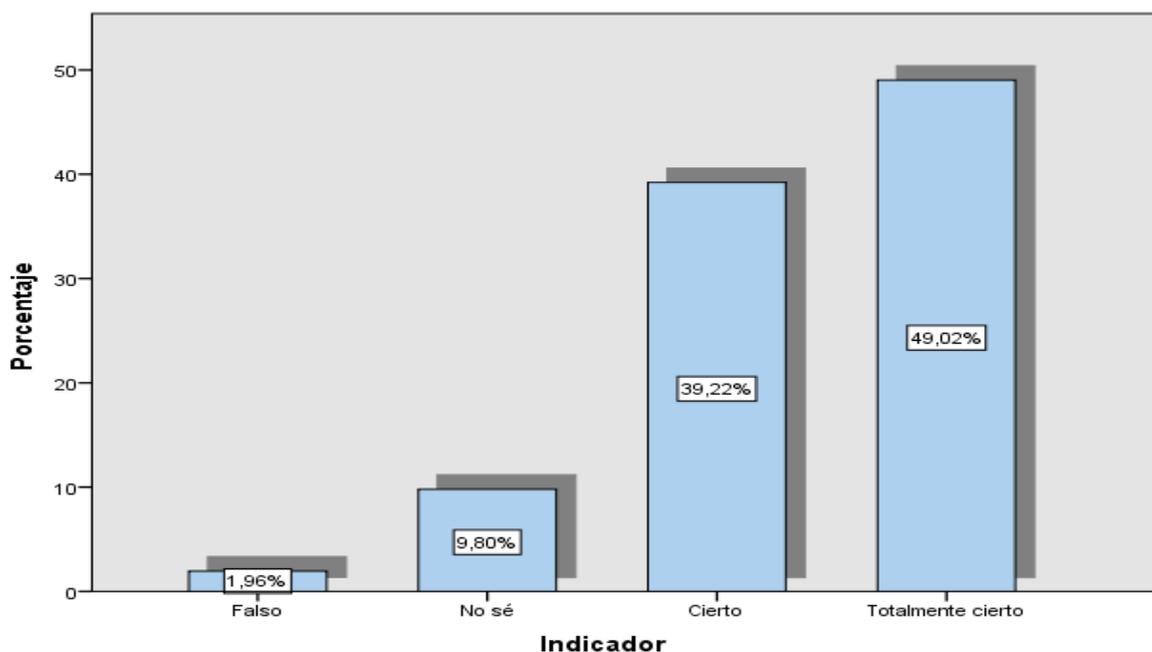


Figura 37. Conocimiento del contrabando y la evasión como actividades ilegales.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Finalmente, en base a los indicadores precedentes se obtuvieron los resultados específicos respecto a los Conocimientos tributarios como parte de una de las dimensiones de la variable Cultura Tributaria. Cuyos resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 14

Nivel de conocimientos tributarios en los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Regular	7	13,7
Alta	41	80,4
Muy alta	3	5,9
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

Los porcentajes globales del nivel de conocimientos tributarios de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, revelan que existe un alto (80,4%) nivel de conocimientos tributario por parte de los comerciantes encuestados. Y tan sólo el 13,7% muestran un nivel regular en este aspecto.

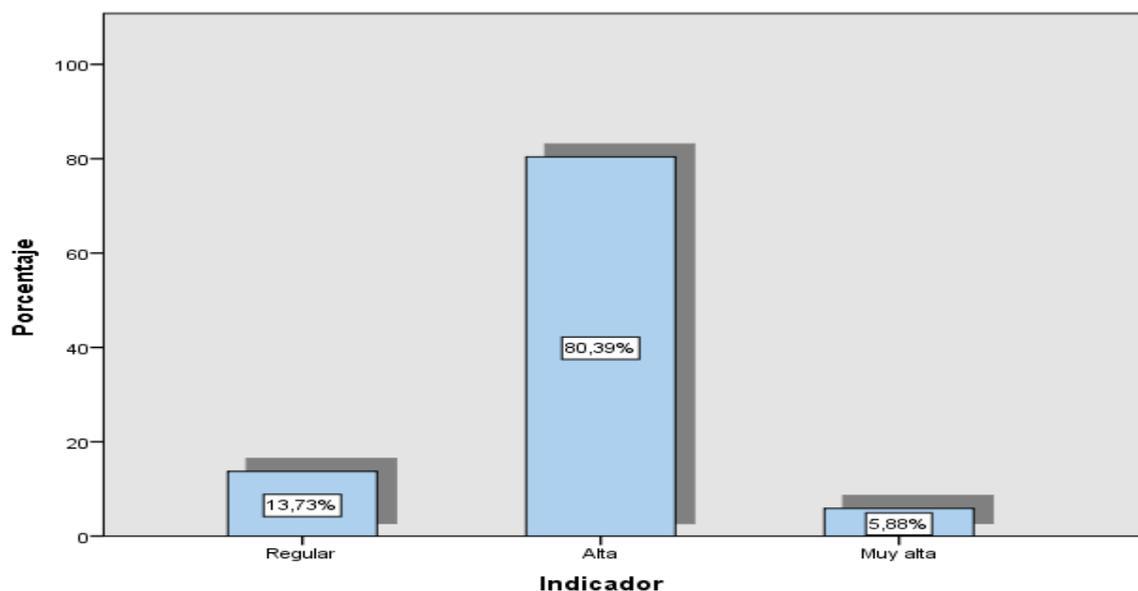


Figura 38. Nivel de conocimientos tributarios en los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

3.1.3. Creencias sobre la tributación.

A continuación, se muestra los resultados de la dimensión de creencias tributarias con sus respectivos indicadores determinadas en los comerciantes del Sector mercadillo de la Provincia de San Ignacio.

Tabla 15
¿El pago del IGV es un gasto para mi negocio?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	25	49,0
De acuerdo	19	37,3
indiferente	7	13,7
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

El 86,3% de los comerciantes del sector mercadillo de la Provincia de San Ignacio, manifestaron estar de acuerdo (37,3%) y totalmente de acuerdo (49,0%) en que el IGV es un gasto para sus negocios, revelando que gran parte de los comerciantes son reacios con esta obligación tributaria. Así mismo, es preocupante observar que ningún comerciante manifestó estar en desacuerdo al respecto. Mientras que el 13,7% de los encuestados se mostró indiferente.

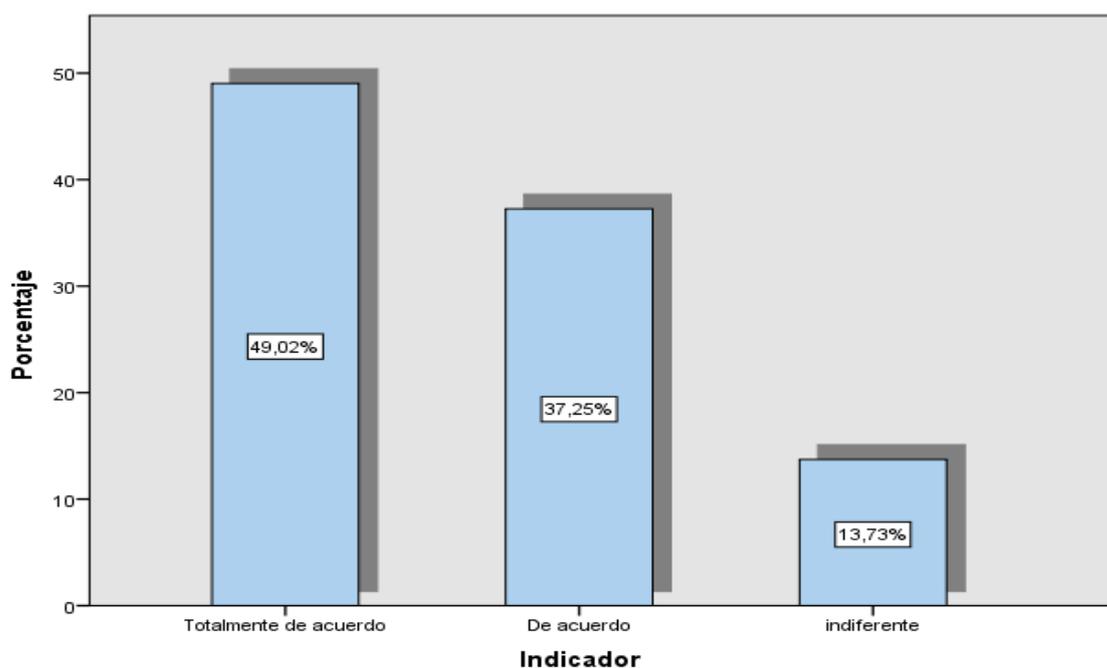


Figura 39. Creencia en que el IGV es un gasto para el negocio.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 16

¿Cree Ud. que se recaudan tributos para el beneficio del país?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	21,6
En desacuerdo	13	25,5
Indiferente	4	7,8
De acuerdo	6	11,8
Totalmente de acuerdo	17	33,3
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

Con respecto a la recaudación tributaria como instrumento para el beneficio del país, el 21,6% de los comerciantes encuestados está totalmente en desacuerdo al respecto, mientras que el 25,5% está en desacuerdo. Evidenciando la creencia de que los tributos no cumplen su fin último que es alcanzar el beneficio de la población, mermando así directamente en las obligaciones que tienen los comerciantes con el país y consecuentemente desestibando las buenas prácticas tributarias. por el contrario, existe un 33,3% de los comerciantes en que está totalmente de acuerdo que los tributos se recaudan para el beneficio del país.

