

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CONTABLES Y**  
**SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**Tesis**

**Cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago  
y su efecto en la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024**

**Asesor:**

Mag. Ochoa Guillén Maricela

**Autor:**

Salazar Pumapillo Eva Jesusa

Para optar el Título Profesional de:

Contador Público

Abancay, Apurímac – Perú

2024

Acta de sustentación



# Universidad Tecnológica de los Andes

Transformando vidas

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CONTABLES Y SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"**

**ACTA DE EXAMEN FINAL DE TITULACIÓN N° 008-2025-UTEA-FCJCS-EPC-AB.**

Reunidos los Jurados constituidos por los señores Docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad:

- |                              |                     |
|------------------------------|---------------------|
| ✓ Mg. Hernan COLLADO BENITES | <b>PRESIDENTE</b>   |
| ✓ Mg. Carlos FUENTES GUIZADO | <b>DICTAMINANTE</b> |
| ✓ Mg. Erika PIPA HUAMANI     | <b>REPLICANTE</b>   |

El (la) postulante al **TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

Don (ña): **SALAZAR PUMAPILLO, Eva Jesusa** ha cumplido con las exigencias del Reglamento General de Grados Académicos y Títulos Profesionales de la Universidad Tecnológica de los Andes.


MODALIDAD: **SUSTENTACIÓN DE TESIS.**


**INTITULADA: "CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CONSUMIDORES FINALES EN LA OBTENCION DE COMPROBANTES DE PAGO Y SU EFECTO EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL DISTRITO DE ABANCAY 2024".**


Habiendo aprobado con la nota de: **ONCE (11)**

Se extiende el Acta a petición escrita del (la) interesado (a), conforme al Libro de Actas de Exámenes de Tesis que consta en folios(s) N° 111.

Abancay, 15 de enero del año 2025

  
.....  
**Mg. Hernan COLLADO BENITES**  
PRESIDENTE

  
.....  
**Mg. Carlos FUENTES GUIZADO**  
DICTAMINANTE

  
.....  
**Mg. Erika PIPA HUAMANI**  
REPLICANTE

## Reporte de similitud

# CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CONSUMIDORES FINALES EN LA OBTENCIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO Y SU EFECTO EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL DISTRITO DE ABANCAY 2024

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="https://repositorio.uap.edu.pe">repositorio.uap.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="https://repositorio.upla.edu.pe">repositorio.upla.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Tecnologica de los Andes Trabajo del estudiante	1%
5	<a href="https://idoc.pub">idoc.pub</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://apirepositorio.unh.edu.pe">apirepositorio.unh.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="https://repositorio.unsaac.edu.pe">repositorio.unsaac.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%

## Metadatos

<b>Datos del Autor</b>	
Apellidos y nombres	: Salazar Pumapillo Eva Jesusa
Tipo de Documento de Identidad	: DNI
Número de Documento de Identidad	: 76160859
URL ORCID	: <a href="https://orcid.org/0009-0006-2152-0832">https://orcid.org/0009-0006-2152-0832</a>
<b>Datos del Asesor</b>	
Apellidos y nombres	: Mag. Ochoa Guillén Maricela
Tipo de Documento de Identidad	: DNI
Número de Documento de Identidad	: 23915574
URL ORCID	: <a href="https://orcid.org/0000-0002-4128-3364">https://orcid.org/0000-0002-4128-3364</a>
<b>Datos de la investigación</b>	
Facultad	: Facultad de Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales
Escuela Profesional	: Contabilidad
Línea de Investigación	: Contabilidad Pública, Privada y Negocios
Rango de años en que se realizó la investigación	: 2023 - 2024
Fuente de financiamiento	: Recursos Propios
Porcentaje de similitud	: 20%
URL de OCDE	: <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.09.02">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.09.02</a>

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de investigación a mi querida madre, por su amor incondicional; a mi hermano por su generoso apoyo que me impulsó a seguir adelante hasta cumplir con mis metas, a mis hermanas por su generosidad en brindarme su apoyo durante todo este tiempo; a mi estimada asesora por su sabiduría, orientación y compromiso en el éxito de esta investigación. Estoy profundamente agradecida por vuestra generosidad y gracias por creer en mí.

La tesista

## **Agradecimiento**

Me siento profundamente agradecida con mi asesora de tesis Mag. Maricela Ochoa Guillén, por su apoyo y dedicación durante el proceso de esta investigación. Su compromiso y su confianza en mi capacidad ha sido mi inspiración constante.

Agradezco a la Universidad Tecnológica de los Andes por su compromiso con la formación integral de los estudiantes y su exigencia en realizar trabajos de investigación.

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a toda mi familia, mis padres y mis hermanos por su amor, apoyo emocional, financiero y alimenticio.

Como también agradezco a mi compañera Mayumi Coaquira por su ayuda en la aplicación de las encuestas.

## Resumen

El Estado tiene como principal fuente de ingreso la recaudación de impuestos para financiar obras públicas, pero gran parte de los consumidores finales no ven necesario pedir la boleta de venta, entre otros comprobantes de pago, esta situación contribuye en la evasión tributaria de quienes están obligados a tributar al Estado, es así que esta investigación tuvo como objetivo conocer de qué manera la cultura tributaria del consumidor final en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024. La metodología es deductiva con enfoque cuantitativo, tipo de investigación básica, nivel descriptivo, diseño no experimental. La muestra fue conformada por 381 consumidores finales de 18 a 60 años de edad del distrito de Abancay, se utilizó una encuesta como técnica de investigación y el instrumento fue un cuestionario. Se concluye que la cultura tributaria del consumidor final en la obtención de comprobantes de pago si afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024, ya que los resultados obtenidos han revelado que los consumidores finales demuestran falta de cultura tributaria al no estar informados e interesados en temas de tributación; razón por la cual no están enterados de la importancia de exigir una boleta de venta y reciben documentos sin validez tributaria. La cultura tributaria negativa genera consecuencias negativas al Estado, tales como baja recaudación de impuestos, baja disponibilidad de fondos financieros, aumento de evasión tributaria etc.

**Palabras Clave:** Cultura Tributaria, comprobantes de pago, consumidores finales, recaudación de impuestos.

## **Abstract**

The State's main source of income is tax collection to finance public works, but people do not see it necessary to ask for proof of payment such as the sales receipt, among other documents, this situation contributes to tax evasion by those who are obliged to pay taxes to the State, this research aimed to know how the tax culture of the final consumer in obtaining payment receipts affects tax collection in the district of Abancay 2024. The methodology is deductive with a quantitative approach, type of theoretical or basic research, correlational descriptive level, non-experimental design. The sample was made up of three hundred and eighty-one final consumers between eighteen and sixty years of age from the district of Abancay, the survey was used as a technique and the questionnaire with dichotomous questions as an instrument. It is concluded that the tax culture of the final consumer in obtaining payment receipts does affect tax collection in the district of Abancay 2024, since the results obtained have revealed that final consumers demonstrate a lack of tax culture as they are not informed and interested in tax issues; reason why they are not aware of the importance of requesting proof of payment such as the sales receipt and receive documents without tax validity. The lack of tax culture generates negative consequences for the State, such as low tax collection, low availability of financial funds, increase in tax evasion etc.

**Keywords:** Tax Culture, payment vouchers, end consumers, tax collection.

## Índice general

Portada .....	i
Acta de sustentación .....	ii
Reporte de similitud .....	iii
Metadatos .....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
Índice general .....	ix
Índice de tablas .....	xi
Índice de figuras .....	xiii
Índice de anexos .....	xv
Acrónimos .....	xvi
<b>I. Introducción .....</b>	<b>17</b>
<b>II. Planteamiento del problema .....</b>	<b>19</b>
2.1 Descripción y formulación del problema.....	19
2.2 Objetivos .....	22
2.2.1 Objetivo General.....	22
2.2.2 Objetivos Específicos .....	23
2.3 Justificación e importancia .....	23
2.4 Hipótesis .....	24
2.5 Variables .....	25
<b>III. Marco teórico .....</b>	<b>27</b>

3.1	Antecedentes .....	27
3.2	Bases teóricas.....	33
3.3	Definición de términos.....	54
<b>IV.</b>	<b>Metodología.....</b>	<b>57</b>
4.1	Tipo y nivel de investigación.....	57
4.2	Ámbito temporal y espacial .....	58
4.3	Población y muestra.....	58
4.4	Instrumentos.....	59
4.5	Procedimientos.....	59
4.6	Análisis de datos .....	60
4.7	Consideraciones éticas .....	60
<b>V.</b>	<b>Resultados y discusión.....</b>	<b>61</b>
<b>VI.</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>97</b>
<b>VII.</b>	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>99</b>
<b>VIII.</b>	<b>Referencias .....</b>	<b>100</b>
<b>IX.</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>111</b>

## Índice de tablas

Tabla 1	<i>Operacionalización de variables</i> .....	26
Tabla 2	<i>Comprobante de pago y su vínculo con el IGV</i> .....	48
Tabla 3	<i>Curso sobre tributos en la escuela o en el colegio</i> .....	62
Tabla 4	<i>Entrega de afiches o volantes respecto a la recaudación de impuestos</i> .....	63
Tabla 5	<i>Charlas acerca de comprobantes de pago</i> .....	64
Tabla 6	<i>Charlas o capacitaciones de la relevancia de pedir comprobantes de pago</i> .....	65
Tabla 7	<i>Información respecto al gasto de impuestos recaudados</i> .....	66
Tabla 8	<i>Revisión del contenido sobre cultura tributaria en la plataforma virtual SUNAT</i>	67
Tabla 9	<i>Información sobre la cultura tributaria mediante los medios de comunicación</i> ...	68
Tabla 10	<i>Capacitaciones gratuitas por la SUNAT</i> .....	69
Tabla 11	<i>Conocimiento de los comprobantes de pago</i> .....	70
Tabla 12	<i>distinción entre boleta de venta y nota de venta</i> .....	71
Tabla 13	<i>Comprobantes de pago establecidos por la SUNAT</i> .....	72
Tabla 14	<i>Conocimiento del Impuesto General a las Ventas (IGV)</i> .....	73
Tabla 15	<i>Conocimiento de quien paga el IGV</i> .....	74
Tabla 16	<i>Pago del IGV en los servicios básicos</i> .....	75
Tabla 17	<i>Conocimiento sobre el gasto del impuesto recaudado</i> .....	76
Tabla 18	<i>Financiamiento del IGV para la construcción de obras públicas</i> .....	77
Tabla 19	<i>Obtención del comprobante de pago de manera voluntaria</i> .....	78
Tabla 20	<i>Significado de solicitar comprobantes de pago</i> .....	79
Tabla 21	<i>Importancia del comprobante de pago</i> .....	80
Tabla 22	<i>Conocimiento de la importancia de pedir boleta de venta</i> .....	81
Tabla 23	<i>Importancia de la explicación detallada del IGV en la boleta de venta física</i> ....	82
Tabla 24	<i>Comprobante del pago acredita la compra del bien</i> .....	83

