UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

La cultura tributaria y su influencia en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en
Lima en el 2018

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Contabilidad

AUTOR(ES)

Loza Mendoza, Leyla Gladys (0000-0002-1611-1843)

Villegas Perleche, Elizabeth Andrea (0000-0002-3972-7827)

ASESOR

Reyes Cuba, Kathia Rosario (0000 0002 1549 8345)

Lima, 09 de junio del 2020

DEDICATORIA

A Dios, por fortalecer nuestros pasos y por habernos dado fuerzas para el logro de nuestros objetivos; a nuestros padres, por su incondicional amor, apoyo y ejemplo de vida; a nuestros profesores y a nuestra asesora por el tiempo compartido y apoyo durante nuestra trayectoria universitaria.

AGRADECIMIENTOS

Nuestro agradecimiento a los docentes de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, quienes a lo largo de toda nuestra carrera fueron el principal motor de aprendizaje y ayuda en la adquisición de conocimientos básicos para nuestra formación profesional y un agradecimiento especial a nuestra asesora por sus enseñanzas, su paciencia y dedicación para lograr la realización del presente trabajo de investigación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad el evaluar la influencia de la cultura tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y el RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa en Chorrillos en el 2018. Actualmente, la Administración Tributaria entiende que la lucha contra la evasión tributaria es vital, y consideramos que la cultura tributaria es una variable esencial que permite a los contribuyentes ser conscientes de que las obligaciones tributarias son un deber sustantivo que todo ciudadano debe cumplir.

Por lo tanto, se analizó la variable de cultura tributaria mediante la segmentación en tres dimensiones: complejidad de procesos tributarios, nivel de educación y bancarización, ya que consideramos que estas tres variables son parte de la cultura tributaria y contribuyen al conocimiento tributario del contribuyente y la forma de aplicación de procedimientos. Por lo tanto, para evaluar su influencia en la determinación de las obligaciones tributarias se tomó una muestra de 41 comerciantes del rubro de mercería, ya que este rubro tiene un mayor número de establecimientos de venta del mercado estudiado.

El diseño de la investigación realizada es de enfoque cualitativo y cuantitativo y los resultados finales indican que existe influencia de la cultura tributaria en la determinación de obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Cooperativa Santa Rosa en el 2018. En base a los resultados obtenidos se han propuesto algunas recomendaciones con el fin de contribuir a la mejora de la cultura tributaria en el contribuyente.

Palabras Clave: Cultura tributaria; Obligaciones tributarias; Nuevo RUS; Régimen Especial.

Tax culture and its influence in determination of the tax obligations of the merchants of Nuevo RUS and RER in Mercado Cooperativa Santa Rosa from Chorrillos in Lima in 2018

ABSTRACT

The purpose of this research work is to evaluate the influence of the tax culture in determining the tax obligations of the merchants of the Nuevo RUS and the RER in Mercado Cooperativa Santa Rosa from Chorrillos in 2018. Currently, the Tax Administration understands that the fight against tax evasion is vital, and we consider that tax culture is an essential variable that allows taxpayers to be aware that tax obligations are a substantive duty that every citizen must fulfill.

Therefore, the variable of tax culture was analyzed by segmentation into three dimensions: complexity of tax processes, level of education and banking, since we consider that these three variables are part of the tax culture and contribute to the tax knowledge of the taxpayer and how to apply procedures. Therefore, to assess its influence on the determination of tax obligations, a sample was taken of 41 merchants from the haberdashery item, since this item has a greater number of sales establishments in the studied market.

The design of the research carried out is a qualitative and quantitative approach and the results indicate that there is an influence of the tax culture in determining tax obligations in the merchants of Mercado Cooperativa Santa Rosa in 2018. Based on the results obtained, proposed some recommendations to contribute to the improvement of the tax culture in the taxpayer.

Keywords: Tax Culture; Tax Obligations; Nuevo RUS; Regimen Especial.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
Capítulo I: Marco Teórico.....	2
1.1. Cultura Tributaria.....	2
1.1.1. Definiciones.....	2
1.1.2. Nivel de educación tributaria.....	4
1.2. Procesos tributarios.....	19
1.2.1. Procedimientos tributarios.....	20
1.2.2. Complejidad de procesos tributarios	26
1.3. Bancarización.....	28
1.3.1 Definición	28
1.3.2. Normativa	28
1.3.3 Efectos tributarios de la bancarización.....	33
1.4. Sistema tributario peruano.....	34
1.4.1. Políticas tributarias	35
1.4.2. Código Tributario	36
1.4.3. Administración Tributaria	36
1.4.4. Tributo	36
1.4.5. Contribuyente	37
1.5. Determinación de tributos	37
1.5.1. Deuda Tributaria.....	38
1.5.2. Obligación Tributaria	38
1.5.3. Nacimiento de la obligación Tributaria.....	38
1.5.4. Cronograma de Obligaciones Tributarias.....	38
1.5.5. Infracción Tributaria.....	38
1.5.6. Sanciones	39
1.5.7. Evasión Tributaria	40
1.5.8 Impuesto a la Renta	40
1.6. Micro y Pequeña Empresa – MYPE	44
1.6.1. Definición.	44

1.6.2. Características.....	45
1.6.3. Importancia.....	45
1.6.4. Evolución de la Legislación de las MYPE en el Perú.....	48
1.7. Régimen tributario	50
1.8. Sector Comercio.....	57
1.8.1. Definiciones del sector comercio	57
1.8.2 Mercado de abastos	59
<i>Capítulo II: Plan de Investigación</i>	<i>66</i>
2.1. Estado de la Cuestión	66
2.2. Justificación.....	74
2.3. Planteamiento del problema	75
2.3.1. Problema principal.....	77
2.3.2. Problemas secundarios	77
2.4. Hipótesis	78
2.4.1. Hipótesis General	78
2.4.2. Hipótesis específicas	78
2.5. Objetivos.....	79
2.5.1. Objetivo General	79
2.5.2. Objetivos específicos.....	79
2.6. Limitaciones y parámetros	79
<i>Capítulo III: Metodología de la Investigación.....</i>	<i>80</i>
3.1 Objeto y nivel de investigación	80
3.2 Diseño de la investigación	80
3.3 Investigación cualitativa.....	81
3.3.1 Descripción de los instrumentos de recolección de datos	81
3.3.2 Población	81
3.3.3 Tamaño de la muestra.....	82
3.4 Investigación cuantitativa	82
3.4.1 Descripción de los instrumentos de recolección de datos.....	82
3.4.2 Población	83

3.4.3 Tamaño de la muestra.....	85
Capítulo IV Desarrollo.....	87
4.1 Aplicación de instrumentos.....	87
4.1.1 Aplicación de instrumentos: Entrevista a profundidad	87
4.1.2 Aplicación de instrumentos: Encuestas	103
4.2. Caso Práctico	138
4.2.1. Historia y antecedentes.....	138
Capítulo V. Análisis de Resultados.....	140
5.1 Aplicación de resultados	140
5.1.1 Resultado del estudio cualitativo.....	140
5.1.2 Resultado del estudio cuantitativo.....	146
5.1.3 Análisis del caso práctico	166
CONCLUSIONES.....	172
RECOMENDACIONES.....	175
1. BIBLIOGRAFIA.....	180
2. ANEXOS.....	197
A. CRONOGRAMA	197
B. MATRIZ DE CONSISTENCIA	198
C. PRESUPUESTO	200
D. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD	201
E. ENCUESTA A LOS COMERCIANTES DEL RUBRO DE MERCERÍA.....	203
F. CARTA DE PRESENTACIÓN	208

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Las MYPE según Número de Trabajadores y Ventas	49
Tabla 2. Categorías del NRUS.....	53
Tabla 3. Muestra para enfoque cualitativo.....	82
Tabla 4. Análisis de las preguntas de las encuestas realizadas	146
Tabla 5. Estadística de Fiabilidad- Alfa de Cronbach	157
Tabla 6. Tabla cruzada Cultura Tributaria*Determinación de las Obligaciones Tributarias.....	158
Tabla 7. Pruebas de chi-cuadrado Cultura Tributaria y Determinación de las Obligaciones Tributarias	159
Tabla 8. Tabla cruzada Complejidad de Procesos Tributarios*Determinación de las Obligaciones Tributarias.....	160
Tabla 9. Pruebas de chi-cuadrado Complejidad de Procesos Tributarios*Determinación de las Obligaciones Tributarias.....	161
Tabla 10. Tabla cruzada Nivel de Educación Tributaria*Determinación de las Obligaciones Tributarias	162
Tabla 11. Pruebas de chi-cuadrado Nivel de Educación Tributaria*Determinación de las Obligaciones Tributarias.....	164
Tabla 12. Tabla cruzada Bancarización*Determinación de las Obligaciones Tributarias	165
Tabla 13. Pruebas de chi-cuadrado	166
Tabla 14. Distribución porcentual de establecimientos en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos según el Régimen Tributario.....	167
Tabla 15. Distribución de establecimientos en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos según el Régimen Tributario	167
Tabla 16. Cantidad de comerciantes en el Nuevo RUS del Mercado Cooperativa Santa Rosa que evaden impuestos	168
Tabla 18. Propuesta de bancarización según Régimen Tributario.....	178

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Educación Fiscal. Adaptado de Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal.....	9
<i>Figura 2.</i> Educación Tributaria.....	11
<i>Figura 3.</i> Cultura Tributaria en Bogotá	14
<i>Figura 4.</i> Cuadro comparativo sobre cultura tributaria Internacional	19
<i>Figura 5.</i> Procedimientos Tributarios.....	20
<i>Figura 6.</i> Procedimientos de Fiscalización.....	21
<i>Figura 7.</i> Etapas del procedimiento de cobranza coactiva	22
<i>Figura 8.</i> Proceso de Reclamo ante la Administración Tributaria.	23
<i>Figura 9.</i> Proceso de apelación ante el Tribunal Fiscal.....	24
<i>Figura 10.</i> Procedimiento no contencioso	25
<i>Figura 11.</i> Sistema Tributario Nacional	35
<i>Figura 12.</i> Aplicación del Régimen de Gradualidad	39
<i>Figura 13.</i> Concepto de renta en la doctrina.....	42
<i>Figura 14.</i> Categorías del Impuesto a la Renta.....	44
<i>Figura 15.</i> Estimación del número de empleos en el sector privado, según estrato de empresas, 2016.....	46
<i>Figura 16.</i> Estimación del aporte de las empresas privadas formales al valor agregado del sector privado, por tamaño empresarial 2015	47
<i>Figura 17.</i> Cuadro comparativo del Nuevo RUS y RER.....	56
<i>Figura 18.</i> Mercado de Abastos registrados, según departamento, 2016.....	84
<i>Figura 19.</i> Mercado de abastos de Abastos en Chorrillos	84
<i>Figura 20.</i> Distribución de puestos de venta por rubros del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima.	85
<i>Figura 21.</i> Tabulación de las respuestas de los encuestados, 2019	103
<i>Figura 22.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N° 1.	104
<i>Figura 23.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N° 2	105
<i>Figura 24.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N° 3.	106
<i>Figura 25.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°4.	107
<i>Figura 26.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°5	108

<i>Figura 27.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°6.	109
<i>Figura 28.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°7.	110
<i>Figura 29.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°8.	111
<i>Figura 30.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°9.	112
<i>Figura 31.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°10.	113
<i>Figura 32.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°11.	114
<i>Figura 33.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°12.	115
<i>Figura 34.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°12.	116
<i>Figura 35.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°14.	117
<i>Figura 36.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°15.	118
<i>Figura 37.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°16.	119
<i>Figura 38.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°17.	120
<i>Figura 39.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°18.	121
<i>Figura 40.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°19.	122
<i>Figura 41.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°20.	123
<i>Figura 42.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°21.	124
<i>Figura 43.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°22.	125
<i>Figura 44.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°23.	126
<i>Figura 45.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°24.	127
<i>Figura 46.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°25.	128
<i>Figura 47.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°26.	129
<i>Figura 48.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°27.	130
<i>Figura 49.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°28.	131
<i>Figura 50.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta N°29.	132
<i>Figura 51.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°1.	133
<i>Figura 52.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°2.	134
<i>Figura 53.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°3.	135
<i>Figura 54.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°4.	136
<i>Figura 55.</i> Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°5.	137
<i>Figura 56.</i> Comerciantes encuestados en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos pertenecientes al Nuevo RUS.	138
<i>Figura 57.</i> Comerciantes encuestados en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos pertenecientes al Régimen RER.	139

<i>Figura 58. Comerciantes encuestados en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos pertenecientes al Régimen RUS.....</i>	<i>139</i>
<i>Figura 59. Resumen de procesamiento de caso -Alfa de Cronbach.....</i>	<i>156</i>
<i>Figura 60. Impuesto mensual omitido de los Comerciantes del régimen RUS en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en el año 2018.....</i>	<i>168</i>
<i>Figura 61. Ingresos recaudados por SUNAT- RUS según actividad económica, 2018.....</i>	<i>169</i>
<i>Figura 62. Contribuyentes según Régimen Tributario, 2018.....</i>	<i>169</i>
<i>Figura 63. Impuesto mensual omitido de los comerciantes del Régimen RUS en el Perú en el año 2019.....</i>	<i>171</i>

INTRODUCCIÓN

El gobierno de cada país del mundo tiene el deber de proveer a la sociedad un conjunto de bienes y servicios con el fin de promover el bienestar social y económico. Para cumplir con dichas responsabilidades con el pueblo, el gobierno requiere de ingresos fiscales necesarios. Por ello, es importante conocer los diversos desafíos que enfrenta cada gobierno para lograr una adecuada recaudación fiscal, y en ocasiones, la recaudación se torna complicada debido al incumplimiento, evasión tributaria y/o informalidad de los contribuyentes. Por ende, cada país tiene una entidad encargada de velar por el cumplimiento de las obligaciones tributarias, administrar los tributos, proponer y/o promover normas tributarias con el fin de mejorar la recaudación fiscal de su país.

En el Perú, la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, (SUNAT), es la entidad responsable de administrar y recaudar los impuestos según sus funciones establecidas en el artículo 4° del Reglamento de Organización y Funciones de la SUNAT, aprobado por Resolución de Superintendencia N°122-2014/SUNAT y modificatorias. Entre sus principales funciones, están el fiscalizar y controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y sancionar las faltas tributarias y/o aduaneras en las que incurra el usuario. Por otro lado, el gobierno peruano cuenta con un sistema tributario en donde se establece el Código Tributario y los tipos de tributos de gobierno central y local. Además, se tiene establecido cuatro regímenes tributarios, los cuales son: Nuevo Régimen Único Simplificado, Régimen Especial de Renta, Régimen MYPE Tributario y Régimen General. La obligación de pertenecer a uno de estos regímenes es en base al nivel de ingresos, tipo y tamaño de empresa.

En el presente trabajo de investigación, nos enfocaremos en el Régimen Único Simplificado - RUS y el Régimen Especial de Renta – RER. Asimismo, dentro de estos regímenes, el sector predominante es el de Comercio Minorista y estos, en su mayoría, son contribuyentes de los mercados de abastos. Por ello, se eligió al Mercado Cooperativa Santa Rosa en Chorrillos – Lima, en donde se analizará cómo la cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes en el periodo 2018.

Capítulo I: Marco Teórico

1.1. Cultura Tributaria

1.1.1. Definiciones

1.1.1.1. Cultura

La cultura se define como un conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar un juicio crítico, conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.; por lo cual toda sociedad tiene cultura y esta es aplicada a diario en las relaciones interpersonales. (Real Academia de la lengua española, [RAE], 2019). Asimismo, la cultura se considera como un conjunto de conocimientos y convicciones que son consustanciales con la experiencia de la persona y estos condicionan las actitudes o el comportamiento de cada individuo en la sociedad y en el mundo. (Sobrevilla, 2013).

Finalmente, de acuerdo con Estrada (2014), en una investigación realizada para la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) de Guatemala, define a la cultura como un conjunto de creencias, costumbres y pautas de conducta en que se expresan las personas en la sociedad en un determinado periodo de tiempo y espacio.

1.1.1.2. Cultura Tributaria

La cultura tributaria es definida como una conducta que se manifiesta mediante el cumplimiento permanente de las obligaciones tributarias con base en la razón, la confianza y la afirmación de la ética personal, respeto a la Ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social. (SUNAT, 2019).

Según Quintanilla (2012), define a la Cultura Tributaria como conjunto de costumbres y hábitos individuales y colectivos que permiten el cumplimiento de los deberes y la defensa de los derechos relacionados con los tributos recaudados por el Estado, el cual debe ser administrado de manera que beneficie a los contribuyentes y la sociedad en general.

También, la cultura tributaria es definida como un conjunto de conocimientos, percepciones, actitudes y prácticas de la sociedad ante la tributación. (Estrada, 2014). Además, se define como un conjunto de supuestos de conducta básicos de la población acerca de lo que se debe hacer y lo que no se debe hacer en relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias. (Amasifuen, 2016).

Por otro lado, se destaca lo descrito por Castillo, S. y Castillo P. (2016), quienes identifican a la cultura tributaria como:

"El cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos y no bajo presión, por temor a las sanciones establecidas en el Código Orgánico Tributario".

Es decir, la cultura tributaria de las personas se ve reflejada en el cumplimiento de sus obligaciones con la Administración Tributaria como compromiso voluntario con la sociedad y el Estado, mas no como un acto obligado por evitar multas y sanciones.

Cabe resaltar, que algunos estudios mencionan que la cultura tributaria tiene un impacto en las obligaciones tributarias de los contribuyentes, de los cuales se mencionan los siguientes:

Según Lizana (2017), en la tesis que ha elaborado para obtener su título en Contabilidad, titulada "*Cultura Tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de rentas de personales de la población de la región de Lima, año 2017*", indica que una conciencia tributaria deficiente influye en el cumplimiento de la presentación y pago de las obligaciones tributarias. Por otro lado, la falta de concientización en temas social y ético conlleva a que el contribuyente se encuentre más predispuesto a incurrir en infracciones y sanciones tributarias constantemente.

La investigación realizada por Marquina (2013), en su tesis para obtener el grado de Contador Público titulada "*Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una*

verificación de obligaciones formales SUNAT – Intendencia Lima en el periodo 2013”, concluye que la población investigada tiene un deficiente conocimiento tributario lo que conlleva a que incurran en faltas, las cuales son evidenciadas en las verificaciones realizadas por SUNAT y las multas que, finalmente, afectan su economía y a la recaudación fiscal. Además, indica que el bajo nivel de cultura tributaria es debido a la falta de difusión de información y capacitación a los contribuyentes por parte de la Administración Tributaria.

Asimismo, destacamos la investigación realizada por Hanco (2015) en su tesis para obtener el grado de licenciatura en Contabilidad, el cual se denomina *“Nivel de cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca periodos 2012-2013”*, indica que más del 50% de la muestra estudiada tiene un nivel bajo de cultura tributaria y no pagan impuestos. Esta situación genera mayor informalidad en los diferentes rubros del sector investigado.

Por último, Onofre, Aguirre y Murillo (2017) en su artículo titulado: *“La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos”* en la revista Dominio de las Ciencias, indican que la población investigada considera que los impuestos son una obligación solidaria y una acción inevitable que de no realizarse tendrá una sanción.

1.1.2. Nivel de educación tributaria

La educación tributaria es llevada a cabo por agentes del Estado y las distintas sociedades civiles con el fin de fomentar conductas fiscales responsables en los contribuyentes y estos tengan participación ciudadana en los debates políticos sobre recaudación fiscal y la distribución de los recursos por parte del Estado. Esto debido a que, existe un vínculo directo entre la ética fiscal y la percepción del contribuyente en temas tributarios y la calidad del gasto público. Es decir, los contribuyentes están dispuestos a cumplir con sus obligaciones de manera voluntaria en los segmentos donde se percibe servicios públicos de calidad. (Organisation for Economic Co-operation Development, [OECD], 2015).

Según Roca (2011), la educación es la base principal para la formación de una buena cultura tributaria y considera un medio de gran poder para la transformación de la forma de actuar y pensar de los individuos.

En nuestro país, el Gobierno fomenta la educación tributaria y por ello, mediante Resolución Ministerial Nro. 138-2018 MINEDU emitida por el Ministerio de Educación, decretó que las instituciones públicas y/o privadas incorporen en su calendario cívico escolar la segunda semana de octubre de cada año como la “Semana de la educación tributaria y lucha contra el contrabando”.

1.1.2.1. Cultura tributaria Internacional

Como antecedente, se describe la investigación de Vanegas (2016), en su artículo titulado: “*Caracterización de la cultura tributaria en estudiantes de grado noveno*” en la revista *Vínculos* de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Colombia, indica que la población de estudio poco o nada conoce sobre temas de impuestos, su procedencia y aplicación. Sin embargo, se pudo evidenciar que los estudiantes logran identificar y definir aspectos teóricos tributarios mediante gráficas y lecturas, pero tienen deficientes conocimientos sobre los beneficios de tributar.

También, se resalta la investigación hecha por Arroyo, Espinosa y Amezcua. (2014) bajo el título de “*La concientización fiscal de los contribuyentes como base para formar la cultura tributaria en México*” de la revista de Ciencia Administrativa, aquí se indica que en el país no es posible controlar la evasión tributaria y es complicado convencer a la población que cumpla con sus obligaciones tributarias de manera justa y correcta. La conclusión más resaltante de esta investigación es que la educación podría tener un impacto muy importante en la cultura tributaria mexicana, para así mejorar las actitudes y valores de los ciudadanos de dicho país. También, indica que la cultura tributaria debe ser una iniciativa de la población y la participación de los involucrados debe ser activa, tales como: contribuyentes, instituciones educativas y los demás responsables del Sistema Tributario mexicano.

Finalmente, Borrero (2012) en su investigación realizada en Ecuador para obtener Título de Magister en Administración Tributaria titulada: *"Implementación de la educación tributaria a nivel universitario en la ciudad de Cuenca"*, indica que los contribuyentes en Ecuador saben que hay obligaciones tributarias que cumplir, pero desean saber los beneficios por pagar sus impuestos. Las capacitaciones dadas por el Servicio de Rentas Internas – SRI, en su mayoría, son en base a temas relacionados con las obligaciones de los contribuyentes, más no en los derechos que estos poseen. En el sector Austro del SRI hay mayor interés en capacitar a los contribuyentes con el fin de mejorar su cultura tributaria y esto se ve reflejado en el aumento del número de personas capacitadas en pocos eventos programados. Asimismo, se indica que el diseño de los programas impartidos no se encuentra enfocados en los futuros profesionales en las universidades, ya que estos solo se dan mediante seminarios, a pesar de que el objetivo principal del SRI es fomentar la cultura tributaria.

Cada país, mediante los responsables de la Administración Tributaria, fomentan distintas actividades con miras a mejorar la educación tributaria. Actualmente, se viene desarrollando un programa integrado denominado Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF), el cual es una iniciativa de responsabilidad social universitaria con el apoyo de las Administraciones Tributarias de países en donde está presente. La idea del NAF fue iniciada por la Administración Tributaria de Brasil, La Receita Federal, y actualmente está presente en países como: Brasil, Ecuador, Costa Rica, Honduras, Guatemala, México, Chile, Argentina, Bolivia, Colombia y Perú. (Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal, [NAF], 2019).

Los objetivos fundamentales planteados para este programa masivo son:

- Brindar a los estudiantes de Contabilidad y Finanzas una práctica vivencia sobre asesoramiento fiscal.
- Apoyar de forma gratuita a los contribuyentes de baja renta
- Formar el sentido social de los impuestos en los estudiantes
- Proporcionar conocimiento contable y fiscal mediante grupos de estudio e investigación.

Asimismo, se resalta alguno de los programas impulsados en los últimos años en nuestra región y estos son detallados en el libro titulado "Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía" publicado en el 2015 y son detallados a continuación.

Brasil: Apoyo Contable y fiscal para contribuyentes con rentas bajas: Secretaria Federal Brasileña de Impuestos y Aduanas (Receita Federal).

La Receita Federal es responsable de la Administración Tributaria, seguridad social y de temas aduaneros en Brasil y es una agencia adscrita al Ministerio de Finanzas de dicho país. La principal premisa de esta Institución es fomentar la aceptación de la fiscalidad en la sociedad mediante el desarrollo de actividades de formación tributaria durante muchos años. Por consiguiente, en el 2012 la Receita Federal lanzó el programa de Educación Cívico - Tributaria dirigido a ciudadanos y estudiantes, funcionarios y empleados públicos, auditores contables y agentes de aduanas. La idea fundamental del programa es:

- Fortalecer lazos entre el Estado y el contribuyente.
- Divulgar normativa tributaria.
- Lograr impulsar el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales con el fin de contribuir a la mejora continua de la calidad de los servicios públicos.

En el 2012 se realizó 11, 941 eventos relacionados a la Educación Cívico - Tributario en todo Brasil y para mediados del 2013 ya se habían realizado 4,500 eventos más. Los objetivos planteados en la realización de los eventos son:

- Informar a los ciudadanos sus derechos y obligaciones, la importancia de tributar y el control del gasto público.
- Fomentar la orientación sobre las obligaciones tributarias y aduaneras.
- Informar a los contribuyentes sobre de los diversos servicios disponibles al público prestados por la Receita Federal.
- Impulsar la cooperación interinstitucional

- Fomentar la integración entre el contribuyente y la Administración tributaria mediante la contribución de la mejora continua de los servicios.

En el desarrollo del programa de Educación Cívico - Tributario se detectó que la complejidad en el Sistema tributario brasileño generaba accesos desiguales a información, sobre todo en grupos de ciudadanos desfavorecidos económicamente, quienes no pueden contar con asesoría de profesionales expertos en temas tributación y ordenamiento jurídico. Ante esta situación, se implementó el programa llamado Servicio de Asesoría Jurídica para Personas Desfavorecidas - SAJU, en donde se abrieron centros de asesoría jurídica en las Facultades de Derecho en donde estudiantes capacitados brindan asistencia gratuita. El éxito de SAJU conllevó a la creación del programa Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal – NAF con la participación de los estudiantes universitarios y al 2015 contaba con 26 centros a nivel nacional. Cabe resaltar, que el NAF fue creado teóricamente en el 2008 pero su impulso y desarrollo a gran escala se dio a partir del 2011. Los objetivos planteados son:

- Prestar asistencia fiscal y contable a las personas de bajos recursos económicos (empresas o personas con ingresos menores a \$12,000 y/o empleados cuyas facultades no les permita una asistencia cualificada).
- Ser un centro para la creación de conocimiento tributario a través de debates, presentaciones grupales y visitas a los contribuyentes.

El balance de los programas es que los costos representan un gran reto para la Administración Tributaria en temas de costo, seguimiento y el desarrollo organizado del programa. Por otro lado, muchos de los estudiantes trabajan y se requieren mecanismos que permita involucrarlos en mayor medida con el programa, algunos centros prefieren trabajar con estudiantes de primer año de contabilidad ya que ellos tienen mayor motivación por el curso y disminuye el riesgo de abandono. Finalmente, el NAF permite fortalecer la relación del auditor contable y la Administración Tributaria, pues estos profesionales se inician trabajando de la mano con la Administración Tributaria. (OECD, 2015).

En la actualidad, en Brasil hay más de 270 centros de NAF distribuidos a nivel nacional, quienes continúan brindando orientación y asistencia en temas de declaraciones juradas, registros, asistencia en la consulta de situación fiscal, programas en línea brindadas por la Receita Federal de Brasil entre otros. (NAF, 2019).

Figura 1. Educación Fiscal. Adaptado de Núcleos de Apoio Contábil e Fiscal [NAF], 2019

Chile: Presencia electrónica emergente: Servicio de Impuestos Internos (SII)

El servicio de Impuestos Internos es una institución fiscalizadora del estado chileno y está adscrita a la Subdirección de Fiscalización de la Dirección Nacional. El programa de Educación Fiscal del SII en Línea fue lanzado por la Subdirección de Fiscalización en el 2006 mediante dos herramientas principales en el portal web educativo:

- **SIIeduca:** Dirigido a docentes, padres, tutores y a la comunidad en general con información sobre Educación Fiscal, con secciones especiales para docentes y tutores, materiales educativos para los estudiantes sobre gestión de empresas y normativa mercantil y tributaria, enlaces de redes sociales, noticias actuales y videos explicativos

- Planeta SII: Dirigido a estudiantes de educación primaria (de 6 a 13 años) y a sus profesores cuyos contenidos didácticos y juegos en línea que permiten el aprendizaje de los valores cívicos, la ética, el respeto a las normas, trabajo en equipo y valores.

Ambos portales son de acceso libre y gratuito. Es impulsado con el fin de lograr un cambio de percepción acerca de la fiscalización en los chilenos y la sensibilización con la relación existente entre la dimensión social y los impuestos e impartir, principalmente en los niños, una conducta responsable como parte de una inversión a futuro. Adicionalmente, el programa Educación Fiscal del SII proporciona información fiscal mediante herramientas y contenidos didácticos mediante:

- Obra teatral llamado "Ingresando al planeta SII".
- Artículos promocionales en revistas.
- Entrega de material didáctico para ser usados en el aula.
- Series de televisión.
- Visitas a colegios y charlas dadas por los funcionarios del SII
- Incorporar temas de educación tributaria en los planes de enseñanza secundaria y educación superior.

Todas estas actividades son dirigidas y coordinadas por la Subdirección de Fiscalización con 180 monitores de educación fiscal. Como balance del programa se puede mencionar que; se ha logrado potenciar la difusión de contenidos fiscales en un ámbito escolar más amplio y el reto a enfrentar es mantener la información actualizada. (OECD, 2015).

El programa se convirtió en una herramienta importante que ayuda a fomentar contenidos fiscales en diversos ámbitos. Por otro lado, el principal desafío enfrentado es mantener la información actualizada según las necesidades del público objetivo y los avances tecnológicos. (OECD, 2015).

En la actualidad, el Servicio de Impuestos Internos, continúa desarrollando e impulsando programas relacionados a la educación tributaria dirigidos tanto a estudiantes como a los contribuyentes. Como se muestra en la siguiente imagen, los programas SIIeduca y Planeta SII

continúan vigentes y además se han agregado más herramientas y programas de educación tributaria al servicio del contribuyente y demás interesados que deseen obtener información. (Servicios de Impuestos Internos, [SII], 2019).

- **Inscríbete en Charlas:** Esta herramienta dirigida al público en general, pone a disposición del contribuyente el cronograma e inscripción a charlas gratuitas desarrolladas en todo el país y permite descargar un certificado de participación virtual. (SII, 2019).
- **Participa en cursos:** Brindan cursos gratuitos acompañado de videos educativos sobre facturación electrónica, inicio de actividades, impuestos, principales obligaciones ante el SII, entre otros. Los interesados pueden acceder a estos cursos previa inscripción. (SII, 2019).

Figura 2. Educación Tributaria. Adaptado de Servicio de Impuestos Internos (SII), 2019.

Colombia: Firma Digital y Campaña de la Renta en Línea: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacional – DIAN

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público. El programa de Educación Cívico Tributario en Colombia está a cargo de la Oficina de Comunicaciones del DIAN y planteó los siguientes objetivos:

- Promover la aceptación de los impuestos en la sociedad.
- Impulsar conductas fiscales responsables.
- Orientación e información actualizada en temas relacionados a normas, procedimientos y herramientas necesarias a disposición para el buen cumplimiento de las obligaciones.
- Educar sobre formas de pago de impuestos y explicar las razones del cumplimiento de este.
- Incrementar la cantidad de contribuyentes responsables con sus obligaciones fiscales.

Algunas de las actividades desarrolladas por el DIAN en aras de contribuir con la mejora de la Educación Cívico Tributario son:

- Desarrollo de sitios web para cada tipo de impuesto o tasa que facilite al contribuyente el cumplimiento de sus obligaciones.
- Realización de campañas en prensa y redes sociales con el fin de impulsar la aceptación social de los impuestos, informar sobre las normativas tributarias y aduaneras vigentes.
- Desarrollo de talleres, seminarios, videoconferencias, concursos y certámenes.
- Elaboración de folletos y guías digitales.

Las actividades descritas, están dirigidas a todos los contribuyentes sujetos a Impuesto sobre la Renta, Impuestos sobre Sociedades, jóvenes empresarios, Grupos de Acción Comunitaria que participan en ferias de servicios sociales y otras formas de asociación. (OECD, 2015).

El programa de Firma Digital y la Campaña de la Renta en Línea creado por la DIAN que permite a los contribuyentes firmar su Declaración de Renta en línea de forma más fácil, protegiendo los datos y simplificando en gran medida el proceso de presentación ya que no es

necesario imprimir ni firmar formularios para el banco; además, ya es obligatorio para todas las grandes empresas del país previa obtención de un número de identificación fiscal. El impacto de este programa se vio reflejado en el incremento de las declaraciones en línea en 8 veces más en el año 2012 en comparación al año 2011. El índice de cumplimiento voluntario fue mayor lo que se traduce en que la Administración Tributaria Colombiana está intentando brindar herramientas más accesibles a los contribuyentes usando herramientas tecnológicas del momento que simplifican procedimientos y las visitas innecesarias a las agencias tributarias. (OECD, 2015).

En la actualidad, la Secretaría Distrital de Hacienda de Colombia viene desarrollando diversas actividades con el fin de mejorar la educación tributaria nacional enfocándose en las Instituciones Educativas de Bogotá con la participación de los estudiantes como futuros contribuyentes y conozcan la importancia de los impuestos en el desarrollo del país. (Secretaria Distrital de Hacienda [SDH], 2019).

- Yo aporto, Bogotá Gana: Es un programa dirigido a niños y niñas donde se da a conocer la importancia de la tributación mediante charlas, obras teatrales, y diversas actividades diversas realizadas en Instituciones Educativas. (SDH, 2019).
- Tributón: Videos con contenidos educativos con temas relacionados a impuestos vehiculares, de Industria y de Comercio. (SDH, 2019).
- Radio virtual: Con la alianza entre la oficina de Educación Tributaria y algunas universidades en donde se transmite programas radiales abordando temas como: Generalidades de la Secretaria de Hacienda, Simplificación tributaria, Oficina Virtual, entre otros. (SDH, 2019).

Figura 3. Cultura Tributaria en Bogotá. Adaptado de Secretaría General de Hacienda, 2019.

1.1.2.2. Cultura tributaria en el Perú

La investigación realizada por Vela (2017) para obtener el título profesional de Contadora Pública con su tesis titulada “*Cultura Tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los Microempresarios en Lima Metropolitana años 2015-2016*”, la autora concluye que la cultura tributaria de los contribuyentes influye directamente a la evasión y que muchos de ellos desconocen el destino del impuesto recaudado y los beneficios que deberían percibir por los mismos. Por ello, plantea que el camino para combatir las actividades de evasión se dé mediante la difusión de la cultura tributaria. La autora menciona que el nivel de educación de los contribuyentes no está asociado a la evasión tributaria y afirma que no importa el grado de educación que los contribuyentes tengan, pues mientras más preparados estos estén es mayor el grado de evasión de impuestos. Finalmente, el autor concluye que el contribuyente al no saber los beneficios de los impuestos y no saber sobre las sanciones y los procedimientos tributarios complejos para el cumplimiento de sus obligaciones, conlleva en muchos casos a que realicen actividades informales y tengan poco interés en convertirse en contribuyentes formales.

En diciembre del 2012 la SUNAT creó la Gerencia de Cultura Aduanera y Tributaria con el fin de impulsar un programa educación cívico-tributario. Los objetivos principales son; promover el cumplimiento tributario y aduanero mediante la sensibilización fiscal y prevención de delitos, promover el desarrollo económico y la inclusión social, educar al ciudadano sobre la importancia social de los impuestos y los efectos negativos de los delitos fiscales. Este programa es dirigido a todos los ciudadanos, haciendo énfasis en los jóvenes y los docentes a través de la asignación de actividades recreativas y artísticas extracurriculares en las escuelas y universidades. Asimismo, la SUNAT organiza sorteos escolares de comprobantes de pago en donde las instituciones pueden ganar hasta 300,000 dólares americanos, la iniciativa de Certificación Escolar que incentiva a los alumnos de quinto año de secundaria de todo el país a exigir comprobantes de pago el programa, el programa Ayni enseña a los niños el valor de los bienes y servicios públicos, la función social de los tributos y la importancia de exigir comprobantes de pago. Las principales enseñanzas de este programa son: complejidad de implementar los programas en las escuelas ya que el Ministerio de Educación requiere de mayor tiempo para adoptar nuevas decisiones ya que requieren un profundo análisis, reflexión y experimentación del programa y los docentes capacitados por SUNAT no ejercían la docencia de manera adecuada lo que generaba que los alumnos presenten proyectos deficientes. (OECD, 2015).

Actualmente, la Administración Tributaria, a través de su portal web Cultura Tributaria y Aduanera, sigue desarrollando e impulsando programas en favor de mejorar la cultura tributaria nacional y estas están divididas según el campo de aplicación, tales como las escuelas, las universidades y la sociedad en general. En cada una de ellas hay distintos programas cuyo objetivo principal es fomenten la cultura tributaria nacional. (SUNAT, 2019).

En la Escuela:

- *Capacitación para docentes:* Este programa denominado "Educación Tributaria y Aduanera desde la escuela", es un programa virtual impulsado por la SUNAT y el Ministerio de Educación en donde capacitan a docentes de educación primaria y secundaria a nivel nacional mediante el desarrollo de tres módulos educativos y una actividad

aplicativa final. Las competencias consideradas son: “Convive y participa democráticamente en la búsqueda del bien común” y “Gestiona responsablemente los recursos económicos” con el fin de lograr hábitos de conciencia, respeto con la gestión de los recursos económicos públicos. El curso está diseñado para cuatro ediciones con 200 vacantes para cada edición y se desarrollará en el 2019, cada uno con una duración de siete semanas con una total de 120 horas académicas y al finalizar el curso se brindará un certificado digital de participación exitosa. (SUNAT, 2019).