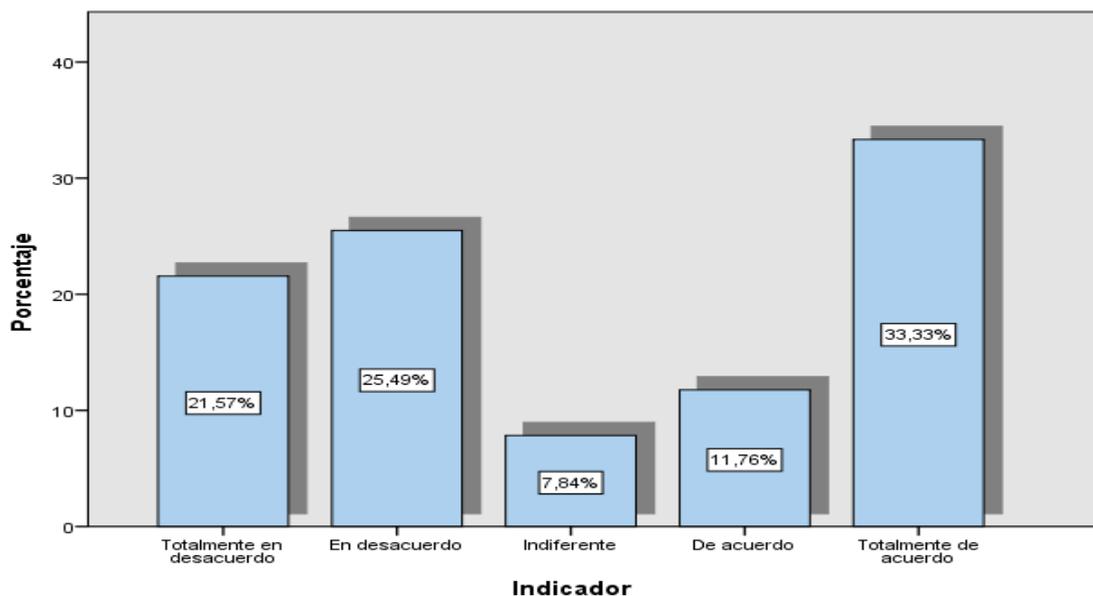


Figura 40. Creencia en que los tributos son usados para el beneficio del país.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Finalmente, en base a los indicadores precedentes se obtuvieron los resultados específicos respecto a las Creencias sobre la tributación como parte de una de las dimensiones de la variable Cultura Tributaria. Cuyos resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 17

Nivel de creencias sobre la tributación de los comerciantes de sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	12	23,5
Baja	20	39,2
Regular	19	37,3
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

Los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio presentan niveles muy baja (23,5%), baja (39,5%) y regular (37,3%) con respecto a las creencias sobre la tributación. De esta manera, se puede apreciar que sus nociones sobre los beneficios de la tributación no son muy buenas, traduciéndose esto consecuentemente en una reducción de sus obligaciones tributarias.

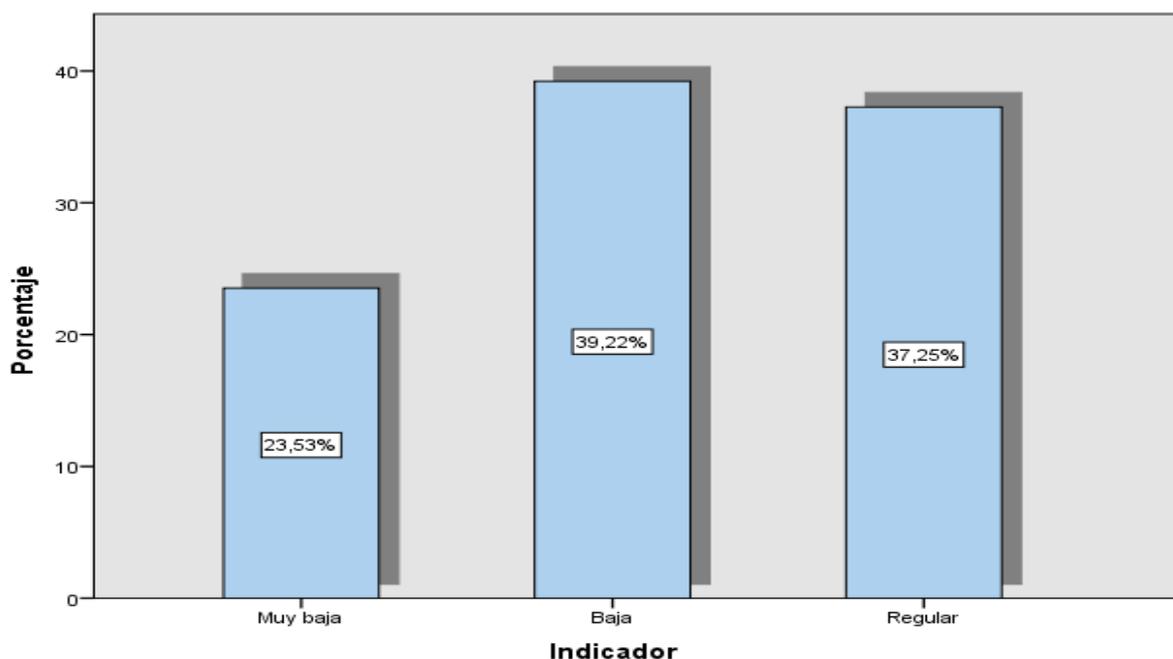


Figura 41. Nivel de creencias sobre la tributación de los comerciantes de sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

3.1.4. Percepción sobre los tributos.

A continuación, se muestra los resultados de la dimensión de Percepción sobre los Tributos con sus respectivos indicadores determinada en los comerciantes del Sector mercadillo de la Provincia de San Ignacio.

Tabla 18

¿Existe una administración ineficiente en la distribución equitativa de los recursos del Estado?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	26	51,0
De acuerdo	17	33,3
En desacuerdo	2	3,9
Totalmente en desacuerdo	6	11,8
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

El 51,0% de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio está totalmente de acuerdo que existe una ineficiente distribución de los recursos del Estado. Esta percepción es aseverada por el 33,3% que está de acuerdo con esta percepción de inequidad. Esto repercute directamente en las obligaciones tributarias de los contribuyentes debido a que una percepción negativa del Estado incentiva la evasión y el fraude fiscal. Mientras que sólo el 11,8% está totalmente en desacuerdo al respecto.

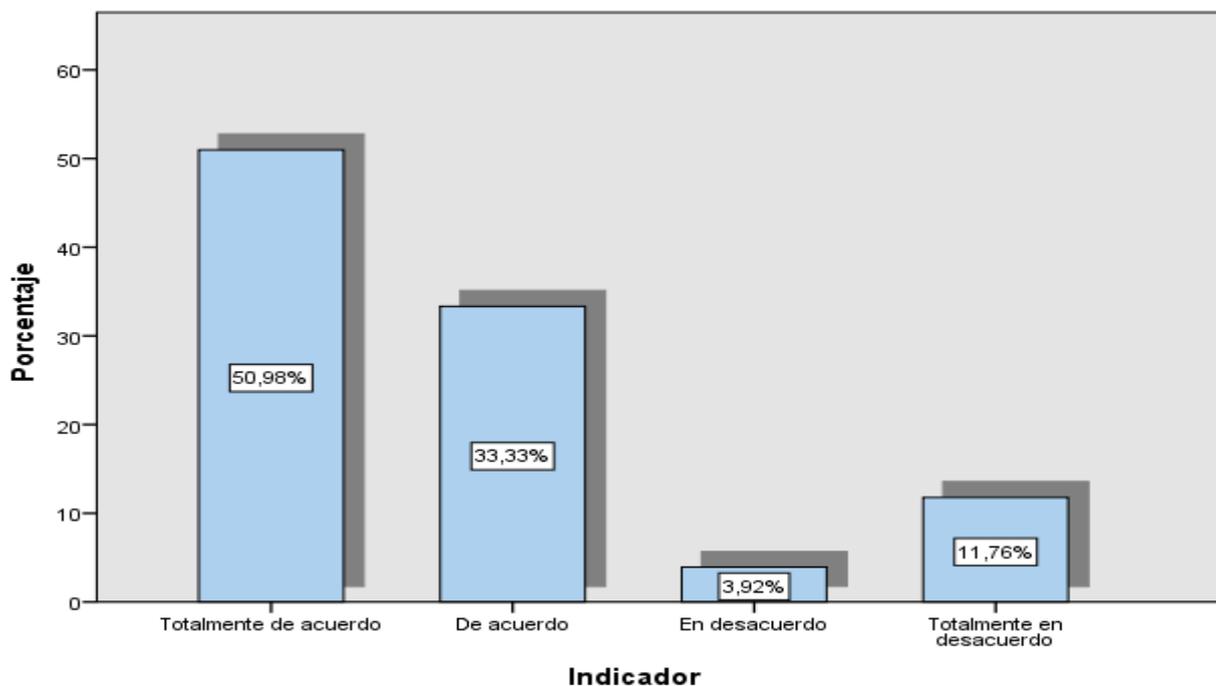


Figura 42. Percepción sobre la ineficiencia en la distribución de los recursos del Estado.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 19

¿Percibe Ud. que el sistema tributario permite el desarrollo de las empresas?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	3,9
En desacuerdo	23	45,1
Indiferente	6	11,8
De acuerdo	15	29,4
Totalmente de acuerdo	5	9,8
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

El 45,1% de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio está en desacuerdo que el sistema tributario permita el desarrollo de las empresas. Este alto grado de percepción negativa del sistema tributario hace que los contribuyentes se desvinculen de sus obligaciones tributarias y recurran a la informalidad como alternativa para excluirse del sistema. Contrario a lo anterior, el 29,4% expresa estar de acuerdo con esta percepción.