Tabla 25 <i>Importancia del comprobante de pago en el cumplimiento de las obligaciones tributarias</i> .....	84
Tabla 26 <i>Importancia de pedir boleta de venta para la recaudación de impuesto</i> .....	85
Tabla 27 <i>Obligación del vendedor de otorgar comprobantes de pago</i> .....	86
Tabla 28 <i>Información sobre la SUNAT</i> .....	87
Tabla 29 <i>Función de la SUNAT de recaudar tributos</i> .....	88
Tabla 30 <i>IGV como principal fuente de ingreso del Estado</i> .....	89
Tabla 31 <i>Beneficios al solicitar boleta de venta electrónica</i> .....	90
Tabla 32 <i>Obtención de comprobante de pago electrónico</i> .....	91
Tabla 33 <i>Infracción tributaria al no emitir comprobantes de pago</i> .....	92
Tabla 34 <i>Sanción a las empresas que no emiten comprobantes de pago</i> .....	93

## Índice de figuras

Figura 1 <i>Contribuyentes inscritos en los Regímenes Tributarios del distrito de Abancay 2024</i> .....	21
Figura 2 <i>Curso sobre tributos en la escuela o en el colegio en el distrito de Abancay</i> .....	62
Figura 3 <i>Entrega de afiches o volantes respecto a la recaudación de impuestos</i> .....	63
Figura 4 <i>Charla acerca del comprobante de pago</i> .....	64
Figura 5 <i>Charlas o capacitaciones de la relevancia de pedir comprobantes de pago</i> .....	65
Figura 6 <i>Información respecto al gasto de impuestos recaudados</i> .....	66
Figura 7 <i>Revisión del contenido sobre cultura tributaria en la plataforma virtual SUNAT</i> .....	67
Figura 8 <i>Información sobre la cultura tributaria mediante los medios de comunicación</i> ..	68
Figura 9 <i>Capacitaciones gratuitas por la SUNAT</i> .....	69
Figura 10 <i>Conocimiento de los comprobantes de pago</i> .....	70
Figura 11 <i>distinción entre boleta de venta y nota de venta</i> .....	71
Figura 12 <i>Comprobantes de pago establecidos por la SUNAT</i> .....	72
Figura 13 <i>Conocimiento del Impuesto General a las Ventas (IGV)</i> .....	73
Figura 14 <i>Conocimiento de quien paga el IGV</i> .....	74
Figura 15 <i>Pago del IGV en los servicios básicos</i> .....	75
Figura 16 <i>Conocimiento sobre el gasto del impuesto recaudado</i> .....	76
Figura 17 <i>Financiamiento del IGV para la construcción de obras públicas</i> .....	77
Figura 18 <i>Obtención del comprobante de pago de manera voluntaria</i> .....	78
Figura 19 <i>Significado de solicitar comprobantes de pago</i> .....	79
Figura 20 <i>Importancia del comprobante de pago</i> .....	80
Figura 21 <i>Conocimiento de la importancia de pedir boleta de venta</i> .....	81

Figura 22 <i>Importancia de la explicación detallada del IGV en la boleta de venta física...</i>	82
Figura 23 <i>Comprobante del pago acredita la compra del bien .....</i>	83
Figura 24 <i>Importancia del comprobante de pago en el cumplimiento de las obligaciones tributarias .....</i>	84
Figura 25 <i>Importancia de pedir boleta de venta para la recaudación de impuesto .....</i>	85
Figura 26 <i>Obligación del vendedor de otorgar comprobantes de pago .....</i>	86
Figura 27 <i>Información sobre la SUNAT.....</i>	87
Figura 28 <i>Función de la SUNAT de recaudar tributos .....</i>	88
Figura 29 <i>IGV como principal fuente de ingreso del Estado .....</i>	89
Figura 30 <i>Beneficios al solicitar boleta de venta electrónica. ....</i>	90
Figura 31 <i>Obtención de comprobante de pago electrónico .....</i>	91
Figura 32 <i>Infracción tributaria al no emitir comprobantes de pago .....</i>	92
Figura 33 <i>Sanción a las empresas que no emiten comprobantes de pago .....</i>	93

## Índice de anexos

Anexo 1 <i>Matriz de consistencia</i> .....	112
Anexo 2 <i>Instrumento de recolección de información</i> .....	113
Anexo 3 <i>Juicio de expertos</i> .....	116
Anexo 4 <i>Evidencia de emisión de documentos sin validez tributaria</i> .....	119
Anexo 5 <i>Evidencia de la aplicación del instrumento a los consumidores finales del distrito de Abancay</i> .....	120

## **Acrónimos**

<b>SUNAT</b>	: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
<b>IGV</b>	: Impuesto General a las Ventas
<b>IVA</b>	: Impuesto al Valor Agregado
<b>INEI</b>	: Instituto Nacional de Estadística e Informática
<b>NAF</b>	: Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal
<b>RUS</b>	: Nuevo Régimen Único Simplificado
<b>RER</b>	: Régimen Especial de Renta
<b>RMT</b>	: Régimen MYPE Tributario
<b>RG</b>	: Régimen General
<b>SAT</b>	: Superintendencia de Administración Tributaria
<b>UNESCO</b>	: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
<b>IAT</b>	: Instituto Aduanero y Tributario
<b>RUC</b>	: Registro Único de Contribuyentes
<b>MINEDU</b>	: Ministerio de Educación
<b>UIT</b>	: Unidad Impositiva Tributaria

## I. Introducción

La cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago es muy importante para la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), ya que los consumidores finales son quienes finalmente pagan el Impuesto General a las Ventas (IGV) al realizar compras de bienes o usar servicios para sí mismo. Al exigir la boleta de venta los consumidores finales contribuyen a garantizar la recaudación de impuestos y promover la formalización, porque de lo contrario el vendedor puede evadir el pago de impuestos. En el distrito de Abancay existe falta de comprensión y valoración del comprobante de pago ya que la mayoría no exige la boleta de venta y se conforman con una nota de venta, proforma y otros, sin darse cuenta de que estos documentos se usan para evadir impuestos, pues no saben que estos documentos no tienen validez tributaria de acuerdo a lo que establece SUNAT. Esta investigación se centra en conocer de qué manera la cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024. Con esta investigación se espera fomentar la conciencia tributaria en la población, lo que a su vez mejorará la toma de decisiones de la SUNAT.

Esta investigación es de tipo teórica o básica de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de tipo transversal. La población fueron los consumidores finales del distrito de Abancay entre 18 a 60 años de edad, que según censo 2017 por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) son 40,869 pobladores, y como muestra se consideró a 381 consumidores finales, donde se aplicó la encuesta como técnica y el instrumento fue un cuestionario dicotómico, el cual fue validado por juicio de expertos.

Esta investigación se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I: En el primer capítulo se consideró la introducción.

Capítulo II: Planteamiento del problema. Se presenta la descripción y formulación del problema de la cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago y su efecto en la recaudación de impuestos en el Distrito de Abancay 2024, sus objetivos, la justificación e importancia, hipótesis y las variables de la investigación.

Capítulo III: Marco teórico. Se encuentra la revisión de estudios previos, antecedentes internacionales, nacionales y locales, proporciona las bases teóricas sobre cultura tributaria y la recaudación de impuestos, a su vez la definición de términos.

Capítulo IV: Metodología. Se detalla el tipo y nivel de investigación es cual es de enfoque cuantitativo, el ámbito temporal y espacial, la población y muestra, instrumentos, procedimientos etc.

Capítulo V: Resultado y discusión. Se presentan los resultados de las encuestas ejecutadas mediante datos estadísticos recopilados como tablas y figuras con su descripción correspondiente. Como también se encuentra la discusión donde se comparan los resultados con los antecedentes sobre el tema, identificándose diferencias y similitudes.

## **II. Planteamiento del problema**

### **2.1 Descripción y formulación del problema**

A nivel mundial todos los países tienen gastos públicos para satisfacer las necesidades de su población, como construcción y mantenimiento de instituciones educativas, hospitales, carreteras, parques entre otros, así como pago al personal que laboran en las instituciones públicas. Para financiar estos gastos muchos países tienen como principal fuente de ingreso la recaudación tributaria, otros ingresos son también por la extracción y comercialización de recursos naturales y endeudamiento externo. En este sentido, muchos países se esfuerzan en generar mayores porcentajes de recaudación tributaria, en especial en algunos países de Sudamérica se recauda el Impuesto General a las Ventas (IGV), también llamado Impuesto al Valor Agregado (IVA), el cual es responsabilidad de las personas exigir comprobantes de pago por la compra de bienes y servicios, ya que solo así se refleja el verdadero nivel de ingresos de las empresas y se acredita que el impuesto sea captado por el Estado.

El Estado Peruano recauda impuestos por intermedio de la SUNAT; a través de la tributación directa o indirecta de la población, que para efectos tributarios se denomina consumidor final, quienes no consideran importante los comprobantes de pago y no tienen interés en pedir boletas de venta, por las siguientes razones: Principalmente porque no tienen cultura tributaria, no saben cuán importante es el comprobante de pago en la captación de impuestos, no saben quién paga el IGV y como gasta el Estado. Por otra parte, la población tiene una visión negativa de la SUNAT, porque no saben que funciones y atribuciones tiene, una de las funciones principales de la SUNAT es recaudar impuestos para el Estado, imponer multa por no cumplir con las normativas tributarias y la autoridad de embargar los bienes y cuentas bancarias de las personas naturales o jurídicas que tienen deudas tributarias, por último, el impuesto transferido por el Estado a las instituciones públicas no es utilizado con

eficiencia y eficacia, por el contrario los funcionarios públicos incurren en delitos y actos de corrupción, hechos que son visibles por la comunidad en general.

Es por eso que la SUNAT constantemente desarrolla eventos de concientización de manera virtual a través de su plataforma como capacitaciones, cursos gratuitos, charlas etc. De igual forma, de manera presencial desarrolla capacitaciones a estudiantes universitarios a través del programa Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) y Encuentros Universitarios Tributarios y Aduaneros, aun así, la población no muestra mayor interés en exigir los comprobantes de pago.