- *SUNAT Visita las escuelas*: Este programa fue iniciado en el 2018 está dirigido a estudiantes de Lima Metropolitana y Callao de 4to, 5to y 6to grado de primaria, de 1ro a 5to grado de secundaria y en otros departamentos de nuestro país participan estudiantes de todos los grados de ambos niveles. El programa consiste en realizar actividades con temática de educación tributaria y aduanera tales como: mini teatro, juegos de ruleta, dados y canciones. Los objetivos principales del programa son: promover la participación de los estudiantes e impactar en su aprendizaje, promover conductas positivas relacionadas a temas tributarios, conocer la importancia de exigir la boleta de venta y el rechazo al contrabando. (SUNAT, 2019).
- *Semana de la educación tributaria y lucha contra el contrabando*: Este programa fue creado mediante Resolución Viceministerial Nro. 042-2018- MINEDU donde se establece que debe llevarse a cabo la segunda semana de octubre de cada año. El fin de este programa es desarrollar actividades diversas en conjunto con la comunidad estudiantil, padres de familia y la sociedad en general para generar conciencia y sentido de responsabilidad en temas tributarios y el rechazo al contrabando. (SUNAT, 2019)

En la Universidad:

- *Encuentros Universitarios Tributarios y Aduaneros*: El programa fue creado en el 2017 y es impulsado por la SUNAT en alianza con las Universidades nacionales y está dirigido a los estudiantes de educación superior, egresados, docentes, autoridades y demás público de esta red a nivel nacional en donde se abordan temas como:

- Cultura: Tributo al Perú.
- Tributos internos: Comprobantes de Pago Electrónico, trámites virtuales, Régimen MYPE Tributario.
- Aduanas: Importa y Exporta fácil.
- Otros temas de coyuntura e interés regional.

Asimismo, en ocasiones, se cuenta con la participación de socios estratégicos como: INDECOPI, PRODUCE y se presentan casos empresariales de éxito. (SUNAT, 2019).

- *Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF)*: Este programa viene siendo implementado en las Universidades e Institutos a nivel nacional en donde representantes de la SUNAT capacita de forma gratuita a estudiantes de las especialidades de Contabilidad, Administración, Negocios Internacionales, Economía, Derecho y demás carreras afines a la tributación y aduanas. Esta capacitación consta de 32 horas de clases teóricas y 18 horas de visitas guiadas haciendo un total de 50 horas. Las visitas consisten en mostrar cómo se lleva a cabo el servicio de atención y orientación a los contribuyentes y operadores de comercio exterior en los Centros de Servicio al Contribuyente y las principales sedes de Aduanas. El fin del programa es que los capacitados estén aptos para implementar y brindar servicios gratuitos de orientación en temas tributarios y aduaneros a pequeños empresarios y población interesada en general. (SUNAT, 2019).

En la sociedad:

- *Voluntariado SUNAT*: Este programa es parte de las actividades realizadas en la “Semana de la educación tributaria y lucha contra el contrabando” con el fin de fortalecer la cultura tributaria en el país. Está dirigido al público en general y en especial a los estudiantes de educación básica regular con el fin de impulsar la participación de los colaboradores en el desarrollo de actividades educativas y la sensibilización desde el aula en temas tributarios y aduaneros. (SUNAT, 2019).

- *Charlas a MYPES y emprendedores:* Los representantes de SUNAT realizan charlas dirigidos a empresarios MYPE con el fin de fomentar la cultura tributaria y aduanera en el sector. Estas charlas se llevan a cabo mediante las municipalidades, asociaciones y gremios encargados de reunirlos. Los temas expuestos son:

- Inscripción al RUC
- ¿Por qué tributar?
- Factura electrónica en el Régimen MYPE Tributario
- Regímenes tributarios y beneficios
- Gastos deducibles y no deducibles
- Comprobantes de pago
- Exporta fácil e importa fácil

Resumen: Cuadro Comparativo sobre Cultura Tributaria

Descripción	Brasil	Chile	Colombia	Perú
Administración Tributaria	Receita Federal	Servicio de Impuestos Internos - SII	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacional - DIAN	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT
Programas / Actividades	Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal - NAF	SII Educa	Firma Digital – Renta en Línea	Educación Tributaria y Aduanera desde la escuela
	Eventos de Educación Cívico - Tributario	Planeta SII	Yo apporto, Bogotá Gana	SUNAT Visita las escuelas
	Servicio de Asesoría Jurídica - SAJU	Charlas Tributarias	Tributón	Semana de la educación tributaria y lucha contra el contrabando
		Cursos Tributarios	Radio Virtual	Encuentros Universitarios Tributarios y Aduaneros
				Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF)
				Voluntariado SUNAT
				Charlas a Mypes y emprendedores

Figura 4. Cuadro comparativo sobre cultura tributaria Internacional. Elaboración propia, 2019.

1.2. Procesos tributarios

Como parte del cumplimiento con las obligaciones fiscales, los procesos tributarios implican el registro, la declaración y pago de los impuestos conforme sucede el hecho económico en el desarrollo de un determinado periodo económico y estos datos serán consolidados en los Estados Financieros. (Tenesaca & Delgado, 2017).

Además, Rescalvo (2015, como se citó en Tenesaca y Delgado, 2017) indica que los procesos tributarios son una serie de actividades que se emplean para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes exigibles de acuerdo con Ley. Tomando en cuenta lo antes mencionado, a continuación, se detalla las diversas acciones que realiza la Administración Tributaria peruana con el fin de gestionar la recaudación fiscal.

1.2.1. Procedimientos tributarios

Están conformados por una serie de acciones interrelacionadas cuya finalidad es gestionar, recaudar e inspeccionar los tributos, así como sancionar las infracciones tributarias y el cumplimiento de las obligaciones como contribuyente. (Delgado & Oliver, 2008). Asimismo, los Procedimientos Tributarios son definidos como procedimientos administrativos relacionados al ámbito tributario. (Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], 2019).

Por otro lado, de acuerdo con lo establecido en el Código Tributario, Libro Tercero, Artículo 112, los Procedimientos Tributarios son:

Figura 5. Procedimientos Tributarios. Adaptado del Art. 112 del Código Tributario, 2013.

1.2.1.1 Procedimiento de Fiscalización

La Administración Tributaria ejerce la facultad fiscalizadora de manera discrecional mediante la investigación inspección y control del cumplimiento de las obligaciones tributarias. (Decreto Supremo 133-2013- EF, Art. 62). Además, mediante el ejercicio de esta facultad, la SUNAT comprueba la correcta determinación de las obligaciones tributarias y aduaneras y esto culmina con la notificación de Resolución de Determinación y/o Resoluciones de Multa en caso el contribuyente haya incurrido en infracciones. (Decreto Supremo 085-2007 EF, art.1).

Figura 6. Procedimientos de Fiscalización. Adaptado de “CXXII Seminario de Derecho Tributario”, por Raúl Bustinza Carpio, 2016

Resolución de Determinación

Es el acto por el cual la Administración Tributaria informa al deudor tributario el resultado de la labor realizada con el fin de verificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, y como consecuencia establece la existencia del crédito o de la deuda tributaria. (Decreto Supremo 133-2013- EF, Artículo 76).

Resolución de Multa

Es el documento emitido por SUNAT al deudor tributario cuando ha cometido una infracción tributaria. Las infracciones más frecuentes se agrupan de la siguiente manera. (SUNAT, 2019).

- Infracciones vinculadas al RUC
- Infracciones vinculadas a los comprobantes de pago
- Infracciones vinculadas a las declaraciones.

Orden de Pago

Es el acto en virtud mediante el cual la Administración exige al deudor tributario el pago de la deuda tributaria, previo a emitirse la Resolución de Determinación. (Decreto Supremo 133-2013- EF, Art. 78).

1.2.1.2. Procedimiento de Cobranza Coactiva

La Administración Tributaria ejerce esta facultad mediante un Ejecutor Coactivo quien actuará en el proceso de cobranza coactiva de la deuda tributaria contando con la colaboración de Auxiliares Coactivos. (Decreto Supremo 133-2013- EF, Art. 114). Además, la deuda exigible coactivamente es establecida mediante Resolución de Determinación o Multa y/o lo establecido en la Orden de pago notificado al contribuyente. ((Decreto Supremo 133-2013- EF, Art. 115).

Figura 7. Etapas del procedimiento de cobranza coactiva. Adaptado del “CXXII Seminario de Derecho Tributario” por Raúl Bustinza Carpio, 2016

1.2.1.3. Procedimiento Contencioso Tributario

Es un procedimiento administrativo, regulado por el Código Tributario, mediante el cual los deudores tributarios pueden cuestionar las Resoluciones emitidas por la Administración Tributaria que afecten sus intereses o derechos tomando en cuenta los plazos establecidos para cada procedimiento. Asimismo, está conformado por dos etapas. (Decreto Supremo 133-2013- EF, Art. 112).

La reclamación ante la Administración Tributaria.

Figura 8. Proceso de Reclamo ante la Administración Tributaria. Adaptado de “CXXII Seminario de Derecho Tributario”, por Raúl Bustinza Carpio, 2016.

La apelación ante el Tribunal Fiscal.

Figura 9. Proceso de apelación ante el Tribunal Fiscal. Adaptado de “CXXXII Seminario de Derecho Tributario”, por Raúl Bustinza Carpio, 2016.

1.2.1.4. Procedimiento No Contencioso

Los deudores tributarios canalizan solicitudes ante la Administración Tributaria con el fin de obtener pronunciamiento expreso vinculado a la determinación de obligación tributaria en un plazo máximo de 45 días. ((Decreto Supremo 133-2013- EF, Art. 112).

Figura 10. Procedimiento no contencioso. Adaptado de “CLXXVIII Seminario de Derecho Tributario”, por Daniel Gutiérrez Ríos, 2019

Solicitud de Devolución

Los deudores tributarios tienen derecho, entre otros, a: exigir la devolución del pago realizado en exceso o de manera indebida. (Decreto Supremo 133-2013- EF, Art. 92). Por otro lado, las devoluciones por pagos en exceso o pagos indebidos serán devueltos en moneda nacional más los intereses calculados por la SUNAT desde el día siguiente a la fecha de pago. (Decreto Supremo 133-2013- EF, Art. 38). Finalmente, según lo establecido en el Artículo 39 del Código Tributario, las devoluciones se harán mediante cheques no negociables, notas de crédito, giros y/o abono en cuenta corriente.

Solicitud de Prescripción

Esta solicitud es una limitación a las facultades de la Administración Tributaria para determinar la obligación tributaria, exigir el pago y aplicar sanciones correspondientes. Está fundamentado bajo la necesidad de dejar transcurrir tiempo a las situaciones de incertidumbre; por

lo tanto, quién presente una conducta de inacción por el tiempo establecido en la norma pierde la oportunidad para hacer valer algún derecho. (Gutiérrez, 2019).

Solicitud de Compensación

La compensación se produce cuando hay crédito y deuda tributaria a la vez. Los sujetos obligados al pago deben ser acreedores y deudores entre sí; por ello, no cabe la compensación de créditos de un tercero con deuda tributaria ajena, por cuanto el tercero no tiene la posición de deudor frente a la Administración. (Gutiérrez, 2019).

1.2.2. Complejidad de procesos tributarios

Con el fin de conocer la situación real de los contribuyentes peruanos respecto a la complejidad de los procesos tributarios, a continuación, se detallan algunas investigaciones realizadas en los últimos años en distintos puntos de nuestro país.

Lupaca (2015), en su tesis desarrollada para la obtención de Licenciatura titulado "*Análisis de la situación tributaria de los Centros Comerciales de Arequipa para incrementar la recaudación fiscal: Caso Centro Comercial Don Ramón en la actualidad*", uno de los objetivos específicos es el analizar el Sistema Tributario en el Perú en la actualidad frente al contexto de los Centros Comerciales. En relación con dicho objetivo, la conclusión es que el Sistema Tributario Peruano no está acorde a la realidad existente en los centros comerciales. Esto debido a que, en algunos sectores comerciales donde cuentan con asesoramiento tributario permanentes la aplicación es precisa, pero en el caso del comerciante micro y pequeño se evidencia el desconocimiento de las normas tributarias por ello, muchas veces, incurren en infracción.

Farro y Silva (2015), para obtener el grado de Licenciatura en Contabilidad, han desarrollado la tesis que lleva como título: "*Cultura Tributaria y su incidencia en la eliminación de infracciones y sanciones en una empresa de abarrotes de Chiclayo en el 2014*", concluyen que el 86% de la población estudiada considera que hay demasiada presión por parte de SUNAT mediante las constantes fiscalizaciones y cruces de información cuya finalidad es detectar

deficiencias para luego aplicar sanciones. Además, las infracciones más frecuentes son la no declaración mensual de IGV - Renta, atrasos en libros contables, no presentar información requerida por SUNAT y no declarar sus ingresos de manera correcta. Por lo tanto, los autores recomiendan que la empresa deberá reforzar sus conocimientos para la correcta aplicación de las normas tributarias con la finalidad de disminuir las sanciones tributarias y concientizar a los propietarios de la organización para que cumplan con sus obligaciones tributarias, ya que de esa manera se podrá exigir el uso correcto y transparente de los fondos públicos al Estado.

Pariente, Pajaico y Sánchez (2016), para obtener el título de Contador Público desarrollaron la tesis titulada: *“El Acogimiento al Nuevo Régimen Único Simplificado - RUS y la evasión tributaria de los comerciantes del mercadillo de San Vicente, Cañete - 2015”*, una de las conclusiones es que los comerciantes no tienen conocimiento de temas tributarios, y que el 100% de ellos saben que al no declarar sus impuestos incurren en infracción. Sin embargo, ellos no pueden aplicar la información impartida por representantes de SUNAT en las capacitaciones ya que no han comprendido el tema porque le parece muy complejo

Carlos y Ancajima (2017), realizaron una investigación, para la obtención del grado de Contador Público, titulado *"Evasión de impuesto de los comerciantes de abarrotes del Mercado La Perla, Chimbote - 2017"*, y uno de los objetivos planteados es la determinación por aproximación el nivel de incumplimiento del Impuesto General a las Ventas por parte de los comerciantes de abarrotes del Mercado. En relación con ello, la conclusión es que el 40% de la población estudiada atribuye su incumplimiento de obligaciones a los excesos en la regulación tributaria como: impuestos altos a pagar (27%), los requisitos a cumplir son excesivos (13%). Asimismo, un 33% comerciantes señala no entender los mecanismos tributarios por ser excesivamente complejo y los altos niveles de informalidad los lleva a evadir impuestos y no cumplir con sus obligaciones.

Finalmente, un estudio realizado por la consultora internacional TMF Group en junio del año 2017 sobre el Índice de Complejidad Financiera, el Perú ocupa el puesto 52 entre los países con mayor complejidad en el mundo para concretar negocios por las dificultades encontradas en materia contable y obligaciones tributarias vigentes. Asimismo, cabe resaltar que nuestra región,

América Latina, es una de las más complejas del mundo en asuntos contables y cumplimiento tributario debido a la práctica de imponer tres niveles de tributación tales como: Tributo Nacional, Regional y Municipal. (TMF Group, 2017).

1.3. Bancarización

1.3.1 Definición

La Bancarización consiste en formalizar todas las transacciones por medios legales, de manera que se puedan identificar con mayor facilidad el origen y el destino de estos movimientos, de esta forma, el Estado podrá ejercer su facultad de fiscalización con el fin de evitar el lavado de activos, la evasión tributaria, entre otros delitos (SUNAT, 2019)

Asimismo, el Banco Central de Reserva del Perú [BCRP] (2019), define a la Bancarización como “al grado de integración del sector real con el sector financiero, específicamente el volumen de transacciones que llevan a cabo los diversos agentes utilizando para ello las plataformas y los medios de pago que ofrecen los intermediarios financieros”.

Según Morales y Yáñez (2006), la bancarización se define como el establecimiento de relaciones entre las instituciones financieras y sus usuarios con el fin de utilizar los servicios financieros disponibles. Actualmente, la bancarización implica mucho más que el acceso al crédito, en efecto, los comerciantes utilizan diversas opciones como el acceso a cadenas de pago, corretaje de seguros, instrumentos de ahorro, asesorías financieras, operaciones de leasing, entre otros. Cabe resaltar, que en los últimos años han adquirido protagonismo los medios electrónicos de pago, como el ATM, Banca por Internet y el POS.

1.3.2. Normativa

El 26 de marzo del 2004 se publica la Ley N° 28194: “Ley para la lucha contra la evasión y para la formalización de la economía”, en la cual se establece la obligación de utilizar medios de pago bancarios para cancelar transacciones superiores a S/ 5,000 o \$ 1500. (Santa Cruz & Mestanza, 2015).

Este artículo fue modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 975, publicado en el 2007, modificando el monto a S/ 3,500 o \$ 1,000 vigente a partir del 01 de enero del 2008. (Santa Cruz & Mestanza, 2015).

Según el Artículo 5 de la Ley N° 28194, Las operaciones que superen el monto mencionado deberán utilizar los siguientes medios de pago, aun cuando se cancele mediante pagos parciales:

- Depósitos en cuenta:

Se refiere a la acreditación de dinero en una determinada cuenta y estos pueden realizarse en efectivo o mediante un instrumento financiero, excepto los que se encuentren en custodia o garantía. (Decreto Supremo 047-2004-EF). Asimismo, según el BCRP (2019), se entiende por “depositar” a aquellas obligaciones derivadas de la captación de recursos de las empresas y hogares mediante las diferentes modalidades que ofrece el Sistema Financiero autorizado por Ley. Por lo tanto, entre las modalidades más comunes se encuentran: Los depósitos en cuentas de ahorros y en cuentas corrientes; el primero, se refiere a la entrega de dinero de libre plazo que puede realizar el público y las empresas en el Sistema Financiero; mientras que el segundo se refiere a la entrega de dinero en los bancos, sobre la cual también se puede girar mediante la emisión de cheques.

- Giro:

Se refiere a la entrega de dinero a la Empresa del Sistema Financiero con el fin de que se entregue en efectivo a un determinado beneficiario en la misma plaza u otra distinta. (Decreto Supremo 047-2004-EF). Asimismo, según Greco (2008), es un contrato de servicios que incluye comisiones mediante el cual el cliente de la entidad bancaria entrega dinero en un determinado lugar geográfico para tenerlo a su disposición o a la de persona a la cual sea indicada en otro punto geográfico.

- Transferencia de fondos:

Se refiere a aquella autorización para que la Empresa del Sistema Financiero debite en la cuenta del ordenante un importe establecido por éste con el fin de ser abonado en la cuenta del beneficiario en una plaza o en otra distinta. (Decreto Supremo 047-2004-EF). Asimismo, las transferencias bancarias se definen como aquellos envíos de dinero a la orden de un cliente desde su propia cuenta bancaria, ordenante, a la cuenta bancaria de otra persona, beneficiario. (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA], 2019)

- Órdenes de pago:

Se refiere a aquella autorización en la que una Entidad del Sistema Financiero deberá debitar en la cuenta del ordenante un importe establecido por éste para que sea abonado a un beneficiario en la misma plaza o en otra diferente; dicha operación puede ser realizada por la Empresa del Sistema Financiero quien recibió la orden u otra entidad que se encargue de su realización. (Decreto Supremo 047-2004-EF).

- Tarjetas de débito expedidas en el país:

Se refiere aquellas tarjetas que permiten a su titular realizar pagos con cargos a las cuentas que mantiene con una determinada institución financiera en la cual se emitió dicha tarjeta. (Decreto Supremo 047-2004-EF).

- Tarjetas de crédito expedidas en el país:

Son aquellas tarjetas en la que su titular puede realizar compras hasta un límite previamente acordado con la Empresa del Sistema Financiero que emitió dicha tarjeta. (Decreto Supremo 047-2004-EF). Asimismo, según el Banco Central de Reserva del Perú (2019), se define como aquella tarjeta mediante la cual el titular tiene una línea de crédito aprobada por una entidad bancaria permitiéndole realizar adquisiciones y extraer efectivo hasta el límite previamente establecido. Por lo tanto, el crédito otorgado puede ser liquidado en su totalidad al finalizar un periodo determinado o puede ser liquidado de forma parcial permaneciendo el saldo restante como un crédito extendido a una tasa de interés acordada.

- Cheques con cláusula “no negociable”, “intransferible”, “no a la orden” u otros equivalentes:

Se refiere a una orden escrita de parte del girador al girado, refiriendo el pago de una suma de dinero determinada a pedido del propio girador o de un tercero a nombre de éste. Este instrumento puede ser utilizado para liquidar deudas o retirar dinero de las entidades bancarias. (BCRP, 2019). Cabe resaltar que según la Ley N° 30730, publicada en enero del 2018, ya no se exige que los cheque cumplan con la cláusula “no negociable” o “intransferible”.

Asimismo, se utilizarán estos medios de pago en caso se entreguen o devuelvan montos de dinero por concepto de mutuos de dinero o cual sea el monto del contrato. (Ley N° 28194, 2004, art. 3).

Cabe señalar que en la actualidad se realizan diversas transacciones por medio de las tarjetas expedidas por los bancos, por lo cual muchos de los establecimientos comerciales han adquirido un POS (Point of Sale) y el cual se define como aquel dispositivo electrónico que acepta los medios de pago por las tarjetas de crédito o débito a través de la lectura de los códigos de barra o la interacción con el respectivo chip. Existen tres modalidades de POS de acuerdo con las necesidades de los comerciantes: con conexión fija (en un lugar fijo), con conexión inalámbrica (especiales para delivery), POS Pocket (Cobros a clientes puntuales). (Banco de Crédito del Perú [BCP], 2019)

Cabe resaltar que se podrá autorizar otros medios de pago, de manera que, se considerará la frecuencia y su uso en empresas del Sector Financiero o fuera de éstas (Decreto Supremo N° 150-2007-EF, art. 5).

Entre otros medios pago frecuentes que no se mencionan en la mencionada Ley, se encuentran los siguientes:

- Banca móvil: Es aquel medio de pago en el que se utiliza una aplicación del teléfono móvil como herramienta para realizar pagos de manera online, especialmente, en

tiendas virtuales, siempre y cuando se tengan cuentas bancarias en las empresas del Sector Financieros. (Santomá, 2004).

- Sistemas de pago online: Es aquel medio de pago que permite efectuar transacciones sin la necesidad de enviar un cheque ni proporcionar el número de la tarjeta de crédito. Uno de los más conocidos es “PAYPAL”, en el cual el usuario se registra mediante un correo electrónico para enviar pagos de manera segura a otra persona o empresa que disponga de correo electrónico, de manera que se utilizará para ello una tarjeta de crédito o cuenta bancaria. (Santomá, 2004).

Los sujetos exceptuados a utilizar los medios de pago mencionados por la Ley son:

- Las empresas del Sistema Financiero y cooperativas de ahorro y de crédito no autorizadas a captar recursos del público.
- Las administraciones tributarias por los conceptos de recaudación en base a sus funciones incluyendo los pagos de martilleros públicos por los remates encargados a éstos por parte de la administración tributaria.
- A causa de un mandato judicial en la que se autoriza la consignación con propósito de pago.

De igual modo, quedan exceptuadas las obligaciones de pago, incluyendo el pago de remuneraciones, o la entrega o devolución de mutuos de dinero que se cumplan en un distrito en el cual no exista una empresa del Sistema de Financiero, siempre y cuando se cumpla con las siguientes condiciones:

- a) Quien reciba el dinero tenga domicilio fiscal en dicho distrito, en el caso de personas naturales, se considerará el lugar de su residencia habitual.
- b) En dicho distrito se deberá ubicar el bien transferido, o el servicio prestado, o se haya entregado o devuelto el mutuo de dinero.

Se considerará que un distrito cumplirá con lo señalado, siempre y cuando, se encuentre en el listado que la SBS entregue a SUNAT; dicho listado se actualizará de manera anual, para cual

deberá ser entregado hasta el último día hábil del ejercicio anterior y ser publicado el siguiente día hábil en SUNAT. (Decreto Supremo N° 150-2007-EF, art. 6)

1.3.3 Efectos tributarios de la bancarización

La bancarización juega un rol importante en el país como menciona Chávez (2017) en su tesis de grado titulada: *“El impacto tributario en las operaciones financieras por la omisión de la bancarización en la empresa inmobiliaria A&C S.A.C periodo 2015*, en la cual se indica que, en la política tributaria, la bancarización cumple una función fundamental ya que es el principal medio de pago de impuestos y así se logra controlar las actividades ilícitas. Por lo tanto, una operación de transferencia de dinero, en la que no se empleen los medios de pago establecidos en la normativa correspondiente, no podría considerarse como un hecho cierto. Es por ello que la no utilización de los medios de pagos no acreditará causal que sea habilitada por la Administración Tributaria para la determinación de la obligación tributaria, siempre y cuando, se haya evaluado de manera conjunta la información presentada, los cuales, podrían ser contratos, comprobantes, asientos contables, flujos de caja, entre otros.

Asimismo, el Art. 8 de la Ley N° 28194 señala que, para efectos tributarios, en caso se realicen pagos sin utilizar los medios de pago mencionados en la presente Ley, el contribuyente no tendrá derecho a deducir gastos, costos o créditos, ni ejecutar compensaciones o devoluciones de tributos, saldos a favor, reintegros tributarios y recuperación anticipada. Por lo tanto, en el caso que se hayan deducido gastos y/o costos, como señala el criterio de devengado de la Ley del Impuesto a la Renta, la verificación del medio de pago se realizará cuando se haya realizado el pago de la operación que generó la obligación; mientras que para el caso de los créditos y los saldos a favor, según la normas del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo y del Impuesto de Promoción Municipal, se verificará el medio de pago utilizado cuando se realice el pago respectivo de la operación que generó el derecho.

De esta manera, lo mencionado anteriormente se sustenta en la RTF N° 04131-1-2005, en la cual se alude a que el contribuyente no podrá ejercer el derecho al crédito fiscal en el periodo de abril a julio del 2004, ya que el monto de sus adquisiciones superaba el importe establecido en

el Art. 4 de la Ley N° 28194. Por lo tanto, se encuentra obligado a utilizar los medios de pago señalados en dicha Ley, pero el contribuyente realizó estas adquisiciones mediante efectivo ya que éste afirma que no posee una cuenta corriente en la cual pueda emitir un cheque. Sin embargo, según la Administración Tributaria aquel sustento no era impedimento ya que podría utilizar otros medios de pago como: depósitos, compra de cheques de gerencia, transferencia de fondos de cuentas de ahorro, entre otros.

Asimismo, el cumplimiento de este requisito se puede reflejar en lo mencionado en la RTF N° 08538-4-2015, en la cual el contribuyente sostiene que los recibos de servicios públicos que han sido pagados por efectivo deberían considerarse como parte del crédito fiscal ya que no se ha incumplido la Ley N° 28194, al ser estas transacciones realizadas a Edelnor, una empresa de reconocida formalidad. Además, el contribuyente agrega que los requisitos vinculados a las formalidades para facilitar los procesos de fiscalización alteran la naturalidad del Impuesto General a la Venta. Por lo tanto, se determina por el Tribunal Fiscal, que al sobrepasar el monto determinado por la Ley N° 28194, y al no cumplir con los requisitos de utilizar los medios de pago según dicha Ley, el contribuyente no tendrá derecho al crédito fiscal.

Cabe resaltar que en el art. 9 de la Ley N° 28194 se crea el Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF) con el fin de acreditar los depósitos y retiros de las cuentas afectas que se encuentran bajo el control de la SBS, así como también, la adquisición de cheques de gerencia, certificados bancarios, cheques de viajero u otros instrumentos financieros, y los pagos efectuados a las empresas del Sistema Financiero. Finalmente, en el Art. 10 de la presente Ley se menciona que la alícuota a ser utilizada es de 0.05% del monto de la transacción.

1.4. Sistema tributario peruano

El sistema tributario peruano creado por el Poder Ejecutivo mediante Decreto Legislativo N° 771 en el año 1994, está regulado por el Código Tributario, los tributos, conjunto de normas, principios e instituciones con los cuales se regulan y/o gestionan la aplicación de temas fiscales en el país y es esquematizada de la siguiente manera. (SUNAT, 2019).

Figura 11. Sistema Tributario Nacional. Elaboración propia, 2019.

Asimismo, el sistema tributario tiene tres principales elementos que son la base de su funcionamiento y estos son: Políticas Tributarias, Normas y Administración Tributaria. (Macroconsult, 2015).

1.4.1. Políticas tributarias

Está a cargo del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), quien busca la sostenibilidad de las finanzas públicas, consolidar los principios de suficiencia, equidad y simplicidad para una adecuada aplicación del sistema tributario en el país. (MEF, 2019).

1.4.2. Código Tributario

Según el Título Preliminar, el Código Tributario establece los principios generales, instituciones, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico tributario peruano. Es el eje primordial del Sistema Tributario Nacional y conformada por todas las normas aplicables en nuestro país. (SUNAT, 2019).

1.4.3. Administración Tributaria

Está a cargo de La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, el cual fue creado mediante la Ley Nro. 24829 en el año 1988, Ley General aprobada mediante Decreto Legislativo N° 501 en el año 2001 y la Ley N° 29816 en el año 2011 de Fortalecimiento de SUNAT, es un organismo técnico especializado adscrito al MEF y cuenta con personería jurídica de derecho público. Entre sus principales funciones están: administrar los tributos internos del gobierno nacional, proponer al MEF la reglamentación de normas tributarias, expedir, dentro del ámbito de su competencia, disposiciones en materia tributaria y aduanera, dictar normas en materia de organización y gestión interna en el ámbito de su competencia. (SUNAT, 2019).

Por otro lado, de acuerdo con el Código Tributario en el artículo N° 50, la SUNAT es la encargada de la administración de los tributos internos y de los derechos arancelarios. Asimismo, puede realizar procedimientos y actuar como corresponda para llevar a cabo sus labores y solicitar la asistencia administrativa en materia tributaria.

1.4.4. Tributo

Los tributos son recursos económicos que proveen los contribuyentes al Estado por sus ingresos, rendimientos, bienes o patrimonio. (Dorantes & Gómez, 2014). Asimismo, el tributo se define como una prestación de dinero exigida por el estado en el ejercicio de su poder de gobierno y sobre la base de su capacidad contributiva en virtud de una Ley con el fin de cubrir gastos públicos. (SUNAT, 2019).

De acuerdo con el Código Tributario los tributos comprenden: impuesto, contribución y tasa.

Impuesto:

Es el tributo cuyo cumplimiento no genera una contraprestación directa por parte del Estado en favor del contribuyente. (Decreto Supremo N°133-2013- EF Norma II)

Contribución:

El cumplimiento de esta obligación genera beneficios al contribuyente mediante la realización de obras públicas o de actividades estatales. (Decreto Supremo N°133-2013- EF, Norma II).

Tasa:

Es el tributo cuyo cumplimiento genera un beneficio directo al contribuyente y estas pueden ser: Arbitrios, derechos y licencias. (Decreto Supremo N°133-2013- EF, Norma II).

1.4.5. Contribuyente

El contribuyente es aquella persona que realiza, o respecto a quien se genera la obligación tributaria, también se le conoce como deudor tributario. (Decreto Supremo N°133-2013- EF, Art.7).

1.5. Determinación de tributos

De acuerdo con lo establecido en el Código Tributario, Libro Segundo, Artículo 59, los tributos se determinan de la siguiente manera:

- El contribuyente verifica que el hecho generador de la obligación tributaria se haya realizado para luego determinar la base imponible y el importe a tributar.
- La Administración Tributaria verifica que el hecho generador de la obligación tributaria se haya realizado para luego determinar la base imponible y el importe a tributar.

1.5.1. Deuda Tributaria

La deuda tributaria está compuesta por el tributo, las multas y los intereses. Los intereses, a su vez, están compuestos por: interés moratorio por pago extemporáneo del tributo, las multas y por el aplazamiento y/o fraccionamiento de las deudas tributarias. (Decreto Supremo N°133-2013- EF, Artículo 28).

1.5.2. Obligación Tributaria

Es el vínculo, establecido por Ley, que existe entre el acreedor tributario (Estado) y el deudor tributario (contribuyente) que tiene por finalidad el cumplimiento de la prestación tributaria y es exigible coactivamente. (Decreto Supremo N°133-2013- EF, Art.1).

1.5.3. Nacimiento de la obligación Tributaria

De acuerdo con el Código Tributario, en el artículo 2, la obligación tributaria nace cuando se lleva a cabo el hecho económico establecido en la Ley respecto al cumplimiento tributario.

1.5.4. Cronograma de Obligaciones Tributarias

La Administración Tributaria, según el Art. 29 del Código Tributario, podrá establecer cronogramas para la declaración y pago de las Obligaciones Tributarias mensuales, tributos retenidos o percibidos. (Resolución de Superintendencia Nro. 306-2018/SUNAT, Art. 2).

1.5.5. Infracción Tributaria

Es toda acción u omisión que importe la violación de normas tributarias, siempre que se encuentre tipificada como tal. (Decreto Supremo N°133-2013- EF, Art. 164). Las infracciones pueden ocurrir de las actividades empresariales debido a una acción u omisión no se cumpla con las obligaciones tributarias lo que generará la aplicación de sanciones por infracción tributaria.

1.5.6. Sanciones

Es un mal infringido a un administrado en ejercicio de la correspondiente potestad administrativa por un hecho o una conducta constitutiva de infracción tributaria. (Moreano, 2015). Por otro lado, según SUNAT (2019), las sanciones que se pueden aplicar por el incumplimiento de obligaciones tributarias son:

Multas

Son sanciones económicas fijadas en base a las Unidades Impositivas Tributarias [UIT] o de los ingresos. Están sujetas a régimen de gradualidad aplicada por la Administración Tributaria bajo su facultad discrecional. (SUNAT, 2019).

Régimen de gradualidad.

Figura 12. Aplicación del Régimen de Gradualidad. Adaptado de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), 2019.

Comiso de bienes

Esta sanción afecta a los bienes, los cuales pueden ser inclusive retirados del poder del contribuyente y pasar a ser custodiados por la SUNAT hasta que se acredite su posesión o propiedad sobre los mismos. (SUNAT, 2019).

Cierre temporal de establecimiento

Esta sanción consiste en el cierre del establecimiento del contribuyente infractor y le impide el desarrollo de actividades comerciales en el establecimiento por un determinado tiempo. Se aplicará hasta por un máximo de diez días calendario. (SUNAT, 2019).

Internamiento temporal de vehículo

Esta sanción afecta a la posesión de una unidad vehicular retirándolo de circulación por cierto tiempo y queda consignada en los almacenes que la designe la SUNAT hasta que se acredite la posesión. Se aplicará por un máximo de treinta (30) días calendario. (SUNAT, 2019).

Pegado de carteles, sellos y/o letreros

Son sanciones complementarias a las descritas anteriormente, mediante ellas la SUNAT informa el incumplimiento de obligaciones tributarias. (SUNAT, 2019).

1.5.7. Evasión Tributaria

La evasión tributaria es una actividad en donde los obligados jurídicamente a tributar eliminan o disminuyen, total o parcialmente, el monto a tributar para provecho propio y perjudicando al tesoro público de un país. (Choy & Montes, 2011).

1.5.8 Impuesto a la Renta

Según, el Art. 1 del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta, publicado el 08 de diciembre del 2004, este tributo grava lo siguiente:

- a) Las rentas que provengan del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores, entendiéndose como tales aquellas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos.
- b) Las ganancias de capital.
- c) Otros ingresos que provengan de terceros, establecidos por esta Ley.

- d) Las rentas imputadas, incluyendo las de goce o disfrute, establecidas por esta Ley. (Ley 30898, 2004, art.1)

Asimismo, Bravo (2002) define al Impuesto a la Renta como un tributo que grava de manera directa la manifestación de riqueza. Es decir, este impuesto grava el hecho de generar o percibir ingresos, el cual puede originarse a través de rentas de fuentes pasivas (capital), de fuentes activas (trabajo dependiente o independiente) o de fuentes mixtas (capital y trabajo= actividades empresariales).

A nivel mundial, el Impuesto a la Renta es primordial ya que es una de las fuentes principales para abastecer las arcas fiscales del Estado y esta grava de manera directa la riqueza, sin embargo, es necesario comprobar lo que se entiende por el concepto de renta.

Según la doctrina, se reconocen tres teorías sobre el concepto de renta. En primer lugar, se encuentra la teoría de la fuente o renta-producto, en el que la renta se define como ingreso o riqueza que proviene de una fuente que se mantenga en el tiempo y sea susceptible a generar ingresos periódicos y la renta dejará de producirse en caso se extingue la fuente que la genera. En segundo lugar, tenemos a la fuente de la teoría del flujo de la riqueza, en la cual se considera a la renta como la ganancia, beneficio o enriquecimiento que obtenga una persona dentro de un periodo determinado originado por sus operaciones o transacciones con terceros. Además, en esta teoría, la renta no solo se produce por una fuente, sino también incluye, otros ingresos que pueden provenir de la enajenación propia de la fuente de producción, ingresos eventuales o percibidos a título gratuito. Por último, tenemos a la teoría del consumo más el incremento patrimonial, donde se considera al concepto de renta como cualquier incremento patrimonial en un periodo determinado. Es decir, la diferencia entre lo que se tenía al cierre del ejercicio anterior y lo que se tenga al cierre del presente ejercicio. Asimismo, se incluyen los consumos de bienes adquiridos con el fin de verificar si existe o no un incremento patrimonial, lo cual podría considerarse como renta ficta, en caso los consumos se hubieran transferido a terceros. (Bravo, 2002).

Con respecto a la Ley Peruana del Impuesto a la Renta, para establecer la renta en personas naturales o sociedades que no realizan actividades empresariales, el Estado se basa principalmente

en la teoría de la renta-producto. Para las rentas de tercera categoría, basadas en actividades empresariales, la Ley se basa en la teoría del flujo de riqueza y en ocasiones en la teoría del consumo más el incremento patrimonial. (Bravo, 2002). A continuación, se expone un gráfico en el que se muestra el resumen de las tres teorías.

Figura 13. Concepto de renta en la doctrina. Adaptado de “La Renta como Materia Imponible en el caso de Actividades Empresariales y su relación con la Contabilidad” por Jorge Bravo Cucci, 2002.

En el Perú, las rentas gravadas de fuente peruana se clasifican en cinco categorías:

- a) Rentas de primera categoría: Según el art. 23 de la Ley del Impuesto a la Renta, son rentas de primera categoría aquellos ingresos que se producen por arrendamientos de bienes muebles e inmuebles, mejoras, subarrendamientos de predios y cesiones gratuitas de bienes muebles e inmuebles. Asimismo, según el inciso b) del artículo 57 de la LIR, para la determinación de esta renta se aplica el criterio del devengado. Es decir, que el impuesto se pagará de manera mensual aunque la renta no haya sido percibida.