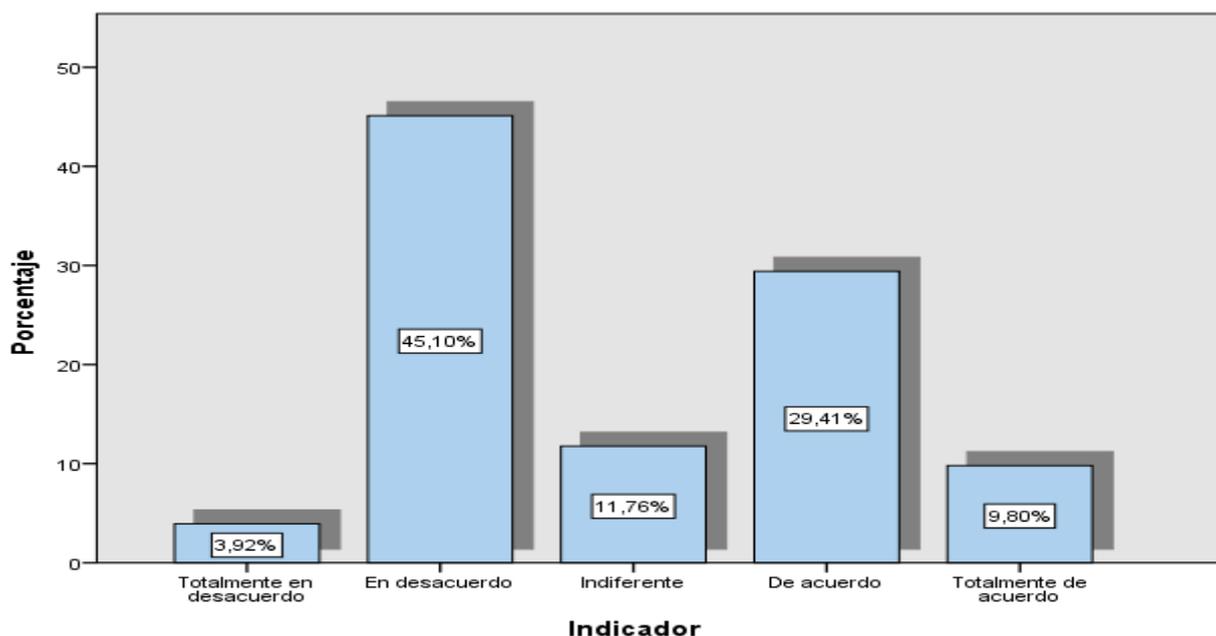


Figura 43. Percepción del sistema tributario como facilitador del desarrollo empresarial.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 20

¿Percibe Ud. que el Estado cumple un buen papel en la recaudación de los tributos?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	19,6
En desacuerdo	26	51,0
Indiferente	7	13,7
De acuerdo	5	9,8
Totalmente de acuerdo	3	5,9
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

El 51,0% de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio está en desacuerdo en que el Estado cumple un buen papel en la recaudación de los tributos, esto se debe a que los contribuyentes perciben hostigamiento y presión por parte del organismo recaudador, además de sentir persecución contra los pequeños comerciantes y consentimientos para las grandes empresas. Pese a ello, existe un 15,7% de los comerciantes que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el Estado cumple un buen papel en la recaudación de los tributos.

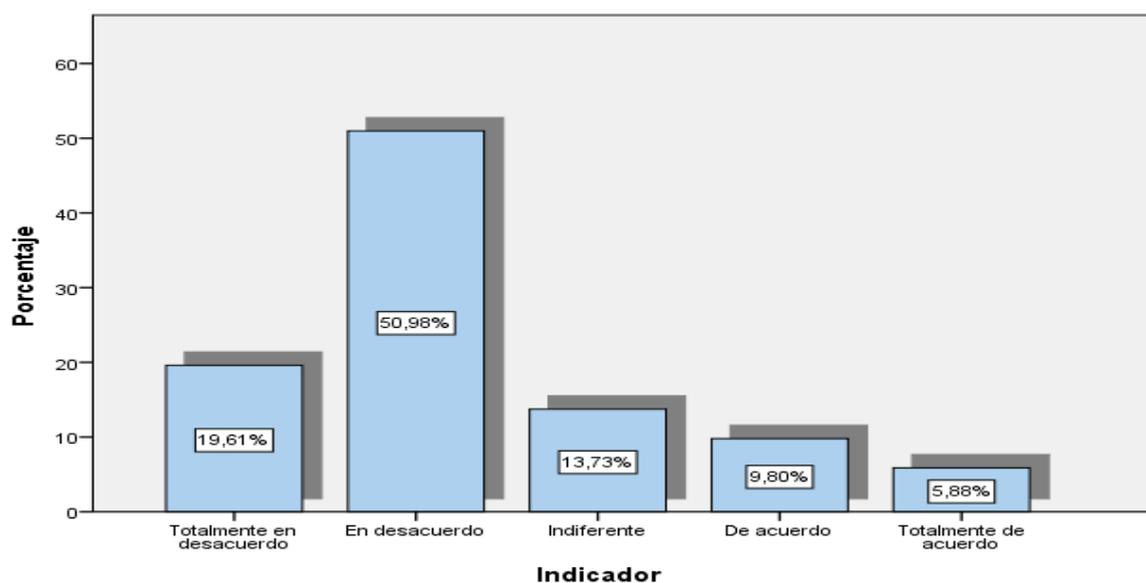


Figura 44. Percepción del buen papel del Estado en la recaudación de los tributos

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Finalmente, en base a los indicadores precedentes se obtuvieron los resultados específicos respecto a la Percepción sobre los tributos como parte de una de las dimensiones de la variable Cultura Tributaria. Cuyos resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 21

Nivel de Percepción sobre los tributos de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	4	7,8
Baja	25	49,0
Regular	19	37,3
Alta	3	5,9
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

Los resultados obtenidos advierten que existe una percepción baja (49,0%) sobre los tributos por parte de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio. El alto grado de percepción negativa se debe principalmente a la percepción de inequidad en la distribución de los recursos, la obstaculización del sistema tributario en el desarrollo del pequeño empresario y el mal papel que cumple el Estado en la recaudación de tributos.

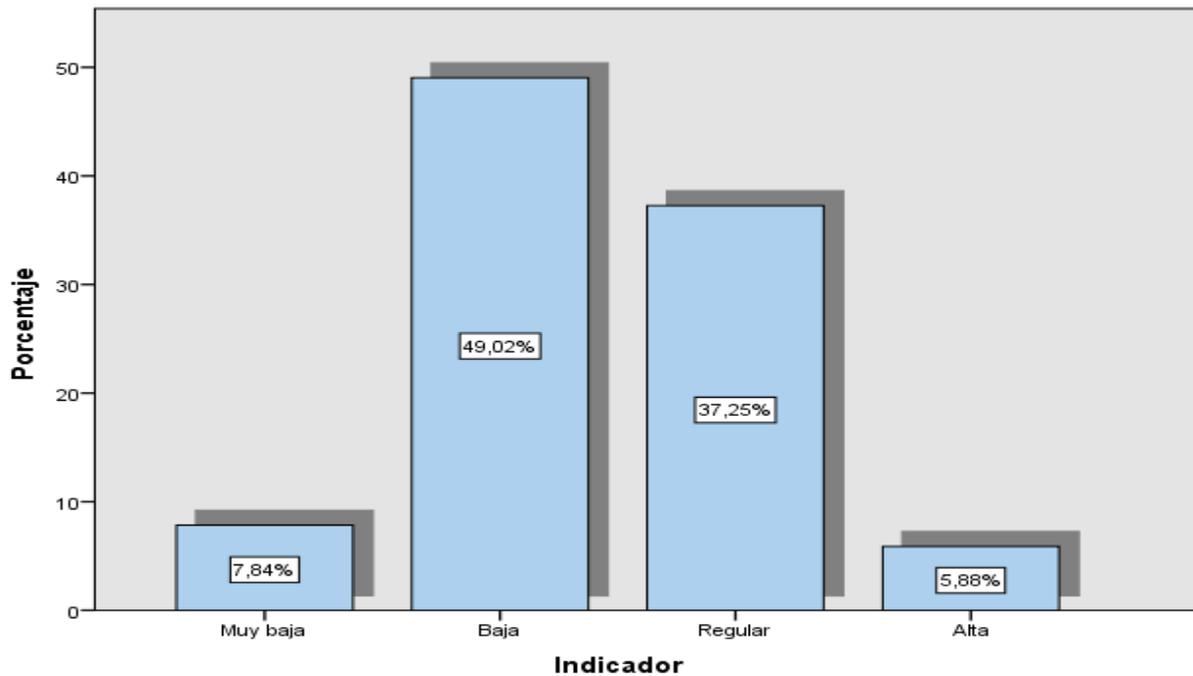


Figura 45. Nivel de Percepción sobre los tributos de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

3.1.5. Actitudes.

A continuación, se muestra los resultados de la dimensión de creencias tributarias con sus respectivos indicadores determinadas en los comerciantes del Sector mercadillo de la Provincia de San Ignacio.

Tabla 22

¿Está Ud. Dispuesto a aprender más sobre sus obligaciones tributarias?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	7	13,7
Siempre	44	86,3
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

El 86,3% de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio está dispuesto siempre a aprender sobre sus obligaciones tributarios y tan sólo el 13,7% casi siempre. Esto demuestra de manera convincente el alto grado de participación a los que están dispuestos los comerciantes para aprender respecto a sus obligaciones como contribuyentes.