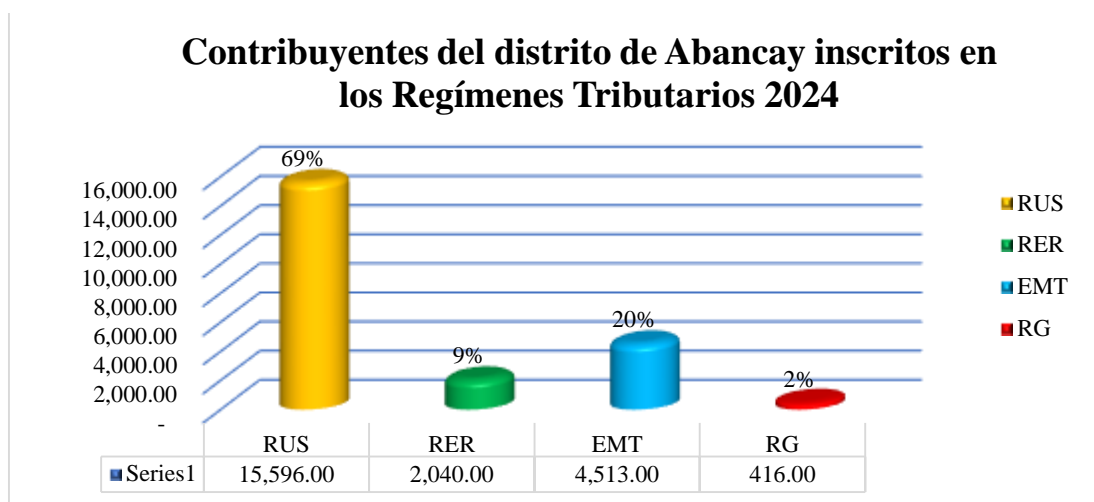
En la ciudad de Abancay se tienen empresas que se dedican a la comercialización de bienes y servicios, gran parte de ellos son empresas de carácter formal, es decir están obligados a otorgar comprobantes de pago por las operaciones efectuadas. En este sentido son contribuyentes las personas y empresas que, formalmente, desarrollan actividades económicas, como el comercio, la industria, los servicio etc. y parte de sus obligaciones desde el punto de vista tributario, es cumplir con el pago del IR, IGV entre otros, conforme lo establece el art 85 de la ley del Impuesto a la Renta; sin embargo, en el distrito de Abancay la mayor parte de negocios pertenecen al Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS); precisamente se encuentran en este régimen tributario porque prefieren no emitir comprobantes de pago cuando los consumidores finales no lo exigen, como también con la finalidad de mantenerse en el RUS acostumbran otorgar documentos que no tienen el rango de comprobante de pago como proforma o nota de venta.

Muchos consumidores finales no saben que estos documentos no son comprobantes de pago conforme a lo que establece en el art 2 de la Resolución de Superintendencia N.º 007-99/SUNAT. Claro ejemplo es cuando las personas realizan rendición de cuentas de sus actividades, demuestran sus gastos con notas de venta y proformas creyendo que estos son comprobantes de pago, cuando en realidad estos documentos no tienen validez tributaria. Es

decir, cuando los consumidores finales no piden boleta de venta los ingresos reales de los contribuyentes no se reflejan en las declaraciones mensuales, es por ello que muchos contribuyentes del distrito de Abancay se mantienen en el Régimen Tributario RUS, cuando en realidad deberían pertenecer al Régimen Especial de Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT), inclusive, al Régimen General (RG). Porque pedir boleta de venta genera obligación tributaria a los contribuyentes y garantiza que el Estado capte impuestos. Lo anteriormente indicado se ratifica mediante la figura 1.

**Figura 1**

*Contribuyentes inscritos en los Regímenes Tributarios del distrito de Abancay 2024*



*Nota.* Datos tomados del cuadro C10 contribuyentes según ubicación, actividad económica y régimen tributario (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT], 2024)

En la información mostrada se afirma que el 69% de los contribuyentes del distrito de Abancay están inscritos en el nuevo régimen único simplificado, mientras que únicamente el 2% pertenece al régimen general.

De continuar esta situación problemática, disminuirá los impuestos recaudados por el Estado, el cual no conviene a la población, porque la recaudación de impuestos es necesario para el financiamiento del Estado; es decir, si persiste la deficiencia de la baja

cultura tributaria de los consumidores finales en solicitar comprobantes de pago, los contribuyentes continuarán sin registrar todas las transacciones, por lo cual no declararán los ingresos reales, lo que reduce el ingreso fiscal y perjudica el progreso del Estado y el funcionamiento de las instituciones públicas, ya que, al reducir los impuestos recaudados, el Estado tendrá bajo presupuesto para invertir en obras públicas, los cuales son para generar mejor condición de vida de los ciudadanos.

### **Problema General**

¿De qué manera la cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024?

### **Problemas Específicos**

- ¿De qué manera la educación tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024?
- ¿De qué manera el conocimiento tributario de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación del impuesto general a las ventas en el distrito de Abancay 2024?
- ¿De qué manera la conciencia tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación del impuesto general a las ventas en el distrito de Abancay 2024?

## **2.2 Objetivos**

### **2.2.1 Objetivo General**

Conocer de qué manera la cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024.

### **2.2.2 *Objetivos Específicos***

- Conocer de qué manera la educación tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024.
- Conocer de qué manera el conocimiento tributario de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación del impuesto general a las ventas en el distrito de Abancay 2024
- Conocer de qué manera la conciencia tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación del impuesto general a las ventas en el distrito de Abancay 2024.

### **2.3 *Justificación e importancia***

La presente investigación se centra en la problemática de la cultura tributaria de los consumidores finales, específicamente en la baja exigencia de comprobantes de pago al realizar compras. Esta problemática contribuye en la evasión tributaria, el contrabando y la informalidad el cual afecta el desarrollo del Estado. No exigir boletas de venta genera baja recaudación de impuestos, lo que ocasiona que el Estado tenga baja capacidad de inversión en áreas fundamentales como educación, salud, seguridad etc. Este trabajo de investigación se justifica de la siguiente manera:

#### **Justificación práctica**

Esta Investigación busca generar nuevos conocimientos sobre la cultura tributaria del consumidor final en la obtención de comprobantes de pago, a su vez, brinda información esencial a la población, ya que ayuda a concientizar de que el Estado capta impuestos cuando el consumidor final exige un comprobante de pago. También es esencial para SUNAT, porque le permite obtener información sobre el por qué los consumidores finales no exigen la boleta de venta, de acuerdo a esa información tomará las acciones del caso, como

desarrollar estrategias de educación tributaria, incentivar la cultura tributaria en los ciudadanos, el cual permite mayor recaudación de los impuestos especialmente del IGV y el progreso económico y social del Estado, es decir, mejorar la calidad de vida de la ciudadanía.

Esta investigación busca beneficiar a los profesionales de la ciencia contable, ya que si los consumidores finales exigen boletas de venta en cada compra realizan, los comerciantes o contribuyentes se ven obligados a cumplir con sus obligaciones tributarias y pasar a otros regímenes tributarios, donde el contribuyente necesita la asesoría de un contador para asegurar el cumplimiento adecuado de las normativas tributarias y contables, a su vez, cuando los negocios informales se convierten en formales, surge la necesidad de contratar los servicios de un contador. También beneficia al incremento de nuevos puestos de trabajos como el de operario, oficial y peón ya que el Estado tendrá mayor presupuesto gracias al impuesto recaudado por la SUNAT, por lo tanto, habrá más posibilidad de invertir en la ejecución de obras públicas tales como colegios, hospitales, mercados, carreteras, parques, alumbrado público etc.

## **2.4 Hipótesis**

### ***2.4.1 Hipótesis general***

La cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuestos del distrito de Abancay 2024.

### ***2.4.2 Hipótesis específicas***

- La educación tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuestos en el distrito Abancay 2024.
- El conocimiento tributario de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación del impuesto general a las ventas en el distrito de Abancay 2024.
- La conciencia tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes

de pago afecta la recaudación del impuesto general a las ventas en el distrito de Abancay 2024.

## **2.5 Variables**

En el presente trabajo de investigación se ha estudiado las siguientes variables

### **Variable 1:**

- Cultura tributaria de los consumidores finales.

Dimensiones:

- Educación tributaria,
- Conocimiento tributario
- Conciencia tributaria.

### **Variable 2:**

- Recaudación de impuestos

Dimensiones:

- Impuesto general a las ventas

**Tabla 1***Operacionalización de variables*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Cultura Tributaria	Según SUNAT (2020e) “La cultura tributaria es el conjunto de valores cívicos, el conocimiento y creencias respecto de las normas tributarias de un país y las actitudes de los ciudadanos que determinan su comportamiento frente a sus obligaciones tributarias” (p. 9).	Conjunto de valores creencias y actitudes de la ciudadanía a partir de la educación, conocimiento y conciencia obtenido respecto a la tributación de un país. Es decir, lo que la población sabe, piensa y cree sobre la tributación y de acuerdo a ello actúa.	Educación Tributaria	Nivel de educación	1, 2	Nominal
				Charlas en materia tributaria	3, 4, 5	
				Orientación tributaria virtual	6, 7, 8	
			Conocimiento Tributario	Conocimiento de comprobante de pago	9, 10, 11	Nominal
				Conocimiento del IGV	12, 13, 14	
				Conocimiento del gasto público	15, 16	
			Conciencia Tributaria	Responsabilidad tributaria	17, 18	Nominal
				Creencias en obtener comprobantes de pago	19, 20, 21	
				Criterio en pedir comprobantes de pago	22, 23, 24	
Recaudación de Impuesto	Según SUNAT (2024b) Es la prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, como el IGV para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines.	La recaudación del IGV es el proceso por el cual el Estado recopila dinero de los consumidores finales para financiar el gasto público. El IGV es una obligación tributaria porque es un impuesto indirecto que grava el consumo de bienes y servicios.	Impuesto General a las Ventas	Obligaciones tributarias	25, 26, 27	Nominal
				Motivación para pedir comprobantes de pago	28, 29, 30	
				Infracciones y sanciones tributarias	31, 32	

*Nota.* Elaboración propia.

### III. Marco teórico

#### 3.1 Antecedentes

##### 3.1.1 *Antecedentes internacionales*

Maldonado (2023) en su tesis de Maestría titulado “**Cultura Tributaria y su Impacto en la Informalidad de la Recaudación del Impuesto Sobre la Renta de las Personas Físicas**”, tuvo como objetivo desarrollar estrategias para promover la conciencia tributaria en la Republica Dominicana y reducir el impacto económico que causa la informalidad en la recaudación del Impuesto Sobre la renta de las personas físicas. La metodología fue cuantitativo-descriptiva, utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Concluye que la formación de la cultura tributaria debe iniciarse desde muy temprana edad en la persona, donde la educación juega un rol importante, para que éste adquiera la creencia firme de cumplir con sus obligaciones tributarias en el futuro.

Guachamin (2019) en su trabajo de investigación titulada “**Evasión Tributaria del Impuesto al Valor Agregado (IVA) de Personas Naturales Obligadas a Llevar Contabilidad y su Impacto Socioeconómico en la Ciudad de Quito, Período 2010-2017**”, tuvo como objetivo determinar la incidencia de la evasión tributaria en la recaudación IVA de personas naturales obligadas a llevar contabilidad en la ciudad de Quito en el período 2010-2017 y su efecto al sector socioeconómico de la misma. La metodología fue de estudio cualitativo de tipo documental, descriptiva, donde obtuvo información por medio del portal web del Servicio de Rentas Internas (SRI). Concluye que la evasión tributaria es una amenaza al Presupuesto General del Estado ecuatoriano, ya que, al no existir el nivel de ingresos esperados por la recaudación de impuestos, el Presupuesto General del Estado carece de liquidez, provocando de esta manera que el gobierno nacional no pueda hacer frente a gastos fundamentales para los ecuatorianos como salud, educación, seguridad, infraestructura.