- b) Rentas de segunda categoría: Según el art. 24 de la LIR, son rentas de segunda categoría aquellas que provienen de intereses, regalías, patentes, enajenación de bienes muebles o inmuebles, enajenación de acciones, bonos títulos, y rentas vitalicias, rescate de fondos mutuos o de inversión, dividendos y otras formas de distribución de utilidades, entre otros. Asimismo, según el inciso d) del artículo 57 de la LIR, en esta categoría, se aplica el criterio de lo percibido, es decir, que solo existe la obligación de pagar el impuesto a la Renta cuando el contribuyente realmente haya percibido dichos ingresos.
- c) Rentas de Cuarta Categoría: Según el art. 33 de la LIR, las rentas de cuarta categoría son aquellas rentas que perciben las personas naturales provenientes del trabajo independiente. Es decir, aquellos honorarios que perciben los profesionales en retribución a la prestación de servicios o algún otro oficio. Además, se incluyen las dietas que perciben los directores de empresas, regidores municipales, consejeros regionales o aquellos ingresos que perciben los albaceas, síndicos, mandatarios, etc., y aquellas retribuciones que otorga el Estado a los trabajadores por Contrato Administrativo de Servicio (CAS). Según el inciso d) del art. 57 de la LIR, estas rentas son gravadas de acuerdo con el criterio de lo percibido, en otras palabras, existe la obligación de pagar el impuesto cuando el trabajador haya recibido la retribución por sus honorarios.
- d) Rentas de Quinta Categoría: Según el art. 34 de la LIR, las rentas de quinta categoría se refieren a aquellas rentas que provienen de los trabajadores dependientes a una entidad. Se encuentran afectos los ingresos que superan las 7UIT. Por lo tanto, el impuesto resultante es gravado bajo el criterio de lo percibido, donde el empleador se encuentra en la obligación de informar a través de la Planilla Electrónica y efectuar la retención correspondiente de acuerdo con las tasas progresivas de manera mensual.
- e) Rentas de Tercera Categoría: Según el art. 28 de la LIR, en esta categoría se consideran todas aquellas rentas de personas naturales o jurídicas que provienen de actividades empresariales o actividades habituales. El impuesto es determinado en base a cuatro regímenes establecidos a la actualidad, los cuales se diferencian en base al nivel de

ventas anuales que se obtengan. Estos regímenes serán explicados de manera de detallada posteriormente. (Villegas & López, 2015).

En conclusión, las cinco categorías se dividen entre rentas de capital, rentas de trabajo y rentas empresariales, como se explica en la siguiente imagen:

Figura 14. Categorías del Impuesto a la Renta. Elaboración Propia, 2019.

1.6. Micro y Pequeña Empresa – MYPE

Las micro y pequeñas empresas son actores importantes para el desarrollo de los países en América Latina ya que estos contribuyen al empleo y aportan al Producto Bruto Interno (PBI). Es por ello, que una parte significativa de la población y de la economía de cada país dependen de la actividad generada por las MYPE. Por lo tanto, el Estado Peruano ante la importancia que tienen estas empresas, ha proporcionado normas para fortalecer su crecimiento y desarrollo. (Tello, 2014).

1.6.1. Definición.

Según el Art. 2 de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 28015, promulgada el 03 de julio del 2003, la micro y pequeña empresa es: "La unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o

gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios". (Ley 28015, 2003, art.2).

1.6.2. Características

Según el Art. 2 del Decreto Legislativo N° 1086, publicado el 28 de junio del 2008, el cual modifica el Art. 3 de la Ley N° 28015, las MYPE deben de reunir las siguientes características concurrentes:

- Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (Decreto Legislativo 1086,2008, Art. 3)

1.6.3. Importancia.

Según Wong (1997) (como se citó en Tello, 2014) la MYPE es una de las principales fuentes de trabajo, por lo que se considera una gran herramienta de promoción de empleo ya que solo se necesita una inversión inicial y permite el acceso a un trabajo, especialmente, en estratos de bajos recursos.

Un estudio realizado por el Ministerio de Producción [PRODUCE] en el 2016, menciona que las MYPES formales emplearon al 57.8% de la PEA ocupada y el segmento Microempresa es el que ha logrado generar mayor empleo. A continuación, se presenta un gráfico en el que se resume lo mencionado anteriormente:

Tamaño empresarial	Empleo en el sector privado		Part. % en la PEA ocupada
	N° de personas	Part. %	
Microempresa	7,803,352	71.3	48.2
Pequeña empresa	1,548,375	14.2	9.6
Mediana empresa	356,642	3.3	2.2
Total de Mipyme	9,708,369	88.7	59.9
Gran empresa	1,230,801	11.3	7.6
Total del empleo en el sector privado	10,939,170	100.0	67.5

Figura 15. Estimación del número de empleos en el sector privado, según estrato de empresas, 2016. Adaptado de “La MIPYME en cifras” editado por el Ministerio de Producción y realizado por INEI-ENAH0,2016.

Por otro lado, Yolanda Torriani presidenta de la Cámara de Comercio de Lima, menciona en la “XIII Expo Pyme 2018: ¿Cómo llegar a ser una Pyme de clase mundial? Desafíos, oportunidades y retos”, que las pequeñas y medianas empresas juegan un papel fundamental en el país debido a que aportan empleo al 75% de la población económicamente activa. Por lo tanto, se considera que del 2016 al 2018, las MIPYMES, en conjunto al continuar en crecimiento, han generado un mayor empleo en el país. Sin embargo, como menciona Torriani, la mayoría de estas empresas llegan a desaparecer al cabo de tres años debido a la exagerada carga impositiva, la rigidez laboral, el limitado acceso a la tecnología, escasa capacitación y las dificultades para conseguir financiamiento. En consecuencia, los microempresarios terminan pagando una tasa de interés ocho veces superior a la otorgada a las grandes empresas, a pesar de que las MYPES representan el 96.6% del total de empresas que existen en el Perú.

Asimismo, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2018), las MYPE aportan el 24% del valor agregado. En la región, la contribución de las MIPYME es alrededor del 30%, mientras que en los países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico dicha tasa asciende al 60%. (Citado en el estudio del Ministerio de la Producción, 2016). En base a lo mencionado anteriormente, se expone un gráfico líneas abajo, en el que se resume los datos porcentuales.

Estimación del aporte de las empresas privadas formales al valor agregado del sector privado por tamaño empresarial, 2015

Figura 16. Estimación del aporte de las empresas privadas formales al valor agregado del sector privado, por tamaño empresarial 2015. Adaptado de “La MIPYME en cifras” editado por el Ministerio de Producción y realizado por INEI-ENAH0, 2016.

Cabe resaltar que, según datos actualizados al 2018, de acuerdo con lo mencionado por Jessica Luna, Gerente General de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú, las ventas de micros y pequeños empresarios representan el 19% del Producto Bruto Interno del país. También, destaca que el 50% de este tipo de empresas se dedica a brindar servicios diversos, 32% al comercio, 14% a la producción, y el 3% produce y comercia de manera conjunta. (Agencia Peruana de Noticias, 2019)

Según Wong (1997) (como se citó en Tello, 2014) las micro y pequeñas empresas pueden constituirse como un apoyo potencial para las grandes empresas, de manera que pueden resolver algunos cuellos de botella en la producción. Por lo tanto, las MYPES por medio de la subcontratación, pueden contribuir a satisfacer las demandas, especialmente en ocasiones de exportación y temporadas altas. Por ejemplo, en Alemania muchas empresas pequeñas progresan abasteciendo a grandes empresas como Volkswagen, Siemens, Bas of Bayer. Asimismo, en Estados Unidos las más importantes transnacionales de informática empezaron como una pequeña empresa, como lo fue Apple, la cual en los 90's comienza sus operaciones desde una cochera familiar y con un capital de 20,000 dólares. De la misma forma, sucede en Perú con micro y pequeñas empresas en el Emporio de Gamarra.

Finalmente, las MYPE pueden realizar productos individualizados en contraste a las grandes empresas, las cuales elaboran productos más estandarizados. Además, existen actividades productivas en las que es más apropiado trabajar en empresas pequeñas. Del mismo modo, estas empresas son capaces de adaptarse y cambiar su estructura productiva de una manera más rápida, en el caso que varíen las condiciones del mercado. (Herrera, 2011).

1.6.4. Evolución de la Legislación de las MYPE en el Perú

En base al importante rol que juegan las MYPE en el Perú, el cual refleja una situación con mayor competitividad frente a las medianas y grandes empresas, debido a que se han convertido en agentes con espíritu emprendedor, el Gobierno ha establecido medidas para incentivar a las micro y pequeñas empresas. Es por ello, que en la década de los años setenta se empieza a legislar regímenes especiales para fomentar y promocionar a las MYPE. (Herrera, 2011).

- En 1976 se crea la Ley de la Pequeña Empresa del Sector Privado, la cual define a la pequeña empresa en función a su nivel de ventas y promueve incentivos tributarios preferenciales.
- En 1976 se genera la Ley que crea la figura de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), con el fin de facilitar la formalización de las pequeñas empresas. En ella se establece una diferencia entre el patrimonio de la persona natural y la persona jurídica para promocionar la constitución y operación de las MYPE.
- En 1980 se crea la Cooperativa de Servicios de Pequeñas empresas, con el objetivo de acceder a líneas de crédito y financiamiento, así como también, se crea el Fondo Especial de la Pequeña Empresa (FOPE), la cual, en 1985, señala que el financiamiento se generara con el aporte de las pequeñas empresas industriales.
- En 1982 se promulga la Ley 23407, Ley General de Industrias, en la cual se determina que la venta anual de una pequeña empresa industrial no debe exceder los 720 sueldos mínimos en Lima. Posteriormente, en 1985, se crea la Ley 24062, la cual tiene como finalidad regular el capítulo de Pequeña empresa Industrial en la Ley 23407.

- A finales de los años 80, se otorgan incentivos fiscales para crear nuevos puestos de trabajo, realizar capacitaciones laborales y adquirir maquinarias y equipos.
- En 1991 se crea la Ley de Promoción de Microempresas y Pequeñas Empresas, a través del Decreto Legislativo N° 705, en la cual se establece el marco legal para la micro y pequeña empresa, donde se define a ambas empresas en función a la cantidad de trabajadores y nivel de ventas anuales.

Tabla 1

Las MYPE según Número de Trabajadores y Ventas (D.L. 705-1991)

Tamaño de la empresa	Número de trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	Hasta 10	Hasta 1 UIT
Pequeña empresa	De 11 hasta 20	De 13 hasta 25 UIT

Adaptado de “Análisis estructural de las Mypes y Pymes”, por Beatriz Herrera García, 2011.

- En la década de los años 90, la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), emite las Resoluciones 897-94 y 259-95, las cuales autorizan y regulan el funcionamiento de las Entidades de Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa (EDPYME).
- En 1999 se promulga la Ley 26904, la cual declara la generación y difusión de estadísticas económicas sobre micro y pequeñas empresas para el interés público, donde la entidad encargada para realizar dichas actividades es el Instituto Nacional de estadística e Informática (INEI), a través de la Comisión Técnica Interinstitucional de Estadísticas de la Pequeña y Microempresa (COTIEPYME). (Herrera, 2011)
- En el año 2003, la MYPE fue regulada por la ley 28015: “Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa”, la cual fue aprobada mediante el Decreto Supremo 009-2003-TR el 12 de setiembre del 2003. Mientras, que, en el 2008, se publica el Decreto Legislativo 1086 que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo

Decente (LMYPE), la cual establece un régimen laboral especial para estas empresas. (Mares, 2013)

El Estado ha establecido otras medidas en favor a las MYPE, entre las cuales se encuentran: el fraccionamiento de impuestos, la postergación del pago de IGV, extinciones de deudas tributarias, el régimen especial de recuperación anticipada del IGV para las MYPE, Ley de Factoring, Régimen MYPE Tributario, Fondo CRECER en conjunto a COFIDE, entre otras gestiones. (Córdova, 2016).

1.7. Régimen tributario

En el Perú existen cuatro regímenes establecidos a la actualidad: Nuevo Régimen Único Simplificado, Régimen Especial a la Renta, Régimen MYPE Tributario, Régimen General. (SUNAT, 2019). Sin embargo, el presente trabajo de investigación estará enfocado en los regímenes aplicables al sector a analizar. De manera preliminar, con el fin de conocer el estado actual de los regímenes aplicables al sector en estudio, se destaca la tesis de Licenciatura elaborada por Larrea. (2017) titulada *"La formalización de los contribuyentes acogidos al Régimen Especial del Impuesto a la Renta y el Nuevo Régimen Único Simplificado y su relación con la recaudación tributaria en el Perú 2010 - 2014"*, en donde concluye lo siguiente: se detectó un crecimiento importante de contribuyentes del RUS y RER con un 35.47% del 2010 a 2014. Ante esta situación descrita, el autor recomienda que el Estado Peruano debe poner mayor atención a estos contribuyentes y brindarles la información necesaria sobre la normativa tributaria. Esto debido a que el 48% de los evaluados aduce que no están informados sobre los cambios legislativos que afectan a su régimen y el 38% dice que no tiene conocimiento sobre temas ni legislación tributaria. Asimismo, según la población de estudio encuestada, se concluyen que el 62% contribuyentes del RER y 75% contribuyentes del RUS afirman no haber asistido a capacitaciones en temas tributarios en SUNAT.

1.7.1. Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo RUS)

Este régimen fue creado con el fin de que los pequeños comerciantes y productores puedan formalizarse de una manera más simple, ya que solo tendrán que pagar una cuota mensual fija con respecto al cumplimiento de sus obligaciones fiscales; por lo cual, esta cuota estará en función a sus compras y/o ingresos. SUNAT (2019).

En aquel régimen solo podrán acogerse las personas naturales y sucesiones indivisas domiciliadas en el país, las cuales deberán de obtener rentas empresariales. Asimismo, comprenderán a aquellas personas naturales domiciliadas en el país que no sean profesionales y perciban rentas de cuarta categoría únicamente por actividades de oficios. (D.L. 937, 2003, art. 2).

Sin embargo, no se encuentran comprendidas en este régimen aquellas personas naturales o sucesiones indivisas que realicen las siguientes actividades:

- Prestación de servicios de transporte de carga de mercancías, en el cual los vehículos tengan una capacidad mayor a dos toneladas métricas.
- Prestación de servicios de transporte terrestre de pasajeros, tanto nacional como internacional.
- Efectúen o tramiten algún régimen, operación o destino aduanero, es decir, que sean exportadores o importadores, excepto aquellos contribuyentes que:
 - Tengan un domicilio fiscal en zona de frontera y realicen importaciones que no excedan los US\$ 500 por mes.
 - Realicen exportaciones de mercancías a través de los destinos aduaneros especiales previstos en los incisos b) y c) del artículo 83 de la Ley General de Aduanas.
 - Efectúen exportaciones a través del despacho simplificado de exportación.
- Realicen cualquier tipo de espectáculo público.
- Sean notarios, martilleros, comisionistas, rematadores, agentes corredores de productos, de bolsa de valores y/u operadores especiales que realizan actividades en la

Bolsa de Productos; agentes de aduana y los intermediarios de seguros y/o auxiliares de seguros.

- Sean propietarios de agencias de viaje, propaganda y/o publicidad.
- Realicen venta de inmuebles.
- Sean titulares de negocios de casinos, máquinas tragamonedas, entre otros similares.
- Realicen comercialización de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos.
- Se entreguen bienes en consignación.
- Prestación de servicios de depósitos aduaneros y terminales de almacenamiento
- Efectúen operaciones gravadas con el Impuesto Selectivo al Consumo.
- Realicen operaciones afectas al Impuesto a la Venta del Arroz Pilado.

Asimismo, no se encontrarán comprendidas aquellas personas que:

- Superen S/96,000.00 en sus ventas o compras anuales, o cuando en algún mes se supere la categoría más alta del presente régimen.
- Se realicen las actividades en más de una unidad de explotación de explotación.
- El valor de los activos fijos afectados a la actividad supere los S/ 70,000, excepto los predios y vehículos. (D.L. 937,2003, art. 3).

Los contribuyentes que inicien actividades en el transcurso del año podrán acogerse a este régimen al inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Sin embargo, los contribuyentes que se encuentren en el Régimen General, Régimen Especial o Régimen MYPE Tributario, solo podrán realizar este cambio cuando se declare y pague el mes de enero de acuerdo con la fecha de vencimiento establecida según el RUC, para lo cual antes de cerrar el periodo precedente. Es decir, al 31 de diciembre del año anterior el contribuyente deberá de dar de baja a los comprobantes de pago físicos que se le hayan sido autorizados, así como también, a los establecimientos anexos que tengan autorizados. (D.L.937, 2016, art. 6).

El presente Régimen comprende la determinación del Impuesto a la Renta, el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto de Promoción Municipal. Por lo tanto, las categorías se determinan según la siguiente tabla:

Tabla 2
Categorías del NRUS

CATEGORIAS	PARÁMETROS	
	Total de Ingresos Brutos o Adquisiciones Mensuales (S/)	Cuota mensual (S/)
1	5,000.00	20
2	8,000.00	50

Adaptado del Art 7 y 8. Decreto Legislativo N° 937, por Presidencia de la República del Perú, 2003

En el Art. 7 del Decreto Legislativo N° 937, se menciona que, los sujetos que se dediquen únicamente a la venta de las frutas hortalizas, legumbres, raíces, semillas, y demás bienes que se especifican en el Apéndice I de la Ley del IGV e ISC, comercializados en mercados de abastos. Así como también, aquellos sujetos que se dediquen al cultivo de productos agrícolas y realicen la venta de estos bienes en su estado natural podrán acogerse a la categoría especial, en la cual no se realizara el pago de la cuota mensual siempre y cuando sus ingresos brutos y adquisiciones no superen los S/ 60,000.00. Asimismo, si durante el transcurso del periodo tributario ocurriera alguna variación en los ingresos o adquisiciones mensuales que generen una recategorización dentro del régimen, el contribuyente se encontrara en la obligación de pagar la cuota correspondiente a su nueva categoría (D.L N° 937, 2003, art. 11).

Con respecto, a los comprobantes de pago, los contribuyentes pertenecientes a este régimen únicamente podrán emitir y entregar boletas de venta, tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras. Estos no darán crédito a derecho fiscal, ni sustentar gasto o costo para efectos tributarios. Asimismo, los contribuyentes del NRUS deberán exigir a sus proveedores facturas, tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras u otros documentos que se encuentren señalados en el Reglamento de Comprobantes de Pago, así como también, se incluyen los recibos por honorarios. (D.L N° 937, 2003, art. 16 y 17).

En lo que concierne a la teneduría de los libros contables, los contribuyentes inscritos en este régimen no se encuentran obligados a llevar libros y registros contables; sin embargo, deberán conservar los comprobantes de pago emitidos y adquiridos de manera cronológica. (D.L N° 937, 2003, art. 20 y 22).

1.7.2. Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)

Este régimen tributario se encuentra dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sucesiones conyugales que estén domiciliadas en el país y obtengan rentas de actividades empresariales, entre las cuales se consideran las siguientes:

- a) Actividades de comercio y/o industria, es decir, aquellas en las que se realice la venta de bienes que se hayan adquirido, producido o manufacturado, así como también, aquellos recursos naturales que se extraigan, incluidos la cría y el cultivo.
- b) Actividades de prestación de servicios. (Ley del Impuesto a la Renta [LIR], art. 117)

Sin embargo, los sujetos que realicen las siguientes actividades no podrán acogerse a este régimen:

- Contratos de construcción.
- Servicio de transporte de carga de mercancía, siempre y cuando sus vehículos tengan una capacidad igual o mayor a dos toneladas métricas; asimismo, se considera el transporte terrestre de pasajeros de manera nacional o internacional.
- Se organice un espectáculo público.
- Se realice actividades en la Bolsa de Productos; o sean agentes de aduanas y/o auxiliares de seguros.
- Los contribuyentes sean titulares de negocios de casinos, tragamonedas u otros de naturaleza similar, así como también, de agencias de viaje, propaganda y/o publicidad.
- Comercialización de combustibles líquidos u otros productos derivados de los Hidrocarburos.
- Venta de inmuebles.
- Servicios de depósitos aduaneros y terminales.

- Actividades de médicos, odontólogos, veterinarios; actividades jurídicas, contables, auditoría, consultoría fiscal, arquitectura, ingeniería, consultoría técnica, programación informática, edición de programas y de software, reparación de ordenadores, asesoramiento empresarial y rentas de fuente extranjera. (LIR, art. 118)

Asimismo, no se encontrarán comprendidas, en este régimen, aquellas personas naturales, jurídicas, sociedades conyugales o sucesiones indivisas que:

- a) En el transcurso del periodo, el monto de sus ingresos netos o adquisiciones superen los S/525,000.
- b) El monto de los activos fijos, excepto predios y vehículos, superen los S/126,000.
- c) Desarrollen sus actividades empresariales con un personal afecto a la actividad mayor a diez (10) personas. (LIR, art. 118)

Los contribuyentes que inicien actividades en el transcurso del año podrán acogerse a este régimen realizando la declaración y el pago correspondiente al periodo determinado, siempre y cuando se efectué antes de la fecha de vencimiento. Sin embargo, los contribuyentes que se encuentren en el Régimen General o en el Régimen MYPE Tributario, deberán de realizar la declaración y el pago de la cuota en el periodo de enero del siguiente año, dentro de la fecha de vencimiento para acogerse en el presente régimen; mientras que, a los contribuyentes del Nuevo Régimen Único Simplificado podrán acogerse en cualquier periodo tributario. (LIR, Art. 119 y 121). Por lo tanto, los contribuyentes que se encuentren en el Régimen Especial pagaran una cuota como parte del Impuesto a la Renta, la cual es el 1.5% de sus ingresos netos mensuales, provenientes de rentas de tercera categoría. Si los contribuyentes, perciben de manera adicional otras rentas diferentes a la de tercera categoría, estos se considerarán dentro del Régimen General. (LIR, Art. 120 y 123). Asimismo, se deberá considerar que, los sujetos acogidos a este régimen se encuentran en la obligación de declarar y pagar el Impuesto General a las Ventas de manera mensual.

Con respecto a los documentos que pueden emitir los contribuyentes pertenecientes a este régimen, se encuentran disponibles las boletas de venta, tickets de máquina registradora y/o facturas. Asimismo, se podrán emitir notas de crédito, notas de débito, guías de remisión remitente y/o transportistas. Cabe resaltar que, para emitir comprobantes electrónicos de manera obligatoria, durante el 2017, el contribuyente debió superar las 75 UIT al realizar exportaciones, o si, en el 2017, se obtuvo ingresos anuales mayores o iguales a 150 UIT, o si en el 2018, se inscribió en el Registro Único del Contribuyente (RUC) y se acogió a este régimen o al Régimen MYPE Tributario o Régimen General (SUNAT, 2019). Por último, según se menciona en el Art. 124 de la Ley del Impuesto a la Renta, los contribuyentes que se hayan acogido al Régimen Especial deberán de llevar un Registro de Compras y un Registro de Ventas, los cuales deberán de registrarse a las normas vigentes de la materia.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre el Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo RUS) y el Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER):

CONCEPTOS		NRUS	RER
1	PERSONA NATURAL	✓	✓
2	PERSONA JURIDICA	✗	✓
3	LÍMITE DE INGRESOS Y COMPRAS	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.
4	COMPROBANTES QUE PUEDEN EMITIR	Boletas de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
5	DJ ANUAL- RENTA	✗	✗
6	PAGO DE TRIBUTOS MENSUALES	Renta e IGV: -Ingresos o Compras hasta S/5,000: Pago de S/ 20. -Ingresos o Compras hasta S/ 8,000: Pago de S/ 50.	-Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales. -IGV: 18%

Figura 17. Cuadro comparativo del Nuevo RUS y RER. Adaptado de SUNAT, 2019.

1.8. Sector Comercio

1.8.1. Definiciones del sector comercio

Según la definición que proporciona el diccionario de la RAE (2019), el comercio es aquella negociación que se realiza comprando, vendiendo o permutando géneros o mercancías. La definición de “sector” se refiere a la clasificación de actividades económicas establecidas en concordancia al bien o servicio que produzca la unidad económica, la cual se divide en: agropecuario, industria, manufacturera, construcción, comercio y servicios. (Instituto Nacional de Información Estadística y Geográfica [INEGI], 2019) Asimismo, de acuerdo con Greco (2006), la actividad comercial es aquel proceso mediante el cual se intenta satisfacer la demanda de bienes y servicios en determinado tiempo y forma.

De acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) (2018), el sector Comercio se subdivide en comercio al por mayor y comercio al por menor.

1.8.1.1. Comercio al por mayor

El comercio al por mayor comprende unidades económicas destinadas a la compra y venta de bienes de capital, materias primas y suministros y otros bienes, sin realizar transformación alguna, a otros comerciantes, distribuidores o fabricantes de productos y/o servicios. (SCIAN, 2018).

De acuerdo con el Sistema de Clasificación Industria de América del Norte (2018), los individuos dedicados al comercio al por mayor que realizan la venta de bienes de su propiedad son conocidos como importadores-exportadores, distribuidores de fábrica, abastecedores de mercancías. Mientras que, los individuos que realizan ventas y promociones de bienes que no son de su propiedad a cambio de una retribución o comisión son conocidos como agentes de ventas, corredores de mercancías, comisionistas, consignatarios, intermediarios de los agentes importadores-exportadores.

Esta subdivisión se caracteriza en base a tres componentes:

- Tipo de bien que se comercializa: bienes de capital, materia prima y suministros utilizados en la producción y otros bienes con el fin de ser revendidos.
- Tipo de cliente: Otros comerciantes, distribuidores, fabricantes y productores de bienes y servicios.
- Forma de comercializar: Las unidades operan desde una bodega, oficina de ventas, tienen poca o nula exhibición de mercancías, atraen clientes generalmente por vía telefónica, mercadeo personalizado o por medio de publicidad especializada (ferias o exposiciones) y el diseño de la ubicación de las unidades económicas proporcionan acceso al público en general.

1.8.1.2. Comercio al por menor

El comercio al por menor comprende aquellas unidades económicas en las que se realizan compra y venta de bienes sin transformar para el uso personal o para el hogar, incluye el consumo de gasolina o venta de automóviles a negocios. Entre los establecimientos más conocidos de este tipo de comercio, se encuentran las tiendas, supermercados, farmacias, minisúper, ferreterías, entre otros.

Asimismo, se clasifican en esta subdivisión las unidades económicas dedicadas al comercio al por menor de productos propios a través de internet a consumidores, los intermediarios de negocios a consumidores y entre consumidores en la compra o venta de productos por internet, televisión u otros métodos como máquinas expendedoras, puerta a puerta, por catálogo, multinivel, demostración de productos en hogares, vía telefónica.

Esta subdivisión se basa en tres componentes:

- Tipo de bien que se comercializa: bienes para el uso personal o para el hogar
- Tipo de cliente: personas y hogares
- Forma de comercializar: las unidades económicas tienen acceso al público en general y cuentan con una extensa exhibición de mercancías con el fin de facilitar la selección

a los clientes a través de aparadores, salas de exhibición y pasillos; así como también, atraen a los clientes por medio de la ubicación y el diseño de los establecimientos y realizan publicidad masiva por medio de volantes, prensa, radio, televisión, etc.

1.8.2 Mercado de abastos

Se denomina mercado de abastos a locales que pueden ser de propiedad privada o municipal cuyo interior funcionan como puestos de venta destinados a la comercialización de bienes alimenticios y otros productos de primera necesidad y en cada puesto el cliente tiene la oportunidad de elegir el producto que más se acomode a sus necesidades. (Pareja, 2017)

Según la Ordenanza N° 072 (1994), en la que se aprueba el Nuevo Reglamento de Mercados, se define que el mercado de abasto es aquel local cerrado el cual se encuentra constituido por establecimientos individuales de ventas en secciones o giros definidos dedicados al acopio y expendio de productos alimenticios y otros no alimenticios, ya sea al por mayor o menor. Los mercados de abasto comprenden: mercados municipales, micro mercados, mercados particulares, cooperativas, mercadillos, ferias populares y terminales pesqueros.

Asimismo, en el Capítulo II del Nuevo Reglamento de mercados (1994) se definen otros conceptos de utilidad para el presente trabajo de investigación, entre los cuales se encuentran los siguientes:

- Establecimiento individual de ventas: Son aquellos puestos, tiendas, estantes, quioscos, entre otros, los cuales se encuentran debidamente autorizados y registrados en el padrón de comerciantes.
- Sección: Se refiere a la zonificación o área en la que se encuentran los establecimientos individuales de ventas con giros comunes.
- Giro: Se refiere a la especialización de los establecimientos individuales de ventas, entre los cuales se pueden encontrar: venta carnes, aves, pescados y mariscos, abarrotes, frutas, servicio de comidas, entre otros.

- Padrón de comerciantes: Es aquella relación que se encuentra ordenada y clasificada según secciones y giros de los establecimientos individuales o puestos de ventas, en el que se detalla el nombre del titular, domicilio fiscal y documentos de identidad.

Entre algunos resultados estadísticos realizados por INEI sobre el mercado de abastos encontramos lo siguiente:

Según INEI (2017), en los últimos 20 años, los mercados de abastos se incrementaron en 138.1%, ya que pasaron de ser 1,097 en el año 1996 a 2,612 en el año 2016; aquel crecimiento se debe a que al desarrollo de la economía y al aumento de la población. En el periodo 1996-2016 el número de puestos fijos se elevaron en 111.2%, al transcurrir de 155,765 a 328,946, por lo cual este comportamiento demuestra que los mercados de abastos continúan siendo la principal fuente de suministros de alimentos, bienes y servicios para los consumidores.

Los mercados más antiguos a nivel nacional representan el 12.2%, quienes iniciaron sus actividades antes de 1970, mientras que el 9.8% empezó sus operaciones entre 1950 y 1969. Por lo cual, los mercados de abastos más antiguos del país, se encuentran el Mercado Municipal Mariscal Ramón Castilla, conocido actualmente como el Mercado Central de Lima, el cual inicio sus operaciones en 1851, así como también se encuentra el Mercado San Camilo de Arequipa, el cual inicio sus actividades en 1841. (INEI, 2017). En las conclusiones del Censo realizado a los mercados de abastos (CENAMA) en el 2017, se determina que a nivel nacional existen 329,946 puestos fijos de los cuales el 83.2% corresponde a aquellos que se encuentran ocupados y en funcionamiento mientras que el 16.8% se encuentra desocupado. En consecuencia, los mayores puestos fijos en funcionamiento del país se encuentran en la costa, destacando el departamento de Lima, y posteriormente los departamentos de La Libertad, Ancash y Arequipa. (INEI, 2016).

De acuerdo con el rubro de los puestos, el 63.8% corresponden a negocios tradicionales, como abarrotes (21.1%), verduras (20.2%), carnes rojas y de aves (19.1%), servicio de comidas (18.3%), frutas (12%), pescados (6.2%) y artículos de limpieza (3.1%). Por otro lado, los negocios no tradicionales representan el 36.2%, entre los cuales se encuentran principalmente la venta de ropa, zapatos, sastrería, piñatería, relojería, entre otros. (INEI, 2016).

En la Encuesta Nacional de Hogares del 2016, el 73% del gasto de hogares se realiza en los mercados de abastos, ambulantes y bodegas y el 23.7% en tiendas especializadas, supermercados y otros. Además, los hogares que se encuentran en los estratos económicos más altos realizan sus compras mayor frecuencia en supermercados.

Cabe resaltar, que la provincia de Lima concentra el 43% del total de mercado de abastos. Es decir, 1,122 mercados a nivel nacional en donde San Juan de Lurigancho es el distrito con mayor número de mercados con el 11% (203 mercados), seguido de San Martín de Porres con 10,5% (118), luego Ate con 6.1% (69), y posteriormente San Juan de Miraflores con un 5.7% (64). (INEI, 2017).

1.8.2.1 Mercado Cooperativa Santa Rosa

El presente trabajo considerará como sector a aquellos establecimientos individuales pertenecientes a la Cooperativa del Mercado Santa Rosa, para lo cual, primero se definirá el concepto de cooperativa y su respectiva normativa.

La cooperativa es aquella organización que agrupa varias personas con el fin de realizar una actividad empresarial, por lo cual su funcionamiento se encuentra basado en la cooperación de todos sus socios, con el fin de beneficiarse en conjunto. Las cooperativas se caracterizan por lo siguiente:

- Ser una asociación libre y voluntaria de consumidores y trabajadores.
 - Ser un auto mecanismo que pueda resolver sus propios problemas.
 - Permite conducir a los propios socios sus empresas, es decir, que se pueden autogestionar y auto administrar.
 - No existe un fin lucrativo respecto a las operaciones que se realicen, ya que la cooperativa debe ser una herramienta para alcanzar los beneficios de todos sus socios.
- (MEF, 2019)

Las cooperativas se encuentran reguladas por la Ley General de Cooperativas, aprobado en el Decreto Legislativo N° 085, promulgada el 15 de diciembre de 1980. Asimismo, su Texto Único Ordenado aprobado por el Decreto Supremo N° 074-90. Actualmente existe un nuevo proyecto de Nueva Ley General de Cooperativas, sin embargo, aún no ha sido aprobado. (MEF, 2013)

Según la mencionada Ley se divide a las cooperativas según su estructura y según su actividad económica. La primera de ellas contiene las siguientes modalidades:

-Cooperativa de Usuarios: Es aquella cooperativa que se constituye para brindar servicios a sus socios, por ejemplo: servicio de abastecimiento, comercialización, crédito, educativos, entre otros. Por lo tanto, los propietarios de la cooperativa son los socios que hacen uso de los servicios que ésta brinda.

-Cooperativa de Trabajadores: Es aquella cooperativa que se constituye para brindar trabajo a sus socios. Por lo tanto, los propietarios de la cooperativa son socios-trabajadores.

Mientras que, según la actividad económica se contemplan diecinueve tipos de cooperativas:

- Agrarias.
- Agrarias azucareras.
- Agrarias cafetaleras.
- Agrarias de colonización.
- Comunales.
- Pesqueras.
- Artesanales.
- Industriales.
- Mineras
- Transportes
- Ahorro y crédito
- Consumo

- Vivienda
- Servicios educacionales
- Escolares
- Servicios Públicos
- Servicios Múltiples
- Producción Especiales
- Servicios Especial.

Por lo tanto, la Cooperativa Mercado Santa Rosa se define como una cooperativa de trabajadores, ya que los mismos socios trabajan en la cooperativa; así como también, se define según su actividad económica como una cooperativa de servicios especiales.

La Cooperativa Mercado Santa Rosa se inicia en 1972 con 28 asociados, quienes compraron el terreno actual de aproximadamente 12,000 metros cuadrados ubicado en Avenida Guardia Civil 433 Urbanización La Campiña. En el año 2012, el número de asociados se incrementó a 400 y actualmente existe un aproximado de 1,000 trabajadores y ayudantes. Por lo tanto, el mercado ha logrado crecer y mantenerse en competencia a pesar de la apertura de nuevos supermercados en la zona. También, ha logrado innovar a diferencia de otros mercados en el distrito mediante la apertura de un estacionamiento para 500 autos y se ha puesto a disposición del público carritos de compras para mayor comodidad a los clientes. (Gámez, 2012)

De acuerdo con Yaranga (2015), en los mercados se pueden identificar las siguientes zonas:

- a) Zonas de venta: En las cuales se pueden encontrar la venta de alimentos como verduras, frutas, abarrotes, carnes, especerías, embutidos, entre otros. Asimismo, se encuentran establecimientos de accesorios (artículos para el hogar y cuidado personal), establecimiento de servicios de comida (juguerías y restaurantes), establecimientos de servicios diversos (zapaterías, costureras, peluquerías, etc.)
- b) Zonas de carga y descarga: Son aquellas áreas ubicadas cerca de los almacenes, este espacio no deberá interferir con los establecimientos de venta.

- c) Zona administrativa: Son aquellas oficinas en las que se ubica el personal que gerencia y organiza las instalaciones y del mercado y sus respectivas actividades.

La Cooperativa Mercado Santa Rosa tiene diversos rubros en el establecimiento entre los cuales se encuentran:

- Frutas y Hortalizas: Está conformado por aquellos establecimientos donde se venden de alimentos naturales cultivados en huertas o regadíos.
- Carnes y embutidos: Se definen a aquellos establecimientos en los cuales se ofrecen a la venta carnes de vacuno como: bife, carne molida, hígado, osobuco, malaya, mondongo, sancochado de pescuezo, churrasco, bofe, chuleta, etc. Asimismo, se encuentran los embutidos como: jamonada, queso, tocino, mortadela, jamón, salchicha, etc.
- Juguerías: Son aquellos establecimientos en los cuales se ofrecen a la venta desayunos, especialmente jugos de frutos, y como complemento se ofrece ensaladas de fruta, emparedados, empanadas, postres, gaseosas, queque, etc.
- Talleres: Se definen a los establecimientos en los cuales se realizan servicio técnico de celulares, computadores y demás artículos electrónicos, así como también, la venta de audífonos, cargadores, protectores, micas, cables, etc.
- Mercería: De acuerdo con lo mencionado por la secretaria de la Junta Directiva de la Cooperativa, este rubro está conformado por establecimientos en donde venden: Golosinas, piñatería, adornos diversos, artículos para fiestas como globos, golosinas, piñatas, regalos, entre otros. Asimismo, establecimientos donde se ofrecen ropa y calzado, accesorios de moda, mochilas, maletas, entre otros. Estos puntos de venta, en su mayoría se dividen por género u edad, es decir, para damas y caballeros, bebés, niños, jóvenes y adultos. También se consideran en este rubro librerías, ventas de

descartables, locerías, utensilios y útiles de limpieza. Algunos de estos establecimientos pueden ofrecer más de un tipo de producto antes mencionado por ello se agrupan dentro de este rubro.

- Carnes de aves: Son aquellos establecimientos en los que se realiza la venta de carne pollo, menudencia de pollo, gallina y pato.
- Carnes de pescados y mariscos: Se refiere a aquellos establecimientos en los que se ofrece a la venta los diferentes tipos de pescado como: tilapia, bonito, lisa, pejerrey, trucha, jurel, caballa, pota, etc.; así como también, se ofrecen mariscos como: langostinos, cangrejos, ostras, choros, pulpo, calamar, etc.
- Abarrotes y granos: Se refiere a aquellos establecimientos en los que se ofrece a la venta artículos de primera necesidad, como alimentos enlatados y envasados, así como también incluye la venta de arroz y azúcar por kilo.
- Restaurantes: Se define a aquellos establecimientos en los cuales se ofrece comida y bebidas, especialmente, en el momento del almuerzo.
- Golosinas y piñatería: Se refiere a aquellos establecimientos en los cuales se ofrecen artículos para fiestas: como globos, golosinas, piñatas, regalos, entre otros.
- Otros diversos: Se define a aquellos establecimientos en los que se ofrece otros servicios no mencionados anteriormente como peluquerías, zapaterías, librerías, etc.
- Almacenes: Se refiere a aquellos espacios en los que se alberga mercancías por un tiempo determinado, por lo que se encontrará cerca a los comerciantes.