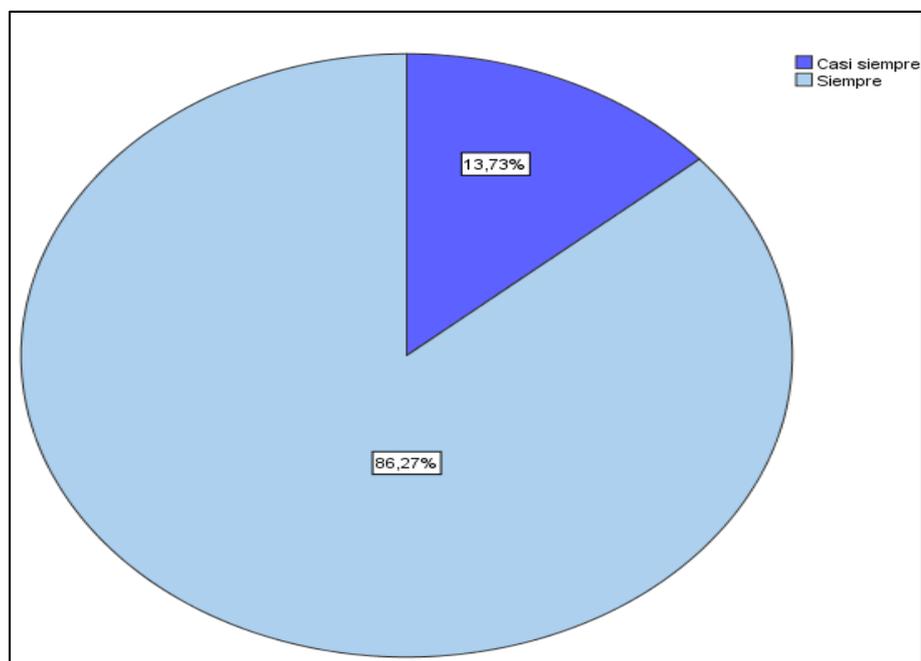


Figura 46. Disposición a aprender de los comerciantes sobre sus obligaciones tributarias.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 23

¿Está Ud. Dispuesto a colaborar con la SUNAT?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
A veces	5	9,8
Casi siempre	12	23,5
Siempre	34	66,7
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

Un considerable porcentaje de comerciantes (66,7%) estarían siempre dispuestos a colaborar con la SUNAT, reafirmando así el compromiso y su participación voluntaria en el correcto desempeño de sus obligaciones tributarias. Mientras que tan sólo un 9,8% estarían dispuestos a colaborar esporádicamente.

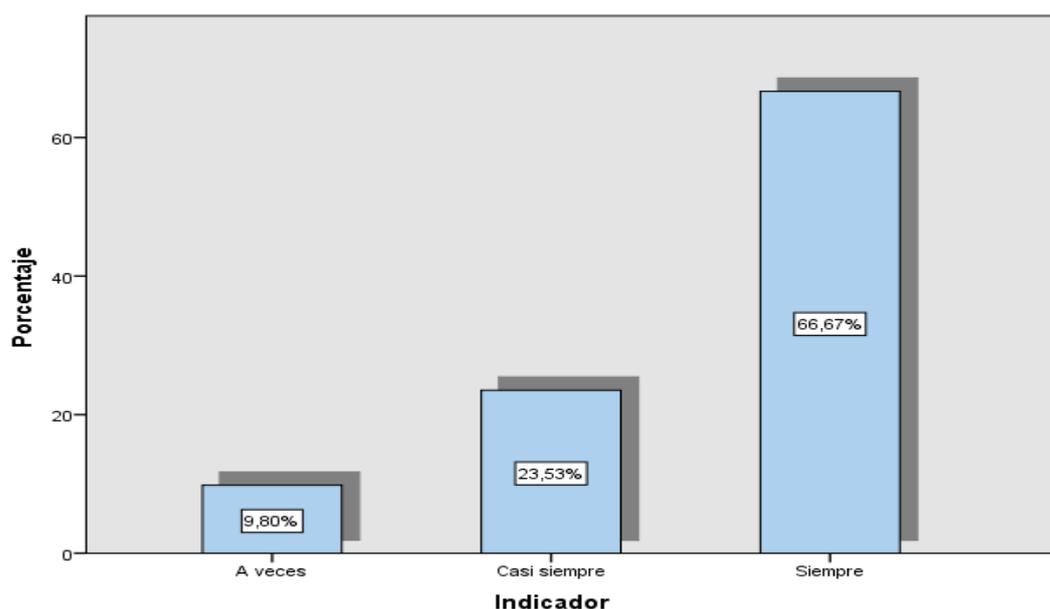


Figura 47. Disposición de los comerciantes a colaborar con la Sunat.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Tabla 24

¿Está Ud. Dispuesto a participar de las charlas o capacitaciones que pudiera impartir la SUNAT?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	2,0
Casi nunca	1	2,0
A veces	5	9,8
Casi siempre	2	3,9
Siempre	42	82,4
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

El 82,4% de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio consideran que siempre estarían dispuestos a participar de las charlas o capacitaciones que

podiera impartir la SUNAT. Evidenciado el compromiso que desean transmitir los comerciantes respecto a sus obligaciones tributarias y la disposición a aprender y mejorar como ciudadanos y contribuyentes responsables. Contario a ello, sólo existe un 4% de comerciantes que nunca o casi nunca serían partícipes de estas actividades.

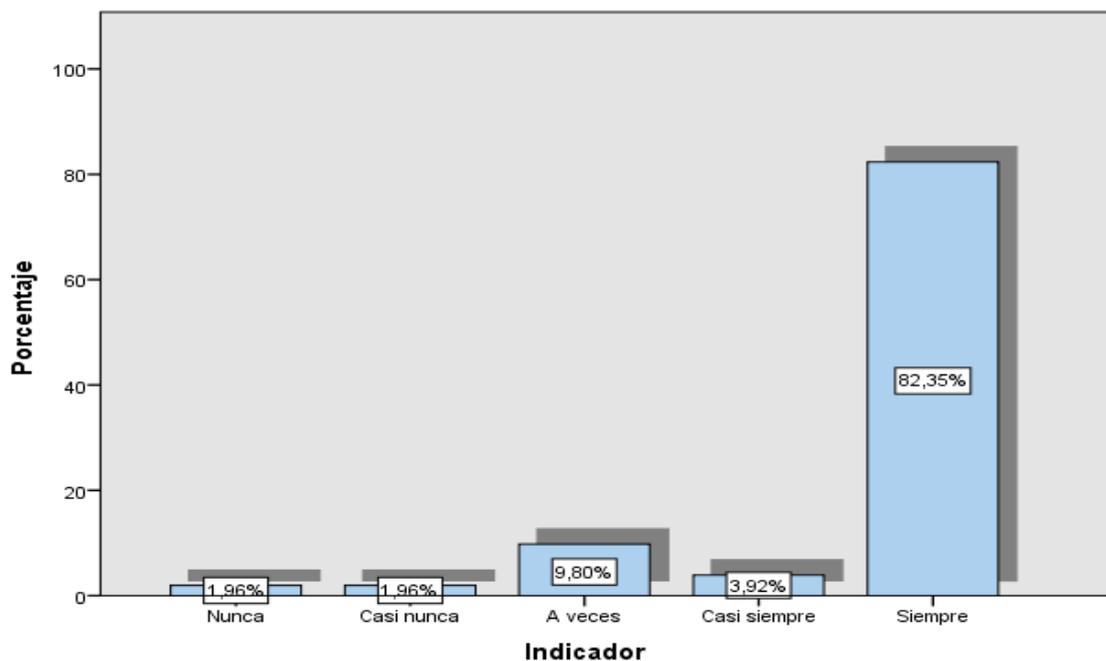


Figura 48. Disposición de los comerciantes a participar en charlas o capacitaciones que pudiera impartir la Sunat.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Finalmente, en base a los indicadores precedentes se obtuvieron los resultados específicos respecto a las Actitudes de los contribuyentes como parte de una de las dimensiones de la variable Cultura Tributaria. Cuyos resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 25

Nivel de actitudes sobre los tributos de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Regular	2	3,9
Alta	10	19,6
Muy alta	39	76,5
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

De los resultados obtenidos se puede apreciar un nivel de actitudes muy alta (76,5%) por parte de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio. Esto refleja un elevado grado de compromiso y participación de los comerciantes en mejorar respecto a sus responsabilidades fiscales y así adquirir los principios de una cultura tributaria responsable que pondere las buenas prácticas tributarias.

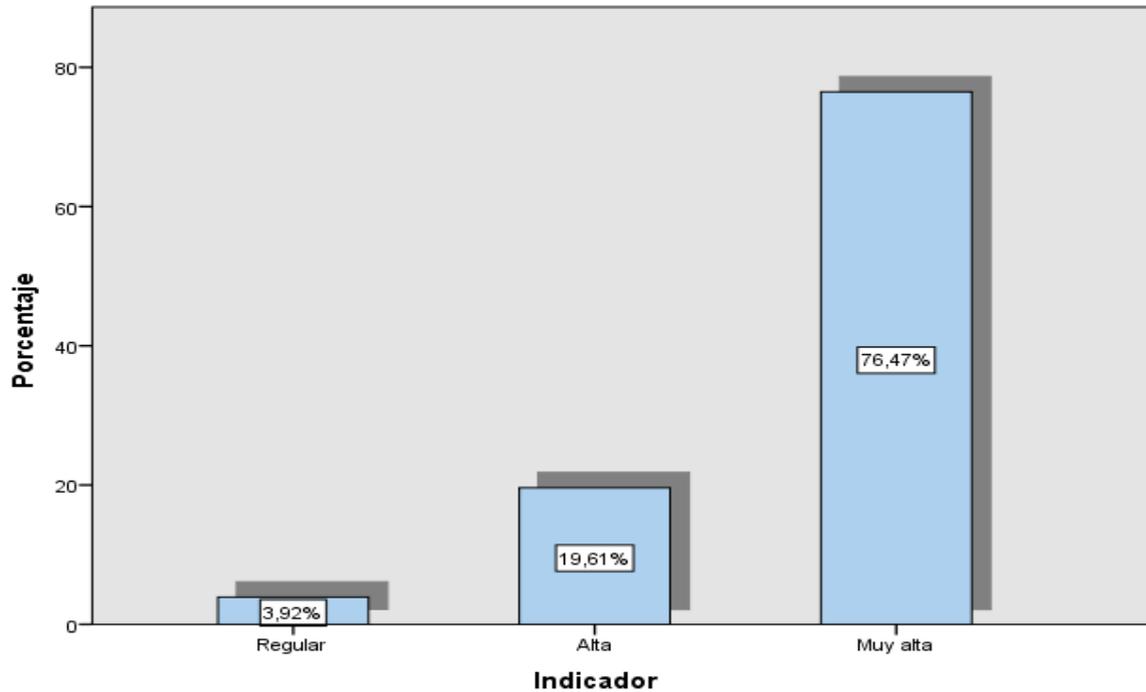


Figura 49. Nivel de actitudes sobre los tributos de los comerciantes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio.