Abad et al. (2023) en su trabajo de investigación titulada **“Impacto de la cultura fiscal en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas de la ciudad de Machala, Ecuador”**, tuvo como objetivo analizar el impacto de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas. La metodología fue de estudio cuantitativo, de tipo no experimental, alcance de investigación descriptiva - explicativo. La población fueron las empresas del Cantón Machala de la Provincia el Oro, y la muestra fue de 250 empresas, utilizó la encuesta como técnica y cuestionario como instrumento. Concluye, que los contribuyentes tienen perspectiva de la administración tributaria como injusto el pago de los tributos, al igual que no ofrece las condiciones necesarias que facilite el cumplimiento de las obligaciones tributarias, además que la rendición de cuentas no es transparente; por ende, no tiene confianza en los criterios empleados para la distribución de los ingresos provenientes de la recaudación tributaria y consideran que el pago de impuestos no es un deber ciudadano.

Aranibar (2017) en su trabajo de investigación titulada **“Cultura Tributaria para la Recaudación del Impuesto al Valor Agregado en la Ciudad de la Paz”**, tuvo como objetivo caracterizar la cultura tributaria y su incidencia sobre la recaudación del impuesto al valor agregado en la ciudad de la Paz. La metodología se basó en una investigación descriptiva – explicativa; utilizó la encuesta y observación como técnica y el cuestionario como instrumento. Concluye que la conciencia tributaria en el pago del Impuesto al Valor Agregado es insuficiente puede suceder esto por la falta de inversión por parte del Estado en educación, obras, salud, seguridad y otros, en resumen, el contribuyente no ve resultados del pago de impuestos.

Basque (2022) en su trabajo de investigación titulada **“La Cultura Tributaria en la Recaudación del Impuesto al Valor Agregado en la Ciudad de 24 de mayo”**, tuvo como objetivo analizar de qué manera la cultura tributaria índice en la recaudación del impuesto al valor agregado en la ciudad de 24 de mayo. La metodología que utilizó se basó en un enfoque

de investigación cuantitativa, nivel de investigación descriptiva con método inducción-deducción; la población fue 80 comerciantes de las microempresas, utilizó la observación y encuesta como técnica y cuestionario como instrumento. Concluye que el nivel de cultura tributaria que posee cada persona es muy significativo y gracias a ellos los contribuyentes en su mayoría dan cumplimiento a sus obligaciones tributarias de manera correcta y oportuna.

### **3.1.2 Antecedentes nacionales**

Tecsi (2023) en su trabajo de investigación para optar título profesional de Contador Público “**Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en empresas de transportes de servicios turísticos en Cusco – 2022**”, tuvo como objetivo establecer como se relaciona la cultura tributaria con las obligaciones tributarias en empresas de transportes de servicios turísticos en Cusco-2022. La metodología fue de enfoque cuantitativo, aplicada, nivel de investigación correlacional, diseño no experimental; la población fue formada por 30 empresas de transporte turístico de la ciudad de Cusco y 30 como muestra no probabilística, utilizó la encuesta como técnica y cuestionario como instrumento. Concluye que la cultura tributaria se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas de transportes de servicios turísticos en Cusco-2022. A mayor cultura tributaria, el cumplimiento de las obligaciones tributarias se incrementará en las empresas transporte de servicios turísticos, una cultura tributaria sólida fomenta una mayor comprensión de las obligaciones tributarias y de la importancia de cumplirlas, así como una mayor responsabilidad y compromiso en el pago de impuestos.

Torres (2018) en su trabajo de investigación para optar grado académico de bachiller en contabilidad “**Cultura Tributaria del Consumidor Final de los Contribuyentes del Distrito de San Felipe, Provincia Jaen, Región Cajamarca – 2018**”, tuvo como objetivo determinar el nivel de cultura tributaria del consumidor final en el distrito de San Felipe, 2018. La

metodología se basó en un estudio cuantitativo nivel descriptivo correlacional, desde el diseño no experimental, la población fue conformado de 15,620 de habitantes y la muestra 378 habitantes de Chachapoyas. Utilizó la encuesta como técnica y la guía de encuesta como instrumento. Concluyó que el nivel de la cultura tributaria de los consumidores finales en el distrito de San Felipe es bajo, ya que demuestran que no tienen conocimiento adecuado sobre los comprobantes de pago, falta de valoración de los impuestos, no tienen conciencia de que al no exigir comprobantes de pago están contribuyendo al incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. Por lo que se puede afirmar que este conjunto de acciones y deficiencias repercuten directamente en el incumplimiento de las obligaciones tributarias en consecuencia la evasión de impuestos.

Moran (2023) en su trabajo de investigación para optar título profesional de Contador Público **“Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Jesús Nazareno del distrito Jesús Nazareno, Ayacucho – 2021”**, tuvo como objetivo determinar la influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de los deberes tributarios de los negociantes del Mercado Jesús Nazareno del distrito de Jesús Nazareno, Ayacucho-2021. La metodología fue de tipo aplicativa, descriptiva, diseño no experimental, la población fue conformado por 200 comerciantes del mercado Jesús Nazareno Ayacucho y 80 comerciantes como muestra; utilizó la encuesta y análisis documental como técnica, cuestionario y ficha bibliográfica como instrumento. Concluye que no cuentan con cultura tributaria, puesto que no entienden los deberes tributarios como importante sino como una coacción, a esto se agrega el limitado conocimiento que poseen acerca del tributo; toda vez que reflexionan como un gasto que afecta sus ingresos y por ende tratan de evitarlo, por lo que se refleja en ello el tiempo de pago de sus impuestos.

Manrique (2015) en su trabajo de investigación para optar título profesional de contador

público **“Cultura Tributaria del Consumidor Final y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias del Contribuyente de Ventanilla”**, tuvo como objetivo determinar que la cultura tributaria del consumidor final impacta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente de Ventanilla. Este estudio fue de naturaleza cuantitativa, investigación aplicada, desde el diseño no experimental, nivel de investigación descriptivo-correlacional; la población fue constituida por los consumidores finales del distrito de Ventanilla del año 2015 y 96 consumidores finales como muestra; utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Concluye que la cultura tributaria del consumidor final se ha desarrollado a lo largo de su existencia por medio de costumbres, acontecimientos y hechos de la sociedad e impacta de forma positiva en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes de Ventanilla cuando tienen educación adecuada sobre el tema, valoran la importancia de los comprobantes de pago, de los impuestos, de su identidad con el país, sin embargo, si la cultura tributaria no está consolidada, el contribuyente encuentra oportunidades para evadir sus obligaciones y no cumple con pagar sus impuestos.

Meza (2023) en su tesis de maestría titulada **“La Cultura Tributaria y su Influencia en los Comprobantes de Pago de las Ferias Baratillo en el Cusco, periodo 2022”**, tuvo como objetivo determinar de qué manera la cultura tributaria influye en la emisión de los comprobantes de pago de las ferias baratillo en el Cusco, periodo 2022. La metodología fue de estudio cuantitativo, nivel de investigación descriptivo – explicativo; la población fue constituida por 150 comerciantes y 67 comerciantes como muestra; utilizó la encuesta como técnica y cuestionario como instrumento. Concluye que el 48% de los encuestados indicaron que tienen un conocimiento medio acerca de la emisión de comprobantes de pago, que muchas veces temen a equivocarse en montos y prefieren no entregar comprobantes de pago y también indican que los clientes no piden este tipo de comprobantes, por otro lado, el 7% indica que, si

conoce de la emisión de comprobantes de pago, pero solo físicos mas no los electrónicos.

### **3.1.3 Antecedentes locales**

Marcatinco (2023) en su tesis para optar título profesional de Contadora Pública **“Cultura Tributaria y Recaudación Tributaria en la Municipalidad de Abancay- 2022”** tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la Cultura tributaria y la recaudación tributaria en el municipio Provincial de Abancay, 2022. La metodología se basó en el tipo básica, nivel de investigación descriptiva, diseño no experimental de corte transversal, la población fue 106 trabajadores del municipio de Abancay, la muestra fue 83 trabajadores, utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Concluye que la cultura tributaria se relaciona de forma directa y significativa con la recaudación tributaria en el municipio Provincial de Abancay, 2022. Según los resultados estadísticos, el p-valor fue de  $0,000 < 0,05$  confirmando la correlación y su valor “r” fue de 0,828 y corresponde a una alta correlación.

Casanca (2022) en su tesis para optar título profesional de Contador Público **“Educación tributaria e informalidad de los comerciantes de abarrotes del distrito de Abancay departamento de Apurímac 2022”** tuvo como objetivo determinar la relación de la educación tributaria con la informalidad de los comerciantes de abarrotes del distrito de Abancay - Apurímac 2022. La metodología fue aplicada, nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental, la población fue 1653 comerciantes de abarrotes del distrito de Abancay y la muestra fue de 312 comerciantes, utilizó la encuesta técnica y el cuestionario como instrumento. Concluye que la educación tributaria tiene una correlación positiva débil con la informalidad de los comerciantes de abarrotes de la ciudad de Abancay cuyo valor es de 0.315 donde se puede indicar que a mayor educación tributaria mayor será la informalidad.

## 3.2 Bases teóricas

### 3.2.1 *Cultura tributaria*

La cultura tributaria se entiende conociendo la cultura y tributación:

**3.2.1.1 Cultura.** Según la Real Academia Española (2017) la Cultura etimológicamente significa cultivo, en este aspecto, es un conjunto de conocimientos que permite el desarrollo del juicio crítico, o sea, distinguir el bien del mal, discernir lo correcto de lo incorrecto y lo verdadero de lo falso. En este sentido la cultura abarca todos los estilos de vida y tradiciones, como conocimientos, rutinas cotidianas, hábitos y comportamientos de un grupo social durante una época.

“La cultura es el conjunto de conocimientos, creencias, costumbres, pautas de conducta y manifestaciones en que se expresa la vida de una sociedad, en un periodo de tiempo determinado” (Superintendencia de Administración Tributaria [SAT], 2014).

Por otro lado, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], (2012) dice que la cultura es “Conjunto distintivo de una sociedad o grupo social en el plano espiritual, material, intelectual y emocional comprendiendo el arte y literatura, los estilos de vida, los modos de vida común, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias” (p. 10).

De igual forma la cultura según SUNAT (2020d):

La cultura son aquellas manifestaciones y expresiones que identifica a una persona o a un conjunto de personas como parte de un grupo de individuos. Un aspecto fundamental de la cultura de una sociedad son las leyes y normas establecidas. Éstas regulan y establecen los límites de libertad y comportamiento individual y colectivo, en consecuencia, se reflejan sus valores y los principios éticos y morales dentro de la sociedad. (p. 10)

**3.2.1.2 Tributación.** Para SUNAT (2020d), “La tributación es la acción del Estado que obliga al ciudadano y personas jurídicas a entregar cierta cantidad de recursos para el financiamiento de las funciones y servicios públicos” (p. 89).