Capítulo II: Plan de Investigación

2.1. Estado de la Cuestión

Previo a abordar el tema a investigar es importante conocer los antecedentes y diversas investigaciones relacionadas que nos permitan entender el panorama actual.

En el distrito de Chorrillos, según INEI, existen más de 50 mercados y según una investigación realizada por Yaranga (2013) para obtener el grado de Licenciada en Comunicación, titulada *"La comunicación para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado Santa Rosa de Chorrillos"* destaca que los diferentes mercados existentes en el distrito de Chorrillos día a día compiten con los supermercados como Plaza Vea, Metro, los cuales se han instalado con fuerza. Además, indica que el mercado elegido, se fundó en el año 1972 y con poco más de 40 asociados lograron comprar el terreno actual ubicado en Avenida Guardia Civil 433 Urbanización La Campiña; en el año 1990 lograron concluir la construcción de este. De acuerdo con los datos publicados por la INEI en el 2016, el mercado cuenta con 395 puestos fijos de los cuales 385 puestos funcionan activamente, cabe resaltar que, la administración está a cargo de la junta de propietarios.

Burga (2015) en la tesis que ha elaborado para obtener el grado de Licenciatura en Contabilidad, la cual se titula: *"Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las empresas comerciales del Emporio de Gamarra, 2014"*, sostiene que las empresas conocedoras sobre la utilidad e importancia de los tributos que estos aportan, así como también, de la entidad Administradora que recauda estos tributos, podrán establecer un mejor planeamiento tributario, de esta manera lograr un correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias y prevenir posibles evasiones y/o elusiones tributarias; asimismo, concluyen que los contribuyentes prefieren permanecer en la informalidad, especialmente, porque atribuyen poca legitimidad al rol recaudador del Estado y a la Administración Tributaria. Por lo tanto, la autora recomienda que la Administración Tributaria debe de informar ampliamente sobre la canalización de los tributos que se aportan, con el fin de motivar a los contribuyentes a pagar dichos impuestos.

Hanco (2015) en su tesis para obtener el grado de licenciatura en Contabilidad, el cual se denomina “*Nivel de cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca periodos 2012-2013*”, concluye que más del 50% de la muestra estudiada no paga impuestos y tienen bajo nivel de cultura tributaria, lo cual genera mayor informalidad en los diferentes rubros del sector analizado. Por ello, recomiendan que, para incrementar los niveles de cultura tributaria, la Administración Tributaria deberá brindar servicios gratuitos en el cual pongan a disposición del contribuyente herramientas e información sobre las obligaciones tributarias y deberán simplificar los procesos de cumplimiento para los contribuyentes, de manera que la población tenga confianza en la institución administradora de tributos. Además, debe existir la percepción de retribución a los contribuyentes por parte del Estado, quien deberá de cumplir con entregar servicios públicos de calidad.

Chávez y Tadeo (2014) en su tesis para obtener el grado de Licenciatura en Contabilidad, el cual se denomina: “*Cultura Tributaria y el cumplimiento de obligaciones en el mercado modelo de Huancayo*”, menciona que la no existencia de una cultura tributaria influye de manera desfavorable en el cumplimiento de las obligaciones tributarias; por lo cual, recomienda fortalecer la percepción que tienen los contribuyentes sobre la imagen de la Administración Pública, de manera que, tanto las entidades recaudadoras, como ejecutoras deberán de manifestarse como instituciones honestas y transparentes. Para ello, el autor propone fortalecer las medidas de control interno y sanciones en los casos de corrupción en las instituciones públicas. Asimismo, en dicho trabajo de investigación, se sostiene que el desarrollo de una conciencia tributaria se logrará de manera satisfactoria a medida que los contribuyentes perciban que los fondos recaudados son utilizados de manera correcta para el desarrollo del país. Además, el autor recomienda fortalecer la educación tributaria en la educación básica regular; a pesar de que existe, desde el 2009, un convenio entre SUNAT y el Ministerio de Educación para incorporar el Diseño Curricular Nacional contenidos tributarios, los educadores encargados no son capacitados de manera constante en temas tributarios para desempeñar sus labores de manera exitosa.

Lizana (2017) en la tesis que ha elaborado para obtener su título en Contabilidad, titulada “*Cultura Tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de rentas de*

personales de la población de la región de Lima, año 2017, sostiene que la falta de una adecuada conciencia tributaria perjudica cumplir con la programación de la presentación y pago de las obligaciones tributarias; asimismo, la falta de sensibilización en el aspecto social y ético genera que los contribuyentes sean más propensos a incurrir de manera constante en infracciones y sanciones tributarias; y por último, la autora, menciona que los contribuyentes tienden hacia la informalidad, especialmente porque atribuyen poca o nula legitimidad al ente recaudador del Estado, SUNAT.

Araujo y Pérez (2016) en su tesis para obtener el grado de Licenciatura en Contabilidad, titulada: *“La cultura Tributaria y su relación con el incumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas del sector ferreterías del Pueblo de Virú, Distrito de Virú, año 2015”*, mencionan que los empresarios del sector estudiado tienden a ser informales, principalmente, porque otorgan poca legitimidad al Estado y a la Administración Tributaria; además, se determina que los propietarios tienen poca o nula cultura tributaria, lo cual, se encuentra relacionado al incumplimiento de sus obligaciones. Asimismo, los autores concluyen que entre los factores más importantes sobre la poca cultura tributaria existente se encuentran la inconciencia tributaria y el desconocimiento de materia tributaria, lo cual conlleva a que las empresas inciden en infracciones o sanciones.

Mogollón (2014) para obtener el título de Contador Público ha desarrollado la tesis titulada: *“Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo, Perú”*. En esta investigación concluyen que los comerciantes tienen un nivel bajo de cultura tributaria, ya que un 83% de los encuestados consideran a los tributos como una sanción aplicada al realizar cualquier tipo de transacción, por lo que realizan el pago de los tributos con el fin de evitar multas y sanciones. Asimismo, se determinó que los comerciantes no tienen motivación alguna para comprender y mantenerse informados sobre los temas tributarios, ya que muchos de ellos indican que el Estado tiene altos niveles de corrupción y los tributos recaudados no son usados de manera correcta y el beneficio no alcanza a la población. Este hecho genera que los comerciantes no perciban el pago de los impuestos como una inversión, ya que consideran que la ciudad de Chiclayo no cuenta con una

buena infraestructura, en especial, en las instituciones educativas y hospitales; así como también, no hay garantía de un buen servicio de seguridad ciudadana.

Farro y Silva (2015) para obtener el grado de Licenciatura en Contabilidad, han desarrollado la tesis que lleva como título: *“Cultura Tributaria y su incidencia en la eliminación de infracciones y sanciones en una empresa de abarrotes de Chiclayo en el 2014”*. En dicha investigación se concluye que los trabajadores de la empresa en estudio tienen un nivel de cultura tributaria muy baja debido a que tienen poco interés en participar en asuntos tributarios, asimismo, concluyen que dicha organización no maneja una gestión tributaria organizada, ya que no tienen conocimiento de las leyes y normas tributarias, e incluso ignoran sobre la obligación de los impuestos, los comprobantes de pago, y los regímenes tributarios existentes, lo cual ha generado que la empresa tenga sanciones impuestas por parte de SUNAT. Cabe resaltar, que el 86% de los trabajadores consideran que existe demasiada presión por parte de SUNAT, lo cual se refleja en las constantes fiscalizaciones, las cuales tienen como finalidad encontrar deficiencias para poder aplicar sanciones. Por lo tanto, los autores recomiendan que la empresa deberá reforzar sus conocimientos y técnicas de aplicación de las normas tributarias con la finalidad de disminuir las sanciones tributarias, así como también, se deberá concientizar a los propietarios de la organización para que realicen el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, ya que de esa manera se podrá exigir el uso correcto y transparente de los fondos públicos al Estado.

Vela (2017) para obtener el título profesional de Contadora Pública con su tesis titulada *“Cultura Tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los Microempresarios en Lima Metropolitana años 2015-2016”* plantea como principal problema, la influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos. En esta investigación los autores concluyen que la cultura tributaria de los contribuyentes influye directamente a la evasión, ya que se desconoce el destino del impuesto recaudado y los beneficios que deberían percibir por los mismos. Por ello, plantea que el camino para combatir las actividades de evasión es mediante la difusión de la cultura tributaria. Asimismo, el autor menciona que el nivel de educación de los contribuyentes no está asociado a la evasión tributaria y afirma que no importa el grado de educación que los contribuyentes tengan, pues mientras más preparados se encuentren, de todas formas, pueden continuar evadiendo impuestos. Finalmente, el autor concluye que el contribuyente al no saber los

beneficios de los impuestos y no saber sobre las sanciones y los procedimientos tributarios complejos para el cumplimiento de sus obligaciones, conlleva en muchos casos a que realicen actividades informales y tengan poco interés en convertirse en contribuyentes formales.

Marquina (2013) ha realizado una tesis para obtener el grado de Contador Público titulada *“Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales SUNAT – Intendencia Lima en el periodo 2013”*, en la cual plantea como problema principal la incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones. En esta investigación, el autor concluye que el conocimiento tributario de los contribuyentes investigados es deficiente y genera resultados negativos en las verificaciones para el contribuyente perjudicando su economía y la recaudación fiscal. Asimismo, concluye que el grado de cultura tributaria es percibida por la falta de difusión y capacitación a los contribuyentes por parte de SUNAT. Finalmente, la mayor infracción cometida por la población estudiada es causada por el atraso en la presentación de los libros y/o registros contables.

De acuerdo con una investigación realizada por Arroyo, Espinosa y Amezcua (2014) titulada *“La concientización fiscal de los contribuyentes como base para formar la cultura tributaria en México”* de la revista de Ciencia Administrativa, resaltan que en este país el problema tributario es muy marcado, ya que, por un lado, no es posible controlar la evasión tributaria, y, por otro lado, el convencer a los contribuyentes de cumplir sus obligaciones tributarias de manera legal y justa es complicado. Por lo tanto, los contribuyentes siempre buscarán la manera de evadir impuestos y/o pagar la menor cantidad de impuestos ante la escasa responsabilidad cívica existente. Asimismo, entre las principales conclusiones de esta investigación, los autores mencionan que la educación podría tener un impacto significativo en la cultura tributaria en México, ayudando así a la mejora de las actitudes y valores de los mexicanos. Asimismo, la cultura tributaria debe ser una iniciativa de la ciudadanía y una lucha del día a día con la participación de los contribuyentes, instituciones educativas y los responsables del sistema tributario mexicano.

Borrero (2012) realizó una investigación en Ecuador para la obtención del Título de Magister en Administración Tributaria titulada: *“Implementación de la educación tributaria a nivel universitario en la ciudad de Cuenca”*, en la cual, el autor concluye que los contribuyentes

en Ecuador tienen conocimiento que existen obligaciones tributarias que cumplir, sin embargo, también desean saber los beneficios que son otorgados al pagar sus impuestos. La mayoría de las capacitaciones que brinda el Servicio de Rentas Internas- SRI están enfocadas en las obligaciones de los contribuyentes, más no en los derechos que estos tienen. En la región Austro del SRI hay gran interés por capacitar a los contribuyentes para mejorar su cultura tributaria y esto se ve reflejado en el aumento del número de personas capacitadas, aunque haya sido en pocos eventos programados. Asimismo, el autor menciona que el diseño de los programas de cultura tributaria no se encuentra enfocado en los futuros profesionales en las universidades, ya que estos solo se dan mediante seminarios, a pesar de que el objetivo principal del SRI es fomentar la cultura tributaria.

Onofre, Aguirre y Murillo (2017) en su artículo titulado: “La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos” en la revista *Dominio de las Ciencias*, concluyen que desarrollar una cultura tributaria depende de la calidad de información disponible sobre política y la visión de los individuos sobre el Estado y sus instituciones, por lo que mientras la ciudadanía se encuentre mayor informada sobre lo político, también se encontrará predispuesta a tener mayor información sobre lo tributario. Asimismo, los autores resaltan que, en los estudios realizados con respecto a la visión ciudadana sobre los impuestos, los ciudadanos comentan que los impuestos son una obligación solidaria y a la vez una acción inevitable que de no realizarse tendrá una sanción. Por lo tanto, los autores recomiendan que el Estado ecuatoriano continúe con las actividades de difusión en colegios y universidades sobre las obligaciones y beneficios que tiene un contribuyente al pagar sus impuestos.

Vanegas (2016), en su artículo titulado: “Caracterización de la cultura tributaria en estudiantes de grado noveno” en la revista *Vínculos* de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, nos expone que se evidencia la falta de conocimiento de los alumnos en estudio sobre los impuestos, así como también, su procedencia y aplicación de manera cotidiana. Sin embargo, se evidenció que los estudiantes pueden identificar y definir aspectos teóricos sobre los tributos a través de gráficas y lecturas, aunque desconocen los posibles beneficios de pagar impuestos. Por lo tanto, el autor recomienda mejorar o implementar un civismo fiscal orientado tanto hacia la responsabilidad de cumplir con los compromisos como, de servicio a la misma sociedad.

Con el fin de conocer el estado y/o evolución de los regímenes en estudio rescatamos la tesis de licenciatura Larrea Arismendiz (2017) titulada *"La formalización de los contribuyentes acogidos al Régimen Especial del Impuesto a la Renta y el Nuevo Régimen Único Simplificado y su relación con la recaudación tributaria en el Perú 2010 - 2014"*, quien plantea las siguientes conclusiones. En primer lugar, se detectó un crecimiento importante de contribuyentes del Nuevo RUS y RER con un 35.47% del 2010 a 2014, por ello, el Estado Peruano debe poner mayor atención a estos contribuyentes y brindarles la información necesaria sobre la normativa tributaria. Esto debido a que el 48% de los evaluados aduce que no están informados sobre los cambios legislativos que afectan a su régimen y el 38% dice que no tiene conocimiento sobre temas ni legislación tributaria. En segundo lugar, según la población estudiada en dicha investigación, se concluyen que el 62% contribuyentes del RER y 75% contribuyentes del Nuevo RUS encuestados afirman no haber asistido a capacitaciones en temas tributarios en SUNAT.

Chura (2013) en su tesis para obtener el título de Contador Público titulado: *"La elusión tributaria y el cumplimiento de las normas tributarias en el Mercado Central de Lima Metropolitana 2012"* concluye que la SUNAT no contribuye con mejorar los procedimientos tributarios y esto genera que la evasión tributaria sea inevitable en la población estudiada. Asimismo, afirma que no se establecen mecanismos adecuados para evitar modalidades de elusión tributaria, no hay transparencia en los hechos económicos en los contribuyentes de estudio y eso trae consigo información contable-tributaria inadecuada. Por ello, recomiendan establecer mecanismos y procedimientos que ayuden a mejorar y/o resolver la tributación en la población analizada. Estas conclusiones demuestran que el panorama actual de la contribución en los mercados de Lima y la atención que estas requieren para mejorar la contribución.

Lupaca (2015), en su tesis desarrollada para la obtención de Licenciatura titulada *"Análisis de la situación tributaria de los Centros Comerciales de Arequipa para incrementar la recaudación fiscal: Caso Centro Comercial Don Ramón en la actualidad"*, uno de los objetivos específicos es el analizar el Sistema Tributario en el Perú en la actualidad frente al contexto de los Centros Comerciales. Con relación a dicho objetivo, la conclusión es que el sistema tributario peruano no está acorde a la realidad existente en los centros comerciales. Esto debido a que, en

algunos sectores comerciales donde cuentan con asesoramiento tributario permanentes la aplicación es precisa, pero en el caso de los comerciantes micro y pequeño se evidencia el desconocimiento de las normas tributarias por ello, muchas veces, incurren en infracción.

Pariente, Pajaico y Sánchez. (2016) para obtener el título de Contador Público desarrollaron la tesis titulada: *“El Acogimiento al Nuevo Régimen Único Simplificado - RUS y la evasión tributaria de los comerciantes del mercadillo de San Vicente, Cañete - 2015”*, una de las conclusiones es que los comerciantes no tienen conocimiento de temas tributarios, y que el 100% de ellos saben que al no declarar sus impuestos incurren en infracción. Sin embargo, ellos no pueden aplicar la información impartida por representantes de SUNAT en las Capacitaciones ya que no han comprendido el tema porque les parece muy complejas.

Carlos y Ancajima (2017), realizaron una investigación, para la obtención del grado de Contador Público, titulado *"Evasión de impuesto de los comerciantes de abarrotes del Mercado La Perla, Chimbote - 2017"*, y uno de los objetivos planteados es la determinación por aproximación el nivel de incumplimiento del Impuesto General a las Ventas por parte de los comerciantes de abarrotes del Mercado". Con relación a ello, la conclusión es que el 40% de la población estudiada atribuye su incumplimiento de obligaciones a los excesos en la regulación tributaria como: Impuestos altos a pagar (27%), los requisitos a cumplir son excesivos (13%). Asimismo, un 33% comerciantes señala no entender los mecanismos tributarios por ser excesivamente complejo y los altos niveles de informalidad los lleva a evadir impuestos y no cumplir con sus obligaciones.

La conclusión general a la que han llegado la mayoría de los autores concierne a una mejora en la cultura tributaria en nuestro país con el fin de mejorar la recaudación fiscal. Por otro lado, se evidencia que los contribuyentes del Nuevo RUS y del RER cuentan con bajo nivel de cultura tributaria, lo que conlleva a que sus obligaciones sean determinadas de manera errada incurriendo en infracciones que, luego son sancionadas por la SUNAT y esto genera un perjuicio económico al contribuyente e indirectamente al Estado en temas de recaudación. Asimismo, es preciso mencionar que el problema de carencia de cultura tributaria también es un problema vigente en

diversos países de nuestra región, en los cuales, de la misma forma, los responsables del Sistema Tributario buscan combatir y mejorar la educación de los contribuyentes y ciudadanos.

2.2. Justificación

Los países latinoamericanos tienen un gran interés por luchar contra la evasión tributaria debido al gran impacto que genera en la estabilidad económica y en las estrategias de desarrollo de los respectivos países. Es por ello, que se formulan estrategias de control o fiscalización para mejorar la administración y recaudación tributaria. Asimismo, los autores resaltan que es necesario profundizar la relación que debe existir entre el Estado y el ciudadano, en consecuencia, es necesario desarrollar una cultura tributaria que permita que los contribuyentes puedan concebir a las obligaciones tributarias como un deber sustantivo. (Valero, Ramírez & Moreno, 2010).

En nuestro país, la problemática antes mencionada no es ajena y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, [SUNAT], es la principal entidad encargada de gestionar temas fiscales. Por ello, con el fin de combatir la informalidad y mejorar el Sistema Tributario Nacional, la Administración Tributaria creó regímenes que se amolden en lo posible a cada tipo de contribuyente. Uno de ellos es el Régimen Único Simplificado – Nuevo RUS y el Régimen Especial de Renta – RER, los cuales están enfocados, especialmente, en los micro y pequeñas empresas, quienes tributan de acuerdo con sus ventas mensuales, dependiendo de ello, aportarán entre 20 o 50 soles si están en el Nuevo RUS y deberán pagar como Impuesto a la Renta el 1.5% de sus ingresos netos si se encuentran en el RER. Cabe resaltar que, de acuerdo con lo mencionado por Castañeda (2009), estos regímenes deberían considerarse de manera transitoria y temporal. Por ello, resalta que las empresas no deberían perpetuarse en el Nuevo RUS o RER ya que el principal objetivo de dichos regímenes es brindar al contribuyente el primer paso para su ingreso a un sistema formal tributariamente. Sin embargo, la mayoría de los contribuyentes continúan en estos regímenes generando bajos niveles de recaudación.

Por otro lado, las MYPES son parte importante de la economía y en el Perú, las MYPES brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). Por lo tanto, se deduce que las MYPES abarcan gran parte de la

economía. Sin embargo, el crecimiento y/o desarrollo de las empresas de este sector se ve dificultado por un sistema tributario complejo y cambiante el cual genera que los contribuyentes no estén informados en su totalidad sobre los cambios y nuevas obligaciones que les permita superar los problemas de la informalidad y la falta de cultura tributaria. (Sánchez, 2016).

Por lo tanto, el problema antes descrito podría estar siendo generado por una inadecuada cultura tributaria, ya que la mayoría de las contribuyentes buscan la forma de pagar el menor tributo posible manteniéndose en los regímenes antes mencionados cuando, realmente, no corresponden al régimen. Esto podría traducirse como una falta de transparencia, inexistencia del cumplimiento en relación con la responsabilidad cívica y falta de conciencia tributaria, la cual se vincula con la percepción que se tiene sobre el Estado y la gestión de los recursos por parte de éste. Por lo tanto, es probable que la existencia de una cultura tributaria facilite el cumplimiento de los deberes formales de los contribuyentes. Para ello, es necesario su formación y desarrollo; aunque no sea una labor sencilla ya que requiere de la convergencia de políticas de control y de educación integral para lograr en un futuro una adecuada recaudación fiscal. Por ende, la cultura tributaria podría ser un factor determinante y de alto valor para lograr de manera voluntaria el aporte de los ciudadanos a las arcas fiscales. (López, 2014).

Es por ello, que la presente investigación, se enfocará en estudiar la cultura tributaria y su influencia en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018, con el fin de identificar los factores que dificultan la interiorización de una cultura tributaria, así como proponer medidas que permitan proporcionar un mayor nivel de cultura tributaria.

2.3. Planteamiento del problema

Los gobernantes de nuestra región de Latinoamérica tienen como prioridad el desarrollo y crecimiento económico de su país y para ello implementan e impulsan medidas necesarias para lograr los objetivos. Una de estas medidas es la lucha contra la evasión tributaria cuyo impacto es significativo en la estabilidad económica de cada país. Según un estudio realizado por Norman Loayza para el BCRP en el 2018, nos muestra que en nuestro país el 40% del total del PBI y el

70% del empleo provienen del sector informal; esto es catalogado como excesivamente alta en comparación con otros países de nuestra región. Asimismo, indica que Lima cuenta con una tasa de 58% de informalidad y esto proviene de una poca o nula cultura tributaria de los ciudadanos lo que conlleva a que los tributos no sean declarados ni pagados según la normativa vigente.

Los tributos son una de las principales fuentes de ingresos para el Estado, estos son utilizados para realizar obras, proyectos y mejoras en beneficio a la población a nivel nacional. En este sentido, el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas - IGV son los principales tributos, no solo por la cantidad recaudada, sino también porque grava de manera directa las ganancias y ventas de los contribuyentes. Por ello, la adecuada determinación de las rentas empresariales es fundamental, ya que se busca que los contribuyentes tributen de acuerdo con su realidad económica y en los plazos establecidos. La entidad encargada de la recaudación de estos tributos, administrarlos y proponer reglamentos para las normas tributarias al Ministerio de Economía y Finanzas- MEF, es la SUNAT, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Esta institución se encarga de desarrollar y administrar los sistemas de análisis y fiscalización de los valores declarados por los contribuyentes.

El ex jefe de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), Víctor Shiguiyama, en una entrevista brindada a la Agencia Peruana de Noticias Andina en el 2018, resalta que los peruanos deben mejorar la cultura tributaria para aportar al desarrollo del país y refiere que si los ciudadanos pidieran comprobantes (boleta o factura) cuando realizan sus compras, el Estado podría recaudar entre 2,000 millones y 3,000 millones de soles más al año. Además, es preciso resaltar que la razón por la que un empleador o empleado es informal es porque no lo considera necesario y aquella situación se refleja en mayor porcentaje en el sector de comercio al por menor con un 38,30%, esto significa que los ciudadanos no son conscientes o desconocen la importancia de la tributación en el desarrollo de un país.

En el Nuevo Régimen Único Simplificado - Nuevo RUS y el Régimen Especial de Renta - RER hasta julio del 2019 hay 423,000 y 1,253,600 contribuyentes inscritos respectivamente. (SUNAT, 2019). Asimismo, dentro de estos regímenes mencionados, el sector que predomina es el de comercio minorista, sector en cual nos enfocaremos en la presente investigación. También,

destacamos que los contribuyentes de los mercados de abastos se encuentran dentro de los regímenes mencionados para ello, hemos elegido al Mercado Cooperativa Santa Rosa en Chorrillos - Lima en donde analizaremos variables como la cultura tributaria, procesos tributarios complejos, nivel de educación tributaria, bancarización y cómo estas influyen en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes en el periodo 2018. (BCRP, 2018).

2.3.1. Problema principal

¿La cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018?

2.3.2. Problemas secundarios

1. ¿La complejidad de los procesos tributarios influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018?
2. ¿El nivel de educación tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Nuevo RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018?
3. ¿La Bancarización influye en la determinación de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Nuevo RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018?

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

La cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

2.4.2. Hipótesis específicas

1. La complejidad de los procesos tributarios influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.
2. El nivel de educación tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.
3. La bancarización influye en la determinación de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Nuevo RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

2.5. Objetivos

2.5.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la cultura tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

2.5.2. Objetivos específicos

- Determinar la influencia de la complejidad de los procesos tributarios en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.
- Determinar la influencia del nivel de educación tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.
- Determinar la influencia de la bancarización en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

2.6. Limitaciones y parámetros

Cabe resaltar que durante el presente trabajo de investigación se tuvieron las siguientes limitaciones:

- Acceso limitado a la información del sector a investigar, ya que el desarrollo de las encuestas demanda un periodo no mayor a 20 minutos.
- Resistencia de algunos empresarios del sector elegido en proporcionar información detallada durante la aplicación de las encuestas.

- La información utilizada en esta investigación proviene de la INEI cuyos datos son del Censo Nacional de Mercados de Abastos realizada en el 2016, ya que los datos al 2019 están en proceso de ejecución, debido a que este proceso fue aprobado el 17 de abril del 2019 mediante Resolución Jefatural N° 123-2019-INEI.

Capítulo III: Metodología de la Investigación

3.1 Objeto y nivel de investigación

Según Hernández y Coello (2006), el objeto de estudio se refiere a la parte de la realidad objetiva sobre la cual actúa el sujeto, ya sea desde el punto de vista práctico o teórico, con el fin de solucionar el problema planteado.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), los estudios de alcance explicativo profundizan la descripción de conceptos y el establecimiento entre relaciones entre conceptos ya que responden a las causas de los fenómenos ocurridos. Por ello, se centra en investigar por qué ocurre un fenómeno y cómo se manifiesta.

Por lo tanto, el tipo de investigación del presente trabajo tiene un alcance explicativo causal, ya que se pretende conocer el efecto que genera la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

3.2 Diseño de la investigación

La investigación con diseño no experimental es aquella investigación en la cual no se manipulan variables y solo se observa la naturaleza de los fenómenos para posteriormente analizarlos. Además, la investigación transeccional o transversal recolectan datos en un tiempo único con el propósito de describir variables y analizar su incidencia en un momento dado. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Por lo tanto, el diseño de esta investigación se define como no experimental de corte transversal, ya que no se pretende alterar ninguna variable y se recaudará la información disponible durante un periodo determinado.

3.3 Investigación cualitativa

En la presente investigación se considera realizar un estudio con un enfoque mixto para responder al planteamiento del problema, el cual se define según Chen (2006), como la integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en un solo estudio con el objetivo de obtener un panorama más completo del fenómeno planteado, estos métodos pueden llevarse a cabo de manera conjunta, conservando sus estructuras y procedimientos originales.

3.3.1 Descripción de los instrumentos de recolección de datos

Luego de tener establecido la estrategia de investigación, la muestra según la hipótesis y el problema de estudio se procede a llevar a cabo la etapa de investigación para recolectar información requerida para la investigación. La investigación cualitativa se da mediante registros narrativos como: la observación participante y la entrevista. Esta investigación trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades estudiadas, sistema de relación y estructura dinámica. (Fernández & Pértigos, 2002).

En el presente trabajo de investigación, para el desarrollo del enfoque cualitativo, se realizarán entrevistas a profundidad a expertos sobre el tema en cuestión con el fin de obtener una mejor interpretación del problema planteado.

3.3.2 Población

La determinación de la población para realizar la entrevista a profundidad está conformada por un socio de una firma auditora, contadores colegiados que han trabajado o trabajan con contribuyentes del Nuevo RUS y RER y un colaborador de SUNAT experto en el tema investigado.

Ellos responderán a las interrogantes planteadas para la presente investigación para conocer la naturaleza y relación de las hipótesis y problemas planteados al público objetivo.

3.3.3 Tamaño de la muestra

Para llevar a cabo la entrevista a profundidad, se eligieron a dos Contadores Colegiados, quienes cuentan con un Estudio Contable en donde llevan la Contabilidad de algunas empresas del Régimen Nuevo RUS y RER. Asimismo, contamos con la colaboración del Senior en TAX de la firma Pricewaterhouse Coopers y un colaborador de SUNAT, quien trabaja como Auditor Tributario.

Tabla 3.
Muestra para enfoque cualitativo

Nombre	Cargo	Empresa
Efraín Borda	Gerente General	Consulting Ral's
Juan Lara	Senior en TAX	Pricewaterhouse Coopers
Alex Vega Franco	Auditor Tributario	SUNAT
Lilian Castro Cano	Socia	Servicios Empresariales Castro

Nota: Elaboración propia.

3.4 Investigación cuantitativa

El tipo de metodología cuantitativa analiza y procesa datos numéricos o cuantificables de la muestra seleccionada en la investigación cuyos resultados son objetivos. Los datos recolectados son variables y se clasifican según la necesidad del estudio que permita deducir las causas posibles de las situaciones planteadas en el tema a investigar. (Muñoz, 2010)

3.4.1 Descripción de los instrumentos de recolección de datos

La encuesta, se define como una investigación que se realiza a una muestra representativa de la población estudiada, se utilizan procedimientos estandarizados de interrogación para obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la

población. (Torrez & Salazar, 2006). Para el desarrollo de la investigación bajo el enfoque cuantitativo se realizarán encuestas a los comerciantes del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima basadas en el método de la escala de Likert a la muestra determinada del sector a investigar, en la cual se procesarán y analizarán datos numéricos a través del SPSS.

3.4.2 Población

La población es el conjunto de casos definido, limitado y accesible del cual se extraerá la muestra cumpliendo una serie de criterios predeterminados para luego analizar datos y explorar resultados. (Gómez, Villasis & Miranda, 2016).

De acuerdo con lo antes descrito, la población de la presente investigación se encuentra conformada por 2,612 mercados de abastos a nivel nacional, de los cuales en Lima se concentra el 47,2% de ellos, haciendo un total de 1,122 mercados, según el censo realizado por el INEI durante los meses de noviembre de 2016 a enero 2017.

Figura 18. Mercado de Abastos registrados, según departamento, 2016. Adaptado del Censo Nacional de Mercado de Abastos 2016, realizado por INEI, 2016

Asimismo, Chorrillos cuenta con 54 mercados de abastos y esto lo ubica dentro de los primeros grupos de distritos en Lima Metropolitana, donde hay alta concentración de mercados de abastos. (Diario Gestión, 2017).

Además, según el informe de INEI, el Mercado Cooperativa Santa Rosa es uno de los más grandes del distrito de Chorrillos con 395 puestos activos, según datos de la encuesta realizada por INEI, el cual se puede visualizar en la siguiente figura. Por ello, para la presente investigación elegimos estudiar a los contribuyentes del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima.

15. DEPARTAMENTO LIMA: DIRECTORIO NACIONAL DE MERCADOS DE ABASTOS, SEGÚN PROVINCIA Y DISTRITO, 2016

PROVINCIA DISTRITO NOMBRE DEL MERCADO	Dirección	Puestos Fijos	Puestos que Funcionan	Tiene instalaciones por red pública para:			Año de Inicio	Material que predomina en las paredes del local	Administración
				Alumbrado eléctrico	Abastecimiento de agua	Alcantarillado			
SAN PABLO	Av. Buenos Aires	85	85	Si	Si	Si	1990	Madera	Junta de Propietarios
MERCADO VIRGEN DE LA MERCE	Calle Moriscol Andrés Bello Cáceres Mz B Lote 6	11	11	Si	Si	Si	1989	Madera	Persona Natural
LOS GORRIONES	Paseo Los Gorrones Mz E Lote 3	61	61	Si	Si	Si	1988	Otro	Junta de Propietarios
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO NÚMERO 3 CHORRILLOS	Av. Carlos Richardson S/N	156	156	Si	Si	Si	1988	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
MERCADO SANTA ROSA	Av. Los Martires Mz M Lote Único	78	78	Si	Si	Si	1987	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
HUERTOS DE VILLA	Av. Alameda San Marcos Mz L ¹ Lote 7D	31	27	Si	Si	Si	1987	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
SEÑOR DE LOS MILAGROS	Av. Huancavelica Mz Q Lote 8	24	22	Si	No	No	1987	Otro	Junta de Propietarios
MERCADO SAN JOGÉ	Av. Principal N° 600	99	99	Si	Si	Si	1981	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
MERCADO VILLA MARINA	Av. Los Pinos N° 393	45	35	Si	Si	Si	1980	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
MERCADO SAN EUGENIO	Av. Anselmo Matellini S/N	34	33	Si	Si	Si	1980	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
MERCADO SAN PEDRO	Av. San Martín N° 750	344	344	Si	Si	Si	1976	Ladrillo o bloque de cemento	Junta Directiva
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADITO SAN JUAN BAUTISTA	Av. Machu Picchu Mz K Lote 9	40	40	Si	Si	Si	1976	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
MERCADO SANTA ROSA	Av. Guardia Civil N° 433	395	395	Si	Si	Si	1972	Ladrillo o bloque de cemento	Junta Directiva
MERCADO SAN VALENTÍN	Calle Tahuantinsuyo N° 256	58	48	Si	Si	Si	1968	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
MERCADO SAN MARTÍN DE PORRES- LAS DELICIAS	Av. Cordillera Negra Mz D12 Lote 9	16	8	Si	Si	Si	1965	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
MERCADO VISTA ALEGRE DE VILLA	Calle Francisco Bolognesi S/N	93	93	Si	Si	Si	1964	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
SAN MARTÍN DE PORRAS	Av. Guardia Civil E5 Lote 5A	142	92	Si	Si	Si	1961	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios
MERCADO NÚMERO 2	Calle Carlos Richardson S/N	63	63	Si	No	No	1959	Madera	Junta de Propietarios
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL SAN PEDRO N° 1	Av. Cordillera Central Mz C9 Lote 01	31	16	Si	Si	Si	1959	Ladrillo o bloque de cemento	Junta de Propietarios

Continúa...

Figura 19. Mercado de abastos de Abastos en Chorrillos. Directorio Nacional de Mercado de Abastos 2016, INEI

Por otro lado, de acuerdo con la conversación sostenida con el presidente del Consejo de Vigilancia, el Sr. Richard Cerna Flores, quien también es comerciante del mercado, nos indica que el Mercado está dividido en: Campo 1, Campo 2 y Campo 3. En cada campo hay diversos rubros, los cuales se ve detallado a continuación.

Rubros	Cantidad
Carnes y embutidos	30
Talleres y jugos	35
Mercería (Ropa, joyas, otros)	90
Pollos	20
Pescados	10
Golosinas	12
Abarrotes	35
Otros diversos	45
Almacenes	20
Restaurantes	55

Figura 20. Distribución de puestos de venta por rubros del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima. Elaboración Propia, 2019

Para la presente investigación se tomará en cuenta el rubro con mayor número de comerciantes. En este caso se puede observar que el rubro de "Mercería" con 90 comerciantes activos en el mercado elegido. Se aplicará la encuesta a los comerciantes del Régimen Nuevo RUS y RER del rubro Mercería del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos ya que es el rubro con mayor número de comerciantes. De acuerdo con lo mencionado por la secretaria de la Junta Directiva de dicho mercado, mercería está conformado por lo siguiente: Prendas de vestir, joyas, librerías, adornos, calzado, confitería, mochilas, maletas, útiles de limpieza, descartables, productos plásticos, locería, utensilios y otros descritos en el marco teórico.

3.4.3 Tamaño de la muestra

La muestra se calcula mediante fórmulas matemáticas o paquetes estadísticos para obtener un número específicos de participantes con el fin de lograr los objetivos planteados. (Gómez, Villasis & Miranda, 2016).

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

El significado de las variables es:

n= Muestra

Z = Nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso (p-1)

E= Nivel de error

N= Población

A continuación, se aplicarán los valores a cada variable:

Z= 1,96 (Determinado con un nivel de confianza del 95%)

p= 0,95 (determinación correcta de impuestos)

q= 0,05 ((determinación incorrecta de impuestos)

E= 5%

N= 90

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,95 \times 0,05 \times 90}{5\%^2 \cdot (90-1) + 1,96^2 \times 0,95 \times 0,05}$$

n, = 41

En función al dato obtenido, se procede a elaborar la encuesta y procesar los resultados en el SPSS.

Capítulo IV Desarrollo

4.1 Aplicación de instrumentos

4.1.1 Aplicación de instrumentos: Entrevista a profundidad

La entrevista a profundidad se realizará a cada uno de los expertos detallados en el capítulo anterior y a continuación se detallan las preguntas planteadas y las respuestas dadas por los entrevistados.

Entrevista 1:

Entrevistado: Efraín Borda

Ocupación: Gerente General

Organización: Consulting Ral's

1. ¿En términos generales, ¿cuál es su opinión sobre el estado actual de la cultura tributaria en el ciudadano peruano?

Cuando hablamos de la situación de la cultura tributaria, nos tenemos que enfocar en dos partes: los emprendedores del RUS y RER y el ciudadano. En el caso de los emprendedores, lamentablemente, no hay una buena cultura tributaria, ya que en el Perú, según mi percepción, más que por la experiencia, todos tienen el afán de hacer un negocio y recurren a la SUNAT y obtienen su RUC; luego, cuando llega el momento de declarar y pagar impuestos quedan sorprendidos, pues consideran que es excesivo tanto en el RUS, como en el RER, puesto a que no hay una buena comunicación entre la SUNAT y el emprendedor, ya que la Administración Tributaria no le informa de manera clara sobre la obligación de declaración, los impuestos que deben pagar y las infracciones en las que puede incurrir. Es por ello por lo que se crea un ambiente de desconfianza y decepción sobre el funcionamiento del sistema tributario. Por lo tanto, muchos ciudadanos no solicitan comprobantes de pago por sus compras y desconocen la importancia que aquello representa para la Administración Tributaria. Cabe resaltar que en caso de que el ciudadano solicite comprobantes, los vendedores cobran el 18% más al importe pactado y aquello genera que el comprador decida no pedir comprobante.