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

3.1.6. Nivel de cultura tributaria

Determinadas las 5 dimensiones de la Cultura Tributaria (valores, conocimientos, creencias, percepciones y actitudes) se procedió a especificar el Nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, cuyos resultados se muestran a continuación:

Tabla 26
Nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes del Sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Regular	22	43,1
Alta	29	56,9
Total	51	100,0

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

Interpretación:

En la investigación se llegó a determinar que los comerciantes del sector mercadillo de la provincia de San Ignacio tienen un nivel alto de cultura tributaria (56,9%). No obstante, hay un considerable 43,1% de comerciantes que presentan un nivel regular de cultura tributaria los cuales se convierten en el grupo objetivo para el fomento de la cultura tributaria, así como la consolidación del grupo que presenta una alta cultura.

Como ya se mencionó la encuesta aplicada estuvo conformada por cinco dimensiones (valores, conocimientos, creencias, percepción y actitudes) cada una con sus respectivos indicadores. En cuanto a los valores tributarios los resultados evidencian que los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio cuentan con un considerable nivel de valores tributarios (alto: 49% de los comerciantes) pues están de acuerdo con el cumplimiento del pago y la declaración de los tributos, la declaración del monto real de los mismo, así como muestran respeto por las instituciones tributarias.

Respecto a los conocimientos tributarios, los comerciantes presentan un nivel alto (80,4% de los comerciantes) pues son conscientes de sus obligaciones como contribuyentes, conocen a la institución administradora de tributos del país, además de conocer al contrabando y la evasión como actividades ilegales. Cabe mencionar que el punto débil en la dimensión de conocimiento es el hecho que gran porcentaje de los comerciantes (49%) cree que no está obligado a declarar sus ventas.

La tercera dimensión se refiere a las creencias sobre la tributación, en este aspecto los comerciantes tienen un nivel bajo (39,2% de los comerciantes), pues creen que el IGV es un gasto para su negocio y creen que los tributos no son para el beneficio del país. Apreciándose que sus nociones sobre los beneficios de la tributación no son muy buenas, traduciéndose esto consecuentemente en una reducción de sus obligaciones tributarias.

La percepción sobre los tributos por parte de los comerciantes también es baja (49,0% de los comerciantes). Pues están de acuerdo que existe una ineficiente administración de los recursos del país, así como que el sistema tributario no les permite su

desarrollo como empresarios, todo ello sumado a la percepción de hostigamiento y persecución del Estado en su papel de recaudador

Finalmente, en relación a las actitudes de los comerciantes su nivel es muy alta (76,5%). Esto evidenciado en estar siempre dispuestos a aprender sobre sus obligaciones, a colaborar con la SUNAT y participar en charlas o capacitaciones. Reflejando un elevado grado de compromiso y participación de los comerciantes en mejorar respecto a sus responsabilidades fiscales y así adquirir los principios de una cultura tributaria responsable que pondere las buenas prácticas tributarias.

De esta manera, en base a las dimensiones mencionadas en los párrafos precedentes se determinó que el nivel de Cultura tributaria de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio es alta (56,9%) y regular (43,1%). Mostrando niveles altos en valores tributarios y conocimientos; deficiencias respecto a las creencias tributarias y una baja percepción en relación al manejo y uso de los tributos. Y como punto a resaltar es el alto grado de hacia actitudes de aprendizaje, participación y colaboración en el fomento de prácticas responsables de tributación.

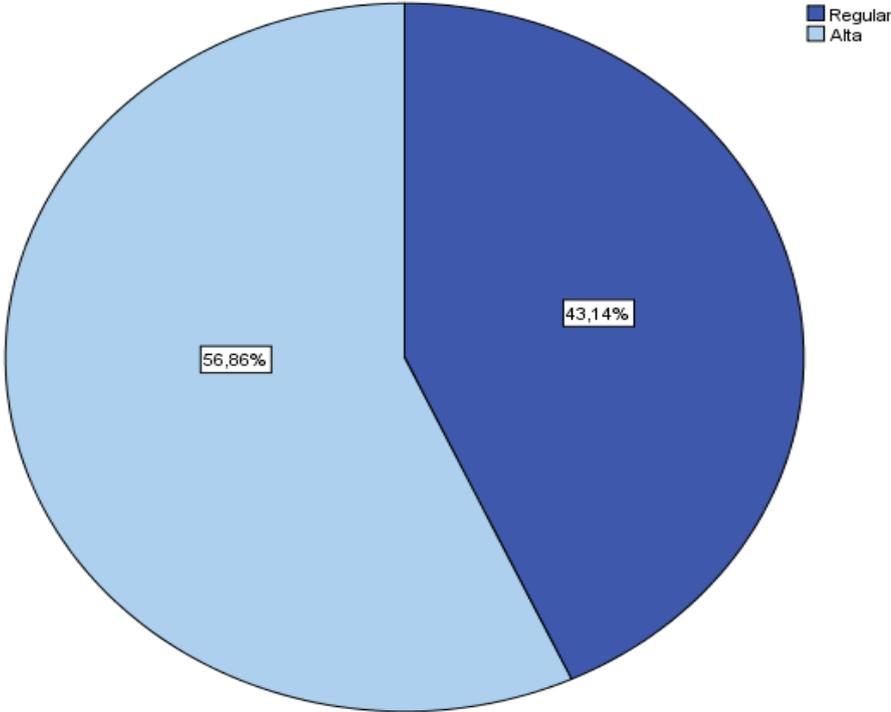


Figura 50. Nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes del Sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio

Fuente: Encuesta a los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016.

3.2. Discusión de Resultados

La finalidad de este apartado es someter a contraste los resultados obtenidos correspondientes al nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes del sector Mercadillo con la base teórica sobre el tema, a efectos de inferir las conclusiones que contribuyan al diseño de estrategias y cumplir con el objetivo general de la investigación.

La cultura tributaria, se refiere a un conjunto de información y el grado de conocimientos que un determinado país tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos, y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación (Roca, 2011). De esta manera, para cumplir con los fundamentos teóricos, en la figura 50 se muestra el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, determinándose que el 56,9% presentan un nivel de cultura alto, mientras que el 43,1 % presenta un nivel regular. Cabe mencionar que el nivel alto y regular de cultura tributaria se debe básicamente a los elevados niveles de valores tributarios (muy alto: 49%) y las actitudes (76,5%) de los comerciantes hacia la participación y cumplimiento con sus deberes tributarios. Así mismo existen niveles bajo en las dimensiones de creencias (39,2%) y percepción (49,0%) pero no lo suficientemente significados para reducir el promedio general de Cultura tributaria respecto a los valores y creencias.

Si bien las dimensiones de valores, conocimientos, creencias, percepción y actitudes de los contribuyentes hacia los tributos son un buen indicador del Nivel de Cultura tributaria, el promedio se vio afectado por las elevadas puntuaciones que los comerciantes dieron a la dimensión de valores y actitudes, siendo necesario la incorporación de un promedio ponderado otorgando una categoría de importancia a cada dimensión para obtener resultados más específicos y objetivos, que no se vean afectados por la emocionalidad de las personas a la hora de responder las preguntas de encuesta.

3.3.Propuesta de la investigación: diseño de estrategias

Obtenidos y analizados los resultados de la Investigación en relación al nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio. Se procedió al diseño de las estrategias que permitirán fomentar y consolidar el nivel de cultura Tributaria de los contribuyentes y de esta manera cumplir con el objetivo general de la presente investigación.

En este contexto, se proponen estrategias para promover el desarrollo de la cultura tributaria en los comerciantes a través del conocimiento de sus obligaciones tributarias, acceso a la información, simplificación de procesos, facilidades de pagos y descuentos, fomento de la colaboración social, entre otros.

Las estrategias propuestas son producto del diseño de otras investigaciones precedentes y adaptadas a la realidad local. Así, para el diseño de las estrategias planteadas se tomó como base las investigaciones de Perez Mantilla (2016), Anahuamán Urbina (2014), Banco Interamericano de Desarrollo (s.f.) y del Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (2010). Y se mencionan a continuación:

Estrategia N° 1: Charlas y capacitaciones al contribuyente.

Descripción	Las tutorías a los contribuyentes es una de las formas más eficaces de difusión de los derechos y deberes de los contribuyentes y se materializan en la adopción de medidas preventivas que impulsen el cumplimiento voluntario de las obligaciones y permitan la creación de una conciencia fiscal en la sociedad.
Problemática	Elevados índices de percepción y creencias negativas de los contribuyentes respecto a los tributos.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dar a conocer y capacitar a los contribuyentes sobre la normativa tributaria y como aplicarla para su beneficio económico. ▪ Educar al contribuyente para que aprecie de mejor manera las obligaciones y derechos tributarios. ▪ Establecer la confianza entre los contribuyentes y el sistema de Administración Tributaria.
Actividades específicas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Charla motivacional para estimular el interés acerca de o los temas a tratarse planteando situaciones reales de la vida cotidiana para graficar y facilitar la comprensión del tema específico. ▪ Seguimiento y evaluación de la capacitación. ▪ Transferencia de información continua hacia los contribuyentes respecto a aplicación de nueva normativa, vía portal web o redes sociales.
Contenido	Las charlas y capacitaciones tratarán sobre temas relacionados a la declaración del impuesto a la renta, uso de comprobantes de ventas, deducción del gasto, reconocimiento de las diversas fuentes de financiación de los bienes y servicios públicos, especialmente las tributarias, tipos de impuestos, uso y destino de los tributos, entre otros (la simplificación de procesos a través de la tecnología).
Cronograma	<p>Tiempo: 4 horas teóricas/prácticas</p> <p>Fecha: 1º charla y capacitación: 23/11/2018</p> <p>2º charla y capacitación: 6/12/2018</p> <p>Seguimiento y evaluación: 3 meses posteriores a la última capacitación</p>

Estrategia N° 2: Fomento de la colaboración social.