Asimismo, SAT (2014), afirma que la tributación “Se denomina al acto de tributar, de pagar impuestos al Estado, de conformidad con las leyes y normas vigentes que la rigen” (p. 7). Es decir, la recaudación de impuestos es necesario para que un país progrese y tenga la capacidad de financiar el gasto público como brindar obras públicas en beneficio de todos los ciudadanos. La recaudación de impuestos se sustenta en un marco legal que incluye leyes y normativas. Por ejemplo, el Código Tributario es la base legal que regula normativas como el impuesto general a las ventas, las funciones de la SUNAT y determina las obligaciones tributarias como la obligación de pago del impuesto.

**3.2.1.3 Cultura Tributaria.** Para SAT (2014) “Es el conjunto de conocimientos, percepciones, actitudes y prácticas de conducta de una sociedad o de un grupo social respecto a la tributación” (p. 7). En tal sentido la cultura tributaria del consumidor final se refleja en sus creencias, pensamientos y actitudes sobre la tributación. Esta cultura se forma con la educación tributaria, desde temprana edad, el cual genera conocimiento tributario e influye en la consciencia sobre la responsabilidad de exigir comprobantes de pago.

Asimismo, Armas, et al. 2010 citado por SUNAT (2020e) dice que la cultura tributaria es definido como un conjunto de valores éticos, conocimientos y comportamientos compartidos comunes entre los ciudadanos respecto a las normativas tributarias y la observancia de las leyes que la rigen, exigiendo el cumplimiento permanente y voluntario de las normativas tributarias, basada en principios de razón, confianza, ética y valores como responsabilidad ciudadana, respeto a la ley, contribuyentes, consumidores finales y la administración tributaria.

Para una correcta recaudación de impuestos el Estado debe implementar la educación

tributaria en todos los ciudadanos y ser su aliado. Manrique (2015) plantea que el Estado debe considerar como aliados a los consumidores finales para aumentar el desarrollo económico, y esto se logra a través de la educación tributaria donde se les enseña la importancia de los impuestos y la información necesaria de la relevancia del pedir comprobantes de pago, de esta manera se fortalece la cultura tributaria.

Es decir, el consumidor final que cuenta con una cultura tributaria positiva reconoce el valor de los impuestos y exige los comprobantes de pago correspondientes, es así que contribuye en la recaudación de impuestos y fomentan la responsabilidad legal de pagar impuestos por parte de los contribuyentes. De este modo reduce la evasión de impuestos y aumenta el presupuesto público para financiar las obras públicas.

En relación con eso, Gálvez 2007, citado por Manrique, (2015), afirma que la cultura tributaria es el nivel de conocimiento de los ciudadanos acerca del funcionamiento de las normativas tributarias. Es importante que los consumidores finales cuenten con una buena cultura tributaria, para que puedan entender que los tributos son la principal fuente de ingreso del Estado y es recaudo a través de la SUNAT, y que en realidad los impuestos son recursos de la población que el Estado Administra para entregar servicios sociales.

Para Abad et al. (2023) una cultura tributaria positiva se refleja en el acto voluntario del pago de impuestos cumpliendo las normativas tributarias. Los ciudadanos tienen la obligación tanto moral como legal de contribuir al financiamiento del Estado a través de la recaudación de impuestos, porque es indispensable para financiar el gasto público, para que pueda garantizar el cumplimiento de los derechos fundamentales de todos los ciudadanos; sin embargo, el gasto público debe efectuarse de manera transparente, eficiente y efectiva con la finalidad de maximizar el beneficio social. Por lo tanto, es deber del ciudadano contribuir con los impuestos, a cambio de lo cual tiene el derecho de exigir bienestar social a través de servicios públicos de calidad. Para ello, es importante

que los consumidores finales soliciten comprobantes de pago y exijan que los fondos financieros se usen de forma eficiente y transparente.

### **3.2.1.4 Componentes de la cultura tributaria**

**3.2.1.4.1 Educación tributaria.** La educación es cuando se comparte, se trasmite, se difunde conocimientos, habilidades, valores, y hábitos de una generación a otra, de un grupo de personas a otras personas, a través de diferentes métodos de enseñanza. La educación se puede adquirir en instituciones educativas como colegios y universidades, también se puede adquirir a través de la experiencia. (Ministerio de Educación - Guatemala, 2019). En este aspecto la educación tributaria implica la formación y el aprendizaje necesario para adquirir conocimientos tributarios, valores, creencias y hábitos, que un grupo de profesionales altamente calificados en el ámbito tributario, transmiten a la población a través la plataforma virtual SUNAT, cursos, capacitaciones, talleres, y eventos presenciales a través de programas como Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF), Encuentro Universitario Tributario Aduanero etc.

La educación tributaria es fundamental para que los consumidores finales comprendan sus responsabilidades, beneficios de pedir comprobante de pago y ser conscientes de cómo sus impuestos contribuyen significativamente en el financiamiento y desarrollo social del Estado. En los últimos tiempos la SUNAT a través del Instituto Aduanero y Tributario (IAT) promueve la cultura tributaria y aduanera a los estudiantes y ciudadanos.

Crear conciencia tributaria a través de la educación tributaria es esencial para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Según Liler (2015):

Una tarea de la educación es crear conciencia para cumplimiento de las leyes de forma voluntaria. La educación es el medio más eficiente para desarrollar conciencia tributaria en la población por su influencia en la formación de valores en el desarrollo de actitudes, en la transmisión de conocimientos para el mejoramiento de la calidad de vida personal

y social. El contribuyente que carece de tal formación incumple sus obligaciones tributarias incurriendo en múltiples conductas fraudulentas socialmente reprochables. (p. 23)

El Estado Peruano mediante la Resolución Viceministerial N.º 042-2018-MINEDU, dispone 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”. En este aspecto encarga a las Direcciones Regionales de Educación, que adopten las medidas necesarias para el cumplimiento de esta resolución. Para ello la SUNAT a través de la Gerencia de Cultura Tributaria y Aduanas brinda sugerencias y recomendaciones a los docentes con el objetivo de generar conciencia tributaria y rechazo al contrabando a partir de la educación tributaria de los estudiantes (Resolución Viceministerial N.º 042-2018-MINEDU).

Para el Año escolar 2024, se añadieron nuevos contenidos en el currículo académico. La titular del Ministerio de Educación (Minedu), Miriam Ponce, anunció que estas materias adicionales se integrarán en el syllabus con el objetivo de proporcionar a los estudiantes las competencias requeridas para fomentar su desarrollo tanto en el plano personal como en el profesional. En este marco también el objetivo es adaptar a los estudiantes a las demandas del mercado, el Minedu ha integrado asignaturas como Educación Financiera y Tributaria, Contabilidad, Economía, y Derechos del Consumidor en el programa escolar. Esta iniciativa surge como respuesta a la necesidad de familiarizar a los jóvenes con conceptos prácticos que son indispensables en la vida adulta, como el registro único de contribuyentes (RUC), fundamentales para la formalización de negocios y el emprendimiento (La República , 2024). Toda esta acción de educación tributaria a

estudiantes va a permitir el desarrollo económico y social del país, y beneficiar a todos los ciudadanos como con la educación, seguridad, salud, etc.

**3.2.1.4.2 Conocimiento tributario.** Chávez et al.,2017, citado por Yanagui (2019) menciona que es el conjunto de conocimientos que tiene la población relacionada al sistema tributario de un país, como principios generales, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico – Tributario, el cual está plasmado a través del código tributario.

Por otro lado, Iberico 2018, citado por Palomino y Campos (2022) afirma que “el conocimiento tributario es el nivel de información que los contribuyentes poseen en relación a los deberes, restricciones y sistema tributario vigente” (p. 33). De la misma manera el conocimiento tributario se refiere a la comprensión de los consumidores finales sobre el funcionamiento de la normativa tributaria, como conocer que es comprobantes de pago, saber quién paga el IGV y en que gasta el Estado.

Asimismo, Palomino y Campos (2022), nos dice que “El conocimiento tributario es la información que poseen los ciudadanos de la tributación, relacionado a los derechos y obligaciones en la normativa tributaria” (p. 33).

El conocimiento tributario se refiere a la información que todos los ciudadanos obtienen a través de la experiencia o la educación sobre la tributación, es necesario que todos los ciudadanos conozcan la normativa tributaria vigente para cumplirlas responsablemente, las cuales son promulgadas por el Estado. Los contribuyentes bien informados sobre tributos tienen cultura tributaria positiva, esto les permite cumplir con sus obligaciones tributarias, conocer los beneficios tributarios y evitar posibles sanciones. Del mismo modo, los consumidores finales con buena cultura tributaria conocen sus responsabilidades tributarias, y contribuyen al bienestar económico del país. Por lo tanto, la educación tributaria es muy esencial para la sociedad y el funcionamiento efectivo de un país.

**3.2.1.4.3**      **Conciencia tributaria.** Para Cosulich 1993 citado por Olguín y Picon (2022), “Es el acto de voluntad de cumplir con las obligaciones tributarias en favor del país” (p. 30). Si bien es cierto, la conciencia tributaria se refleja con el pago voluntario y oportuno de los impuestos y la responsabilidad en la exigencia de emisión de los comprobantes de pago.

En este sentido, Olguín y Picon, (2022) dicen que el concepto de conciencia tributaria tiene mayor significado, porque el Estado peruano se financia principalmente a través de la recaudación de impuestos y, sin ella, no hay sostenibilidad financiera y no cumple con el rol de generar el bien común.

Cumplir con las obligaciones tributarias también es una responsabilidad cívica de los ciudadanos. Armas y Colmenares (2010) señalan que la conciencia tributaria es el cumplimiento con la obligación tributaria, leyes y normas de forma consiente y voluntaria, sin necesidad de recurrir a estrategias para aumentar la recaudación de impuestos, por ejemplo, coacción tributaria y presión tributaria que les genera temor a las sanciones por el incumplimiento tributario.

En este sentido la conciencia tributaria del consumidor final se manifiesta cuando comprende que la exigencia de comprobantes de pago es una responsabilidad ciudadana que contribuye a la economía del país. Exigir la boleta de venta ayuda a prevenir la evasión tributaria ya que los contribuyentes se ven obligados a emitir y registrar sus transacciones. Así también la conciencia tributaria se manifiesta cuando de forma voluntaria se solicita comprobantes de pago, sin esperar algún beneficio directo como devolución de impuesto o participar en sorteos de comprobantes de pago. Su papel del consumidor final es fundamental en la recaudación de impuestos por que genera un impacto positivo en la economía del país.