Finalmente, considero que la cultura tributaria debe ser reforzada por la SUNAT desde el primer momento en que el contribuyente se inscribe en el RUC. Por ejemplo, mencionarle al contribuyente: “prohibido comprar comprobantes y prohibido adulterar el PDT”. Considero que estas recomendaciones serán valiosas ya que el contribuyente pensará muchas veces antes de caer en infracciones o actos ilegales.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el funcionamiento del Nuevo RUS y el RER en nuestro país?

Estos regímenes son buenos, pero tienen limitaciones y fallas. En el caso del RUS, es bueno porque ayuda a formalizar a pequeños negocios, como bodegas, restaurantes, etc. Asimismo, ayuda a los pequeños empresarios a lograr sus proyectos ya que desde que entregan comprobantes de pago, están generando historial para acceder a créditos bancarios. El lado negativo del RUS no es muy catastrófico, pero por experiencia siempre existen personas que quieren pasarse de "vivos". Por ejemplo, en una ocasión me llamaron para una asesoría y cuando llegué era un gimnasio; el establecimiento tenía cinco pisos, tenían bastante afluencia de clientes a quienes se les entregaban como comprobantes de pago una boleta de venta del RUS. En este caso, este contribuyente no debería estar en el RUS pues no cumplía con los parámetros establecidos como: volumen de venta, el tamaño del establecimiento, propiedades y cantidad de personal. Según mi experiencia, la SUNAT pocas veces fiscaliza este tipo de negocios y los contribuyentes se aprovechan de esta situación. El funcionamiento del RER es bueno para aquellos emprendedores cuyo público objetivo están bien definidos y ya están establecidos y posicionados en el mercado que les permita cumplir con sus obligaciones tributarias con la SUNAT llevando una contabilidad más ordenada, sustentada y completa según el régimen.

3. ¿De qué manera, considera usted que influye el nivel de educación tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?

El nivel de cultura tributaria influye de manera considerable en los contribuyentes del RUS y RER ya que la responsabilidad de tributación es de todo ciudadano. La educación debe darse desde el colegio ya que actualmente hay personas muy jóvenes que quieren empezar con un negocio y cuando ya están inmersos en el mundo empresarial y deben pagar sus impuestos sienten la presión al solo ver los importes. Por ejemplo, si sale que debe pagar mil soles de impuestos, ellos creen que es demasiado y se frustran, pero si sacan la proporción y el impuesto representa el 6% de sus ventas, esta se ve más accesible a ser pagada. Asimismo, las clases o cursos dictados en el colegio debe ser para concientizar sobre la importancia de la tributación.

4. ¿Cómo cree usted que la cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los contribuyentes afectos al Nuevo RUS y al RER?

No hay buena cultura de los contribuyentes peruanos y esto impacta en la recaudación de la SUNAT. En mi caso conozco a personas, que viven en asentamientos humanos, ellos tienen sus bodegas hace más de 20 años y no entregan comprobantes; es más, muchos de ellos, desconocen la existencia del comprobante de pago. Además, la SUNAT no motiva a los contribuyentes a pagar sus impuestos como: porcentaje de descuentos en el impuesto pagado puntualmente.

5. ¿Considera usted que el Sistema Tributario en nuestro país es complejo? ¿Por qué?

Los regímenes establecidos, RUS, RER, General, MYPES son comprensibles; yo creo que a la SUNAT le falta explicar o dar a conocer mejor las bondades y beneficios de pertenecer a cada régimen para que no parezca tan estricto. Además, con la tecnología actual, la Administración Tributaria está cerrando en mayor medida formas de evasión y están controlando más al contribuyente. Pero creo que este hecho asfixia al contribuyente y desmotiva al contribuyente. Por otro lado, cuando vamos a la SUNAT, a pedir orientación sobre algún tema, somos atendidos por personas que, en su mayoría, sus respuestas son muy cerradas en base al Código Tributario con un

lenguaje no entendible para el ciudadano común y corriente. Por ejemplo, si se trata de presentar algún escrito, el orientador te dice que debes presentar el escrito firmado por un abogado, este hecho se ve tan complejo para el ciudadano y decide, tal vez no seguir con su trámite, y creo que la SUNAT debería tener un abogado de oficio en sus oficinas de atención al cliente. En conclusión, el problema del Sistema tributario actual, más que complejo, es la falta de comunicación amigable y empatía hacia el contribuyente para motivarlos a cumplir con sus obligaciones.

6. ¿Cómo impacta la complejidad de los procesos tributarios en la determinación de las obligaciones en el Nuevo RUS y RER?

La tecnología está ayudando a simplificar los procesos, pero el problema es la comunicación de SUNAT con los contribuyentes que no se hace entender y los contribuyentes hacen que muchas veces digan: “mejor no sigo o no lo hago, cierro el negocio”.

7. ¿Considera usted que la bancarización es un factor importante en el Sistema Tributario peruano? ¿Por qué?

La bancarización es muy importante para evitar el lavado de activos, determinar las ventas sin factura, evitar la evasión, elusión y todos los actos deshonestos que puedan darse. La bancarización si se debe dar y todos deben cumplir para saber el origen y destino del dinero. Mediante la conciliación bancaria se puede corregir el 90% de los errores que puedan existir.

8. ¿De qué manera considera usted, que la bancarización impacta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?

La bancarización para el RUS no tiene mucha implicancia ya que son empresas pequeñas y la mayoría maneja efectivo y montos pequeños. Para el caso del RER si impacta, ya que es aquí donde se mueve más dinero y su público objetivo son empresas, su contabilidad es más completa.

9. ¿Cómo considera usted que se podría fomentar a que Micro y Pequeños empresarios accedan a la bancarización?

Se debe fomentar las bondades de tener una cuenta bancaria, la SUNAT debería invitar a apertura una cuenta en algún banco cuando el contribuyente crea su RUC, esto como una opción de concretar proyectos, crear historial para que, en un futuro, las empresas pueden acceder a créditos y financiación de su negocio. Además, los bancos deberían promocionarse en las agencias de SUNAT para que esté más cerca al cliente. Además, aquí quiero resaltar un tema delicado, muchos bancos piden “ventas negras” al contribuyente al momento de evaluarlos para otorgar créditos y esto lo que hace que el empresario se sienta motivado a realizar ventas sin factura, además de crea un riesgo de que no cumpla con pagar la deuda ya que, en muchos casos, las "ventas negras" pueden ser inventadas.

10. ¿Cuáles crees que son los principales retos de la Administración Tributaria (SUNAT) para mejorar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes peruanos?

Considero que la SUNAT debe acercarse más al contribuyente. Por ejemplo: en cada distrito hay locales comunales, que en su mayoría están abandonados, y considero que la SUNAT debe aperturar oficinas ahí donde se reciban pagos del contribuyente y se brinden orientación tributaria para motivar al contribuyente a ser constantes y responsables con sus obligaciones. El impacto sería positivo ya que si la SUNAT es la interesada en que el contribuyente pague debería acercarse más al cliente implementando estos centros de atención. Por ejemplo, en la Municipalidad de Surco se le entrega una planta a las personas que paguen sus impuestos de manera puntual y este acto se ve como una compensación o motivación a que el contribuyente cumpla con sus obligaciones y este ejemplo debería seguir SUNAT para fomentar la tributación y no solo enviar órdenes de pago o notificaciones exigiendo pagos.

Entrevista 2:

Entrevistado: Juan Lara

Ocupación: Senior de Tax

Organización: PWC

1. ¿En términos generales, ¿cuál es su opinión sobre el estado actual de la cultura tributaria en el ciudadano peruano?

Cultura tributaria es la conciencia e interiorización del ciudadano con el Estado pagando sus impuestos, más que por obligación, por convicción. Es una pregunta muy compleja porque debe segmentarse entre los distintos tipos de contribuyentes existentes en nuestro país, pero podría comentarte en base a mi experiencia de trabajo con los medianos contribuyentes. En muchos casos, los empresarios siguen haciendo negocios y creando nuevas empresas no considerando a la SUNAT como un aliado si no como un adversario. Es decir, avanzamos a pesar de SUNAT, a pesar de la carga impositiva necesaria pero finalmente una carga. En los procesos de fiscalización la Administración Tributaria, al revisar la liquidación de impuestos, siempre viene con la prerrogativa de encontrar el error. Esto da la sensación de que la Administración Tributaria va con la intención, más que de fiscalizar, de recaudar y eso no está mal y es válido, pero en muchas ocasiones en el ejercicio legítimo de esta facultad nos topamos con abusos y con interpretaciones muy personalizadas o extremas del auditor que genera desconfianza e incomodidad al empresariado, quienes siempre están abiertos a las visitas de SUNAT para que revisen y liquiden impuestos, pero es la forma cómo realiza SUNAT su trabajo que lo vemos más que un aliado como una carga y que nos van a complicar más de lo ya nos complica el mercado nacional. Siendo más específico en tu pregunta relacionado al RUS y RER, la Administración Tributaria no hace mucha presión en estos regímenes porque, finalmente, la creación del RUS y RER es para formalizar la economía y estos no estén excluidos del sistema formal de impuestos. En el caso del RUS es más sencillo, es una cuota fija de 20 o 50 según su escala de ventas, compras y otros factores establecidos. Normalmente, SUNAT no los presiona mucho y solo hacen algunas labores generales, piden comprobantes de pago, algunas veces cierran locales si hay alguna falta en comparación a las demás más grandes. Respecto al RER, hay nuevas obligaciones y responsabilidad y SUNAT siempre está presente, pero en menor medida a las empresas grandes.

De manera general, la Administración Tributaria no está muy presente en el día a día, pero de igual forma existe una sensación de miedo y rechazo y los contribuyentes siempre están actuando a la defensiva. Esto debido a la experiencia de cierres, multas y sanciones. Además, muchos de ellos no pueden contar con asesoría de un contador o abogado para pedir devolución o exigir sus derechos por una multa o sanción mal impuesta.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el funcionamiento del Nuevo RUS y el RER en nuestro el país?

El RUS, no fue creado para recaudar, si no para conocer cuantas microempresas potencialmente pueden acceder al sistema formal. Si lo vemos al RUS como fuente de recaudación es un mal análisis. El sistema RUS ha permitido acceder al SIS, contar con sustento de ingresos ante un banco, acceder a una planilla y similares que permitan generar historial crediticio. El RUS ha sido acertado y la facilidad de pagar una cuota fija, sin preocuparse por llevar una contabilidad o libros, pero si teniendo en cuenta de que tienen obligaciones accesorias como pagar impuestos mensualmente, cumplir las obligaciones establecidas en el régimen. Finalmente, considero que su creación ha sido acertada, es simple de acceder y es bastante positivo. Respecto al RER la Administración Tributaria ya exige llevar libros contables, presentación de PDT, tener un contador que asesore, manejan comprobantes como boletas, facturas, nota de crédito, etc., se pone un poco más complejo. Considero que estar en el RER, la obligación se hace más compleja y no siento beneficios o contraprestación de pertenecer al RER, por el contrario, se siente mayor carga y presión.

3. ¿De qué manera, considera usted que influye el nivel de educación tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?

Lamentablemente, en la currícula nacional no recuerdo que hayan incluido cursos con temas relacionados a la tributación, tal vez en civismo, pero recuerdo que eran temas de determinación del Estado, derecho, etc. Hay cursos que han ido desapareciendo con el tiempo. Por ejemplo, antes había cursos de contadores mercantiles en donde te enseñaban a liquidar impuestos que te ayudaba a crear tu empresa o llevar tu contabilidad. Actualmente, la currícula está alejada

de la realidad nacional y respecto a la cultura tributaria nos hemos alejado y esto es un problema. En las universidades, te preparan para las grandes empresas, no se invierte mucho tiempo para un RUS o RER, es por ello que considero que esta sección está desatendida.

4. ¿Cómo cree usted que la cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los contribuyentes afectos al Nuevo RUS y al RER?

Considero que si se imparte en el colegio cursos de cultura tributaria ayudaría a mejorar el tema, ya que estos transmitirían a sus padres sobre sus obligaciones en sus negocios. Además, creo que la cultura tributaria es como una convicción o mística de cumplir con las obligaciones como contribuyente. Finalmente, creo que el tema de la corrupción genera que no se perciba el buen uso de los impuestos que pago.

5. ¿Considera usted que el Sistema Tributario en nuestro país es complejo? ¿Por qué?

El Sistema Tributario tiene muchas aristas, como IGV, Renta, la conformación de la Administración Tributaria, la legislación y nosotros los contribuyentes. Respondiendo a tu pregunta de que, si es compleja o no, puedo decirte con seguridad que en cualquier país vas a encontrar situaciones complejas derivadas de los avances de la sociedad y la tecnología. Por ejemplo, actualmente se viene hablando de la moneda digital, los contratos o procesos de negocios mediante inteligencia artificial. Por lo tanto, necesariamente, estos avances generan complejidad, que en temas recaudatorios exigen cambios que la sociedad viene afrontando. Además, creo que la complejidad de un sistema permite evitar la evasión tributaria y fuga de dinero, permite que las personas terminen pagando lo que deben pagar, por lo cual no es tan malo que sea complejo pero esta complejidad del sistema no debería ser una carga para el contribuyente. En otras palabras, se debe tener las reglas claras, que tanto SUNAT, como el Tribunal Fiscal trabajen en una sola línea con relación a resolver controversias tributarias para no interpretar una norma en un primer momento como A y luego como B, ya que, aquello, generaría inseguridad jurídica que podría afectar al capital e inversiones.

6. ¿Cómo impacta la complejidad de los procesos tributarios en la determinación de las obligaciones en el Nuevo RUS y RER?

El RUS es sencillo y la mayoría de los contribuyentes se sienten cómodos en este régimen. Pueden sustentar ingresos, acceder a una planilla, acceder al SIS y tienen algunas obligaciones de cuidar los límites de ingresos. Es decir, este es un régimen atractivo y muchos se sienten muy cómodos aquí por la simpleza de su determinación, esto hace que no se sientan motivados de crecer y avanzar a otro régimen. En el caso del RER, a diferencia del RUS, existen otros tipos de comprobantes de pago con el que se trabaja como: facturas, notas de crédito, notas de débito, y con estos se deben determinar los impuestos y muchas veces, si el contribuyente no conoce, puede incurrir en errores generando que la SUNAT los multe cuando sea descubierto en una fiscalización. Considero que la complejidad no es mala, pero creo que deberíamos abordar el tema por el lado de los beneficios para atraer a los contribuyentes a ingresar a regímenes más avanzados. Por ejemplo, tasas de interés baja o fija, convenios con clínicas y otros. Además, considero que mientras más complejo es el régimen, mayor deben ser los beneficios para motivar a los contribuyentes a avanzar. Si un régimen es complejo no significa que sea bueno, creo que hay cosas que necesitan cambios. Por ejemplo, el universo de comprobantes de pago debería uniformizarse para el RUS y RER para evitar que los contribuyentes caigan en error ya que muchos de ellos no conocen el tema y son ellos mismos quienes liquidan sus impuestos.

7. ¿Considera usted que la bancarización es un factor importante en el Sistema Tributario peruano? ¿Por qué?

Considero que la bancarización es súper importante para evitar la evasión tributaria. Por ejemplo, la creación del ITF fue para guiar los capitales y así la Administración Tributaria pueda verificar la cantidad de dinero que una persona mueve y si realmente está pagando lo que corresponde. Además, la Unidad de Inteligencia Financiera – UIF junto con la SBS y SUNAT hacen un trabajo conjunto para luchar contra la evasión tributaria, lavado de activos y los actos de corrupción.

8. ¿De qué manera considera usted, que la bancarización impacta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?

Creo que el impacto sería poco porque no hay un control permanente sobre cómo se cobra y cómo se paga en el RUS y RER porque el requisito de verificar la bancarización no aplica a estos regímenes como en el Régimen General. En este último caso, si no bancarizas, sobre todo tus pagos, ese gasto o costo de activo fijo no es deducible para liquidar tus impuestos. Este requisito y complejidad para el RUS y RER no es aplicable ni exigible, entonces, si bien es cierto, es muy importante, no es exigible y por lo tanto no hay mucho impacto.

9. ¿Cómo considera usted que se podría fomentar a que Micro y Pequeños empresarios accedan a la bancarización?

Todo parte por los beneficios que se les puede ofrecer al contribuyente para motivarlos a que salgan por su zona de confort. En caso, no se consiga que la bancarización se de en mayor medida en el RUS y el RER, sugiero que los regímenes sigan siendo sencillos, que se tomen las premisas del RUS y darles otros beneficios como: mayor accesibilidad a créditos, tasas fijas, tal vez becas, un mix de factores que los haga atractivos para que la bancarización sea cotidiana ya que, hoy en día, en todos lados piden voucher de pago y/o sustentos bancarios para realizar trámites que ayuden a mejorar el negocio. El problema real, es que la bancarización no es gratis y muchos de los contribuyentes del RUS y RER trabajan para cubrir sus necesidades del día a día y pues ven afectado sus ingresos ya que su negocio es su caja chica. Aquí no existe el principio contable del ente y el principio del fundador o dueño lo que conlleva a que no se bancarizan los ingresos pues ven afectados sus ingresos. Además, creo que SUNAT no exige Bancarización en estos regímenes, porque los montos que se manejan en este régimen según los parámetros establecidos son bajos y no son materiales.

10. ¿Cuáles crees que son los principales retos de la Administración Tributaria (SUNAT) para mejorar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes peruanos?

Considero que a la SUNAT a veces podemos criticar su labor de recaudación, pero ha hecho esfuerzos loables para acercarse al contribuyente mediante: el teléfono, por internet como aplicación, en los malls y todas estas cosas no se veían hace 5 años atrás. Antes tenías que ir a hacer tu cola y presentar tus formularios y esperar buen tiempo. De hecho, si hay que reclamar a SUNAT, sí, siempre hay algo que mejorar y reclamar, pero creo que también otras instituciones las deberían aportar para mejorar la cultura tributaria en el país mediante la educación. Por ejemplo, cambios en la currícula escolar enfocados a temas tributarios básicos, en materia universitaria desarrollar cursos de liquidación de impuestos, economía, también se necesita el apoyo de las sociedades privadas, como, por ejemplo, la Cámara de Comercio de Lima y no dejar toda la responsabilidad a SUNAT que viene haciendo muchos esfuerzos para mejorar la cultura tributaria del país.

Entrevista 3:

Entrevistado: Alex Fernando Vega Franco

Ocupación: Auditor Tributario

Organización: SUNAT

1. ¿En términos generales, ¿cuál es su opinión sobre el estado actual de la cultura tributaria en el ciudadano peruano?

En general, pienso que la cultura tributaria es precaria.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el funcionamiento del Nuevo RUS y el RER en nuestro el país?

Son regímenes que apuntan a la tributación de pequeños contribuyentes, pero que, por argucias tributarias, se han usado de mala forma por empresas que trozan sus actividades a fin de acogerse a estos regímenes.

- 3. ¿De qué manera, considera usted que influye el nivel de educación tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?**

La adecuación a estos regímenes, se realizan optando por malas prácticas, y eso se asocia a la falta de conciencia tributaria y ética personal.

- 4. ¿Cómo cree usted que la cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los contribuyentes afectos al Nuevo RUS y al RER?**

Si

- 5. ¿Considera usted que el Sistema Tributario en nuestro país es complejo? ¿Por qué?**

Si, porque existen regímenes que deberían anularse a fin de hacer una tributación más simple, en función al nivel de ingresos percibidos por las empresas

- 6. ¿Cómo impacta la complejidad de los procesos tributarios en la determinación de las obligaciones en el Nuevo RUS y RER?**

No creo que impacte, ya que estos regímenes son simples, el problema radica en el mal uso de estos.

- 7. ¿Considera usted que la bancarización es un factor importante en el Sistema Tributario peruano? ¿Por qué?**

Si, porque transparenta las operaciones a fin de sustentar los costos, gastos, y crédito fiscal de las empresas.

8. ¿De qué manera considera usted, que la bancarización impacta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?

Sustenta de manera potente las operaciones de compra, las cuales generan a los contribuyentes, acceder al costo, gasto y crédito fiscal del IGV.

9. ¿Cómo considera usted que se podría fomentar a que Micro y Pequeños empresarios accedan a la bancarización?

Bajando el umbral del monto a bancarizar, dado que, al ser empresas pequeñas, sus operaciones tienden a ser de menor cuantía.

10. ¿Cuáles crees que son los principales retos de la Administración Tributaria (SUNAT) para mejorar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes peruanos?

Debería realizar acciones más agresivas de formalización, pero el tema de fondo, respecto a la cultura tributaria, pienso debería partir desde la educación primaria, a fin de concientizar a los futuros ciudadanos del Perú, cual es la importancia de una eficiente cultura tributaria.

Entrevista 4:

Entrevistado: Lilian Castro Cano

Ocupación: Contadora

Organización: Servicios Empresariales Castro

1. ¿En términos generales, ¿cuál es su opinión sobre el estado actual de la cultura tributaria en el ciudadano peruano?

La cultura tributaria del peruano no es buena, pero creo que actualmente las personas, sobre todo los empresarios están capacitándose más para poder mantenerse en el mercado. Sobre todo, por el avance la tecnología y la exigencia de libros y comprobantes electrónicos por parte de la SUNAT.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el funcionamiento del Nuevo RUS y el RER en nuestro país?

En mi opinión, el funcionamiento no es del todo bien. Por ejemplo, veo panaderías, bodegas grandes donde se ve mucho movimiento diario y claramente se deduce que sus ingresos superan los 8,000.00 soles. Sin embargo, ellos declaran y pagan cuotas mensuales como RUS cuando deberían estar por lo menos en RER.

3. ¿De qué manera, considera usted que influye el nivel de educación tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?

Considero que, el nivel de educación si influye en la determinación de los impuestos, sobre todo en los contribuyentes que han iniciado su negocio sin preparación previa en temas tributarios. Esto debido a que, en la malla curricular de la educación básica regular no están incluidos, al menos, temas de tributación básica que prepare al futuro ciudadano como tributar de forma responsable.

4. ¿Cómo cree usted que la cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los contribuyentes afectos al Nuevo RUS y al RER?

El no haber sido educado desde la primaria o secundaria, muchos contribuyentes desconocen temas básicos de tributación. Además, muchos de ellos tienen poco interés en asistir a las charlas o capacitaciones dadas por la SUNAT porque, creo yo, que no se sienten motivados y ven a la SUNAT con temor, ya que, la Administración Tributaria es sinónimo de sanción, multa, fiscalización. Por otro lado, hoy en día es necesario estar actualizados en temas de normativa tributaria y contable porque el mercado se está volviendo muy competitivo. Entonces, creo que se debería mejorar nuestra cultura tributaria y eso debe nacer de voluntad propia para mejorar como ciudadano y empresario. Por ejemplo, hace unos meses atrás llevé un curso de especialización en Normas Contables porque hoy en día es necesario estar actualizados y retroalimentarse constantemente para ir a la par con el avance y actualización de las normativas.

5. ¿Considera usted que el Sistema Tributario en nuestro país es complejo? ¿Por qué?

No lo considero complejo, sobre todo el RUS en donde hay solo dos categorías al cual acogerse según el nivel de ventas mensuales. Respecto al RER tampoco es muy complejo porque es solo determinar la renta de tercera e IGV a pagar mensualmente. El punto es que el contribuyente se capacite constantemente para tributar con responsabilidad y no incurrir en faltas.

6. ¿Cómo impacta la complejidad de los procesos tributarios en la determinación de las obligaciones en el Nuevo RUS y RER?

Creo que si no se conoce o entiende bien sobre el funcionamiento del régimen tributario se puede hacer difícil o complejo. Por ello, la SUNAT se debería acercarse más al contribuyente para capacitarlos y fomentar la cultura tributaria. Además, muchos vemos a la SUNAT como el malo de la película que siempre busca sancionar o multar y creo que parte de la falta de interés del contribuyente por capacitarse es por la poca llegada o interacción que tiene la Administración Tributaria con ellos. Entonces, si no se capacitan, no entenderán y se les hará difícil entender el funcionamiento en temas tributarios relacionado a su negocio.

7. ¿Considera usted que la bancarización es un factor importante en el Sistema Tributario peruano? ¿Por qué?

La bancarización es muy importante para evitar la evasión tributaria, el lavado de activos y otros delitos relacionados al dinero ya que al bancarizar las operaciones se tiene registro del destino y origen de los fondos. Además, tener historial bancario es un beneficio que permite al contribuyente acceder a créditos, financiar algún proyecto de negocio. Pero muchas veces, algunos contribuyentes buscan la forma de evitar la bancarización para no dejar registrado el monto de sus ingresos reales y así pagar menos impuestos.

8. ¿De qué manera considera usted, que la bancarización impacta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?

Sí, impactaría, porque queda registrado las operaciones del negocio y en base a los movimientos se puede tener una idea del volumen de ingresos del empresario y la SUNAT podría acceder a esa información si así lo amerita.

9. ¿Cómo considera usted que se podría fomentar a que Micro y Pequeños empresarios accedan a la bancarización?

Creo que se debe difundir los beneficios de bancarizar, como crear historial bancario que a la larga el contribuyente pueda acceder a créditos bancarios para financiar sus proyectos personales o de negocio. Además, se debe impartir la necesidad de la bancarización por temas de seguridad ya que, hoy en día, tener grandes cantidades de dinero en efectivo es riesgoso por los asaltos que se dan a diario.

10. ¿Cuáles crees que son los principales retos de la Administración Tributaria (SUNAT) para mejorar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes peruanos?

La Administración Tributaria debe ser más amigable y hacer más campañas de capacitación masiva para que todos los contribuyentes puedan acceder. Por ejemplo, hacer charlas en los mercados, en los centros comerciales, tal vez, aperturar más agencias de atención al cliente para que el contribuyente tengas mayores posibilidades de acceso ya que si estas oficinas están alejadas los contribuyentes no van porque creen que es lejos o lo resolverán después. Por otro lado, la SUNAT ahora está implementando con fuerza el tema de libros y registros electrónicos, pero no todos los contribuyentes saben de computadoras o temas tecnológicos. Entonces, estos contribuyentes muchas veces caen en infracciones por desconocimiento o falta de capacitación en el manejo de sistema electrónico. Por otro lado, se debe impartir clases de tributación básica en las escuelas y colegios para que los jóvenes tengan noción de tributación y estén capacitados para ser ciudadanos responsables y conscientes de la importancia de tributar.

4.1.2 Aplicación de instrumentos: Encuestas

Las encuestas realizadas para el presente trabajo de investigación constan de 34 preguntas, las cuales fueron aplicadas a 41 comerciantes del rubro de "Mercería" activos, los cuales se encuentran en el Régimen Nuevo RUS y RER del rubro Mercería del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos.

Encuestados	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29
Encuestado 1	3	1	4	4	1	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	3	5	4	1	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
Encuestado 2	5	5	2	5	5	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	5	1	3	1	1	1	5	1	5
Encuestado 3	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5	1	5	3	4	3	5	1	3	1	1	2	1	5	1	5	1	5
Encuestado 4	5	4	1	3	5	5	1	5	1	1	1	1	3	1	1	4	4	1	3	4	3	3	1	4	1	5	5	5	5
Encuestado 5	5	3	4	5	5	5	1	5	3	1	4	1	1	2	1	1	3	5	1	1	1	3	2	1	4	1	5	5	5
Encuestado 6	5	5	1	5	5	5	1	5	4	1	1	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1	1	1	1	3	1	5	1	5
Encuestado 7	5	5	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	5	1	1	1	3	1	1	1	5	1	5	3	3
Encuestado 8	5	5	1	3	5	3	1	5	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	5	1	1	1	3	1	5	3	5	5
Encuestado 9	4	1	5	5	4	5	1	5	5	1	1	3	2	3	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5
Encuestado 10	5	5	1	5	5	5	1	5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	5	1	5	5	3
Encuestado 11	4	3	4	5	3	2	1	4	4	2	4	4	2	4	4	2	2	4	2	2	5	2	5	4	5	1	4	3	5
Encuestado 12	5	2	3	5	5	5	1	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	3	5	5	3	2	5	1	5	5	5
Encuestado 13	5	3	2	5	5	5	1	5	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	3	4	1	5
Encuestado 14	5	5	1	1	5	5	1	5	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	5	3	5	1	3
Encuestado 15	5	5	2	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	1	5	1	5	5	1	3	5	1	1	1	5	1	5	5	5
Encuestado 16	5	1	4	5	5	5	1	5	1	5	1	4	1	1	2	2	3	3	2	3	5	4	1	1	5	1	5	5	5
Encuestado 17	5	3	2	5	5	5	3	5	1	1	3	1	2	3	3	1	3	3	1	1	1	3	3	1	5	1	5	5	5
Encuestado 18	5	5	4	5	5	3	1	5	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1	1	3	3	1	1	5	1	5	5	1	5
Encuestado 19	5	3	4	5	5	5	1	5	3	1	1	5	1	5	3	1	5	5	1	1	3	1	1	3	1	5	1	5	5
Encuestado 20	5	4	4	4	5	5	1	5	4	3	1	1	1	1	1	4	5	4	1	1	1	1	1	1	4	3	5	5	5
Encuestado 21	5	5	3	5	5	5	1	4	2	1	1	1	1	1	1	3	1	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	5	5
Encuestado 22	5	3	5	5	5	5	4	5	1	4	4	1	5	1	1	1	4	4	1	1	1	1	4	1	5	4	5	1	5
Encuestado 23	5	3	2	5	5	5	1	5	1	1	1	5	1	2	4	1	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	4	1	5
Encuestado 24	5	4	3	4	5	5	3	4	3	1	1	4	2	4	4	2	3	4	2	3	3	3	2	4	4	1	4	4	4
Encuestado 25	4	4	3	5	5	5	1	5	3	1	1	1	3	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	4	1	5	3	5
Encuestado 26	5	5	4	5	5	5	1	5	4	1	1	3	4	1	3	1	5	4	1	1	1	1	1	5	1	4	1	5	5
Encuestado 27	4	4	5	5	5	5	2	5	5	3	3	1	3	4	1	2	1	3	1	1	1	3	1	1	4	3	5	5	5
Encuestado 28	5	4	5	4	5	5	1	5	5	1	1	4	1	4	4	3	1	4	1	1	1	1	3	1	5	1	5	5	5
Encuestado 29	4	5	1	5	5	4	3	4	1	3	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	3	1	3	3	5	5	5
Encuestado 30	5	5	4	5	5	5	1	5	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	5	5	5
Encuestado 31	5	5	5	5	5	4	5	3	3	1	1	1	1	1	2	4	5	1	1	1	1	1	1	1	5	3	5	5	5
Encuestado 32	5	5	3	5	5	5	1	5	3	1	1	5	2	1	5	3	5	3	1	1	1	3	1	1	4	1	5	5	5
Encuestado 33	5	5	1	5	5	5	1	5	2	1	1	1	1	1	1	4	1	3	1	1	1	1	1	1	5	1	2	1	5
Encuestado 34	5	3	5	5	5	5	3	5	5	1	3	4	1	3	2	5	5	5	1	3	1	3	3	1	5	4	3	1	5
Encuestado 35	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	1	1	1	5	1	5	5	5
Encuestado 36	5	3	1	5	5	3	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	4	5	2	5	5	3
Encuestado 37	5	3	2	5	5	5	1	3	3	1	1	3	3	3	4	3	5	3	3	5	5	1	3	3	5	1	1	1	5
Encuestado 38	1	5	5	5	3	1	1	5	1	1	1	3	3	2	5	5	5	5	2	3	1	1	3	1	4	1	5	3	5
Encuestado 39	3	4	4	5	4	4	1	4	3	3	3	2	2	4	3	2	3	2	2	4	1	5	1	2	3	5	3	4	4
Encuestado 40	5	3	2	3	5	5	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	5	5	3	1	1	1	2	3	1	1	1
Encuestado 41	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	3	1	1	5	1	5	5	5

Figura 21. Tabulación de las respuestas de los encuestados, 2019. Elaboración Propia. Nota: Elaboración propia

(Donde: 1 es Nunca, 2 Casi nunca, 3 A veces, 4 Casi siempre y 5 Siempre)

Resultado de las preguntas según encuesta:

Pregunta N° 1: ¿Estás seguro del monto de impuesto debes pagar mensualmente?

Figura 22. Gráfico de las respuestas de la pregunta N° 1. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 1, en el cual se puede observar que el 80.49% de los contribuyentes encuestados se sienten seguros del monto del impuesto que deben pagar de manera mensual, el 12.2% de los encuestados casi siempre se sienten seguros sobre el monto a pagar de sus impuestos, mientras que el 4.88% a veces se sienten seguros sobre lo mencionado y el 2.44% nunca se ha sentido seguro del impuesto que debe pagar.

Pregunta N° 2: ¿Te encuentras motivado al cumplir con el pago de sus tributos?

Figura 23. Gráfico de las respuestas de la pregunta N° 2. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 2, en el cual se puede observar que el 46.34% de los contribuyentes encuestados siempre se encuentran motivados cuando deben cumplir con el pago de sus tributos, el 28.63% menciona que a veces se siente motivado al pagar sus tributos, el 17.07% casi siempre se siente motivado a pagar sus tributos, el 7.32% nunca se ha sentido motivado para pagar sus tributos y el 2.44% casi nunca se ha sentido motivado al pagar sus tributos.

Pregunta N° 3: ¿Se informa sobre las sanciones tributarias que le podría afectar a su empresa?

Figura 24. Gráfico de las respuestas de la pregunta N° 3. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 3, en el cual se puede observar que el 24.39% de los contribuyentes encuestados siempre y casi siempre se informa sobre las sanciones que podrían afectar a su empresa. Sin embargo, el 21.95% de los encuestados nunca se han informado sobre las sanciones y el 17.07% casi nunca se han informado sobre las sanciones que podrían afectar a su empresa, mientras que el 12.2% a veces se mantiene informado sobre las sanciones correspondientes.

Pregunta N° 4: ¿Consideras que los tributos son obligaciones de pago que tenemos los ciudadanos con el Estado Peruano?

Figura 25. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°4. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 4, en el cual se puede observar que el 80.49% de los encuestados consideran que los tributos siempre serán obligaciones que tienen los ciudadanos con el Estado peruano, el 9.76% considera que casi siempre los tributos son obligaciones que tienen los ciudadanos con el Estado, el 7.32% lo considera a veces y el 2.44% considera que los tributos nunca son obligaciones que se tienen con el Estado.

Pregunta N° 5: ¿Consideras que eres constante con el pago de tributos?

Figura 26. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°5. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 4, en el cual se puede observar que el 87.8% de los encuestados siempre es constante en el pago de sus tributos, el 4.88% lo es casi siempre y a veces. Por otro lado, el 2.44% nunca es constante en el pago de sus tributos.

Pregunta N° 6: ¿Cumple con el pago de los impuestos según el cronograma establecido por SUNAT?

Figura 27. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°6. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 4, en el cual se puede observar que el 80.49% de los encuestados siempre cumple con el pago de sus impuestos según con el cronograma de SUNAT, mientras que el 9.76% de los encuestados mencionan que casi siempre cumplen con el cronograma establecido, el 7.32% lo cumple a veces y el 2.44% nunca ha cumplido con el pago de sus impuestos según el cronograma establecido por SUNAT.

Pregunta N° 7: ¿Ha realizado fraccionamientos tributarios para cumplir con el pago de su deuda tributaria?

Figura 28. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°7. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 4, en el cual se puede observar que el 80.49% de los encuestados nunca han realizado fraccionamientos tributarios, el 9.76% a veces ha incurrido en fraccionamientos, mientras que el 4.88% casi siempre utiliza fraccionamientos tributarios para pagar sus deudas. Por último, el 2.44% de los encuestados siempre o casi nunca han utilizado fraccionamientos tributarios.

Pregunta N° 8: ¿Colabora usted o colaboraría con la SUNAT cuando enfrente un proceso de fiscalización?

Figura 29. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°8. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 8, en el cual se puede observar que el 78.05% de los encuestados siempre colabora o colaboraría en caso enfrente un proceso de fiscalización con SUNAT, el 12.20% casi siempre colabora o colaboraría en las fiscalizaciones, mientras que, el 4.88% casi nunca coopera o cooperaría y el 2.44% nunca y a veces colabora o colaboraría con SUNAT en un proceso de fiscalización.

Pregunta N° 9: ¿Usted se ha informado sobre de los derechos y obligaciones que tiene ante un proceso de fiscalización?

Figura 30. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°9. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 9, en el cual se puede observar que el 34.15% de los encuestados nunca se ha informado sobre los derechos y obligaciones que tiene ante un proceso de fiscalización, mientras que el 29.27% a veces se mantiene informado sobre los derechos y obligaciones que se tienen durante una fiscalización, el 17.07% siempre se mantiene informado al respecto del tema, el 12.20% casi siempre se mantiene informado y el 7.32% casi nunca se mantiene informado sobre los derechos y obligaciones de este proceso.

Pregunta N° 10: ¿Has incurrido en alguna falta que te haya generado multas o sanciones tributarias?

Figura 31. Gráfico de las respuestas de la pregunta N° 10. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 10, en el cual se puede observar que el 68.29% de los encuestados menciona que nunca ha incurrido en alguna falta que le haya generado una multa o sanción, mientras que el 17.07% menciona que a veces ha incurrido en alguna sanción o multa tributaria, el 7.32% casi nunca ha incurrido en alguna sanción o multa, el 4.88% casi siempre ha incurrido en alguna falta tributaria y el 2.44% mencionó que siempre incurre en faltas que le generan multas o sanciones tributarias para su empresa.

Pregunta N° 11: ¿Realiza o ha realizado procesos reclamos ante SUNAT?

Figura 32. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°11. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 11, en el cual se puede observar que el 80.49% de los encuestados nunca han realizado reclamos a SUNAT, mientras que el 9.76% a veces realiza reclamos a SUNAT, el 7.32% casi siempre lo realiza y el 2.44% siempre realiza procesos de reclamos a SUNAT.