Descripción	La promoción del cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias aconseja concluir acuerdos con las entidades representativas de sectores económicos (entidades financieras, Comunidades Autónomas, Cámaras de Comercio, etc), en especial, con aquellas que representan a los profesionales que participan como intermediarios fiscales y actúan como colaboradores de la Administración tributaria en la presentación de declaraciones.
Problemática	La dificultad de comprensión de la materia tributaria eleva considerablemente el número de contribuyentes que necesitan de algún tipo de ayuda externa para el cumplimiento de sus obligaciones.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">▪ Ayudar al contribuyente a atender y cumplir con sus obligaciones fiscales.▪ Facilitar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.
Actividades específicas	<ul style="list-style-type: none">▪ Suscribir un convenio con el Instituto Superior Tecnológico de San Ignacio para que sus estudiantes de contabilidad generen labor social apoyando a los comerciantes en la realización material de la declaración de impuestos y el cálculo del importe correspondiente.▪ Gestionar y transmitir a la administración tributaria la necesidad de incorporar a las Cajas de Ahorro y Crédito como entidades colaboradoras para que reciban las declaraciones y el pago correspondiente, debido a que en localidades alejadas los servicios del Banco de la Nación son limitados en capacidad y tiempo, generando incomodidad y retrasos en los contribuyentes.
Contenido	<ul style="list-style-type: none">▪ Elaboración guiada de la declaración y el impuesto con su respectivo cronograma de vencimientos.▪ Cooperación social entre SUNAT y Cajas de Ahorro y Crédito.
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▪ Envío de solicitud de gestión al Instituto Superior Tecnológico de San Ignacio: 20/11/2018▪ Fecha estimada de inicio de la colaboración de los estudiantes de contabilidad: 22/04/2018▪ Inicio de trámites de gestión y entrevistas con la Administración tributaria: 4/12/2018

Estrategia N° 3: facilidades de pago y descuentos.

Descripción	Las facilidades de pago y descuentos permitirán disminuir la carga tributaria de los contribuyentes y servirá como incentivo para el cumplimiento voluntario y responsable de sus obligaciones tributarias. para realizar esta estrategia se tendrá que efectuar un estudio de las situaciones financieras y vigilar el cumplimiento tributario por parte de los contribuyentes. Esto generará un beneficio para los comerciantes debido a que podrán acceder al pago responsable de sus tributos sin perjudicar sus beneficios producto de su actividad comercial.
Problemática	Los comerciantes tienden a la evasión tributaria como respuesta a lo que consideran un excesivo cobro de impuestos que perjudican directamente la rentabilidad de sus negocios.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">▪ Disminuir la evasión tributaria a través de las facilidades de pago.▪ Disminuir la carga tributaria.
Actividades específicas	<ul style="list-style-type: none">▪ Realizar un estudio de la situación financiera de los comerciantes.▪ Plantear una propuesta de facilidades de pago de impuestos según la situación financiera analizada.▪ Plantear una propuesta de descuentos a los comerciantes que hayan sido puntuales en sus tributaciones.
Contenido	Registro y evaluación de la situación financiera de los comerciantes, y de acuerdo a ello formular una propuesta de facilidades de pago y descuentos (menores tasas temporales) a aquellos comerciantes que sean buenos contribuyentes, o darles a conocer en primera instancia los beneficios otorgados por la Sunat al buen contribuyente.
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▪ Evaluación de la situación financiera de los comerciantes: del 07/01/2019 al 25/02/2019.▪ Elaboración de una propuesta de facilidades de pago y descuentos: del 4/03/2019 al 25/03/2019.

Estrategia N° 4: Escuchar y considerar la opinión de los contribuyentes.

Descripción	<p>El conocimiento de la percepción que la sociedad tiene sobre el funcionamiento de la Administración tributaria, sobre el cumplimiento de la misión que le está atribuida y sobre la idoneidad y calidad de los servicios que presta a los ciudadanos para facilitarles el cumplimiento de sus obligaciones fiscales puede ser de gran utilidad para emprender acciones de mejora. Por otra parte, el ofrecimiento a los ciudadanos de la posibilidad de manifestar su opinión a través de encuestas, estudios y análisis supone la apertura de un cauce para la colaboración pública en el perfeccionamiento de los servicios, programas y documentos de la Administración tributaria.</p>
Problemática	<p>La percepción negativa que tienen los comerciantes respecto al cobro y uso de los tributos, sobre todo en zonas alejadas del país que perciben persecución y hostigamiento y ningún beneficio.</p>
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">▪ Empezar acciones de mejora a partir de las opiniones de los contribuyentes.▪ Apertura de dialogo y confianza entre la administración tributaria y los contribuyentes.
Actividades específicas	<ul style="list-style-type: none">▪ Realizar encuestas sobre opinión pública, política fiscal, cuestiones y servicios concretos.▪ Medir la evolución de la opinión y las actitudes fiscales de los comerciantes.▪ Estudio sobre posicionamiento e imagen de la Agencia Tributaria.
Contenido	<p>Rescatar la opinión de los comerciantes respecto política fiscal, cuestiones y servicios sobre la Sunat, conocer sus actitudes Fiscales posteriores, y medir su nivel de cultura tributaria de forma periódica.</p>
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▪ Realización de la encuesta de opinión y nueva medida de nivel de cultura tributaria: 26 y 27 de octubre del 2019.▪ Estudio sobre imagen y posicionamiento de la Agencia Tributaria: 9 y 10 de noviembre del 2019.

Estrategia N° 5: La administración tributaria electrónica

Descripción	El tiempo y dinero que se requiere para cumplir con las obligaciones tributarias se traducen en un costo social perdido, ante ello surge la necesidad que el sistema tributario sea sencillo y rápido para minimizar el esfuerzo requerido al momento de gestionar y reportar nuestras obligaciones. De esta manera los servicios de información y asistencia pueden simplificarse con el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicaciones.
Problemática	El tiempo de demora para los trámites con formularios simples.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
Actividades específicas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sentar las bases para la realización de un concurso de programación y diseño de aplicativos webs que simplifiquen y faciliten los trámites y pagos a la Sunat de manera sencilla y divertida. ▪ Usar las redes sociales para brindar orientación e información sobre la actualidad de normativa tributaria y todos los procesos de trámites, declaración, pagos y beneficios. ▪ Introducción de la tecnología de información computarizada, reduciendo los formularios de declaración y pago con manuales automatizados. ▪ Uso de aplicativos móviles en la facilitación de trámites. ▪ Orientar y dar a conocer sobre los beneficios de uso masivo de comprobantes de pago electrónicos.
Contenido	El diseño del aplicativo web tendrá que brindar información actualizada, reducir los formularios de declaración y mostrar los pagos con manuales automatizados, ser interactivo y amigable con el contribuyente. Además, por redes sociales se mantendrá informado y orientado al contribuyente de los diferentes procesos y cambios de la normativa tributaria. Además en la estrategia N° 1 se dará a conocer los beneficios y facilidades del uso de comprobantes de pago electrónicos y el uso de la tecnología en la simplificación de procesos.
Cronograma	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación de páginas o Grupos en redes sociales que brinden información al contribuyente: 26/11/2018 ▪ Inicio de la realización de bases para concurso de diseño de aplicativo web: 07/01/2019

Estrategia N° 6: Los servicios de asistencia para el cumplimiento de las obligaciones tributarias

Descripción	La prestación por la Administración tributaria de servicios de asistencia o ayuda constituye una línea de actuación fundamental para facilitar y fomentar de forma directa el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.
Problemática	Desorientación del contribuyente a la hora de declarar y pagar sus tributos y del régimen en el cual se encuentra según la normativa.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">▪ facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente.
Actividades específicas	<ul style="list-style-type: none">▪ Los programas informáticos de ayuda para la confección de las principales declaraciones.▪ El borrador de declaración del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.▪ La confección de declaraciones en las oficinas de la Agencia Tributaria.▪ Medidas destinadas a facilitar el pago de las deudas
Contenido	Plantear la suscripción de un convenio con el Instituto Superior Tecnológico de San Ignacio para que brinde asistencia social en la confección de las principales declaraciones y estimación del pago del impuesto correspondiente (como ya se mencionó en la estrategia N° 2).
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▪ Envío de solicitud de gestión al Instituto Superior Tecnológico de San Ignacio: 20/11/2018▪ Fecha estimada de inicio de la colaboración de los estudiantes de contabilidad: 22/04/2018

Estrategia N° 7: La transparencia de la administración tributaria

Descripción	La transparencia de la actividad desarrollada por la Administración tributaria es un principio básico y pieza clave en la construcción de una Administración tributaria moderna, eficaz y eficiente, con prestigio y credibilidad ante la sociedad, que favorezca por ello la disposición de los ciudadanos a cumplir voluntariamente con sus obligaciones fiscales
Problemática	La percepción negativa que tienen los comerciantes hacia la Administración Tributaria acusándola de interferir en el desarrollo de sus negocios, además de realizar hostigamiento y persecución hacia los pequeños empresarios.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">▪ Conocer y evaluar el grado de eficacia y eficiencia de la Administración Tributaria.
Actividades específicas	<ul style="list-style-type: none">▪ Recopilar toda la información disponible sobre declaraciones, cuentas anuales, monto de recaudación y resultados de la sunat; así como el uso y destino del dinero recaudado y hacer llegar esta información a los comerciantes.▪ Informe mensual de Recaudación, en el que se faciliten datos del mes y acumulados del periodo de la recaudación de los principales impuestos.▪ Estadísticas sobre declaraciones anuales.▪ Estadísticas de cuentas anuales.▪ Información detallada de los objetivos fijados, con periodicidad semestral, de los resultados de su actividad.
Contenido	Solicitar a la Sunat que haga de conocimiento público y de manera periódica los montos de recaudación. Así mismo que brinde estadísticas sobre las declaraciones anuales y cuentas anuales. Además, brinde información de sus objetivos y los resultados de su actividad y haga llegar esa información de manera incluyente a los lugares más alejados del país para el conocimiento de todos los peruanos.
Cronograma	<ul style="list-style-type: none">▪ Trámites de gestión y pedido de información pública a la Administración Tributaria: 4/12/2018.▪ Inicio de búsqueda de información y propagación de las misma: 07/01/2019.