### **3.2.2 Recaudación de impuestos**

**3.2.2.1 Historia.** Según SUNAT (2020d) La historia de los impuestos es casi tan antigua como la historia del hombre pensante. Desde las primeras sociedades humanas, los impuestos eran aplicados por los soberanos o jefes en forma de tributos, muchos de los cuales eran destinados para asuntos ceremoniales y para las clases dominantes. Cabe señalar que la recaudación tributaria no siempre cumplía un fin social, inclusive hoy podríamos decir que se vincula con la defraudación de impuestos teniendo en cuenta el carácter y destino que se les daba a los tributos eran poco comunes, debido al control directo que de la recaudación hacían sacerdotes y soberanos. Las primeras leyes tributarias se encontraban en textos muy antiguos en escritura cuneiforme de hace aproximadamente cinco mil años aparecen en Egipto, China y Mesopotamia; en Egipto, una forma común de tributar era por medio del trabajo físico (prestación personal), para lo cual tenemos como ejemplo la construcción de la pirámide del rey Keops en el año 2,500 A. C. En el Perú el cobro de tributos para los incas, consistía en que el pueblo ofrecía lo que producía con sus propias manos al dios rey, mismo que a cambio les daba lo necesario para su subsistencia, en aquellos tiempos del Tahuantinsuyo todo giraba alrededor del concepto “entregar antes que recibir”. (p.19)

En este sentido, en la actualidad existe entre otros el Impuesto General a la Ventas (IGV), este impuesto es pagado por los consumidores finales al momento de adquirir un bien o servicio, el cual es el 18% del precio de la adquisición realizada. Este impuesto es captado por el Estado peruano, para que pueda invertir en obras públicas, programas educativos, salud pública, seguridad pública, entre otros; es decir, los ciudadanos como consumidores finales entregan dinero mediante el IGV y con ello reciben del Estado bienestar social, tales como calles nuevas y limpias; construcción y mantenimiento de hospitales, colegios mercados, parques, agua

potable, pensión para adultos mayores, becas, entre otros. Para comprender que es recaudación de impuesto es necesario saber el significado del Impuesto y Recaudación:

3.2.2.2 **Tributos.** Para SUNAT (2020d), “El tributo es el pago obligatorio por ley de una cantidad de dinero, que se aporta al Estado para afrontar los gastos que tiene en el cumplimiento de sus fines” (p. 185).

Por otra parte, el tributo se entiende como una aportación que todos los ciudadanos y organizaciones están obligados por ley de pagar al Estado para financiar el gasto público y se redistribuya eficientemente, de acuerdo a las necesidades urgentes (Banco Bilbao Argentaria [BBVA], 2023). Según el código tributario el tributo se clasifica de la siguiente manera:

3.2.2.2.1 **Impuestos.** “El impuesto es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado” (Código Tributario, 2013). El impuesto se clasifica de la siguiente manera.

- **Directos** Según BBVA (2023) Los impuestos directos gravan directamente la riqueza de las personas o empresas. Uno de los impuestos directos es el impuesto a la renta.
- **Indirectos** Según BBVA (2023) Los impuestos indirectos se aplican a la comercialización de bienes y prestación servicios, los cuales afectan de forma indirecta a la rentabilidad de las empresas y personas. Por ejemplo, Impuesto General a las Ventas (IGV).

Uno de los impuestos indirectos es el IGV que está incluido en el precio final, se paga en productos como artículos de limpieza, materiales de construcción, productos tecnológicos, etc. a su vez, el IGV se paga en la prestación o utilización de diversos servicios incluyendo transporte, internet, energía eléctrica, etc.

3.2.2.2.2 **Contribución.** “Es un tributo que genera una obligación de pago, pero también es un hecho generador de beneficios derivados de la ejecución de obras públicas” (Código Tributario, 2013).

Por otro lado, Ruiz (2009) afirma que las contribuciones permiten la ejecución de obras públicas y la prestación de servicios estatales que benefician a un determinado sector de la población. Por ejemplo, la construcción de un corredor vial por parte del Estado eleva el valor de los predios más próximos a esta clase de obras. (p. 143)

3.2.2.2.3 **Tasa.** “Es un tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado de acuerdo de las necesidades específicas de cada contribuyente” (Código Tributario, 2013).

La tasa se paga de forma obligatoria al Estado por una prestación de servicio público individualizado según al requerimiento del usuario. Ruiz (2009) manifiesta que el tributo llamado tasa permite al Estado desarrollar servicios estatales específicos que satisfacen los intereses individuales de los usuarios. Se clasifica en Arbitrios (recojo de basura), Derecho (certificado de nacimiento), Licencia (licencia de funcionamiento).

3.2.2.3 **Recaudación.** Es el proceso de obtener ingresos de recursos financieros. “Acción y efecto de exigir el pago de impuestos” (Diccionario Panhispánico del Español Jurídico, 2023). En este sentido la recaudación en el contexto tributario, se refiere al acto de reunir o recolectar dinero que le corresponde al Estado para financiar sus funciones, donde recauda a través de diferentes mecanismos como impuestos tasas y contribuciones. La exigencia del pago de los impuestos es un acto legal, mediante el cual el Estado obliga a los contribuyentes a cumplir con las normativas tributarias correspondientes, aplicando medidas punitivas como de la coacción, las sanciones y multas. Estas medidas punitivas garantizan la recaudación de impuestos

**3.2.2.4 Recaudación de impuesto.** Ventura et al. (2024) plantea que los impuestos son recaudados por la administración tributaria, administrada por el Gobierno y destinada a las necesidades del Estado en beneficio de la población.

**3.2.2.5 Recaudación del impuesto general a las ventas (IGV).** El IGV es un impuesto indirecto que pagan las personas jurídicas y naturales, este impuesto es aplicado sobre la venta de bienes y servicios. (Plataforma del Estado Peruano , 2022).

Según SUNAT (2018d) El IGV pagan los ciudadanos al realizar adquisición de bienes o servicios, es decir en el precio final del bien o servicio, donde la tasa es del 18%, se aplica el 16% al IGV y un 2% al Impuesto de Promoción Municipal.

Este impuesto se aplica en varios países ya que es una fuente importante de ingresos y fundamental para un País, en otros países el IGV se le conoce como Impuesto al Valor Agregado (IVA), el nombre puede variar según el país.

#### **3.2.2.6 Categorías de impuesto a la renta**

**3.2.2.6.1 Rentas de Capital.** Las rentas del capital están conformadas de primera categoría donde se genera por el arrendamiento, subarrendamiento como alquileres o subarrendamiento de predios. Como también está conformada por la segunda categoría: que corresponde a la venta de inmuebles, acciones o valores mobiliarios, intereses por colocación de capitales, regalías, patentes etc. (Plataforma del Estado peruano , 2024)

**3.2.2.6.2 Rentas Empresariales.** Es considerado como rentas empresariales a la renta de tercera categoría, el cual está enfocado en gravar la renta que se obtiene de las actividades empresariales. Estas rentas son el resultado de las operaciones de un negocio el cual pueden realizar tanto personas jurídicas como naturales. (SUNAT, s.f, citado en GESTIÓN, 2023)

3.2.2.6.3 **Rentas de Trabajo.** Comprende las rentas de cuarta y quinta categoría en el sistema tributario peruano. En la cuarta categoría el impuesto que se paga por los ingresos que reciben las personas naturales quienes desempeñan sus actividades laborales sin alguna relación de dependencia, es decir, son trabajadores independientes sin empleador directo. Por otro lado, en la renta de quinta categoría el impuesto que se paga por ingresos que se obtiene del trabajo realizado a través de un contrato laboral, es decir son aquellos trabajadores dependientes que labora para un empleador y está en planilla de una institución específica. (Instituto de Educación Superior Técnica [CERTUS], 2021)

**3.2.2.7 Regímenes tributarios.** La SUNAT establece cuatro regímenes tributarios de acuerdo a las características e ingresos de cada negocio o empresa, es decir en cada régimen tributario se especifica que impuestos, como y cuando se debe pagar.

3.2.2.7.1 **Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS).** Para SUNAT (2020a) Es un régimen tributario útil para los pequeños negocios que buscan simplificar sus obligaciones tributarias, es creado especialmente para los pequeños comerciantes y productores, es decir está dirigido a personas naturales con negocio con un solo establecimiento que realizan ventas de mercaderías o servicios a consumidores finales y que su ingreso o compra no superen S/8000.00 mensual y S/ 96000.00 anual. Las que están acogidos en este régimen pueden emitir comprobantes de pago como boletas de venta y tickets de máquina registradora sin embargo están prohibido de emitir facturas y otros comprobantes que dan derecho a crédito tributario, no llevan registros contables y solo efectúan un pago único mensual que incluye el Impuesto a la Renta y el IGV y de acuerdo a la categoría; si sus ingresos o compras mensuales en soles es menor o igual a S/ 5,000.00 paga S/ 20.00, si es S/ 8,000.00 paga S/ 50.00.

**3.2.2.7.2 Régimen Especial de Renta (RER).** En este régimen tributario se encuentran las personas naturales con negocio y personas jurídicas que obtengan rentas provenientes de actividades de comercio o industria, y actividades de servicios, para ello sus ingresos y compras anuales debe superar el importe de S/ 525,000.00. Las que están acogidos en este régimen llevan 2 registros contables (compras y ventas), emiten todo tipo de comprobantes de pago, solo presentan declaraciones mensuales y no están obligados a presentar declaraciones anuales. (Plataforma del Estado Peruano , 2022)

**3.2.2.7.3 Régimen MYPE Tributario (RMT)** Según SUNAT (2018b) el Régimen MYPE Tributario, está dirigido a las Micro y Pequeñas empresas (Persona Natural con negocio o Jurídica), que generen rentas de Tercera Categoría y cuyos ingresos netos no superen 1700 UIT en el año. En este régimen es obligatorio llevar libros contables y presentar la declaración mensual y anual como también se tributa según la ganancia, Puede emitir cualquier tipo de comprobante de pago, por último, puedes realizar cualquier actividad económica.

**3.2.2.7.4 Régimen General (RG).** Según SUNAT (2018b) el Régimen General es un régimen tributario que ofrece flexibilidad y acceso a beneficios tributarios, está dirigido a medianas y grandes empresas, este régimen no tiene limitaciones por cantidad de ingresos o tipo de actividades, es decir, pueden desarrollar cualquier actividad económica, sin límite de ingresos, pueden emitir todo tipo de comprobantes de pago; sin embargo, tiene que llevar de manera obligatoria los registros contables detallados y completos (contabilidad completa), La tasa del Impuesto a la Renta es del 29.5% que se aplica sobre la renta neta.

### 3.2.2.8 Elementos que permiten la recaudación de impuestos

**3.2.2.8.1 Comprobantes de pago.** Según la Resolución de Superintendencia N.º 007-99/SUNAT (1999) “el comprobante de pago es el documento que acredita la transferencia de bienes y prestación de servicios”.