Pregunta N° 12: ¿En el colegio y/o Universidad ha sido instruido en temas tributarios?

Figura 33. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°12. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 12, en el cual se puede observar que el 56.10% de los encuestados comentaron que nunca han sido instruidos en el colegio o universidad sobre temas tributarios, el 17.07% comentó que siempre ha sido instruido en dichos temas, el 14.63% comentó que casi siempre en el colegio y/o universidad ha sido instruido en temas tributarios y el 12.20% comentó que a veces ha sido instruido en temas tributarios.

Pregunta N° 13: ¿Asiste a las charlas y/o capacitaciones dadas por la SUNAT?

Figura 34. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°12. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 13, en el cual se demuestra que el 58.54% de los encuestados nunca asiste a charlas o capacitaciones que realiza SUNAT, el 19.51% casi nunca ha asistido, el 14.63% a veces asiste, el 4.88% siempre asiste y el 2.44% casi siempre ha asistido a dichas capacitaciones o charlas.

Pregunta N° 14: ¿Utiliza los dípticos o volantes entregados por SUNAT como guía de orientación?

Figura 35. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°14. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 14, en el cual se demuestra que el 43.9% de los encuestados nunca ha utilizado los volantes que entrega SUNAT como guía de orientación, el 19.51% a veces los utiliza, el 14.63% casi nunca utiliza los volantes, el 12.20% casi siempre los utiliza y el 9.76% siempre utiliza los volantes entregados por SUNAT como guía de orientación.

Pregunta 15: ¿Utiliza la página web de SUNAT para absolver consultas informativas?

Figura 36. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°15. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 15, en el cual se demuestra que el 53.66% de los encuestados nunca ha utilizado la página web de SUNAT para absolver consultas informativas, mientras que el 17.07% siempre utiliza la página web de SUNAT, el 14.63% lo utiliza casi siempre, el 9.76% a veces lo utiliza y el 4.88% casi nunca utiliza la página de SUNAT para tales fines.

Pregunta 16: ¿Se apersona a SUNAT o se contacta por teléfono para absolver dudas tributarias?

Figura 37. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°16. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 16, en el cual se demuestra que el 48.78% de los encuestados nunca se han apersonado a SUNAT o se ha contactado por teléfono para absolver consultas tributarias, el 19.51% a veces acude a SUNAT o se contacta por teléfono, el 14.63% casi nunca acude o se contacta, el 9.76% siempre acude a SUNAT o se contacta con éste y el 7.32% casi siempre se apersona o se contacta por teléfono a la institución con el fin de absolver dudas tributarias.

Pregunta 17: ¿Ingresas a tu perfil de contribuyente con tu clave sol?

Figura 38. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°17. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 17, en el cual se demuestra que el 31.71% de los encuestados nunca ha ingresado su perfil con clave sol, de igual forma, el mismo porcentaje siempre ingresa a su perfil con clave sol, el 19.51% a veces ingresa a su perfil con clave sol, el 9.76% casi siempre utiliza este recurso y el 7.32% casi nunca utiliza la clave sol.

Pregunta 18: ¿Se mantiene informado sobre los requisitos y condiciones del régimen tributario al que pertenece su empresa?

Figura 39. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°18. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 18, en el cual se demuestra que el 29.27% de encuestados a veces y casi siempre se mantiene informado sobre los requisitos y condiciones del régimen tributario al que pertenece su empresa, el 24.39% casi siempre se mantiene informado, el 14.63% nunca se ha informado y el 2.44% casi nunca se mantiene informado sobre el régimen tributario al que pertenece.

Pregunta 19: ¿Las operaciones en su negocio (cobranzas y/o pagos) son bancarizadas?

Figura 40. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°19. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 19, en el cual se demuestra que el 85.37% de encuestados nunca ha bancarizado las operaciones que realiza en su negocio, el 12.20% casi nunca bancariza sus cobranzas y pagos y el 2.44% de encuestados a veces bancariza sus operaciones.

Pregunta 20: ¿Utiliza tarjeta de débito o crédito para realizar pagos de compras de mercadería u otros pagos relacionados con tu negocio?

Figura 41. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°20. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 20, en el cual se demuestra que el 60.98% de encuestados nunca ha utilizado tarjeta de crédito o débito para realizar pagos relacionados a su negocio, mientras que el 19.51% a veces utiliza tarjetas de crédito o débito, el 14.63% siempre utiliza este medio de pago y el 4.88% casi nunca utiliza tarjetas expedidas por un banco para realizar pagos del negocio.

Pregunta 21: ¿Utilizas POS para realizar cobros de sus ventas?

Figura 42. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°21. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 21, en el cual se demuestra que el 60.98% de encuestados nunca ha utilizado POS para realizar cobros de sus operaciones de venta, el 26.83% de los encuestados mencionaron que siempre utilizan POS, el 7.32% a veces lo utiliza y el 4.88% casi siempre utiliza este dispositivo en las cobranzas.

Pregunta 22: ¿Realiza transferencias bancarias electrónicas para pagar a sus proveedores?

Figura 43. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°22. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 22, en el cual se demuestra que el 60.98% de encuestados nunca ha realizado transferencias bancarias electrónicas para pagar a sus proveedores, el 26.83% a veces ha realizado transferencias bancarias, el 7.32% menciona que siempre utiliza este medio de pago y el 2.44% de encuestados mencionaron que casi nunca y casi siempre realizan transferencias bancarias electrónicas.

Pregunta 23: ¿Solicita préstamos bancarios a empresas del Sistema Bancario para financiar su negocio?

Figura 44. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°23. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 23, en el cual se puede observar que el 43.90% de los encuestados nunca ha solicitado préstamos bancarios a empresas del Sistema Bancario para financiar su negocio, el 24.39% comentó que a veces utiliza préstamos bancarios formales para su empresa, el 12.20% casi nunca realiza este tipo de préstamos, y el mismo porcentaje mencionó que siempre acude a este tipo de préstamos. Por último, el 7.32% indicó que casi siempre utiliza préstamos financieros proporcionados por un banco.

Pregunta 24: ¿Solicita préstamos a prestamistas para financiar su negocio?

Figura 45. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°24. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 24, en el cual se puede observar que el 85.37% de los encuestados mencionaron que nunca han solicitado préstamos a prestamistas para financiar su negocio. Por otro lado, el 7.32% comentó que casi siempre solicita este tipo de préstamos, el 2.44% indicó que siempre o a veces utiliza préstamos informales y el 2.44% mencionó que casi nunca acude a los préstamos informales para financiar su negocio.

Pregunta 25: ¿Te sientes seguro respecto a la forma de calcular el impuesto que debes pagar mensualmente?

Figura 46. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°25. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 25, en el cual se puede observar que el 56.10% de los encuestados comentaron que se sienten seguros sobre la forma de calcular el impuesto que debe pagar mensualmente, el 26.83% comentó que casi siempre se sienten seguros sobre el cálculo del impuesto a pagar, el 7.32% indicó que a veces tienen la seguridad para calcular el impuesto que deben pagar, el mismo porcentaje de encuestados mencionó que nunca han tenido la certeza sobre el cálculo del impuesto. Por último, el 2.44% comentó que casi nunca se han sentido seguros sobre lo mencionado.

Pregunta 26: ¿Aplicas o has aplicado el régimen de gradualidad para el pago de alguna multa tributaria?

Figura 47. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°26. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 26, en el cual se puede observar que el 70.73% de los encuestados mencionaron que nunca han aplicado el régimen de gradualidad para pagar una multa tributaria, el 17.07% de los encuestados indicaron que a veces incurrieron al régimen de gradualidad para pagar multas tributarias, mientras que, el 7.32% comentó que casi siempre utiliza el régimen de gradualidad para pagar multas y el 4.88% de los encuestados mencionaron que casi nunca aplican el régimen de gradualidad para cancelar multas.

Pregunta 27: ¿Entregas comprobantes de pago por tus ventas?

Figura 48. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°27. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 27, en el cual se puede observar que el 80.49% de los encuestados comentaron que siempre entregan comprobantes de pago por sus ventas, el 9.76% mencionó que casi siempre entrega comprobantes de venta, el 4.88% indicó que a veces entrega comprobantes de venta y el 2.44% de los encuestados comentó que casi nunca o nunca entregan comprobantes de venta.

Pregunta 28: ¿Cuentas con asesoría contable y/o tributaria para la correcta determinación obligaciones tributarias?

Figura 49. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°28. Elaboración propia

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 28, en el cual se puede observar que el 53.66% de los encuestados cuenta con asesoría contable y/o tributaria para determinar correctamente sus obligaciones tributarias, el 26.83% de los encuestados indicaron que nunca han tenido asesoría contable y/o tributaria para determinar sus obligaciones, el 14.63% mencionó que a veces tiene asesoría contable y el 4.88% comentó que casi siempre cuenta con asesoría contable.

Pregunta 29: ¿Recibes comprobantes de pago por tus compras?

Figura 50. Gráfico de las respuestas de la pregunta N°29. Elaboración propia.

Comentario:

El gráfico en barras muestra los resultados de la pregunta N° 27, en el cual se puede observar que el 80,49% de los encuestados siempre recibe comprobantes de pago por sus compras realizadas, mientras que el 9,76% dijo que a veces recibe dicho comprobante y el 4,88% comentó que casi siempre o nunca lo ha recibido.

PREGUNTAS ADICIONALES

Pregunta adicional N° 1: ¿En qué régimen se encuentra actualmente?

Figura 51. Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°1. Elaboración propia.

Comentario:

La gráfica circular muestra los resultados de la pregunta adicional N° 01, en el cual se puede observar que el 66% de los encuestados se encuentran en la primera categoría del Nuevo Régimen Único Simplificado, el 24% pertenece al Régimen Especial de Renta y el 10% pertenece a la segunda categoría del Nuevo RUS.

Pregunta adicional N° 2: Nivel de ingresos mensuales en el 2018

Figura 52. Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°2. Elaboración propia.

Comentario:

La gráfica circular muestra los resultados de la pregunta adicional N° 02, en el cual se puede observar que el 68,29% de los encuestados tienen un nivel de ingreso mensual hasta 5,000 soles, el 17,7% tiene un nivel de ingresos mensual de 5,000 hasta 8,000 soles, el 12,2% tiene un nivel de ingresos de 8,000 hasta 12,000 soles y el 2,44% tienen un nivel de ingresos mayor a 12,000 soles.

Pregunta adicional N° 3: Hace cuantos años trabaja en el Mercado Santa Rosa

Figura 53. Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°3. Elaboración propia.

Comentario:

La gráfica circular muestra los resultados de la pregunta N° 03, en la cual se puede observar que el 61% de los encuestados trabaja en el mercado desde hace más de cinco años, el 20% de los encuestados tiene entre 3 a 5 años trabajando en el mercado y el 19% de encuestados tiene entre uno a dos años trabajando en el mercado.

Pregunta adicional N° 4: Realiza sus cobranzas y pagos mediante:

Figura 54. Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°4. Elaboración propia.

Comentario:

La gráfica circular muestra los resultados de la pregunta N° 04, en la cual se puede observar que el 88% de los encuestados realiza sus cobranzas y pagos en efectivo, el 7% utiliza una cuenta bancaria personal para realizar las operaciones de su empresa y el 5% de los encuestados comentaron que tienen una cuenta corriente para realizar las transacciones de su negocio.

Pregunta adicional N° 5: ¿Cuál es su nivel de educación?

Figura 55. Gráfico de las respuestas de la pregunta adicional N°5. Elaboración propia.

Comentario:

La gráfica circular muestra los resultados de la pregunta N° 05, en la cual se puede observar que el 34% de los encuestados tienen educación superior completa o secundaria completa, el 17% de los encuestados comentó que tiene educación superior incompleta, el 7% indicó que tiene primaria completa, el 5% indicó que tiene secundaria incompleta y el 3% comentó que tiene primaria incompleta.

4.2. Caso Práctico

4.2.1. Historia y antecedentes

El mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos es uno de los más grandes de Chorrillos con 395 puestos activos, según el cuadro estadístico presentado por la INEI en el último censo anual de mercado de abastos realizada en el 2016.

A continuación, se plantea el caso práctico en un escenario hipotético tomando en cuenta los datos recolectados en la encuesta y entrevista realizada para esta investigación. Además, se resalta el concepto de “evasión tributaria”, definida en el marco teórico, ya que se ha notado que algunos contribuyentes encuestados incurren ya sea por voluntad propia o por desconocimiento. La encuesta fue realizada a 41 de 90 comerciantes del sector “mercería” en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos, en donde se obtuvo que 31 comerciantes pertenecen al Régimen RUS y 10 comerciantes del RER, tal como se muestra a continuación:

ITEM	Encuestado	Regimen	Nivel de ingresos
1	Encuestado 1	RUS_Categoría 2	De 5,000 hasta 8,000 soles
2	Encuestado 2	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
3	Encuestado 3	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
4	Encuestado 4	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
5	Encuestado 5	RUS_Categoría 1	De 5,000 hasta 8,000 soles
6	Encuestado 6	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
7	Encuestado 7	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
8	Encuestado 8	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
9	Encuestado 10	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
10	Encuestado 11	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
11	Encuestado 13	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
12	Encuestado 14	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
13	Encuestado 15	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
14	Encuestado 16	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
15	Encuestado 19	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
16	Encuestado 21	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
17	Encuestado 22	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
18	Encuestado 23	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
19	Encuestado 24	RUS_Categoría 1	De 8,000 hasta 12,000 soles
20	Encuestado 25	RUS_Categoría 2	De 5,000 hasta 8,000 soles
21	Encuestado 28	RUS_Categoría 2	Hasta 5,000 soles
22	Encuestado 30	RUS_Categoría 2	De 5,000 hasta 8,000 soles
23	Encuestado 31	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
24	Encuestado 33	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
25	Encuestado 34	RUS_Categoría 1	De 5,000 hasta 8,000 soles
26	Encuestado 35	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
27	Encuestado 37	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
28	Encuestado 38	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
29	Encuestado 39	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
30	Encuestado 40	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
31	Encuestado 41	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles

Figura 56. Comerciantes encuestados en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos pertenecientes al Nuevo RUS. Elaboración Propia.

ITEM	Encuestados	Regimen	Nivel de ingresos
1	Encuestado 9	Régimen Especial de Renta	De 8,000 hasta 12,000 soles
2	Encuestado 12	Régimen Especial de Renta	De 8,000 hasta 12,000 soles
3	Encuestado 17	Régimen Especial de Renta	Hasta 5,000 soles
4	Encuestado 18	Régimen Especial de Renta	Hasta 5,000 soles
5	Encuestado 20	Régimen Especial de Renta	De 8,000 hasta 12,000 soles
6	Encuestado 26	Régimen Especial de Renta	De 8,000 hasta 12,000 soles
7	Encuestado 27	Régimen Especial de Renta	Más de 12,000 soles
8	Encuestado 29	Régimen Especial de Renta	De 5,000 hasta 8,000 soles
9	Encuestado 32	Régimen Especial de Renta	De 5,000 hasta 8,000 soles
10	Encuestado 36	Régimen Especial de Renta	Hasta 5,000 soles

Figura 57. Comerciantes encuestados en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos pertenecientes al Régimen RER. Elaboración Propia.

En el desarrollo de la encuesta se determinó que 3 de los 31 comerciantes inscritos en el RUS de la Categoría 1 declararon estar en una categoría que no le corresponde según su nivel de ingresos. Es decir, el 9.68% de los 31 encuestados informaron que están en la Categoría 1 pagando una cuota de S/ 20.00 mensuales, cuando deberían pagar S/ 50.00 mensuales como categoría 2, ya que su nivel de ingresos, según lo mencionado en la encuesta, oscila entre S/5,000 a S/12,000 mensuales, tal como se observa a continuación:

Encuestado	Regimen	Nivel de ingresos
Encuestado 1	RUS_Categoría 2	De 5,000 hasta 8,000 soles
Encuestado 2	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 3	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 4	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 5	RUS_Categoría 1	De 5,000 hasta 8,000 soles
Encuestado 6	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 7	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 8	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 10	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 11	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 13	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 14	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 15	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 16	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 19	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 21	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 22	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 23	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 24	RUS_Categoría 1	De 8,000 hasta 12,000 soles
Encuestado 25	RUS_Categoría 2	De 5,000 hasta 8,000 soles
Encuestado 28	RUS_Categoría 2	Hasta 5,000 soles
Encuestado 30	RUS_Categoría 2	De 5,000 hasta 8,000 soles
Encuestado 31	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 33	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 34	RUS_Categoría 1	De 5,000 hasta 8,000 soles
Encuestado 35	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 37	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 38	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 39	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 40	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
Encuestado 41	RUS_Categoría 1	Hasta 5,000 soles
TOTAL RUS		31
PORCENTAJE		9.68%

Figura 58. Comerciantes encuestados en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos pertenecientes al Régimen RUS. Elaboración Propia.

Cabe precisar que, si los comerciantes pagan S/ 20.00 soles en lugar de S/ 50.00 soles cada mes, existe un importe de S/ 30.00 soles mensuales evadidos por los comerciantes del RUS en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en el 2018.

Capítulo V. Análisis de Resultados

5.1 Aplicación de resultados

5.1.1 Resultado del estudio cualitativo

Luego de realizar las entrevistas a profundidad a los especialistas en temas tributarios, se procede a realizar el análisis de las opiniones planteadas a cada uno de ellos: Efraín Borda, Juan Lara, Alex Vega y Lilian Castro.

1. ¿En términos generales, ¿cuál es su opinión sobre el estado actual de la cultura tributaria en el ciudadano peruano?

Análisis: Según lo mencionado por los entrevistados, todos coinciden en que la cultura tributaria en nuestro país es precaria y concuerdan al indicar que la SUNAT, más que un aliado para el empresario es un ente que genera temor y desconfianza por las constantes presiones hacia el contribuyente, convirtiéndose en una carga más del negocio, generando así una decepción al contribuyente sobre el funcionamiento del Sistema Tributario. Por lo tanto, los contribuyentes prefieren mantenerse alejados, ocasionando que, muchos de ellos no se mantengan capacitados, lo que conlleva a que requieran asesorías que generan mayores costos en sus respectivos negocios.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el funcionamiento del Nuevo RUS y el RER en nuestro país?

Análisis: Respecto al funcionamiento del Nuevo RUS, los entrevistados coinciden en que este es un régimen que permite dar el primer paso a la formalización y es sencilla por las cuotas fijas que se pagan en ella. Además, indican que muchos contribuyentes buscan transgredir lo establecido para pertenecer al Nuevo RUS, ya sea, no entregando comprobantes para declarar menos o creando varias empresas pequeñas para no sobrepasar los límites y continuar en el RUS o RER. Los entrevistados Efraín Borda y Juan Lara, indican que el contribuyente del RER debe llevar una contabilidad más completa: como libros contables y manejo de más comprobantes (facturas, notas de crédito, notas de débito, etc.), lo cual lo hace un poco más complejo, por lo que se requiere de asesoría contable. Finalmente, la entrevistada Lilian Castro nos indica que el funcionamiento de estos regímenes es defectuoso, ya que algunos contribuyentes no cumplen con los parámetros establecidos, por lo cual declaran y pagan impuestos por debajo de sus ingresos reales. Este hecho genera que el régimen no funcione correctamente; por lo tanto, sugieren que se debe establecer medidas urgentes para poner barreras a la evasión.

3. ¿De qué manera considera usted que influye el nivel de educación tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?

Análisis: El entrevistado Efraín Borda indica que el nivel de educación tributaria influye de manera considerable en la determinación de los impuestos, ya que tributar es la responsabilidad de todo ciudadano. Asimismo, los entrevistados indican que la educación en temas tributarios debe darse desde el colegio. Sin embargo, como menciona Juan Lara, actualmente, las universidades preparan a los jóvenes para las grandes empresas, en lugar de los microempresarios, por lo cual, se considera que esta sección está desatendida. De la misma forma, Alex Vega indica que la falta de conciencia tributaria en nuestro país es por la falta de ética personal, y aquello se debe a la ausencia de una buena educación. Cabe resaltar que, como menciona Lilian Castro, en las escuelas o colegios, no hay cursos de tributación que preparen a los niños y jóvenes para el futuro como ciudadanos responsables.

4. ¿Cómo cree usted que la cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los contribuyentes afectos al Nuevo RUS y al RER?

Análisis: De acuerdo con la experiencia del Sr. Borda, la falta de cultura tributaria se ve reflejada en muchos contribuyentes, sobre todo en las bodegas, las cuales no entregan comprobantes de pago, incluso, muchos de ellos desconocen de la existencia del comprobante de pago. Por otro lado, el entrevistado Juan Lara considera que si se imparten cursos de cultura tributaria en el colegio, esta mejoraría, ya que los estudiantes transmitirían los conceptos básicos a los padres o familiares sobre las obligaciones tributarias de sus respectivos negocios, de igual forma con los niños, como empresarios en el futuro, tendrían conciencia tributaria con el fin de que puedan cumplir con sus respectivas obligaciones. Cabe resaltar que, como mencionó Juan Lara, la corrupción del Estado también influye en muchas ocasiones en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que los contribuyentes perciben que no se da un buen uso a los impuestos, por lo cual, se sienten desmotivados a continuar pagando. En conclusión, los cuatro entrevistados coinciden en que la cultura tributaria sí influye en la determinación de las obligaciones tributarias del RUS y RER, ya que al desconocer temas tributarios y al no sentirse motivados a capacitarse, la determinación de obligaciones tributarias no son del todo transparentes, lo cual, perjudicaría no solo recaudación tributaria, sino también el cumplimiento de las leyes.

5. ¿Considera usted que el Sistema Tributario en nuestro país es complejo? ¿Por qué?

Análisis: El entrevistado Juan Lara considera que sí existe complejidad, como en todos los países derivados del avance de la tecnología y la sociedad moderna, ya que buscan evitar la evasión tributaria, por lo cual, dicha complejidad no es mala, pero no debería ser una carga para el contribuyente, por lo tanto, la Administración Tributaria debería ir acorde a la realidad. De la misma forma, Alex Vega considera que sí hay complejidad en el Sistema Tributario Peruano y que algunos regímenes deben eliminarse para hacer una tributación más sencilla en función al nivel de ingresos. Por otro lado, el entrevistado Efraín Borda indica que los Regímenes RUS, RER e incluso el MYPE son entendibles, pero el problema es que la SUNAT tiene una deficiente comunicación con el contribuyente, lo que la convierte en una entidad poco accesible y empática. Asimismo, Lilian Castro opina que el sistema no es complejo, así como también, los regímenes estudiados

que son RUS y RER, sin embargo, el problema surge en la falta de capacitación, ya que es necesaria para poder entender nuestro Sistema Tributario Peruano. En términos generales, parte de los entrevistados consideran que el Sistema Tributario no es complejo y el problema radica en la falta de capacitación para comprender las normas y su aplicación. En contraste, otros entrevistados consideran que el Sistema Tributario es complejo e indican que la Administración Tributaria y los regímenes establecidos deben adecuarse según la realidad.

6. ¿Cómo impacta la complejidad de los procesos tributarios en la determinación de las obligaciones en el Nuevo RUS y RER?

Análisis: De acuerdo con el entrevistado Efraín Borda, el avance la tecnología ayuda a que los procesos sean más sencillos, el problema es la comunicación deficiente de la Administración Tributaria con el contribuyente. Asimismo, Juan Lara nos indica que el Nuevo RUS se determina de manera sencilla y es cómodo para el contribuyente permanecer en este régimen por sus cuotas fijas. Sin embargo, en el caso del RER, el manejo de varios tipos de comprobantes y llevar registros contables, la hace más compleja para los contribuyentes que no conocen del tema, generando que incurran en errores, los cuales son detectados en revisiones de SUNAT y estos pueden ser multados. Por otro lado, el entrevistado Vega considera que no hay impacto alguno entre los procesos tributarios ya que, considera que el RUS y el RER son simples, el problema se encuentra en que los contribuyentes tergiversan la norma y dan mal uso a los regímenes. Por último, la entrevistada Lilian Castro considera que, si no se conoce o estudia a profundidad el funcionamiento del régimen tributario se hace complejo o difícil de entender y manejar el negocio sin incurrir en alguna infracción. Por lo tanto, los entrevistados concluyen que, hay complejidad de los contribuyentes si desconocen el tema, en especial para el RER, quienes se encuentran obligados a llevar una contabilidad más completa.

7. ¿Considera usted que la bancarización es un factor importante en el Sistema Tributario peruano? ¿Por qué?

Análisis: Todos los entrevistados consideran que la bancarización es muy importante en el Sistema Tributario de nuestro país, porque evita la evasión tributaria y el lavado de activos, así como también, genera que las operaciones sean transparentes y se conozca el origen y destino del dinero. Además, la bancarización de los pagos y/o compras de activos es requisito para deducir costo o gasto en la determinación del impuesto.

8. ¿De qué manera considera usted, que la bancarización impacta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Nuevo RUS y RER?

Análisis: El entrevistado Efraín Borda considera que la bancarización no impacta en el RUS, ya que no hay control por parte de la Administración Tributaria en este régimen porque este requisito no es exigible. Sin embargo, para el RER si hay un impacto, ya que en este régimen existe mayor movimiento de dinero y las operaciones económicas se realizan, mayormente, entre empresas, por ello, los contribuyentes deben llevar una contabilidad más ordenada. Por otro lado, el entrevistado Juan Lara menciona que la bancarización no es exigible para el RUS ni el RER, por lo tanto, no habría impacto alguno. En términos generales, los cuatro entrevistados consideran que la bancarización es importante en las empresas, ya que sustenta las operaciones económicas y sirve de sustento para deducir costo o gasto. Sin embargo, la bancarización al no ser exigible en operaciones menores a S/3,500.00 soles, no es exigible para el RUS y el RER en la mayoría de los casos, ya que, los contribuyentes pertenecientes a estos regímenes realizan operaciones menores a estos montos; por lo tanto, no habría un impacto de bancarización.

9. ¿Cómo considera usted que se podría fomentar a que Micro y Pequeños empresarios accedan a la bancarización?

Análisis: Se resalta lo mencionado por el entrevistado Juan Lara, quien indica que la bancarización tiene un costo, lo que genera que muchos contribuyentes no quieran acceder a ello por no ver afectado sus ganancias. En este punto, los entrevistados coinciden en que se debe fomentar los

beneficios y bondades de la bancarización. Por ejemplo, crear historial en el sistema financiero para acceder a créditos bancarios que beneficien al negocio, tasas de interés accesibles, seguros, convenios de salud, estudios y demás. Asimismo, el entrevistado Efraín Borda sugiere que los bancos deben promocionarse en las agencias de SUNAT, con el fin de estar más cerca para atraer mayor cantidad de clientes. De la misma forma, el entrevistado Alex Vega indica que se debe bajar el límite del importe a bancarizar, tomando en cuenta de que el régimen estudiado maneja cantidades bajas de dinero. Por último, la entrevistada Lilian Castro indica que el beneficio del historial bancario es un beneficio a largo plazo que permitirá al contribuyente acceder a créditos para llevar a cabo sus proyectos empresariales o personales.

10. ¿Cuáles crees que son los principales retos de la Administración Tributaria (SUNAT) para mejorar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes peruanos?

Análisis: Si bien es cierto que la SUNAT viene desarrollando mayores canales de difusión y comunicación con el contribuyente como: la página web, el teléfono, la aplicación móvil y las agencias, estos no son suficientes, ya que existe una gran cantidad de contribuyentes que están poco informados sobre tributación o entienden poco del tema. Es por ello que, uno de los entrevistados sugiere que se debe utilizar los locales comunales o mercados de cada distrito para abrir oficinas de orientación tributaria y estar más cerca del contribuyente, y así, motivarlos cuando paguen puntuales sus impuestos; en otras palabras, la Administración Tributaria debe ser más amigable y ganarse la confianza del contribuyente. Cabe resaltar que el desarrollo de la cultura tributaria es tarea de todos, por lo cual deben participar diferentes entidades, en especial, el Ministerio de Educación, agregando cursos de tributación en la currícula nacional en la escuela primaria y secundaria. Asimismo, deben participar las sociedades privadas como: universidades, bancos, la Cámara de Comercio de Lima, entre otros.

5.1.2 Resultado del estudio cuantitativo

5.1.2.1 Análisis de Encuestas

Tabla 4.

Análisis de las preguntas de las encuestas realizadas

Preguntas	Análisis
Pregunta 1: ¿Estás seguro del monto de impuesto debes pagar mensualmente?	El 80,49% de los encuestados tienen la certeza del monto de impuestos a pagar, ya que gran parte de estos pertenecen al Nuevo RUS, por lo cual, el monto que se debe pagar se encuentra establecido en solo dos categorías de manera mensual y no hay un cálculo a determinar. Por otro lado, los encuestados pertenecientes al Régimen Especial comentaron que cuentan con asesoría contable por lo que, si bien ellos no realizan el cálculo, tienen la suficiente confianza en el contador encargado para determinar los impuestos
Pregunta 2: ¿Te encuentras motivado al cumplir con el pago de sus tributos?	El 46,34% de los encuestados mencionan que se encuentran motivados cuando deben pagar sus impuestos. Además, el 26,83% de estos mencionan que solo a veces se encuentran motivados, ya que perciben que, si se cumple de manera puntual con los pagos, no existe una compensación. Sin embargo, si hay incumplimiento, la sanción se percibe considerablemente perjudicial para el negocio.

<p>Pregunta 3: ¿Se informa sobre las sanciones tributarias que le podría afectar a su empresa?</p>	<p>El 24,39% de los contribuyentes del Mercado Santa Rosa conocen las sanciones tributarias que pueden afectar a su negocio, algunos de ellos por investigación propia y otros por la asesoría del contador. Cabe resaltar que existe una ligera diferencia entre los contribuyentes que mencionaron que nunca o casi nunca se mantienen informados sobre las sanciones tributarias (nunca 21.95% y casi nunca 17.07%), por lo que se infiere que algunos de los contribuyentes desconocen del tema.</p>
<p>Pregunta 4: ¿Consideras que los tributos son obligaciones de pago que tenemos los ciudadanos con el Estado Peruano?</p>	<p>El 80,49% considera que el tributo es una obligación ciudadana. En otras palabras, los contribuyentes son conscientes de la responsabilidad que se tiene con el Estado y la economía del país. Sin embargo, estos perciben la corrupción en el Estado como un mal administrador del impuesto pagado, generando que los contribuyentes se sientan desmotivados y poco retribuidos.</p>
<p>Pregunta 5: ¿Consideras que eres constante con el pago de tributos?</p>	<p>El 87,80% de los contribuyentes comentaron que siempre son constantes con los pagos de sus impuestos, ya que consideran que es una responsabilidad que contraen como ciudadanos. Además, en el proceso de la encuesta, algunos comentaron que cumplen porque no quieren ser sancionados por la Administración Tributaria.</p>

<p>Pregunta 6: ¿Cumples con el pago de los impuestos según el cronograma establecido por SUNAT?</p>	<p>El cronograma es establecido por SUNAT y está disponible en la página web. Dicho cronograma es actualizado al principio de cada año y es responsabilidad del contribuyente cumplir sus obligaciones en el plazo según su último dígito de RUC. Por lo tanto, el 80,49% de los contribuyentes encuestados comentaron que conocen las fechas de vencimiento correspondiente a su negocio y la mayoría cumple con ello.</p>
<p>Pregunta 7: ¿Ha realizado fraccionamientos tributarios para cumplir con el pago de su deuda tributaria?</p>	<p>El fraccionamiento es una facilidad de pago que brinda la SUNAT a los contribuyentes que no pueden pagar el impuesto o multa en una sola cuota. Los contribuyentes encuestados, en su mayoría, es decir, un 80,49%, nunca han realizado fraccionamientos, ya que desconocen los requisitos y/o la aplicación de esta facilidad, así como también, algunos consideran engorroso realizar dicho trámite. Otros comentaron que no necesitaban realizar el pago de sus deudas o multas en cuotas ya que, en el momento, contaban con efectivo disponible.</p>
<p>Pregunta 8: ¿Colabora usted o colaboraría con la SUNAT cuando enfrentas un proceso de fiscalización?</p>	<p>El 78,05% de los contribuyentes encuestados comentaron a que estarían dispuestos a colaborar con la Administración Tributaria en una fiscalización, ya que forma parte del ejercicio de sus funciones de SUNAT y es necesario para corroborar el correcto cumplimiento del pago de impuestos y declaraciones mensuales.</p>

<p>Pregunta 9: ¿Usted se ha informado sobre de los derechos y obligaciones que tiene ante un proceso de fiscalización?</p>	<p>El 34,15% de los contribuyentes del mercado Santa Rosa nunca se han informado sobre sus derechos y obligaciones en un proceso de fiscalización. Asimismo, el 7.32% de los encuestados mencionaron que casi nunca se mantienen informados sobre sus derechos y obligaciones, totalizando un 41.47% de contribuyentes que no se mantienen informados sobre aquello, a pesar de que anteriormente mencionaron que estarían dispuestos a contribuir con la Administración Tributaria durante este proceso. Cabe resaltar que el 29.27% comentó que a veces se mantiene informado sobre sus derechos y obligaciones durante este proceso. Aquello podría generar que, muchos de ellos puedan tener dificultades en el proceso en caso no cuenten con asesoría contable.</p>
<p>Pregunta 10: ¿Has incurrido en alguna falta que te haya generado multas o sanciones tributarias?</p>	<p>De los contribuyentes encuestados, el 68,29% no han incurrido en faltas tributarias ya que, pagan o declaran oportunamente para evitar sanciones por parte de SUNAT, a pesar de no conocer mucho sobre temas tributarios. Por lo tanto, los contribuyentes encuestados tienen claro que deben cumplir con el cronograma establecido y evitan incumplir otras normas.</p>
<p>Pregunta 11: ¿Realiza o ha realizado procesos reclamos ante SUNAT?</p>	<p>Un 80,49% de los encuestados no realizan o no han realizado procesos de reclamo, ya sea porque desconocen el procedimiento a realizar o consideran que es una pérdida de tiempo y creen</p>

	que la Administración Tributaria se demoraría en procesar el reclamo.
Pregunta 12: ¿En el colegio y/o Universidad ha sido instruido en temas tributarios?	El 56,10% de los encuestados mencionaron que nunca han sido instruido en temas tributarios en el colegio. Por otro lado, el 31.7% mencionó que aprendieron de temas tributarios (siempre 17.07%, a veces 14.63%) en la universidad.
Pregunta 13: ¿Asiste a las charlas y/o capacitaciones dadas por la SUNAT?	El 58,54% de los contribuyentes mencionaron que casi nunca han asistido a charlas de Administración Tributaria, ya sea por desconocimiento del evento o el poco interés que tienen sobre ello. Por lo tanto, la SUNAT debe realizar charlas en lugares más cercanos o accesibles al contribuyente y difundir en mayor medida los programas que fomentan la cultura tributaria.
Pregunta 14: ¿Utiliza los dípticos o volantes entregados por SUNAT como guía de orientación?	El 58.53% (nunca 43.9% y casi nunca 14.63%), de los contribuyentes no utilizan los dípticos o volantes repartidos por la SUNAT ya que entienden poco sobre lo que se está escrito en ello o prefieren que el contador maneje la información.
Pregunta 15: ¿Utiliza la página web de SUNAT para absolver consultas informativas?	El desconocimiento sobre el uso y los beneficios del internet genera que el contribuyente desconozca cómo acceder a la información publicada por SUNAT en sus plataformas digitales. Por ello, el 53,66% de los encuestados

	afirma que no accede a la página web de la SUNAT.
Pregunta 16: Se apersona a SUNAT o se contacta por teléfono para absolver dudas tributarias?	Los contribuyentes tienen poca confianza en SUNAT, los consideran poco accesible y el lenguaje con el que se comunican no es fácil de entender, y más para quienes desconocen de temas tributarios. Por ello, el 63.41% (nunca 48.78% y casi nunca 14.63%) de los encuestados afirman nunca haber contactado a SUNAT o visitado una oficina.
Pregunta 17: ¿Ingresas a tu perfil de contribuyente con tu clave sol?	El 39.03% (nunca 31.71% y casi nunca 7.32%), de encuestados no ingresan a su perfil con su clave sol ya que, muchos de estos prefieren que el contador a cargo realice dicha tarea. Por otro lado, el 41.47% (siempre 31.71% y casi siempre 9.76%), de comerciantes comentaron que ingresan a su perfil con su clave sol, sin embargo, desconocen muchas de las opciones virtuales.
Pregunta 18: ¿Se mantiene informado sobre los requisitos y condiciones del régimen tributario al que pertenece su empresa?	El régimen tributario establece la forma de pago de los impuestos según su categoría y sus ingresos. Por lo tanto, según la encuesta realizada, el 53.66% (siempre 29.27% y 24.39% casi siempre), de los encuestados se mantienen informados sobre los requisitos, condiciones y beneficios del régimen tributario al que pertenecen. Cabe resaltar que, la mayoría de estos comerciantes se informan a través de las

	asesorías contables, ya que muchos de ellos no muestran interés voluntario en informarse.
Pregunta 19: ¿Las operaciones en tu negocio (pagos y/o cobros) son Bancarizados?	El uso de dinero en efectivo para el cobro y/o pago en su negocio demuestra que existe desconocimiento de los beneficios de los medios de pago a través del sistema financiero y también la poca confianza en las entidades financieras. Además, los contribuyentes consideran que el bancarizar tiene un costo, por lo cual no quieren verse afectados con las comisiones, ITF, mantenimiento y demás pagos que implican mantener una cuenta bancaria. Por ello, el 85,37% de encuestados no bancarizan las operaciones de su negocio.
Pregunta 20: ¿Utiliza tarjeta de débito o crédito para realizar pagos de compras de mercadería u otros pagos relacionados con tu negocio?	El uso de las tarjetas de crédito y/o débito en las operaciones comerciales facilita la operación, brinda seguridad a los usuarios sobre el movimiento del dinero y queda registrado automáticamente el movimiento, el cual puede verificarse en los estados de cuenta. Sin embargo, el 60,98% de nuestros encuestados prefieren no usar tarjetas de crédito o débito, ya que los comerciantes consideran que el efectivo es el medio de pago más inmediato para realizar sus transacciones, ya que es más accesible para todos.
Pregunta 21: ¿Utilizas POS para realizar cobros de sus ventas?	Esta modalidad de pago se encuentra enlazada a una cuenta bancaria, que permite al usuario registrar sus operaciones de manera automática.