Presupuesto.

Estrategias involucradas	Recursos	Especificación	Costos (S/)
Estrategia N° 1	Capital humano	Coordinador, especialista en materia tributaria, administrativo	2,000
	Técnico	Ambiente físico equipado, computadora, proyector, sonido.	500
	Material de apoyo	Guías con desarrollos temáticos teóricos y prácticos sobre los distintos temas que se abordan en el taller.	200
	Seguimiento	Seguimiento y evaluación de los contribuyentes por las investigadoras o personal asignado.	500
Estrategia N° 2, Estrategia N°6 y Estrategia N°7	Capital humano	Estudiantes de contabilidad.	0.00
	Técnico	Soporte tecnológico (internet, tablets, celulares, pc)	800
	Trámites de gestión	Documentos de gestión, viajes de entrevistas, otros	800
	Seguimiento	Seguimiento y evaluación de la colaboración de los estudiantes y seguimiento de los trámites de gestión.	500
Estrategia N° 3	Capital humano	Estudiantes, colaboradores e investigadores encargados de realizar el estudio de situación financiera y elaboración de propuesta de facilidades de pago y descuentos	300
	Material de apoyo	Hojas, lapiceros, refrigerios, entre otros	250
Estrategia N° 4	Capital humano	Personal para las realización de encuesta y el estudio de imagen y posicionamiento de la Sunat	300
	Material de apoyo	Hojas, lapiceros, refrigerios, entre otros	250
Estrategia N°5	Capital humano	Personal especializado para la creación de bases para concurso de diseño de aplicativo web	1,500
	Trámites de gestión	Documentos de gestión, viajes de entrevistas, otros	800
Costo total			8,700

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

1. Los comerciantes del sector mercadillo de la provincia de San Ignacio tienen un nivel alto de cultura tributaria (56,9%). No obstante, hay un considerable 43,1% de comerciantes que presentan un nivel regular de cultura tributaria los cuales se convierten en el grupo objetivo para el fomento de la cultura tributaria, así como la consolidación del grupo que presenta una alta cultura. Cabe mencionar que el nivel alto y regular de cultura tributaria se debe básicamente a los elevados niveles de valores tributarios y las actitudes de los comerciantes hacia la participación y cumplimiento con sus deberes tributarios.
2. Los comerciantes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio cuentan con un considerable nivel de valores tributarios (alto: 49% de los comerciantes) pues están de acuerdo con el cumplimiento del pago y la declaración de los tributos, la declaración del monto real de los mismo, así como muestran respeto por las instituciones tributarias.
3. Los comerciantes del sector mercadillo de la Provincia de San Ignacio presentan un nivel alto (80,4% de los comerciantes) de Conocimientos Tributarios pues son conscientes de sus obligaciones como contribuyentes, conocen a la institución administradora de tributos del país, además de conocer al contrabando y la evasión como actividades ilegales. Cabe mencionar que el punto débil en la dimensión de conocimiento es el hecho que gran porcentaje de los comerciantes (49%) cree que no está obligado a declarar sus ventas y carece de conocimiento respecto del detalle de las normas tributarias.
4. Los comerciantes tienen un nivel bajo (39,2% de los comerciantes) respecto a las Creencias sobre la tributación, pues creen que el IGV es un gasto para su negocio y creen que los tributos no son para el beneficio del país. Apareciéndose que sus nociones sobre los beneficios de la tributación no soy muy buenas, traduciéndose esto consecuentemente en una reducción de sus obligaciones tributarias.
5. La percepción sobre los tributos por parte de los comerciantes también es baja (49,0% de los comerciantes). Pues están de acuerdo que existe una ineficiente administración de los recursos del país, así como que el sistema tributario no les permite su desarrollo como empresarios, todo ello sumado a la percepción de hostigamiento y persecución del Estado en su papel de recaudador

6. Finalmente, en relación a las actitudes de los comerciantes su nivel es muy alta (76,5%). Esto evidenciado en estar siempre dispuestos a aprender sobre sus obligaciones, a colaborar con la SUNAT y participar en charlas o capacitaciones. Reflejando un elevado grado de compromiso y participación de los comerciantes en mejorar respecto a sus responsabilidades fiscales y así adquirir los principios de una cultura tributaria responsable que pondere las buenas prácticas tributarias.
7. Las estrategias planteadas para promover el cumplimiento voluntario en los contribuyentes del sector Mercadillo de la provincia de San Ignacio se sustentan en mejorar las creencias y percepción que tienen los comerciantes respecto a los tributos (Charlas y capacitaciones al contribuyente, Escuchar y considerar la opinión de los contribuyentes, La transparencia de la administración tributaria), en instruir sobre la normativa tributaria, la simplicidad de procesos y asistencia (Fomento de la colaboración social, La simplificación de la normativa fiscal y su difusión general, La administración tributaria electrónica, Los servicios de asistencia para el cumplimiento de las obligaciones tributarias).

4.2.Recomendaciones

1. Conocidos los resultados en relación al nivel de Cultura Tributaria y sus respectivas dimensiones, es importante el acercamiento y orientación de las instituciones encargadas de la Administración Tributaria hacia los comerciantes, sobre todo en zonas fronterizas muy identificadas con el país pero que se sienten postergados a la vez. Este acercamiento debe llevarse a través de capacitaciones grupales e individuales, sobre temas de impuestos a la renta, regímenes tributarios, y funciones de las instituciones administradoras de impuestos, entre otros. Además, incorporar incentivos y/o descuentos con los comerciantes responsables, integrar el trato amable a sus colaboradores para que los comerciantes no perciban persecución y hostigamiento.
2. Se recomienda valorar esta investigación como fuente de información que brinde soporte sobre toma de decisiones respecto a acciones de promoción y difusión de la cultura tributaria, para que la SUNAT tenga a consideración las opiniones y percepciones de los contribuyentes más alejados del país que garantice la plena confianza entre Administrador y contribuyente.
3. Se sugiere implementar las estrategias planteadas y realizar un estudio correlacional para identificar el efecto de las estrategias en el nivel de cultura tributaria de los

comerciantes. Así como realizar de manera constante un diagnóstico sobre estos niveles de cultura tributaria identificando el comportamiento de las dimensiones de Valores, conocimientos, creencias, percepciones y actitudes respecto a la tributación.

4. Esta investigación descriptiva al ser la primera en su tipo que se hace en la fronteriza provincia de San Ignacio, se debe considerar además como fuente de información secundaria para posibles investigaciones futuras que busquen guiar el desarrollo de la provincia dentro de las leyes, responsabilidades y obligaciones que corresponden al ser parte de un Estado. Así mismo, las autoridades centrales deben canalizar el ingreso por tributos hacia el desarrollo y beneficio de las zonas más alejadas, garantizando así el cierre de brechas económico – sociales y generar un ambiente de confianza que promueva el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.

REFERENCIAS

- Alarcón García, G., & De Pablos Escobar, L. (2007). La conciencia fiscal y el fraude fiscal. Factores que influyen en la tolerancia ante el fraude. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Alelú Hernández, M., Cantín García, S., López Abejón, N., & Rodríguez Zazo, M. (s.f.). Estudio de encuestas. Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid.
- Anahuamán Urbina, L. (2014). La aplicación de estrategias para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias de los contribuyentes en la ciudad de Trujillo (tesis para obtener el título de Contador). Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Andrade Oseguera, M. Á., & García Vargas, E. (2012). *Cultura Tributaria para una mayor recaudación fiscal*. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Arias, L. A. (2011). Política Tributaria para el 2011-2016. *Economía y sociedad*, 77, 26-30. Obtenido de <http://old.cies.org.pe/files/documents/EyS/77/04-ARIAS.pdf>
- Armas, M. E., & Colmenares, M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *REDHECS-Universidad Rafael Bello Chacín*, 141-160.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (s.f.). *Recomendaciones y mejores prácticas para la tributación de PYMES en Latinoamérica*. BID. Obtenido de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5008/Recomendaciones%20y%20mejores%20pr%C3%A1cticas%20para%20la%20tributaci%C3%B3n%20de%20PYMES%20en%20Latinoam%C3%A9rica.pdf?sequence=1>
- Bonilla Sebá, E. C. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: la experiencia de Bogotá. *Ciudades, estados y política*, 21-35.
- Bravo Salas, F. (2010). *Cultura Tributaria*. Lima: SUNAT.
- Burga Argandoña, M. E. (2015). Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014 (Tesis de Licenciatura). Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Bustamante, W., & Moncayo, C. (2011). Diseño e implementación de estrategias para la consolidación de una efectiva cultura tributaria en el sector comercial de la bahía de Guayaquil "Cooperativa 4 de agosto" (tesis para optar el grado de magister). Guayaquil, Ecuador : Universidad Politecnica Salesiana.