- **Reseña histórica de los comprobantes de pago en el Perú.** Llanos (2021) menciona que antes de la creación de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), el órgano encargado de la recaudación tributaria era la Dirección General de Contribuciones, el cual tuvo bajo su función, entre otras responsabilidades, la verificación de la emisión de la Factura (único comprobante de pago). En ese entonces el Decreto Supremo N°213-81-EFC denominado “Unifican y Reglamentan la legislación vigente sobre otorgamiento de Facturas”, normaba los sujetos obligados, las oportunidades de emisión y la información mínima que debe contener. En ese tiempo se identificaba al contribuyente mediante el número de libreta tributaria que posteriormente se convirtió en el Registro Único de Contribuyentes (RUC). En la actualidad está vigente, la Resolución de Superintendencia N°007-99-SUNAT que venía del Decreto Ley N° 25632 publicado en 1992. Donde se establecen la obligación de emitir comprobantes de pago, requisitos y características que debían cumplir todos los documentos considerados como comprobantes de pago. (p. 20)

Con la Resolución de Superintendencia N°182-2008/SUNAT, comenzó la emisión electrónica de los recibos por honorarios, siendo el primer comprobante de pago electrónico. Con la Resolución de Superintendencia N° 155-2017 estableció las características de los contribuyentes que estarán obligados a emitir Comprobantes de Pago Electrónicos desde cualquier sistema. En el año 2021 la Resolución de Superintendencia N.º 128-2021 establece que los contribuyentes con ingresos, durante

el ejercicio 2019 en el rango de 23 a 75 UIT, deberán emitir factura electrónica a partir del 1 de enero de 2022 y boleta de venta electrónica a partir del 01 de abril de 2022; los contribuyentes con ingresos durante el año 2019 obtuvieron ingresos menores a 23 UIT, Están obligados a emitir facturas electrónicas desde el 01 de abril de 2022 y boletas de venta electrónica desde el 01 de junio de 2022.

SUNAT (2022) afirma que todos los contribuyentes están obligados a emitir comprobantes de pago electrónico, a excepción de los que declaran en su RUC que se encuentra ubicado en una zona geográfica con baja o nula conexión a Internet o se encuentra en el Nuevo Régimen Único Simplificado. También se puede emitir en físico o pre impresos en situaciones de contingencia, es decir, en circunstancias excepcionales, cuando no puede emitir sus comprobantes de pago de manera electrónica. Por ejemplo: interrupción del servicio de energía eléctrica o por un desastre natural.

Tabla 2

*Comprobante de pago y su vínculo con el IGV*

COMPROBANTES DE PAGO					
CONCEPTO	IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS		RAZONES PARA PEDIR COMPROBANTE DE PAGO	QUE PASA CUANDO NO PIDO COMPROBANTE DE PAGO	SANCIONES PARA EL CONTRIBUYENTE
<p>Es un documento establecido por la SUNAT que justifica el consumo de un bien o servicio. Están obligados de emitir todas las personas que transfieran bienes o presten servicio, por más que la transferencia o prestación no se encuentre afecta a tributos. (DECRETO LEY N.º 25632, 1992)</p>	<p>Es un tributo que pagan los consumidores finales al realizar una adquisición de un bien o servicio, en el comprobante de pago el IGV está incluido en el precio del producto.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acredita la compra</li> <li>• Tienes una evidencia de la adquisición de bienes y servicios</li> <li>• puedes cambiar de producto si esta defectuoso o pedir devolución de dinero.</li> <li>• Haces que su ingreso del vendedor refleje como tal.</li> <li>• Garantizas que el IGV sea cayado por el Estado</li> <li>• Habrá mayor presupuesto público.</li> <li>• Habrá mejor calidad de vida para los ciudadanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tienes evidencia de la adquisición que realizaste.</li> <li>• No podrás reclamar cambio de producto o devolución de dinero.</li> <li>• Su ingreso del vendedor no se refleja como tal.</li> <li>• Haces que el vendedor cometa una infracción.</li> <li>• El IGV que estaba incluido en el precio de tu adquisición no llega al Estado.</li> <li>• El vendedor se mantiene en el régimen más pequeño (RUS).</li> <li>• El estado tendrá poco presupuesto para ejecutar obras públicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por no emitir electrónicamente sus comprobantes de pago, estando obligado a ello, será sancionado con una multa del 50% y 25% de la UIT, o cierre de local dependiendo del régimen tributario. También incluye al RUS quienes todavía no están obligados y entregan comprobantes de pago en físico. (Código Tributario, 2013)</li> <li>• Por emitir comprobantes de pago en mal estado que no cumplen con las características establecidas por SUNAT. La sanción es en función a las UIT y depende del régimen tributario.</li> </ul>
	<p><b>¿QUIEN RECAUDA?</b></p> <p>El Estado recauda el Impuesto General a las ventas a través de la SUNAT por intermedio de los contribuyentes (vendedores).</p>	<p><b>¿COMO SE UTILIZA?</b></p> <p>Con el IGV recaudado el Estado financia el gasto público como: los gastos al construir, equipar y mantener colegios, universidades, hospitales; gastos por pago del sueldo de docentes, policías, bomberos, etc.</p>			

*Nota.* Elaboración propia

**3.2.2.8.2 Documentos considerados comprobantes de pago.** SUNAT (1999), en la Resolución de Superintendencia N.º 007-99/SUNAT establece las características y requisitos mínimos que debe cumplir los comprobantes de pago para tener validez tributaria.

- **Facturas.** Se emite cuando o la operación se realice con sujetos del Impuesto General a las ventas que tengan derecho al crédito fiscal.
- **Recibo por honorarios.** Se emite por todo servicio que genere rentas de cuarta categoría.
- **Boleta de venta.** Se emite en operaciones con consumidores o usuarios finales.
- **Liquidación de compra.** Se encuentran obligados a emitir por las adquisiciones que efectúen a personas naturales productoras y/o acopiadoras de productos primarios derivados de la actividad agropecuaria, pesca artesanal y extracción de madera, entre otros.
- **Tickets o cintas emitidos por máquinas registradoras.** Se emite solo en moneda nacional, en operaciones realizadas por los sujetos del Régimen Único Simplificado.
- **Documentos autorizados.** Documentos que permitirán sustentar gasto o costo para efecto tributario y/o ejercer el derecho al crédito fiscal, como boletos de transporte aéreo que emiten las compañías de aviación comercial por el servicio de transporte aéreo regular de pasajeros entre otros.

**3.2.2.9 Obligaciones tributarias.** La obligación tributaria, es de derecho público por ser regulada por el Estado a través de normativas tributarias. En la obligación tributaria existe el vínculo entre SUNAT (acreedor) y el contribuyente (deudor tributario), regulada por la ley, que está orientado al cumplimiento del pago de impuestos, puede ser exigido coactivamente como el embargo de bienes, multas, intereses moratorios etc. (Código Tributario, 2013).

**3.2.2.9.1 Las obligaciones relacionadas con comprobantes de pago.** “Están obligados a emitir las personas que transfieran bienes o presten servicios de cualquier naturaleza. Esta normativa incluso rige cuando se trate de una transferencia de productos que no están afectos a tributos” (DECRETO LEY N.º 25632, 1992). Es decir, que todas las personas ya sean individuos, empresas o cualquier otra entidad que realizan actividades económicas, como la comercialización de bienes o prestación de servicios, deben de emitir comprobantes de pago de forma obligatoria.

SUNAT (1999), en el artículo 6 de la Resolución de Superintendencia N° 007-99/SUNAT establece a los obligados de emitir comprobantes de pago.

A las personas naturales o jurídicas (empresas, organizaciones, asociaciones, etc.) sociedades conyugales (cónyuges), sucesiones indivisas (bienes dejados por una persona fallecida antes de ser dividida entre los herederos), sociedades de hecho (asociaciones entre dos o más personas sin formalización legal) u otros entes colectivos que hacen transferencias de bienes, prestación servicios (acción o prestación a favor de un tercero), sin importar si es a título gratuito u oneroso, así también se encuentran obligados a emitir liquidación de compra por las compras que realicen a personas naturales productoras de productos primarios como de la actividad agropecuaria, pesca artesanal y extracción de madera, etc. En el caso de los martilleros públicos y quienes rematen o subasten bienes por cuenta de terceros, deben emitir una póliza de adjudicación al finalizar un remate o subasta de bienes por venta forzada.

**3.2.2.10 Infracciones y sanciones tributarias.** El artículo 164 del Código Tributario conceptualiza que la infracción tributaria es toda acción u omisión que importe la violación de las normativas tributarias siempre que esté tipificada como tal en el Código Tributario, en otras leyes o decretos legislativos. (Código Tributario, 2013)

La infracción Tributaria será sancionada administrativamente con penas pecuniarias

(dinero), comiso de bienes (sanción severa), internamiento temporal de vehículos, cierre temporal de establecimiento u oficina y suspensión de licencias, permisos, concesiones o autorizaciones vigentes otorgadas por entidades del Estado. Estas sanciones se aplican a quienes cometen infracciones graves, por ejemplo, relacionadas con la emisión de comprobantes de pago que no tienen validez tributaria (falsos), y otras infracciones que impliquen evasión de impuestos. (Código Tributario, 2013)

Esto nos indica que la infracción tributaria es la acción u omisión que viola las normas tributarias que están establecidas por ley, decretos legislativos, el código tributario, etc. En otras palabras, la infracción tributaria es cuando se incumple con las normativas determinadas por ley, lo cual puedes ser sancionado administrativamente por la SUNAT porque tiene la facultad legal para actuar.

3.2.2.10.1 ***Tipos de Infracciones tributarias.*** El Código Tributario (2013) define las infracciones tributarias como consecuencia por no cumplir las siguientes obligaciones:

1. De formalizar y actualizar la inscripción.
2. De emitir, otorgar y exigir comprobantes de pago válidos, conforme a la normativa vigente.
3. De llevar libros, registros o contar con informes.
4. De entregar declaraciones y comunicaciones.
5. De permitir el control de la Administración Tributaria, lo que incluye informar y comparecer ante la misma.
6. Otras obligaciones tributarias de acuerdo con las regulaciones tributarias.

**3.2.2.10.2 Tipos de Sanciones.** Según Código Tributario (2013) las Infracciones tributarias se sancionan de diversas maneras como las siguientes:

- a) **Multas.** Son las sanciones pecuniarias, ósea son las sanciones económicas que se paga con una cantidad de dinero, los cuales son determinadas de acuerdo a la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) o en función a la gravedad de la infracción cometida y de acuerdo a los ingresos obtenidos. Se rigen de acuerdo a un criterio de gradualidad (rebaja).
- b) **Comiso de bienes.** Se aplica en casos graves de infracción tributaria donde la SUNAT puede confiscar los bienes relacionados con la infracción y quedar bajo custodia (guardar) hasta que se demuestre o acredite la posesión o propiedad.
- c) **Cierre temporal de establecimientos.** Esta sanción se da por el incumplimiento las obligaciones tributarias de reiteradas veces, donde la SUNAT impide las operaciones de actividades comerciales del infractor por un periodo determinado.
- d) **Suspensión de Licencias o Autorizaciones.** Esta sanción se aplica en infracciones graves, donde la SUNAT puede suspender temporalmente las licencias, permisos, concesiones u otras otorgaciones por entidades públicas.
- e) **Pegado de carteles, sellos y/o letreros.** Además de las sanciones anteriores existe las complementarias, donde la SUNAT opta por la colocación de carteles informativos al público para comunicar el incumplimiento de obligaciones tributarias del establecimiento infractor.