	<p>Sin embargo, se incurre en comisiones por su uso, por lo cual los contribuyentes encuestados prefieren no usarlo y manejan el efectivo como medio de pago. Por ello, se obtuvo que el 60,98% de los encuestados nunca han utilizado POS.</p>
<p>Pregunta 22: ¿Realiza transferencias bancarias electrónicas para pagar a sus proveedores?</p>	<p>Las transferencias bancarias son una forma segura de realizar transacciones monetarias y evitar robos o pérdidas. Sin embargo, los contribuyentes, del Nuevo RUS, en su mayoría, desconocen cómo realizar transferencias bancarias, así como también, algunos tienen temor al manejo del dinero electrónico y prefieren utilizar dinero en efectivo. Es por ello, que en la encuesta el 60,98% de los contribuyentes encuestados nunca han realizado transferencias bancarias electrónicas.</p>
<p>Pregunta 23: ¿Solicita préstamos bancarios a empresas del Sistema Bancario para financiar su negocio?</p>	<p>Los préstamos bancarios para los comerciantes encuestados representan un sobre costo que algunos no están dispuestos a pagar. Sin embargo, el beneficio de acceder a un préstamo bancario es generar historial crediticio que a futuro puede ser favorable si se quiere llevar a cabo proyectos grandes como: la adquisición de activos fijos, aperturar nuevos locales, y demás beneficios que permitan hacer crecer el negocio. Sin embargo, el 56.1% (nunca 43.9% y casi nunca 12.2%), de los contribuyentes nunca han accedido a esta modalidad de préstamos para su negocio, ya que no cumplían con algunos</p>

	requisitos o les parecía engorroso realizar dicho trámite.
Pregunta 24: ¿Solicita préstamos a prestamistas para financiar su negocio?	Los préstamos de terceros, generalmente, tienen altos intereses y de procedencia incierta. Por ello, el 85,37% de los contribuyentes encuestados nunca han accedido a esta modalidad de préstamos para financiar su negocio. Además, comentan que ellos buscan financiar sus gastos con sus propios recursos, para así evitar los sobrecostos que implican los préstamos, ya que también se tiene desconfianza de los prestamistas informales.
Pregunta 25: ¿Te sientes seguro respecto a la forma de calcular el impuesto que debes pagar mensualmente?	El 56,10% de los contribuyentes encuestados se sienten seguros de la forma de calcular el impuesto a pagar mensualmente. Cabe resaltar que, la página web de SUNAT muestra información sobre los parámetros establecidos para el Nuevo RUS y RER y es responsabilidad de los contribuyentes acceder a esta información para evitar caer en errores. Sin embargo, los contribuyentes del RER confían en el trabajo de los asesores contables para determinar el cálculo del impuesto, por lo que, muchos de los comerciantes no se preocupan por el cálculo del importe a pagar.
Pregunta 26: ¿Aplicas o has aplicado el régimen de gradualidad para el pago de alguna multa tributaria?	Las sanciones impuestas por SUNAT se encuentran sujetas a un régimen de gradualidad según diferentes criterios, con el fin de rebajar el monto de la infracción. Por lo tanto, en la

	<p>encuesta realizada, el 70,73% de los contribuyentes comentaron que nunca han aplicado el régimen de gradualidad, ya sea porque no se ha incurrido en alguna multa o porque desconocían del tema.</p>
<p>Pregunta 27: ¿Entregas comprobantes de pago por tus ventas?</p>	<p>La entrega de comprobantes de pago es obligatoria en las transacciones económicas realizadas, según lo establecido en la Ley de Comprobantes. Además, SUNAT establece que a partir de S/ 5.00 es obligatorio emitir y entregar el comprobante de pago; y si el usuario del servicio lo solicita por menos de dicho monto, también se debe entregar el comprobante. Por lo tanto, en la encuesta, el 80,49% de los contribuyentes afirman que siempre entregan comprobantes de pago por sus ventas.</p>
<p>Pregunta 28: ¿Cuentas con asesoría contable y/o tributaria para la correcta determinación obligaciones tributarias?</p>	<p>La asesoría contable es más conveniente para los usuarios del RER ya que deben llevar el Registro de Compras y Ventas, presentar declaraciones mensuales, determinar el importe a pagar de IGV y Renta. Es por ello, que en la encuesta, el 53,66% de los comerciantes comentaron que siempre cuentan con asesoría contable y/o tributaria. Cabe que resaltar que de dicho porcentaje, el 24.39% pertenecen a la segunda categoría del Nuevo RUS; aquello se debe a que, algunos comerciantes comentaron que contratan asesoría contable, para no exceder el nivel de</p>

	ventas del régimen y así permanecer en el Nuevo RUS.
Pregunta 29: ¿Recibes comprobantes de pago por tus compras?	Tener comprobantes de pago por las compras realizadas es importante para tener control de los egresos y gastos. En el caso del RER, estos comprobantes dan derecho a crédito fiscal que será determinado cada mes para el pago de IGV. Es por ello que en la encuesta realizada, el 80,49% de los comerciantes comentaron que reciben comprobantes de pago por sus compras.

Nota: Elaboración Propia.

5.1.2.2. Medición de fiabilidad: Alfa de Cronbach

Definición:

El Alfa de Cronbach es un coeficiente que se utiliza para medir la fiabilidad de una escala de medida o test, su nombre se debe a su creador Lee Joseph Cronbach. Asimismo, un valor mayor a 0.7 significa que existe fuerte relación entre las preguntas planteadas y analizadas. Es decir, indica la correlación entre cada pregunta. (Bohórquez, López, Hernández & Jiménez, 2013).

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	41	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	41	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Figura 59. Resumen de procesamiento de caso -Alfa de Cronbach. Tomado de SPSS. Elaboración Propia.

Tabla 5.
Estadística de Fiabilidad- Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,744	29

Nota: Tomado de SPSS 25. Elaboración propia.

Comentarios:

Al realizar el análisis correspondiente en el programa SPSS, el coeficiente obtenido fue un Alfa de Cronbach de 0.744, lo que indica que existe una fiabilidad aceptable en la encuesta realizada.

5.1.2.3. Prueba de Hipótesis general

Análisis inferencial

Con el fin de analizar las encuestas realizadas, se ha utilizado el programa SPSS 25 y se aplicó la prueba del Chi Cuadrado para demostrar si las hipótesis planteadas en el Capítulo II de la investigación son aceptadas o rechazadas de acuerdo con los resultados obtenidos. Para ello, se formulan dos hipótesis representados por H1 y H0 donde:

H1: Representa la hipótesis alternativa que afirma la hipótesis.

H0: Representa la Hipótesis nula que niega a la hipótesis alternativa.

Formulación de la hipótesis estadística general:

H1: La cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

H0: La cultura tributaria no influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

Tabla 6

*Tabla cruzada Cultura Tributaria*Determinación de las Obligaciones Tributarias*

			Determinación de las Obligaciones Tributarias				Total
			Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
Cultura Tributaria	A veces	Recuento	0	1	0	1	2
		Recuento esperado	,0	,6	1,2	,1	2,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	7,7%	0,0%	50,0%	4,9%
	Casi siempre	Recuento	1	10	15	0	26
		Recuento esperado	,6	8,2	15,9	1,3	26,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	100,0%	76,9%	60,0%	0,0%	63,4%
	Siempre	Recuento	0	2	10	1	13
		Recuento esperado	,3	4,1	7,9	,6	13,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	15,4%	40,0%	50,0%	31,7%
Total	Recuento		1	13	25	2	41
	Recuento esperado		1,0	13,0	25,0	2,0	41,0
	% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: Tomado de SPSS 25. Elaboración propia.

Tabla 7

Pruebas de chi-cuadrado Cultura Tributaria y Determinación de las Obligaciones Tributarias

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,889 ^a	6	,031
Razón de verosimilitud	11,343	6	,078
Asociación lineal por lineal	1,381	1	,240
N de casos válidos	41		

a. 9 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Nota: Tomado de SPSS 25. Elaboración propia.

Interpretación del resultado obtenido:

Nivel de Significancia $0,031 < 0,05$

El nivel de significancia obtenido es menor a 0,031, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Es decir, la cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

5.1.2.4. Prueba de Hipótesis específica

Formulación de las hipótesis específicas estadística 1:

H1: La complejidad de los procesos tributarios influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

H0: La complejidad de los procesos tributarios no influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

Tabla 8

*Tabla cruzada Complejidad de Procesos Tributarios*Determinación de las Obligaciones Tributarias*

			Determinación de las Obligaciones Tributarias					
			Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total	
Complejidad de Procesos Tributarios	Casi nunca	Recuento	1	7	5	0	13	
		Recuento esperado	,3	4,1	7,9	,6	13,0	
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	100,0%	53,8%	20,0%	0,0%	31,7%	
	A veces	Recuento	0	6	17	0	23	
		Recuento esperado	,6	7,3	14,0	1,1	23,0	
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	46,2%	68,0%	0,0%	56,1%	
	Casi siempre	Recuento	0	0	3	1	4	
		Recuento esperado	,1	1,3	2,4	,2	4,0	
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	0,0%	12,0%	50,0%	9,8%	
	Siempre	Recuento	0	0	0	1	1	
		Recuento esperado	,0	,3	,6	,0	1,0	
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	2,4%	
	Total		Recuento	1	13	25	2	41
			Recuento esperado	1,0	13,0	25,0	2,0	41,0

	% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
--	--	--------	--------	--------	--------	--------

Nota: Tomado de SPSS 25. Elaboración propia.

Tabla 9.

*Pruebas de chi-cuadrado Complejidad de Procesos Tributarios*Determinación de las Obligaciones Tributarias*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	32,054 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	19,855	9	,019
Asociación lineal por lineal	12,986	1	,000
N de casos válidos	41		

a. 13 casillas (81,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Nota: Tomado de SPSS 25. Elaboración propia

Interpretación del resultado obtenido:

Nivel de Significancia $0,000 < 0,05$

El nivel de significancia obtenido es menor a 0,05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Es decir, la complejidad de procesos tributarios influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

Formulación de las hipótesis específicas estadística 2:

H1: El nivel de educación tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

H0: El nivel de educación tributaria no influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

Tabla 10

Tabla cruzada Nivel de Educación Tributaria*Determinación de las Obligaciones Tributarias

			Determinación de las Obligaciones Tributarias				Total
			Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
Nivel de Educación Tributaria	Nunca	Recuento	1	2	4	0	7
		Recuento esperado	,2	2,2	4,3	,3	7,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	100,0%	15,4%	16,0%	0,0%	17,1%
	Casi nunca	Recuento	0	6	10	1	17
		Recuento esperado	,4	5,4	10,4	,8	17,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	46,2%	40,0%	50,0%	41,5%
	A veces	Recuento	0	4	6	0	10
		Recuento esperado	,2	3,2	6,1	,5	10,0

		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	30,8%	24,0%	0,0%	24,4%
	Casi siempre	Recuento	0	1	4	1	6
		Recuento esperado	,1	1,9	3,7	,3	6,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	7,7%	16,0%	50,0%	14,6%
	Siempre	Recuento	0	0	1	0	1
		Recuento esperado	,0	,3	,6	,0	1,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	2,4%
	Total	Recuento	1	13	25	2	41
		Recuento esperado	1,0	13,0	25,0	2,0	41,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: Tomado de SPSS 25. Elaboración propia.

Tabla 11

*Pruebas de chi-cuadrado Nivel de Educación Tributaria*Determinación de las Obligaciones Tributarias*

Pruebas de chi-cuadrado			Significación asintótica (bilateral)
	Valor	df	
Chi-cuadrado de Pearson	8,845 ^a	12	,716
Razón de verosimilitud	8,081	12	,779
Asociación lineal por lineal	2,080	1	,149
N de casos válidos	41		

Nota: Tomado de SPSS 25. Elaboración propia

Interpretación del resultado obtenido:

Nivel de Significancia $0,716 > 0,05$

El nivel de significancia obtenido es mayor a 0,05, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa. Es decir, el nivel de educación no influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

Formulación de las hipótesis específicas estadística 3:

H1: La bancarización influye en la determinación de las obligaciones tributarias en los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

H0: La bancarización no influye en la determinación de las obligaciones tributarias en los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

Tabla 12

Tabla cruzada Bancarización*Determinación de las Obligaciones Tributarias

			Determinación de las Obligaciones Tributarias				
			Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Bancarización	Nunca	Recuento	0	5	10	1	16
		Recuento esperado	,4	5,1	9,8	,8	16,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	38,5%	40,0%	50,0%	39,0%
	Casi nunca	Recuento	0	5	10	0	15
		Recuento esperado	,4	4,8	9,1	,7	15,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	38,5%	40,0%	0,0%	36,6%
	A veces	Recuento	1	3	4	0	8
		Recuento esperado	,2	2,5	4,9	,4	8,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	100,0%	23,1%	16,0%	0,0%	19,5%
	Casi siempre	Recuento	0	0	1	1	2
		Recuento esperado	,0	,6	1,2	,1	2,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	0,0%	0,0%	4,0%	50,0%	4,9%
	Total	Recuento	1	13	25	2	41
		Recuento esperado	1,0	13,0	25,0	2,0	41,0
		% dentro de Determinación de las Obligaciones Tributarias	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: Tomado de SPSS 25. Elaboración propia.

Tabla 13.
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,672 ^a	9	,100
Razón de verosimilitud	10,074	9	,345
Asociación lineal por lineal	,006	1	,938
N de casos válidos	41		

a. 13 casillas (81,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Nota: Tomado de SPSS 25. Elaboración propia.

Interpretación del resultado obtenido:

Nivel de Significancia $0,100 > 0,05$

El nivel de significancia obtenido es mayor a 0,05, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa. Es decir, la bancarización no influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

5.1.3 Análisis del caso práctico

Se realizará el cálculo y el análisis del monto del impuesto omitido, tanto en el mercado estudiado, como a nivel nacional de los comerciantes del Nuevo RUS; para ello, es necesario calcular la cantidad de contribuyentes que, posiblemente, estén evadiendo impuestos. Por lo tanto, se tomarán los datos recolectados en la encuesta y entrevista realizada y se realizarán posteriores cálculos realizados para esta investigación.

En primer lugar, al tener definido la cantidad de comerciantes encuestados del Nuevo RUS y del RER, podemos calcular el equivalente en porcentajes para cada régimen. De esta manera,

tenemos que el 76% de los comerciantes pertenecen al RUS y el 24% son del RER. El detalle, se muestra a continuación:

Tabla 14

Distribución porcentual de establecimientos en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos según el Régimen Tributario.

	Total	Régimen	
		RUS	RER
Comerciantes Encuestados	41	31	10
Distribución porcentual	100%	76%	24%

Nota: Elaboración propia.

Posteriormente, con los datos porcentuales calculados, es posible hallar la distribución de la población para cada régimen estudiado. Por lo tanto, se obtiene que en el sector Mercería hay 68 comerciantes en el régimen del Nuevo RUS y 22 comerciantes en el régimen RER. Finalmente, se aplicará el mismo porcentaje al total de la población del mercado Cooperativa Santa Rosa, es decir, a los 395 comerciantes activos; por consiguiente, hay 299 inscritos en el RUS y 96 inscritos en el RER.

Tabla 15

Distribución de establecimientos en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos según el Régimen Tributario

	Total	Régimen	
		RUS	RER
		76%	24%
Muestra seleccionada	41	31	10
Sector Mercería	90	68	22
Total establecimientos activos	395	299	96

Nota: Elaboración propia.

Posteriormente, a los 299 comerciantes del mercado inscritos en el RUS, se aplica el 9,68%, obtenido como dato en la encuesta y descrito en el planteamiento del caso, para determinar la cantidad de contribuyentes del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos que,

posiblemente, estén declarando en una categoría inferior a la que pertenecen. Por lo tanto, según el cuadro mostrado se obtiene que, posiblemente, hay 29 comerciantes que pagan 20.00 soles en lugar de 50.00 soles mensualmente.

Tabla 16.

Cantidad de comerciantes en el Nuevo RUS del Mercado Cooperativa Santa Rosa que evaden impuestos.

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Cantidad*Porcentaje
RUS	299	9.68%	29

Nota: Elaboración propia

De modo que, en el 2018 existen 29 comerciantes que han pagado 20.00 soles mensuales de impuestos por pertenecer a la categoría 1, en lugar de pagar 50.00 soles mensuales que corresponde a la categoría 2; por lo tanto, existe una diferencia de 30.00 soles mensuales por regularizar. En base a ello, a los 29 comerciantes del Régimen RUS se le aplica los 30 soles de impuesto omitido y se obtiene que el importe de la evasión tributaria de los comerciantes del mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en el año 2018 asciende a un total de S/ 10,440.00. El detalle se muestra a continuación:

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUAL
Importe pagado	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 20,00	S/ 240,00
importe por por regularizar	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 30,00	S/ 360,00
Nro. De contribuyentes que om	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	
Total impuesto omitido	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 870	S/ 10.440

Figura 60. Impuesto mensual omitido de los Comerciantes del régimen RUS en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en el año 2018. Elaboración Propia

Por otro lado, para comprender el panorama de omisiones tributarias por parte de los comerciantes del RUS a nivel nacional, se puede aplicar los datos obtenidos en esta investigación. Para ello, se extraerán los datos de los informes y cuadros publicados por la SUNAT en su página web institucional sobre la cantidad de contribuyentes del RUS y los ingresos del sector comercio minorista. Por lo tanto, los ingresos tributarios recaudados por la SUNAT en el Nuevo RUS para el año 2018 fue de S/ 72,200 millones son del sector estudiado, tal como se muestra a continuación:

Cuadro A 12	INGRESOS TRIBUTARIOS RECAUDADOS POR LA SUNAT - RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO (RUS) SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2018 (Millones de Soles)												
	2018												
Concepto	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Manufactura	0.8	0.6	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	8.1
Procesadores de Recursos Primarios	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Conservas y Productos de Pescado	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Refinación de petróleo	-	0.0	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Productos Cárnicos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Azúcar	-	-	-	-	0.0	0.0	-	-	-	-	0.0	-	0.0
Industria no Primaria	0.8	0.6	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.6	8.0
Alimentos, Bebidas y Tabaco	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1.9
Textil, Cuero y Calzado	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	2.9
Industrias Diversas	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	1.7
Industria del Papel e Imprenta	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.7
Productos Químicos, Caucho y Plástico	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Minerales no Metálicos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.7
Industrias del Hierro y Acero	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Otros Servicios	4.1	3.6	3.6	3.7	3.8	3.4	3.8	3.8	3.7	3.9	3.7	3.5	44.5
Generación de Energía Eléctrica y Agua	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Otros 1/	2.0	1.7	1.7	1.8	1.8	1.7	1.9	1.8	1.8	1.9	1.8	1.7	21.6
Turismo y Hotelería	1.6	1.4	1.4	1.5	1.5	1.4	1.5	1.5	1.5	1.6	1.5	1.4	17.9
Transportes	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1.3
Telecomunicaciones	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1.7
Intermediación Financiera	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
Administración Pública y Seguridad Social	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Enseñanza	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
Salud	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1.1
Construcción	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.5
Comercio	7.4	6.4	6.5	6.6	6.7	6.2	6.7	6.6	6.5	6.8	6.6	6.5	76.2
Comercio Automotor	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	4.0
Comercio al por mayor	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	4.0
Comercio al por menor	6.7	5.8	5.9	6.0	6.1	5.6	6.1	6.0	5.9	6.1	6.0	5.9	72.2

Figura 61. Ingresos recaudados por SUNAT- RUS según actividad económica, 2018. Tomado de SUNAT, 2018

Asimismo, los contribuyentes pertenecientes al RUS registrados en el año 2018, según el cuadro publicado por la SUNAT, es como se muestra a continuación:

Cuadro C 2	CONTRIBUYENTES INSCRITOS SEGÚN RÉGIMEN TRIBUTARIO, 2018 (Miles de contribuyentes)											
	2018											
Concepto	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Contribuyentes con RUC 1/	8,887.2	8,942.7	9,001.9	9,044.9	9,082.9	9,130.2	9,178.9	9,964.9	9,025.2	9,337.3	9,393.5	9,419.0
Principales Contribuyentes 2/	14.7	14.7	14.7	14.6	14.6	14.6	14.6	14.5	14.5	14.5	14.5	16.1
Medianos y Pequeños Contribuyentes 3/	8,872.5	8,928.0	8,987.2	9,030.2	9,068.3	9,115.6	9,164.4	9,950.4	9,010.7	9,322.8	9,379.1	9,402.8
Régimen General 4/	244.3	189.0	195.3	190.2	192.8	196.2	197.8	197.2	203.5	202.7	211.6	208.0
Tercera Categoría	234.3	178.5	184.8	179.7	182.5	186.0	187.6	186.9	193.3	192.4	201.3	197.9
Otras rentas de Tercera Categoría 5/	10.0	10.5	10.5	10.4	10.2	10.3	10.2	10.3	10.2	10.3	10.3	10.1
Régimen Especial de Renta	376.3	389.4	393.5	393.8	387.9	391.0	394.5	396.7	395.3	402.6	402.8	400.2
Régimen Único Simplificado	1,158.0	1,166.7	1,172.4	1,177.8	1,182.1	1,186.4	1,190.8	929.6	936.9	1,200.9	1,206.4	1,207.1
Régimen MYPE Tributario	500.9	547.9	552.5	558.8	562.1	567.5	573.5	579.2	585.7	592.4	599.8	604.4
Arrendamiento de bienes	222.3	223.6	225.0	226.4	227.6	228.4	229.4	230.5	231.6	232.8	233.7	234.4
Trabajadores Independientes	6,976.8	7,029.1	7,062.5	7,105.3	7,143.6	7,176.9	7,217.5	7,211.2	7,258.5	7,346.0	7,385.4	7,416.5

Figura 62. Contribuyentes según Régimen Tributario, 2018. Tomado de SUNAT, 2018

Tomando en cuenta los datos presentados anteriormente, se realiza el cálculo aproximado de la evasión tributaria en el régimen RUS durante el año 2018 por declarar en una categoría que no corresponde, es decir, pagar una cuota de 20.00 soles en lugar de pagar 50.00 soles mensuales. El cálculo se detalla a continuación:

Concepto	2018												TOTAL 2018
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	
Nro. De Contribuyentes del RUS	1,158,047	1,166,720.0	1,172,393.0	1,177,808.0	1,182,147.0	1,186,434.0	1,190,806.0	929,635.0	936,912.0	1,200,865.0	1,206,351.0	1,207,061.0	
% De Contribuyentes que no declaran según su nivel de ingresos mensuales	9.68%	9.68%	9.68%	9.68%	9.68%	9.68%	9.68%	9.68%	9.68%	9.68%	9.68%	9.68%	
Nro de contribuyentes que pagan cuota inferior	112,099	112,938	113,488	114,012	114,432	114,847	115,270	89,969	90,693	116,244	116,775	116,844	
Diferencia por categoría 2 (50 soles)	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	
Ingreso Tributario no recaudado por SUNAT	S/ 3,362,968.49	S/ 3,388,154.88	S/ 3,404,629.27	S/ 3,420,354.43	S/ 3,432,954.89	S/ 3,445,404.34	S/ 3,458,100.62	S/ 2,699,660.04	S/ 2,720,792.45	S/ 3,487,311.96	S/ 3,503,243.30	S/ 3,505,305.14	S/ 39,828,879.82
Ingresos tributarios del Comercio al por menor	S/ 6,738,290.00	S/ 6,840,237.00	S/ 6,901,593.00	S/ 6,004,341.00	S/ 6,067,207.00	S/ 6,626,787.00	S/ 6,100,017.00	S/ 5,972,993.00	S/ 5,932,025.00	S/ 6,137,769.00	S/ 5,994,984.00	S/ 5,868,314.00	S/ 72,174,557.00
Total Recaudación final 2018	S/ 10,101,258.49	S/ 9,228,391.88	S/ 9,306,222.27	S/ 9,424,695.43	S/ 9,490,161.89	S/ 9,072,191.34	S/ 9,558,117.62	S/ 8,672,653.04	S/ 8,652,817.45	S/ 9,625,080.96	S/ 9,498,227.30	S/ 9,373,619.14	S/ 112,003,436.82
% Tributo Omitido	49.91%	58.01%	57.69%	56.96%	56.68%	61.23%	56.69%	45.20%	45.87%	56.82%	58.44%	59.73%	55.18%

Figura 63. Impuesto mensual omitido de los comerciantes del Régimen RUS en el Perú en el año 2019. Elaboración Propia

De acuerdo, a lo obtenido en el cuadro anterior podemos observar que SUNAT dejó de recaudar un total de 39'828,879.82 soles durante el 2018 de los comerciantes del comercio minorista inscritos en el Nuevo RUS. Por lo tanto, con los resultados obtenidos, podemos concluir que el importe es significativo para los ingresos del Estado, tomando en cuenta la recaudación total de la SUNAT en el RUS. Es por ello, que la poca presencia y/o interacción existente entre SUNAT y los contribuyentes del régimen estudiado debe mejorar, tal como lo indican los expertos entrevistados, la SUNAT debe trabajar para convertirse en aliado del emprendedor, mejorar la comunicación, confianza y por ende la motivación a tributar que influirá positivamente en la recaudación fiscal.

CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones de los análisis de las hipótesis planteadas en el presente trabajo de investigación.

Hipótesis General:

De acuerdo con las investigaciones realizadas en el presente trabajo de investigación y en base a los resultados obtenidos utilizando el programa SPSS, se llegó a la conclusión de que la cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

Hipótesis específica 1:

De acuerdo con las investigaciones realizadas en el presente trabajo de investigación y resultados obtenidos utilizando el programa SPSS, aplicando las tablas cruzadas y el CHI cuadrado, se llegó a la conclusión de que la complejidad de los procesos tributarios influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

En base a las entrevistas realizadas a expertos, se concluye que los procesos que se realizan en el primer régimen (Nuevo RUS) tienen como finalidad incentivar la formalidad, ya que son los más sencillos a realizar. Por otro lado, en el segundo régimen (RER), existen algunos procesos que implican conocimientos o nociones básicas de la contabilidad. Por lo tanto, los expertos coinciden en que la complejidad existente en los procesos tributarios es necesaria para evitar la evasión. Cabe resaltar que dicha complejidad se presencia en los pequeños contribuyentes debido a la falta de conocimiento sobre el funcionamiento y aplicación de las normas tributarias, especialmente en el Régimen Especial, en el cual se realizan cálculos para la determinación de impuestos. Por ello, la mayoría de estos contribuyentes acuden a una asesoría contable, lo cual implica un costo adicional para los microempresarios.

Hipótesis específica 2:

De acuerdo con las investigaciones realizadas en el presente trabajo de investigación y los resultados obtenidos utilizando el programa SPSS, aplicando las tablas cruzadas y el CHI cuadrado, se llegó a la conclusión de que el nivel de educación no influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en la Cooperativa del Mercado Santa Rosa de Chorrillos en el 2018.

Según las opiniones de los expertos entrevistados, se concluye que el nivel de estudios que tienen los contribuyentes no influye en la determinación de obligaciones tributarias, ya que, aquello depende de los valores y la ética de cada ciudadano. Además, los expertos destacan que las facilidades que se les puedan otorgar al contribuyente para el pago de los tributos por parte del Estado influyen en la determinación y cumplimiento de los tributos

Hipótesis específica 3

De acuerdo con las investigaciones realizadas en el presente trabajo de investigación y los resultados obtenidos utilizando el programa SPSS, aplicando las tablas cruzadas y el CHI cuadrado, se llegó a la conclusión de que la bancarización no influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en la Cooperativa del Mercado Santa Rosa de Chorrillos en el 2018.

De acuerdo con las opiniones de los expertos entrevistados, la bancarización no influye en la determinación de impuestos en los comerciantes pertenecientes al Nuevo RUS y al RER, debido a que las transacciones de los contribuyentes pertenecientes a estos regímenes, en su mayoría, no realizan operaciones mayores a S/3, 500.00. Asimismo, según las encuestas realizadas, la mayoría de los comerciantes comentaron que realizan sus operaciones en efectivo, ya que los clientes usualmente utilizan este medio de pago.

Como conclusión general del caso planteado, un total de 39'828,879 soles resulta el importe de omisión tributaria del régimen del Nuevo RUS en el sector estudiado durante el año 2018, la cual se considera una cifra significativa en comparación a los 72,200 millones de soles anuales recaudados durante el mismo periodo, régimen y sector estudiado, según informes de SUNAT. Es por ello, que la Administración Tributaria debe trabajar en incrementar su presencia e interacción con los contribuyentes de dicho régimen, ya que estos comerciantes tienen poca participación en las charlas o capacitaciones dadas por la Administración Tributaria, debido a que indican que no entienden el lenguaje complejo de los funcionarios de SUNAT o no lo consideran necesario, lo cual conlleva a que exista poca o nula interacción entre entidad y contribuyente. Es por ello que, ante este escenario, cabe la posibilidad de que se elimine el Nuevo RUS en los próximos años, según una iniciativa legislativa, en la cual SUNAT afirma que se viene analizando desde el 2017, ya que se considera que el Nuevo RUS ha cumplido su ciclo, pues fue creado hace más de 23 años y su funcionamiento no genera reglas para la formalidad, no incentiva la compra formal y no promueve llevar registros para un mejor control de las operaciones del régimen. Asimismo, según los expertos entrevistados, la presencia de la informalidad, la poca interacción entre SUNAT y contribuyente de este régimen conlleva a que la tributación no se realice correctamente; es decir, que muchos de los contribuyentes pagan importes menores al que les corresponde por su nivel de ingresos.

RECOMENDACIONES

Según la presente investigación y los resultados obtenidos, se ha concluido que para mejorar la cultura tributaria y reducir la evasión tributaria es conveniente involucrar a todos los agentes que intervienen en la sociedad, para lo cual, se deberán de realizar estrategias combinadas que permitan llegar a cada uno estos agentes.

1. La Administración Tributaria en los últimos años, ha realizado grandes cambios en su estructura interna, entre los cuales, los más importantes han sido la automatización de procesos y la transformación digital con la facturación electrónica. Sin embargo, aún se mantienen aspectos de mejora, especialmente, en la imagen institucional, ya que, muchos contribuyentes, según las entrevistas y encuestas realizadas, perciben que la Administración Tributaria es injusta, ineficiente y abusiva. Si bien es cierto que es difícil cambiar la percepción de SUNAT a corto plazo, ya que se involucran diversas variables, se sugiere una idea que podría contribuir a la comunicación con los contribuyentes, la cual consiste en el uso de un modelo CRM (Administración de la Relación con los Clientes), con el fin de centralizar en un solo sistema la gestión del cumplimiento tributario, en el cual, el personal de diversas áreas de la entidad recaudadora puedan tener acceso. Este modelo debe incluir datos personales y de contacto, régimen tributario, historiales de pago, órdenes pendientes de pago, reclamos, entre otros procesos pendientes que haya realizado el contribuyente. Asimismo, se incluirían reportes de diagnóstico por cada contribuyente, con respecto a la relación actual que se tiene con la Administración y los canales de comunicación que más utilizan. Así como también, se incorporaría un modelo de segmentación por comportamiento de pago y las acciones para recuperar la deuda, con el objetivo de entregar un servicio personalizado. Por lo tanto, esta propuesta tendría como finalidad inducir a cumplir con sus obligaciones tributarias en base a los datos y reporte obtenidos con ayuda de recordatorios, llamadas automáticas o personalizadas, esquelas inductivas, invitaciones personales a capacitaciones presenciales o virtuales, de manera que, el contribuyente perciba que esta entidad no busca generar una mayor recaudación o presionar sobre los pagos de impuestos, sino mejorar el servicio que se brinda a los

contribuyentes mediante una gestión de cobranza efectiva e inducir al pago antes de iniciar procedimientos de cobranza coactiva.

2. En base a la recomendación anterior y los resultados obtenidos en la presente investigación, consideramos que un grupo de contribuyentes prefieren los métodos tradicionales para comunicarse. Por ello, mediante el canal que sea, la Administración Tributaria debería convertirse en un aliado para los contribuyentes. Por lo tanto, se sugiere que la SUNAT implemente una mayor cantidad de módulos o stands de orientación en lugares claves y con mayor afluencia de público como por ejemplo, en los mercados, centros comerciales o galerías. Esta sugerencia tiene como finalidad afianzar la relación que existe entre la Administración Tributaria y los contribuyentes, así como también, mejorar la percepción que se tiene sobre esta entidad.
3. Incentivar el interés del contribuyente en mejorar su nivel de cultura tributaria debe ir de la mano con la Administración Tributaria. En otras palabras, debe mejorar la relación SUNAT – CONTRIBUYENTE con el fin de disminuir y/o erradicar la evasión tributaria. Por lo tanto, se recomienda realizar campañas de premiación al mejor contribuyente, así como también, asesoría personalizada, de manera que, se pueda implementar en los Centros de Servicios al Contribuyente a abogados y contadores de oficio que se encuentren disponibles al público en general para absolver dudas, realizar declaraciones, reclamos y acompañamientos en otros procesos en los que algunos contribuyentes desconozcan.
4. Según las entrevistas, algunos expertos mencionan que la Administración Tributaria prioriza las acciones de cobranza o imposiciones de multas con el fin de obtener una mayor recaudación tributaria, lo cual puede generar pérdidas a los contribuyentes; es por ello, que la mayoría de las fiscalizaciones se basa en incrementar la mayor cantidad posible de recaudación, en lugar de asegurar el cumplimiento tributario. Por lo tanto, se recomienda utilizar softwares de inteligencia artificial, en el que se logre de manera objetiva, la rápida detección de gastos que no deberían ser deducibles o incrementos patrimoniales inusuales, con la finalidad de acortar este proceso y facilitar la función de control por parte de la Administración Tributaria.

5. Según las investigaciones realizadas, existe un problema de desinterés por capacitarse en materia tributaria, en consecuencia, ello genera indiferencia ante la situación actual de la cultura tributaria en el país. Por lo tanto, la enseñanza en los niveles educativos es primordial, para lo cual, se recomienda capacitar de manera obligatoria a los docentes especialistas en el área de Personal Social y Formación Cívica y Ciudadana en un mediano y largo plazo. Aquellas capacitaciones funcionarán como recursos educativos con el fin de incorporarse en los procesos de enseñanza. Se recomienda, que en un principio el contenido de la currícula se enfoque en fomentar los valores en los estudiantes con el fin de que un futuro se puedan efectuar las obligaciones tributarias sin necesidad de la presión de SUNAT. Posteriormente, se sugiere desarrollar conceptos de ciudadanía, bienes y servicios públicos, Estado, entre otros. De la misma forma, para el nivel secundario, implementar temas de regímenes tributarios y los procesos correspondientes para impulsar actividades de emprendimiento y formalización desde el colegio.

Para lo cual, se necesitará la coordinación del Ministerio de Educación (MINEDU), las Direcciones Regionales de Educación (DRE) y las Unidades de Gestión Educativa Local (UGEL) de las diversas regiones del país, las cuales deberán dar el soporte logístico y encargarse de la programación de las actividades en cada región, así como también, de la cobertura, plazos y presupuestos; mientras que, el Instituto de Administración Tributaria y Aduanera se encargará de orientar y capacitar a los docentes encargados y posteriormente, de evaluarlos, finalizando con la entrega de una acreditación formal. Cabe resaltar que, es importante realizar seguimientos a los docentes para garantizar que efectivamente se ejecuten las actividades programadas en las capacitaciones.

6. Con el fin de fomentar la bancarización en el RUS y RER se recomienda que la Administración Tributaria trabaje de la mano con las entidades bancarias para realizar campañas masivas sobre los beneficios de la bancarización. Además, se recomienda disminuir los límites establecidos para incrementar la bancarización en el país y así aminorar la evasión tributaria. Por lo tanto, la propuesta es la siguiente:

Tabla 17.

Propuesta de bancarización según Régimen Tributario

Régimen tributario	Bancarización (importes mayores a)	Propuesta bancarización
Nuevo RUS	S/3,500.00 o \$1,000.00	S/1,500.00 o \$500.00
RER	S/3,500.00 o \$1,000.00	S/2,500.00 u \$800.00

Nota: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Elaboración propia

7. Se recomienda que la Administración Tributaria implemente políticas de incentivos para los pequeños comerciantes, especialmente, a los que se encuentran en el primer régimen y desean acogerse al siguiente, ya que han incrementado sus ventas. En otras palabras, la SUNAT debe incrementar los beneficios tributarios hacia los contribuyentes de la misma forma como se incrementan las obligaciones tributarias. Estos beneficios tributarios pueden ser:

- Brindar un plazo mayor para el pago del impuesto para los nuevos contribuyentes inscritos, especialmente, en el RER. Este beneficio puede realizarse hasta en dos meses, tomando en cuenta que, la mayoría de las transacciones comerciales (cobros y pagos) en este régimen se dan en un plazo máximo de 60 días
- Según Ley Nro. 30524 “Prórroga del pago del IGV”, se puede postergar el pago del IGV hasta por tres meses, siempre que cumpla los requisitos establecidos en ella. En base a ello, se plantea un beneficio adicional para que los contribuyentes tengan la opción de postergar el pago del IGV y la Renta mensual hasta dos meses más a lo establecido actualmente, sin cargo adicional alguno.
- Brindar un porcentaje de descuento de hasta 5% sobre el impuesto mensual por pronto pago. Este beneficio será aplicable siempre que el contribuyente realice el pago antes de la fecha de vencimiento de sus obligaciones mensuales establecido según el cronograma de SUNAT.

Los beneficios que se puedan implementar serán favorables para disminuir la evasión y la desmotivación por tributar en los contribuyentes.

8. El régimen tributario actual es complejo y desincentiva el crecimiento, especialmente para los micro y pequeños empresarios, ya que, según las investigaciones realizadas muchos contribuyentes prefieren mantenerse en el primer régimen, debido a que consideran que, para acogerse al siguiente régimen, se necesitan mayores requisitos y procesos generando altos costos. Es por ello que, se recomienda el modelo tributario argentino denominado “Monotributo”, el cual se ha implementado hace más de 15 años. Según Cetrangolo, Goldschmit, Gómez y Moran (2014), este régimen de tributación simplificada es uno de los más consolidados de nuestra región, ya que unifica el componente impositivo -IVA y Ganancias- y el componente previsional -aportes jubilatorios y obra social- en una única cuota mensual, haciendo más simple y ágil cumplir con las obligaciones tributarias en base al nivel de ingresos. Además, cuenta con incentivos al buen pagador mediante el reintegro del monto impositivo correspondiente a un mes, cuenta con múltiples canales de pago como: Transferencias, débitos, tarjetas, cajeros, otros. (Administración Federal de Ingresos Públicos [AFIP], 2020).