- Cámara de Comercio de Cali. (2017). *Los comerciantes*. Obtenido de <http://www.ccc.org.co/file/2017/03/preguntas-frecuentes.pdf>
- Castillo Palacios, F. w. (14 de Marzo de 2012). *El Concepto de Estrategia*. Obtenido de PUCP: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/freddycastillo/2012/03/14/el-concepto-de-estrategia/>
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. (2010). *Serie Temática Tributaria: Estrategias para la facilitación del cumplimiento Tributario (p. 44 - 61)*. Panamá: CIAT.
- Cuevas Sarmiento, M. (s.f.). *Glosario de Política Fiscal*. Obtenido de <https://maricuevas.files.wordpress.com/2010/11/glosario-politica-fiscal1.pdf>
- Derechomx. (2014). *Recaudación Tributaria*. Obtenido de <http://derechomx.blogspot.pe/2012/04/recaudacion-tributaria.html>
- Díaz Rivillas, F., & Lindemberg Baltazar, A. H. (2014). *La moral fiscal y la búsqueda de una mayor reciprocidad entre el Estado y los ciudadanos en América Latina*. México D.F.: PRODECON.
- EL TIEMPO. (15 de julio de 2004). *Impuestos regresivos y progresivos* . Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1546244>
- Esper, S. C. (2008). La relación entre el pacto social y el sistema tributario: la subjetividad fiscal de la ciudadanía argentina. *cuadernos del Instituto AFIP*, 15-40.
- Galindo, M., & Ríos, V. (2015). Informalidad. *Serie de Estudios Económicos* , 1-10.
- GESTION. (21 de septiembre de 2017). *Sunat: ¿Cuánto suma la evasión tributaria en el Perú?* Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/sunat-suma-evasion-tributaria-peru-144009>
- Gobierno del Perú. (26 de marzo de 2018). *Regímenes Tributarios*. Obtenido de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
- Gomero Gonzales, N. A. (2016). Análisis económico y social por la aplicación de impuestos. *QUIPUKAMAYOC - Revista de la facultad de ciencias contables de la UNMSM*, 24(45), 113-120.
- Gómez Sabaíni, J. C., & Morán, D. (2016). *Evasión Tributaria en América Latina*. Santiago: CEPAL.
- Guíasjurídicas. (s.f.). *Carga fiscal*. Obtenido de http://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAAEAMtMSbF1jTAAASmJUxNLtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZap Ut-ckhlQaptWmJOcSoAM-sH9jUAAAA=WKE

- Guillermo García, J. (2007). El cumplimiento voluntario como institución de la reforma del sistema tributario venezolano. *Intangible Capital*, 3(16), 63-87. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/2963/El%20cumplimiento%20voluntario.pdf>
- Gutiérrez Martínez, M. (s.f.). La ética contributiva. Cimiento de una nueva cultura contributiva en México. *Prodecon*, 167-183.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Impuestospay. (s.f.). *Impuesto al valor agrgado*. Obtenido de <http://www.impuestospay.com/Guia%20Tributaria/iva.pdf>
- LATINOBARÓMETRO. (2010). *Informe Latinobarómetro 2010*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro. Obtenido de www.latinobarometro.org
- Ministerio de Economía y Finanzas. (23 de Agosto de 2017). *Marco Macroeconómico Multianual 2018 - 2021*. Obtenido de MEF: https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/marco_macro/MMM_2018_2021.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas. (s.f.). *Glosario de términos tributarios*. Obtenido de MEF: https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/glosario_tributario.pdf
- Mori Yong, M. P. (2011). Estrategias para Generar Conciencia Tributaria en la Recaudación Tributaria en las Empresas industriales en la Ciudad de Trujillo - Periodo 2011 (tesis de Licenciatura). Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Noreña, A. L., Alcaraz-Moreno, N., Rojas , J. G., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *AQUICHAN*, 12(3), 263-274. Obtenido de <http://jbposgrado.org/icuali/Criterios%20de%20rigor%20en%20la%20Inv%20cualitativa.pdf>
- Novoa Herrera, G. (20 de junio de 2008). *El Principio de la Capacidad Contributiva*. Obtenido de Derecho & sociedad: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/derysoc/2008/06/20/el-principio-de-la-capacidad-contributiva/>
- OECD/CEPAL. (2011). *Latin American Economic Outlook 2012. Transforming the State for Development*. OECD Publishing.
- Pecho, M., Velayos, F., & Arias, L. (2016). *Política Tributaria*. Lima: CIES. Obtenido de http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9B1BC5F64759CF8C

05258160006CC2DE/\$FILE/eje_2_2dpcompleto_ptributaria-
mpecho_fvelayos_y_larias.pdf

- Pérez Díaz, L. (2012). Estrategia tributaria para la optimización de la recaudación del impuesto sobre actividades económicas en el comercio informal en la urb. La Esmeralda, Municipio San Diego (trabajo de especialidad en Gerencia Tributaria). Bãrbula, Venezuela: Universidad de Carabobo.
- Perez Mantilla , D. V. (2016). La cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferretero de área comercial denominada "Albarracín", Trujillo 2015 (tesis para optar el título de contador público). Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Procuraduría de Defensa del Contribuyente. (2014). *Cultura Contributiva en América Latina*. México D.F.: PRODECOM.
- Quispe Cañi, D. J. (2012). La política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, año 2011 (tesis de Licenciatura). Tacna, Perú: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- Robles Moreno, P. (8 de Enero de 2008). *Contenido del Código Tributario Peruano*. Obtenido de PUCP:
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/carmenrobles/2008/01/08/contenido-del-codigo-tributario-peruano-a-proposito-de-la-norma-i-del-titulo-preliminar/>
- Roca, C. (2011). Estrategias para la formación de la cultura tributaria. Guatemala: Centro Interamericano de Administración Tributarias (CIAT).
- Salinas Siccha, R. (2007). La Prisión Preventiva y la Primera Casación en el nuevo Modelo Procesal Penal. *JUSjurisprudencia*, 233-244. Obtenido de
https://www.minjus.gob.pe/defensapublica/contenido/actividades/docs/392_9_prision_preventiva_y_primera_casacion_de_huaura_salinas_siccha%5B1%5D.pdf
- Sarduy González, M., & Gancedo Gaspar, I. (2016). La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver. *Cofin Habana*, 10(1), 126-141.
- Solórzano Tapia, D. L. (s.f.). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Obtenido de
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- SUNAT . (11 de septiembre de 2006). La Tributación y el Presupuesto Público del Año Fiscal 2007. Lima, Perú: sunat.

- SUNAT. (2001). *La evasión tributaria: un mal social*. Obtenido de http://www.sunat.gob.pe/institucional/publicaciones/revista_tributemos/tribut99/analisis.htm
- SUNAT. (2016). *¿Qué es la Sunat?* Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/index.html>
- SUNAT. (2016). *Impuesto General a las Ventas - IGV*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-general-a-las-ventas-igv-empresas/3053-concepto-tasa-y-operaciones-gravadas-igv-empresas>
- SUNAT. (2016). *Libro segundo: La administración tributaria, los administrados y la asistencia administrativa mutua en materia tributaria*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro2/libro.pdf>
- Tarazona López, I., & Veliz De Villa Vargas, S. S. (2016). *Cultura Tributaria en la Formalización de las MYPES, Provincia de Pomabamba - Ancash Año 2013* (tesis de Licenciatura). Lima , Perú: Universidad de Ciencias y Humanidades.
- UNAM. (2006). *El Comerciante*. Obtenido de <http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1234/docs/unidad2.pdf>
- Univeridad Nacional Autónoma de México. (s. f.). *Los Impuestos: Marco Conceptual*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/BonillaLI/cap1.pdf>
- Universidad Autónoma de México. (s.f.). *Los Impuestos*. Obtenido de UNAM: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/BonillaLI/cap1.pdf>
- UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA. (s.f.). *Medios, Instrumentos, Técnicas y Métodos en la Recolección de Datos e Información*. Obtenido de <http://postgrado.una.edu.ve/metodologia2/paginas/cerda7.pdf>
- Valero, M. T., Ramírez de Egáñez, T., & Moreno Briceño, F. (2009). *Etica y Cultura Tributaria en el Contribuyente*. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 58-73.
- Villanueva Barrón, C. K. (2011). Los beneficios tributarios: Exoneración, inafectación, entre otros. *Actualidad Empresarial*, 15-17.
- Villegas, H. (2001). *Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario*. Buenos Aires: Depalma.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario para medir el nivel de cultura tributaria

	<p>“ESTRATEGIAS PARA PROMOVER LA CULTURA TRIBUTARIA EN LOS CONTRIBUYENTES DEL SECTOR MERCADILLO DE LA PROVINCIA DE SAN IGNACIO, 2016” Formulario de encuesta 2017</p>	
--	--	---

Mediante la presente es grato dirigirnos a usted, así mismo para solicitarle su participación en el llenado del presente cuestionario, cuya información proporcionada es con fines exclusivamente de estudios universitarios, siendo totalmente anónima.

INSTRUCCIONES: marque con un aspa (x) en la celda que considere es congruente con su respuesta en cada una de las preguntas.

VALORES TRIBUTARIOS

Ítem	Escala de medición directa				
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. ¿Considera Ud. Necesario el cumplimiento del pago y la declaración de los tributos?					
2. ¿Considera Ud. Necesario el pago y la declaración del monto real de los tributos ?					
3. ¿Considera Ud. Necesario respetar las normas e instituciones tributarias?					

CONOCIMIENTOS TRIBUTARIOS

Ítem	Escala de medición directa				
	Totalmente cierto	Cierto	No sé	Falso	Totalmente falso
4. ¿Los tributos son obligaciones de pago que tienen los ciudadanos con el Estado?					
5. ¿Si el contribuyente así lo decide, no está obligado a declarar sus ventas?					
6. ¿La SUNAT es la institución que administra los tributos en el país?					
7. ¿El sistema tributario peruano se rige por un conjunto de normas?					
8. ¿El contrabando y la evasión de impuestos constituyen actividades ilegales?					

CREENCIAS SOBRE LA TRIBUTACIÓN

Ítem	Escala de medición directa				
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
9. ¿El pago del IGV es un gasto para mi negocio?					
10. ¿Cree Ud. Que se recaudan tributos para el beneficio del país?					

PERCEPCIÓN SOBRE LOS TRIBUTOS

Ítem	Escala de medición directa				
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
11. ¿Existe una administración ineficiente en la distribución equitativa de los recursos del Estado?					
12. ¿Percibe Ud. Que el sistema tributario permite el desarrollo de las empresas?					
13. ¿Percibe Ud. Que el Estado cumple un buen papel en la recaudación de los tributos?					

ACTITUDES

Ítem	Escala de medición directa				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

14. ¿Está Ud. Dispuesto a aprender más sobre sus obligaciones tributarias?					
15. ¿Está Ud. Dispuesto a colaborar con la SUNAT?					
16. ¿Está Ud. Dispuesto a participar de las charlas o capacitaciones que pudiera impartir la SUNAT?					