Un modelo similar en el Perú incluiría beneficios e incentivos para los contribuyentes que se encuentran en la informalidad, así como también, para aquellos micro y pequeños empresarios que actualmente están en el Nuevo Rus o RER. Cabe resaltar que, los requisitos formales que se solicitan deben ser simples (libros electrónicos y registro de ventas y compras), ya que estas condiciones suelen aumentar los costos para los contribuyentes. Asimismo, esta implementación debe de ir de la mano con la facturación electrónica, facilitando nuevos métodos de uso electrónicos como requisito en los microempresarios, ya que se puede derivar en la informalidad.

Se sugiere tomar en cuenta esta recomendación para futuras investigaciones, ya que actualmente los regímenes tributarios (Nuevo Rus y RER) no están cumpliendo con el fin para el que fueron creados. Por ello, es necesario la implementación de políticas tributarias y/o regímenes nuevos que estén alineadas con las diferentes necesidades tanto del contribuyente como de la Administración Tributaria, con el fin de lograr una tributación responsable y mejorar la recaudación fiscal bajo los principios de ciudadanía.

1. BIBLIOGRAFIA

- Administración Federal de Ingresos Públicos [AFIP], 2019. *Sistema Tributario Argentino* Recuperado de http://www.afip.gob.ar/institucional/documentos/sisTribArg_v_20170712.pdf [Consulta: 23 mayo 2020].
- Amasifuen, M. (2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Accounting power for business, I* (1), 73-90. Recuperado de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898 [Consulta: 12 de noviembre de 2019].
- Agencia Peruana de Noticias (ANDINA). (23 de diciembre de 2016). Conoce las nueve medidas del Gobierno a favor de las MYPES con facultades. *Agencia Peruana de Noticias*. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-conoce-las-9-medidas-del-gobierno-favor-las-mypes-facultades-646301.aspx> [Consulta: 19 de octubre de 2019].
- Agencia Peruana de Noticias (ANDINA). (6 de agosto de 2019). Ventas de las MYPES peruanas representan el 19% del PBI nacional. *Agencia Peruana de Noticias*. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-ventas-las-mypes-peruanas-representan-19-del-pbi-nacional-762440.aspx> [Consulta: 09 de noviembre del 2019].
- Arciniegas, W., & Pérez, N. (2015). Consideraciones semióticas: un acercamiento a la definición de cultura. *Cuadernos De Lingüística Hispánica*, (25), 99-121. doi: 10.19053/0121053X.3373
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. Recuperado de redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf [Consulta: 09 de noviembre del 2019].

- Arroyo, M., Espinosa, F., & Amezcua, E. (2014). La concientización fiscal de los contribuyentes, como base para formar la cultura tributaria en México. *Revista Ciencia Administrativa*, (2), 144-150. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/12/14CA201402.pdf> [Consulta: 14 de setiembre de 2019].
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2019). Bancarizar. *Glosario sobre sistemas de pagos*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/sistema-financiero/glosario.html> [Consulta: 24 de octubre de 2019].
- Bojórquez, J., López, L., Hernández, M., & Jiménez, E. (2013). Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento de medición de satisfacción del estudiante en el uso del software Minitab. *LACCEI*, (11) 1-9. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/1be6/fa4f849c42ece70f1549e7a60d9a20560a75.pdf> [Consulta: 20 de enero de 2020].
- Borrero, J. (2012). *Implementación de la educación tributaria a nivel universitario en la ciudad de Cuenca* (Tesis de maestría, Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Cuenca, Ecuador). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2736/1/tm4556.pdf> [Consulta: 14 de setiembre de 2019].
- Bravo, J. (2003). La renta como materia imponible en el caso de actividades empresariales y su relación con la contabilidad. *Cuadernos Tributarios* (28), 63-72. Recuperado de http://www.ifaperu.org/uploads/articles/8_03_CT28_JABC.pdf [Consulta: 20 de octubre del 2019].
- Burga, M. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014* (Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras. Lima, Perú). Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga_ame.pdf [Consulta: 28 de Agosto de 2019].

- Bustanza, R. (2016). *Los Procedimientos Tributarios* [Presentación para el CXXVII Seminario de Derecho Tributario]. Lima: MEF. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/CXXII_dcho_tributario_2016.pdf [Consulta: 15 de noviembre de 2019].
- Cámara de Comercio de Lima (CCL). (2018). *Pymes emplean al 75% de la PEA*. Lima: CCL. Recuperado de <https://camaralima.org.pe/principal/noticias/noticia/pymes-emplean-al-75-de-la-pea/1117> [Consulta: 09 de noviembre de 2019].
- Camayo, L. (2019). *Planeamiento Tributario y su incidencia en la gestión administrativa de las pequeñas empresas textiles en Lima Metropolitana 2016-2017*. (Tesis de Maestría, Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras. Lima, Perú). Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4760/3/camayo_tlt.pdf [Consulta 28 de Agosto de 2019].
- Carlos, N., & Ancajima, K. (2017). *Evasión de impuesto de los comerciantes de abarrotes del Mercado La Perla, Chimbote – 2017* (Tesis de Licenciatura, Universidad de San Pedro, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Chimbote, Perú). Recuperado de http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/9416/Tesis_59544.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 15 de noviembre de 2019].
- Castañeda, V. (2017). La equidad del sistema tributario y su relación con la moral tributaria. Un estudio para América Latina. *Investigación Económica*, 76 (299), 125-152. doi: 10.1016/j.inveco.2017.02.002
- Castillo, S., & Castillo, P. (2016). Un acercamiento al estudio de la cultura tributaria desde la perspectiva socioeducativa, 2(3), 149-162. *Dominio de las Ciencias*. Recuperado de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/301/358> [Consulta: 21 de octubre de 2019].

- Cetrangolo, O., Goldschmit, A., Gomez, J., & Moran, D. (2014). *Monotributo en América Latina. Los casos de Argentina, Brasil y Uruguay*. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro/lima/documents/publication/wcms_357452.pdf [Consulta: 23 de mayo de 2020]
- Chávez, M., & Tadeo, V. (2014). *Cultura Tributaria y el cumplimiento de obligaciones en el mercado modelo de Huancayo* (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Centro del Perú, Facultad de Contabilidad. Huancayo, Perú). Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3293/Chavez%20Balvin-Tadeo%20Caso.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 14 de Setiembre de 2019].
- Chía, M., Gómez, J., López, C., & Porras, S. (2018). Hacia el fomento de la cultura tributaria desde la primera infancia. *Revista Activos*, 16 (30), 19-54. doi: 10.15332/25005278.5059
- Choy, E., & Montes, E. (2014). La Informalidad en los sectores económicos y la evasión tributaria en el Perú. *Quipukamayoc*, 18(35), 11-15. doi: 10.15381/quipu.v18i35.6805 [Consulta: 14 de enero de 2020].
- Chura, M. (2013). *La elusión tributaria y el cumplimiento de las normas tributarias en el mercado Central de Lima Metropolitana 2012*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras. Lima, Perú). Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/672/3/chura_ml.pdf. [Consulta: 21 de setiembre de 2019].
- Congreso de la República del Perú. (3 de julio de 2003). Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa [Ley N° 28015]. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf> [Consulta: 12 de octubre del 2019].

Congreso de la República del Perú (26 de marzo de 2004). Ley para la lucha contra la evasión y para la formalización de la economía [Ley N° 28194]. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28194.pdf> [Consulta: 22 de octubre de 2019].

Congreso de la República. (13 de diciembre de 2016). Ley de prórroga del pago del Impuesto General a las Ventas (IGV) para la Micro y Pequeña empresa – “IGV justo” [Ley N° 30524]. Recuperado de http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/TraDocEstProc/Expvirt_2011.nsf/Repexpvirt?OpenForm&Db=201600017&View [Consulta: 16 de febrero de 2020].

Delgado, A. (2017). *Proceso contable-tributario para la Asociación agrícola Jaguito del Cantón naranjal y su impacto en los estados financieros*. (Tesis de licenciatura, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Facultad de Administración. Guayaquil, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1952/1/T-ULVR-1758.pdf> [Consulta: 12 de noviembre de 2019].

Diario Gestión. (14 de junio de 2017). Así se distribuyen los mercados de abastos en los distritos de Lima. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/distribuyen-mercados-abastos-distritos-lima-137233-noticia/?foto=3> [Consulta: 05 de noviembre de 2019].

Diario Oficial El Peruano. (21 de mayo de 2019). Financiamiento para las MYPES. *El Peruano*. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-financiamiento-para-mypes-66513.aspx> [Consulta: 19 de octubre de 2019].

Dorantes, L., & Gómez, M. (2014). *Derecho fiscal*. Recuperado de <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074385366.pdf> [Consulta: 08 de noviembre de 2019].

- Estrada, S. (2014). *Cultura Tributaria: 50 preguntas y respuestas*. Recuperado de <http://www.educacionfiscal.org/files/documentos/Cultura%20Tributaria%20-%2050%20preguntas%20y%20respuestas.pdf> [Consulta: 05 de noviembre 2019].
- Farro, S., & Silvia, D. (2015). *Cultura Tributaria y su incidencia en la eliminación de Infracciones y Sanciones en una empresa de abarrotes de Chiclayo-2014* (Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales. Pimentel, Perú). Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/91> [Consulta: 14 de Setiembre de 2019].
- Galagarza, B., & Seclen, E. (2017). *La primera cita. Guía para el registro de referencias y citación en textos académicos*. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621767/primera_cita-final.pdf?sequence=9&isAllowed=y [Consulta: 19 de octubre de 2019].
- Galicia, Y. (2016). *La cultura tributaria y su relación con el incumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas del sector de ferreterías del pueblo de Virú, distrito de Virú, año 2015* (Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales. Trujillo, Perú). Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/349> [Consulta: 24 de Setiembre de 2019].
- Gámez, R. (05 de agosto del 2012). *Mercado Santa Rosa de Chorrillos*. [Reportaje televisivo]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=DIJor5JBbQA> [Consulta: 01 de diciembre del 2019].
- Greco, O. (2006). Actividad comercial. *En Diccionario de economía*. Buenos Aires: Valletta.
- Greco, O. (2008). Giro. *En Diccionario bursátil y bancario*. Buenos Aires: Valletta.

- Guardia, K., & Prialé, J. (23 de setiembre de 2017). SUNAT plantea eliminar el RUS. ¿Qué motiva tal posición? *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/sunat-plantea-eliminar-regimen-rus-motiva-posicion-144042-noticia/?ref=gesr> [Consulta: 23 de enero del 2020].
- Gutiérrez, D. (2019). *El procedimiento no Contencioso Tributario* [Presentación para el CLXXVIII Seminario de Derecho Tributario]. Lima: MEF. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/CLXXVIII_dcho_tributario_2019.pdf [Consulta: 15 de noviembre de 2019].
- Hanco, O. (2015). *Nivel de cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca periodos 2012-2013* (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas. Puno, Perú). Recuperado de http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2702/Hanco_Larico_Odila_Bertha.pdf?se [Consulta: 14 de Septiembre de 2019].
- Hernández, R., & Coello, S. (2006). *El proceso de investigación científica*. Madrid: Editorial Universitaria.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf [Consulta: 21 de Agosto de 2019].
- Herrera, B. (2014). Análisis Estructural de las MYPES y PYMES. *Quipukamayoc*, 18(35), 69-89. doi: 10.15381/quipu.v18i35.3706
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2017). *Directorio Nacional de Mercados de Abastos 2016*. Lima: INEI. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1447/libro.pdf [Consulta: 14 de setiembre de 2019].

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2017). *Encuesta Nacional de Hogares sobre condiciones de vida y pobreza 2016*. Lima: INEI. Recuperado de https://webinei.inei.gob.pe/anda_inei/index.php/catalog/543 [Consulta: 30 de octubre de 2019].

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (17 de abril de 2019). Autorizan ejecución de la “Encuesta Nacional de Empresas 2018” [Resolución Jefatural N°123-2019-INEI. Recuperado de <http://inei.inei.gob.pe/normas/AbriVentana.asp?varDoc=R.J.%A0N%BA%A0123-2019-INEI&varURL=/DOCUMENTOS/RJ2019123.pdf> [Consulta: 21 de setiembre de 2019].

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2018). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2018*. Recuperado de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825099695.pdf [Consulta: 13 de noviembre de 2019]

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2019). Sector. *En Glosario*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/glosario/default.html?p=MTI2015> [Consulta: 27 de octubre de 2019].

Larrea, E. (2017). *La formalización de los contribuyentes acogidos al Régimen Especial del Impuesto a la Renta y el Nuevo Régimen Único Simplificado y su relación con la recaudación tributaria en el Perú 2010 - 2014* (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Contables. Lima, Perú). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/7345/Larrea_ae.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 15 de setiembre de 2019].

- Lizana, K. (2017). *La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de rentas personales de la población de la región de Lima, año 2017* (Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras. Lima, Perú). Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3099> [Consulta: 23 de Setiembre de 2019].
- Lupaca, F. (2015). *Análisis de la situación tributaria de los Centros Comerciales de Arequipa para incrementar la recaudación fiscal: Caso Centro Comercial Don Ramón en la actualidad* (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín, Facultad de Ciencias Contables y Financieras. Arequipa, Perú). Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/2185/COLuarfy.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 15 de noviembre de 2019].
- Macroconsult (2015). *Elementos de la recaudación en el Perú* [Presentación para el Reporte Económico Mensual]. Lima: Macroconsult. Recuperado de <https://sim.macroconsult.pe/wp-content/uploads/2015/11/REM-09-2015.pdf> [Consultado: 05 de noviembre de 2019].
- Manayalle, N., & Mori, Y. (2017) *Aplicación de los regímenes tributarios para MYPES en el sector industrial y su impacto en la rentabilidad de la microempresa panadería y pastelería Delipán periodo 2014* (Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Contabilidad. Chiclayo, Perú). Recuperado de http://54.165.197.99/bitstream/20.500.12423/840/1/TL_ManayalleTorresNataly_MoriRoqueYsaura.pdf [Consulta: 19 de Octubre de 2019].
- Mares, C. (2013). Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en el Perú. *Revista Jurídica Thomson Reuters*, (18), 1-20. Recuperado de http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4711/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y [Consulta: 19 de Octubre de 2019].

Marquina, C. (2014). *Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales SUNAT – Intendencia Lima en el periodo 2013*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Económicas. Trujillo, Perú). Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/756/marquina_carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 14 de setiembre de 2019].

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (08 de abril de 2004). Aprueban Reglamento de la Ley N° 28194, Ley para la Lucha contra la evasión y para la formalización de la economía. [Decreto Supremo N° 047-2004-EF]. Recuperado de http://www.sunat.gob.pe/legislacion/itf/ds047_04.htm [Consulta: 14 de noviembre del 2019].

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (08 de diciembre de 2004). Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta. [Decreto Supremo N° 179-2004-EF]. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/tuo.html#> [Consulta 21 de octubre del 2019].

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (23 de setiembre de 2007). Texto Único Ordenado de la Ley para la lucha contra la evasión y para la formalización de la economía. [Decreto Supremo N° 150-2007-EF]. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/por-instrumento/decreto-supremo/792-d-s-n-150-2007-ef/file> [Consulta: 24 de octubre de 2019].

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (22 de junio del 2013). Texto Único Ordenado del Código Tributario. [Decreto Supremo N° 133-2013-EF]. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/por-instrumento/decreto-supremo/10109-decreto-supremo-n-133-2013-ef/file> [Consulta: 22 de octubre del 2019].

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (2019). *Sistema Tributario del Gobierno Central*. Lima: MEF. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/sistema-tributario-lineamientos-de-politica-tributaria/del-gobierno-central> [Consulta 22 de octubre del 2019].

Ministerio de Educación (MINEDU). (28 de marzo del 2018). Disponen que las instituciones educativas públicas y/o privadas incorporen en su Calendario Cívico Escolar, la segunda semana del mes de octubre de cada año, como la “Semana de la educación tributaria y lucha contra el contrabando” [Resolución Viceministerial N° 042-2018-MINEDU] Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/disponen-que-las-instituciones-educativas-publicas-yo-privas-resolucion-vice-ministerial-no-042-2018-minedu-1631938-1/> [Consulta: 21 de octubre de 2019].

Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2013). *Manual de Gestión Empresarial de las Cooperativas de Servicios*. Recuperado de <https://www.produce.gob.pe/images/produce/cooperativas/Instrumentos-de-Apoyo-para-la-Gestion-de-Cooperativas/Manual-para-la-Gestion-Empresarial-de-las-Cooperativas-de-Servicios.pdf> [Consulta: 14 de noviembre de 2019]

Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2017). *Las MIPYME en Cifras 2016*. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/99A263D683A73C0F052582B0006160CA/\\$FILE/Paginas_3_al_29_Mipyme_en_cifras_2016.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/99A263D683A73C0F052582B0006160CA/$FILE/Paginas_3_al_29_Mipyme_en_cifras_2016.pdf) [Consulta: 13 de octubre de 2019].

Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2019). *¿Qué es una cooperativa?* Lima: PRODUCE. Recuperado de <https://www.produce.gob.pe/index.php/cooperativas/que-es-una-cooperativa> [Consulta: 14 de noviembre de 2019].

Mogollón, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo, Perú* (Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Contabilidad. Chiclayo, Perú). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/71999710.pdf> [Consulta: 14 de Setiembre de 2019].

- Morales, L., & Yáñez, A. (2006). *La bancarización en Chile. Concepto y medición*. Recuperado de https://www.sbif.cl/sbifweb3/internet/archivos/publicacion_5291.pdf [Consulta: 21 de octubre de 2019].
- Moreano, C. (2015). *Infracciones y Sanciones Tributarias*. [Presentación para el LXX Seminario de Derecho Tributario]. Lima: MEF. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/LXXXIX_dcho_tributario_present.pdf [Consulta: 15 de noviembre de 2019].
- Municipalidad Metropolitana de Lima (MML). (1994). Aprueban el *Nuevo Reglamento de Mercados* [Ordenanza N° 072]. Recuperado de https://www.peru.gob.pe/docs/planes/13122/plan_13122_nuevo_reglamento_de_mercados_-_2011_2011.pdf [Consulta: 30 de octubre de 2019].
- Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF). (2019). *Portal de Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal*. Lima: NAF. Recuperado de <http://rednaf.educacionfiscal.org/centros?pais=3#collapse563> [Consulta: 12 de noviembre de 2019].
- Onofre, R., Aguirre, C., & Murillo, K. (2017). La Cultura Tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos. *Dominio de las Ciencias*, 3 (3), 45-68. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6326643> [Consulta: 24 de agosto del 2019].
- Orellana, D., & Cruz, M. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*, 24 (1), 205-222, Recuperado de <http://hdl.handle.net/10201/45434> [Consulta: 12 de noviembre de 2019].

Organization for Economic Co-operation and Development, Fundación Internacional e Iberoamericana de Administración y Políticas Públicas, & Eurosocial. (2015). Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía. Guía sobre educación tributaria en el mundo. doi: 10.1787/9789264222786-es

Pareja, J. (2017). *Mercado Municipal de Abastos*. (Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Arquitectura. Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/622450> [Consulta: 20 de octubre de 2019].

Pariente, A., Pujaico, K., & Sánchez, G. (2016). *El Acogimiento al Nuevo Régimen Único Simplificado y la evasión tributaria de los comerciantes del mercadillo de San Vicente, Cañete - 2015*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú, Facultad de Contabilidad y Finanzas. Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/320/1/1010710-1010372-1011122.pdf> [Consulta: 15 de noviembre de 2019].

Presidencia de la República del Perú. (28 de junio de 2008). Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al empleo decente. [Decreto Legislativo N° 1086]. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/DecretosLegislativos/01086.pdf> [Consulta: 13 de octubre de 2019].

Pita, S., & Pértegas, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cadernos de Atención Primaria*, 9 (2), 76-78. Recuperado de http://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf [Consulta: 12 de noviembre de 2019].

Quintanilla, J. (2012). La universidad en la cultura tributaria. *Retos*, 2 (3), 105-114. doi: [10.17163/ret.n3.2012.06](https://doi.org/10.17163/ret.n3.2012.06)

- Real Academia de la lengua española (RAE). (2019). Comercio. *En Diccionario de la lengua española*. 23ª ed. Recuperado de <https://dle.rae.es/comercio?m=form> [Consulta: 20 de octubre de 2019]
- Roca, C. (2011). Estrategias para la formación de la cultura tributaria, *Asamblea General del CIAT* (42), 2-27. Recuperado de <https://biblioteca.ciat.org/opac/book/1009> [Consulta: 21 de octubre de 2019]
- Sánchez, B. (2014). Las MYPES en Perú. Su Importancia y Propuesta Tributaria. *Quipukamayoc*, 13 (25), 127-131. doi: 10.15381/quipu.v13i25.5433.
- Santa Cruz, R., & Mestanza, T. (2015). *La inobservancia de la bancarización y sus efectos tributarios en los principales contribuyentes del distrito de Tarapoto. Periodo 2012-2013*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Martín, Facultad de Ciencias Económicas. Tarapoto, Perú). Recuperado de <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/1546/ITEM%4011458-699.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 22 de Octubre del 2019].
- Santomá, J. (2004). Nuevos medios de pago electrónicos: Hacia la desintermediación Bancaria. *Información Comercial Española*, 1 (813), 101-114. Recuperado de http://www.santceloni.cat/ARXIU/documents/departaments_i_ambits/creacio_empreses/ANNEX4_Articulo_nuevos_metodos_de_pago.pdf [Consulta: 17 de noviembre del 2019].
- Secretaría Distrital de Hacienda (SDH). (2019). *Educación Tributaria*. Bogotá: SDH. Recuperado de <http://www.shd.gov.co/shd/node/21771> [Consulta: 12 de noviembre de 2019].
- Servicio de Impuestos Interno (SII). (2019). *Educación Tributaria*. Santiago de Chile: SII. Recuperado de http://www.sii.cl/destacados/portal_educacion_tributaria/index.html [Consulta: 12 de noviembre de 2019].

Sobrevilla, D. (2013). *Filosofía de la cultura*. Madrid: Trotta

Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). (28 de diciembre de 2018). Establecen cronogramas para el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales y las fechas máximas de atraso de los registros de ventas e ingresos y de compras llevados de forma electrónica correspondientes al año 2019. [Resolución de Superintendencia N° 306-2018/SUNAT]. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/2018/306-2018.pdf> [Consulta: 15 de noviembre de 2019].

Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). (2019). *Mypes y emprendedores*. Lima: SUNAT. Recuperado de <http://cultura.sunat.gob.pe/mypes-y-emprendedores> [Consulta: 21 de agosto del 2019].

Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). (2019). *Portal del Estado Peruano*. Lima: SUNAT. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/> [Consulta: 21 de agosto del 2019].

Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). (2019). *Regularizar Infracciones*. Lima: SUNAT. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/regularizar-infracciones> [Consulta: 15 de noviembre de 2019].

Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). (2019). *Regímenes Tributarios*. Lima: SUNAT. Recuperado de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios-> [Consulta: 15 de noviembre de 2019].

Tello, S. (2014). Importancia de la Micro, Pequeña y Medianas empresas en el desarrollo del país. *LEX- Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política*, 12 (14), 199-218. doi: 10.21503/lex.v12i14.623.

- TMF Group. (2017). *The Financial Complexity Index 2017. Meeting the global challenge of local accounting and tax compliance*. Recuperado de <http://www.tmud.org.tr/Files/Arsiv/FinansalRaporlama.pdf> [Consulta: 22 de octubre del 2019].
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (2006). Métodos de recolección de datos para una investigación. *Boletín Electrónico de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Rafael Landívar*, (3), 1-21. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/ba7a/d7cb67bf11712b324e90acef389b24a38e43.pdf> [Consulta: 12 de noviembre de 2019].
- Tribunal Fiscal (TF). (2005). Resolución N° 04131-1-2005. Recuperado de http://www.mef.gob.pe/contenidos/tribu_fisc/Tribunal_Fiscal/PDFS/2005/1/2005_1_04131.pdf [Consulta: 21 de diciembre de 2019].
- Tribunal Fiscal (TF). (2015). Resolución N° 08538-4-2015. Recuperado de http://www.mef.gob.pe/contenidos/tribu_fisc/Tribunal_Fiscal/PDFS/2015/4/2015_4_08538.pdf [Consulta: 20 de diciembre de 2019].
- Vanegas, Y. (2016). Caracterización de Cultura Tributaria en estudiantes de grado noveno. *Vínculos*. 13 (2), 88-98. Recuperado de <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/vinculos/article/view/11891>. [Consulta: 20 de agosto de 2019].
- Vela, V. (2017). *Cultura Tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los microempresarios en Lima Metropolitana años 2015-2016*. (Tesis de licenciatura, Universidad Ricardo Palma, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Lima: Perú). Recuperado de http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1468/T030_41367227_T.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 14 de setiembre de 2019].

- Villegas, C., & López, B. (2015). El impuesto a la Renta y la obligación de declarar. *Sapere*, 3 (9). Recuperado de https://derecho.usmp.edu.pe/sapere/ediciones/edicion_9/articulos/El_impuesto_a_la_renta_y_la_obligacion_de_declarar_Villegas_Levano_Cesar.pdf [Consulta: 20 de Octubre del 2019].
- Wong, D. (1996). *Los grandes pequeños Negocios. Empresarios y Finanzas*. Recuperado de <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/133/WongDavid1996.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 18 de octubre de 2019].
- Yaranga, Y. (2015). *La comunicación para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado “Santa Rosa” de Chorrillos*. (Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación. Lima: Perú). Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6124/YARANGA_HERNANDEZ_YAMILE_MERCADOS_POPULARES.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 21 de setiembre del 2019].

2. ANEXOS

A. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES		Agosto		Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
		sem 03	sem 04	sem 01	sem 02	sem 03	sem 04	sem 01	sem 02	sem 03	sem 04	sem 01	sem 02	sem 03	sem 04	sem 01	sem 02	sem 03	sem 04	sem 01	sem 02	sem 03	sem 04
1	Planteamiento del Problema																						
2	Elaboración del Plan de Tesis																						
3	Aprobación del Plan Tesis																						
4	Desarrollo Capítulo I y II																						
5	Desarrollo Capitulo III																						
6	Elaboración de instrumentos de investigación																						
7	Recolección de datos por medio de las herramientas																						
8	Tabulación y resumen estadístico																						
9	Análisis de los resultados																						
10	Elaboración de las conclusiones y recomendaciones																						
11	Entrega del proyecto final de Tesis																						

B. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tema: La cultura tributaria y su influencia en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Nuevo RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.

Autores: Leyla Gladys Loza Mendoza

Elizabeth Andrea Villegas Perleche

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
<p><u>Problema Principal:</u></p> <p>¿La cultura tributaria influye en la <i>determinación de las obligaciones tributarias</i> de los comerciantes del RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018?</p> <p>Problemas Secundarios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿La <i>complejidad de los procesos tributarios</i> influye en la <i>determinación de las obligaciones tributarias</i> de los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018? 2. ¿El <i>nivel de educación tributaria</i> influye en la <i>determinación de las obligaciones tributarias</i> en los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018? 3. ¿La <i>Bancarización</i> influyen en la <i>determinación de las obligaciones tributarias</i> en los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018? 	<p><u>Objetivo General:</u></p> <p>Determinar la influencia <i>la cultura tributaria</i> en la <i>determinación de las obligaciones tributarias</i> de los comerciantes del RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar la influencia de la complejidad de los procesos tributarios en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del RUS y RER Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018. 2. Determinar la influencia del nivel de educación tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias de los comerciantes del del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018. 3. Determinar la influencia de la bancarización en la determinación de las obligaciones tributarias en los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018. 	<p><u>Hipótesis General</u></p> <p>La <i>cultura tributaria</i> influye en la <i>determinación de las obligaciones tributarias</i> de los comerciantes del RUS y RER en el Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>La complejidad de los procesos tributarios</i> influye en la <i>determinación de las obligaciones tributarias</i> de los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018. 2. El <i>nivel de educación tributaria</i> influye en la <i>determinación de las obligaciones tributarias</i> de los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018. 3. <i>La bancarización</i> influye en la <i>determinación de las obligaciones tributarias</i> en los comerciantes del RUS y RER del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima en el 2018. 	<p>X = Cultura Tributaria</p> <p>X₁ = Complejidad de los procesos tributarios</p> <p>X₂ = Nivel de Educación Tributaria</p> <p>X₃ = Bancarización</p> <p>Y = Determinación de las obligaciones tributarias (RUS y RER)</p>

METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICA E INSTRUMENTO	ESTADISTICA
<p><u>Tipo y diseño de la investigación</u></p> <p>El tipo de estudio es explicativa causal. El diseño de estudio es no Experimental de corte transversal,</p> <p><u>Investigación cualitativa:</u></p> <p>Entrevista en profundidad Instrumento: Entrevista en profundidad.</p> <p><u>Investigación cuantitativa:</u></p> <p>Cuestionario Instrumento: Encuesta escala Likert medida con SPSS.</p> <p><u>Método:</u></p> <p>Hipotético, deductivo</p>	<p><u>Población:</u></p> <p>La población está conformada por los comerciantes del rubro de Mercería del Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos.</p> <p><u>Tipo de muestreo:</u></p> <p>De una población de 90 comerciantes del rubro de mercería, se tomó una muestra de 41.</p> <p><u>Tamaño de muestra</u></p> <p>Investigación cuantitativa: 41 Investigación cualitativa: 4</p>	<p>Variable x: Cultura Tributaria</p> <p>Técnicas: Encuesta y entrevista a profundidad.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Autor: Elaboración propia</p> <p>Monitoreo: Estadístico inferencial</p> <p>Ámbito de aplicación: Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima</p> <p>Variable Y: Determinación de obligaciones</p> <p>Técnicas: Encuesta y entrevista a profundidad.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Autor: Elaboración propia</p> <p>Monitoreo: Estadístico inferencial</p> <p>Ámbito de aplicación: Mercado Cooperativa Santa Rosa de Chorrillos en Lima</p>	<p>Alfa de Cronbach: 0,744</p> <p>INFERENCIAL</p> <p>Tablas cruzadas y Chi cuadrado</p> <p>Hipótesis General: 0,031</p> <p>Hipótesis Específica 1: 0,00</p> <p>Hipótesis Específica 2: 0,716</p> <p>Hipótesis Específica 3: 0,100</p>

C. PRESUPUESTO

NRO.	CONCEPTOS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL (S/)
1	Horas hombre empleadas en la aplicación de encuestas (*).	S/ 10.00	40.00	S/ 400.00
2	Traslado para la aplicación del trabajo en campo	S/ 30.00	8.00	S/ 240.00
3	Materiales para encuestas	S/ 0.10	500.00	S/ 50.00
4	Curso de Titulación – UPC	S/ 7,200.00	1	S/ 14,400.00
5	Asesoría estadística.	S/ 500.00	2.00	S/ 1,000.00
TOTAL				S/ 16,090.00

Nota: (*) Cada encuesta tendrá una duración aproximada de 20 minutos.

D. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Instrumento: Entrevista a profundidad

Buenos días, somos alumnas egresadas de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) de la carrera de Contabilidad. La presente entrevista forma parte de nuestra investigación, sobre la cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del RUS y RER en el 2018, para ello, deseamos contar con su opinión profesional en el tema. La información obtenida será utilizada únicamente con fines académicos y es de carácter confidencial.

Entrevistado:

Ocupación:

Organización:

1. ¿En términos generales, ¿cuál es su opinión sobre el estado actual de la cultura tributaria en el ciudadano peruano?
2. ¿Cuál es su opinión sobre el funcionamiento del Nuevo RUS y el RER en nuestro el país?
3. ¿De qué manera, considera usted que influye el nivel de educación tributaria en la determinación de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del RUS y RER?
4. ¿Cómo cree usted que la cultura tributaria influye en la determinación de las obligaciones tributarias de los contribuyentes afectos al RUS y al RER?
5. ¿Considera usted que el Sistema Tributario en nuestro país es complejo? ¿Por qué?
6. ¿Cómo impacta la complejidad de los procesos tributarios en la determinación de las obligaciones en el RUS y RER?
7. ¿Considera usted que la bancarización es un factor importante en el Sistema Tributario peruano? ¿Por qué?

8. ¿De qué manera considera usted, que la bancarización impacta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del RUS y RER?
9. ¿Cómo considera usted que se podría fomentar a que Micro y Pequeños empresarios accedan a la bancarización?
10. ¿Cuáles crees que son los principales retos de la Administración Tributaria (SUNAT) para mejorar el nivel de cultura tributaria en los contribuyentes peruanos?

E. ENCUESTA A LOS COMERCIANTES DEL RUBRO DE MERCERÍA

Buenos días, somos alumnas egresadas de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) de la carrera de Contabilidad. La presente encuesta forma parte de nuestra investigación, sobre la cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del RUS y RER en el 2018, para ello, deseamos contar con su opinión profesional en el tema. La información obtenida será utilizada únicamente con fines académicos y es de carácter confidencial.

Entrevistado:

Razón Social:

1. Datos Generales: Marque con un aspa (X) la opción que se ajusta a la realidad de su negocio.

1.1. ¿En qué régimen se encuentra actualmente?

a) Régimen Nuevo RUS. (Marcar la categoría a la que pertenece, de ser el caso).

Categoría	1. Paga S/ 20 al mes
	2. Paga S/ 50 al mes.

b) Régimen Especial de Renta

1.2. Nivel de ingresos mensuales en el 2018

- a) Hasta 5,000 soles
- b) De 5,000 hasta 8,000 soles
- c) De 8,000 hasta 12, 000 soles
- d) Más de 12,000 soles.

1.3. Hace cuantos años trabaja en el Mercado Santa Rosa

- a) De 1 a 2 años
- b) De 3 a 5 años

- c) Más de 5 años

1.4. Realiza sus cobranzas y pagos mediante:

- a) Cuenta bancaria a nombre de su negocio
 b) Cuenta bancaria de ahorros a nombre propio
 c) Solo maneja su dinero en efectivo
 d) Ninguna de las anteriores. Detallar: _____

1.5 ¿Cuál es su nivel de educación?

- a) Primaria completa
 b) Primaria incompleta
 c) Secundaria completa
 d) Secundaria incompleta
 e) Educación superior completa
 f) Educación superior incompleta

2. Datos Específicos

Marcar con “X” en el casillero, tomando en cuenta la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Variable independiente: Cultura Tributaria

	Cultura Tributaria	1	2	3	4	5
1	¿Estás seguro del monto de impuesto debes pagar mensualmente?					
2	¿Te encuentras motivado al cumplir con el pago de sus tributos?					
3	¿Se informa sobre las sanciones tributarias que le podría afectar a su empresa?					

4	¿Consideras que los tributos son obligaciones de pago que tenemos los ciudadanos con el Estado Peruano?					
5	¿Consideras que eres constante con el pago de tributos?					
Nro.	Complejidad de procesos tributarios	1	2	3	4	5
1	¿Cumples con el pago de los impuestos según el cronograma establecido por SUNAT?					
2	¿Ha realizado fraccionamientos tributarios para cumplir con el pago de su deuda tributaria?					
3	¿Colabora usted o colaboraría con la SUNAT cuando enfrentas un proceso de fiscalización?					
	¿Usted se ha informado sobre de los derechos y obligaciones que tiene ante un proceso de fiscalización?					
4	¿Has incurrido en alguna falta que te haya generado multas o sanciones tributarias?					
6	¿Realiza o ha realizado procesos reclamos ante SUNAT?					
	Nivel de educación Tributaria	1	2	3	4	5
1	¿En el colegio y/o Universidad ha sido instruido en temas tributarios?					
2	¿Asiste a las charlas y/o capacitaciones dadas por la SUNAT?					
3	¿Utiliza los dípticos o volantes entregados por SUNAT como guía de orientación?					
4	¿Utiliza la página web de SUNAT para absolver consultas informativas?					
5	¿Se apersona a SUNAT o se contacta por teléfono para absolver dudas tributarias?					

6	¿Ingresas a tu perfil de contribuyente con tu clave sol?					
7	¿Se mantiene informado sobre los requisitos y condiciones del régimen tributario al que pertenece su empresa?					
	Bancarización	1	2	3	4	5
1	¿Las operaciones en su negocio (pagos o cobros) son Bancarizados?					
2	¿Utiliza tarjeta de débito o crédito para realizar pagos de compras de mercadería u otros pagos relacionados con tu negocio?					
3	¿Utilizas POS para realizar cobros de sus ventas?					
4	¿Realiza transferencias bancarias electrónicas para pagar a sus proveedores?					
5	¿Solicita préstamos bancarios a empresas del Sistema Bancario para financiar su negocio?					
6	¿Solicita préstamos a prestamistas para financiar su negocio?					

Variable dependiente: Determinación de las obligaciones tributarias (RUS y RER)

Nro.	Preguntas	1	2	3	4	5
1	¿Te sientes seguro respecto a la forma de calcular el impuesto que debes pagar mensualmente?					
2	¿Aplicas o has aplicado el régimen de gradualidad para el pago de alguna multa tributaria?					
3	¿Entregas comprobantes de pago por tus ventas?					

4	¿Cuentas con asesoría contable y/o tributaria para la correcta determinación obligaciones tributarias?					
5	¿Recibes comprobantes de pago por tus compras?					

F. CARTA DE PRESENTACIÓN

Lima, 12 de octubre de 2019

25 AÑOS
UPC
exigete, innova.

A QUIEN CORRESPONDA:

Estimados señores:

Es muy grato saludarles y presentar al alumno(a) Loza Mendoza Leyla Gladys, identificado(a) con código UPC 201423214.

Nuestro(a) estudiante Loza Mendoza Leyla Gladys forma parte del grupo de egresados de la carrera de Contabilidad y Administración inscritos en el programa de titulación 2019-2020, y requiere información para el desarrollo de la tesis que le permitirá optar por el título de Licenciado en Contabilidad.

Por ese motivo solicita facilidades para acceder a sus instalaciones y entrevistarse con algún funcionario del área contable o administrativa, que pueda aportar al desarrollo de una tesis basada en información real.

La información proporcionada será tratada de manera confidencial y será de uso exclusivo para el trabajo mencionado.

Quedamos muy agradecidos por el apoyo que se sirvan brindar a nuestros estudiantes.

Saludos cordiales,

Rosella Urdanegui Sibina
Directora de Carrera
Contabilidad y Administración