3.2.2.10.3 ***Infracciones y sanciones por no emitir comprobantes de pago.*** Según el artículo 172 del Código Tributario una infracción tributaria se origina por el incumplimiento de las obligaciones tributarias entre las cuales está la obligación de emitir, otorgar y exigir comprobantes de pago y otros documentos. En este sentido el artículo 174 de código tributario establece que es una infracción tributaria no emitir comprobantes de pago, o emitir documentos no previstos como comprobantes de pago por la legislación vigente, emitir documentos cuya impresión se hubiera realizado sin cumplir con lo dispuesto en las normas vigentes, emitir documentos que no cumplen con las condiciones para ser considerados comprobantes de pago electrónicos (Código Tributario, 2013).

Es decir, no emitir comprobante de pago o emitir documentos que no reúne los requisitos o características establecida en la normativa vigente, es una infracción tributaria porque es una violación de la normativa tributaria, por ejemplo, en los siguientes casos: si un contribuyente no emite boleta de venta cuando el monto de la transacción supera el importe de S/5.00 es una infracción, ya que a partir de este monto están obligados a emitir y entregar el comprobante de pago, sin la necesidad de que el usuario le pida. Si el contribuyente emite una nota de venta u otros documentos el lugar de una boleta de venta cuando el usuario solicita un comprobante de pago, también es una infracción porque se incumple con la normativa vigente como la Resolución de Superintendencia N.º 007-99/ SUNAT, que establece los criterios y características que deben cumplir los comprobantes de pago. De la misma manera si el contribuyente emite comprobante de pago en formato físico estando obligado a la emisión electrónica, está incumpliendo con las normativas vigentes ya que la Resolución Superintendencia N.º 128-2021/SUNAT que modifica la Resolución de Superintendencia N.º 279-2019/SUNAT ha determinado emisores electrónicos del sistema de emisión electrónica.

### 3.3 Definición de términos

**Estado** Es una organización política independiente que tiene poderes y órganos de gobierno de un país soberano. Cuenta con una estructura política, que gobierna a la población de un territorio” (Real Academia Española, 2017).

**SUNAT** Para SUNAT (2024a) la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), es un organismo técnico especializado porque cuenta con conocimiento profundo de leyes, normas, procedimientos, etc. está adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, su función principal es administrar los tributos del gobierno central y los conceptos tributarios y no tributarios asignados por Ley.

**Cultura.** UNESCO (2012) dice que es el conjunto de características distintivos, esencia espiritual, materiales y emocional que caracterizan a grupo social y lo distinguen de otros. La cultura es todo lo que define a una sociedad como los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, valores, creencias, tradiciones etc.

**Cultura Tributaria:** Armas et al.2010, citado en SUNAT (2020e) menciona que es un conjunto de valores, conocimientos, creencias y actitudes que comparten las personas en una sociedad sobre la Tributación. Una sociedad con una cultura tributaria positiva garantiza una adecuada recaudación de impuesto, ya que al tener ética tributaria son responsables con las obligaciones tributarias, cumplen de manera permanente y voluntario con sus deberes.

**Educación Tributaria:** Lasso y Muñoz, (2017) afirman que es un proceso que desarrolla el entendimiento y la conciencia sobre la tributación en la sociedad. En otras palabras, la cultura tributaria es positiva cuando la educación tributaria comienza desde edades tempranas, ya que los ciudadanos llegan a reconocer y aceptar que el tributo es importante, a su vez, la educación promueve el desarrollo de actitudes de compromiso y responsabilidad al momento de pagar impuestos y cumplir con las normativas tributarias.

**Conocimiento Tributario:** Llantoy y Taquire (2024) afirman que es toda información tributaria de normativas, leyes y principios referente al sistema tributario que tiene el ciudadano.

**Conciencia Tributaria:** SUNAT (2020c) afirma que es la percepción individual y sentido común que cada persona tiene sobre los impuestos, el consumidor final manifiesta la conciencia tributaria con el acto de cumplir voluntariamente su responsabilidad de solicitar comprobante de pago, lo cual contribuye mayor recaudación de impuesto.

**Tributo:** SUNAT (2018c) menciona que es el dinero que las personas naturales y jurídicas pagan al Estado de acuerdo a lo establecido por Ley. El Estado exige y recauda tributos de las personas y empresas dentro de su jurisdicción, por intermedio de la SUNAT para afrontar los gastos públicos que beneficia a toda la sociedad.

**Impuesto:** El impuesto es un tributo creado por Ley, el cual pagan las personas naturales y jurídicas al Estado, es fundamental ya que permite al Estado financiar los gastos públicos como la construcción de escuelas, hospitales, carreteras entre otros” (GESTIÓN, 2022).

**Recaudación de Impuesto:** SUNAT (2024b) afirma que es el pago obligatorio de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder sobre la base de la capacidad económica de acuerdo a la ley, como el IGV para que el Estado cumpla con su función de generar bienestar ciudadano.

**Consumidores finales:** Aldana y Gagliuffi (2004) afirman que son las personas u organizaciones que adquieren bienes o servicios para su propio consumo o beneficio propio, y no con fines comerciales.

**Comprobantes de pago:** Según SUNAT (2020b) “El comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes y la prestación de servicios”.

**Boleta de venta:** SUNAT (2018a) dice que es un comprobante de pago que el vendedor o prestador de servicios entrega al cliente cuando realiza venta de bienes o prestación de

servicios.

**Contribuyente:** “Es aquél que realiza o produce el hecho generador de la obligación tributaria” (Código Tributario, 2013). Es decir, es la persona o empresa que está obligado por ley a pagar impuestos por realizar cualquier actividad económica.

**Comerciantes:** Es el sujeto del Impuesto (la persona natural o jurídica) que desarrollan de forma constante o permanente, operaciones comerciales como la compra y venta de bienes sin realizar transformaciones o modificaciones como crear nuevos productos (Decreto Supremo N° 128-EF, 2004).

**Obligación:** Es el deber de hacer o no hacer una acción específica, determinada por una ley, por ejemplo, cumplir con un contrato, normativas tributarias, arbitral o judicial. (Diccionario Panhispánico del Español Jurídico, 2023)

**Obligación tributaria.** Es el deber legal que tienen las personas naturales y jurídicas, porque está regulada por el Estado, es el vínculo establecido por ley entre SUNAT (el acreedor) y Contribuyente (el deudor tributario), con el propósito de hacer cumplir las normas tributarias como el pago de impuestos, la obligación tributaria es exigible coactivamente (Código Tributario, 2013).

**Infracción tributaria:** Es toda acción u omisión que implique trasgresión de las normativas tributarias que se encuentran tipificada en el código tributario, otras leyes o legislaciones (Código Tributario, 2013).

**Sanciones tributarias:** Son las consecuencias por incumplir normas. La Administración Tributaria tiene la facultad de determinar en forma objetiva la sanción administrativa por violaciones tributarias. (Código Tributario, 2013)

## **IV. Metodología**

### **4.1 Tipo y nivel de investigación**

#### **4.1.1 Método**

Según Bernal (2011), “El método deductivo consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, es decir parte de lo general a lo particular” (p. 59).

En la presente investigación se utilizó el método deductivo porque se comenzó con posibles hipótesis del problema de investigación, el cual se comprobó de manera cuantitativa, recolectando y analizando información para llegar a las conclusiones.

#### **4.1.2 Tipo de investigación**

En esta investigación se aplicó el tipo de investigación teórica o básica, ya que busca generar nuevos conocimientos sobre la cultura tributaria de los consumidores finales en obtener comprobantes de pago. Según Rivero et al. (2021), “La investigación básica o teórica, comienza y se mantiene en el marco teórico, tiene como finalidad formular nuevas teorías o modificar las existentes” (p. 25).

#### **4.1.3 Nivel o alcance de investigación**

Esta investigación es de enfoque cuantitativo, con un nivel de investigación descriptivo, es descriptivo porque se presentó la información real o la situación actual de la cultura tributaria del consumidor final del distrito de Abancay.

Según Hernández et al. (2014), “Los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analiza.” (p. 92).

#### **4.1.4 Diseño de la investigación**

Esta investigación se basa en un diseño no experimental de tipo transversal, porque no se manipularon las variables, sin embargo, se observó la realidad tal como se da de la cultura tributaria en la obtención de comprobantes de pago validos del distrito de Abancay en el año

2024.

Según Hernández et al. (2014) La investigación no experimental se centra en, “estudios que no manipulan las variables y sólo se observa fenómenos en su ambiente natural” (p. 152).

## **4.2   Ámbito temporal y espacial**

Esta investigación se realizó en el año 2024 entre el mes de mayo, junio y julio en los consumidores finales de 18 a 60 años de edad del distrito de Abancay.

## **4.3   Población y muestra**

### **4.3.1   Población**

Rivero et al. (2021), afirma que “La población es el conjunto de individuos, elementos u objetos que posee la información relevante para un estudio y es necesario para el investigador” (p.69).

La población de estudio constituye los consumidores finales del distrito de Abancay, que según el censo 2017 efectuado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el distrito de Abancay tiene 69,028 pobladores, el cual se considera como población de estudio; sin embargo, se aplicó en siguiente criterio:

Se selecciona como población de estudio a las personas de 18 a 60 años de edad, que según censo 2017 por INEI son 40,869 pobladores.

### **4.3.2   Muestra**

Hernández et al. (2014) señala que la muestra probabilística es un subgrupo representativo de la población donde cada elemento tienen la misma posibilidad de ser seleccionado para la recolección de datos.

Esta investigación aplicó la muestra probabilística en el que todos los consumidores finales de 18 a 60 años de edad tuvieron la misma probabilidad de ser elegidos o seleccionados y se basó en la siguiente fórmula.

Fórmula para población finita:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2 (N - 1) + (Z^2 \times p \times q)}$$

**Donde:**

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la población (40,869)

Z = nivel de confianza (95% = 1.96)

e = Margen de error (5% = 0.5)

p = Probabilidad de éxito (50% = 0.50)

q = 1-p probabilidad de fracaso (50% = 0.50)

Remplazando la formula se Tiene lo siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 40869}{0.05^2 (40,869 - 1) + (1.96^2 \times 0.50 \times 0.50)}$$

n = 381 consumidores finales

Finalmente, la muestra fue conformada por 381 consumidores finales de 18 a 60 años de edad del distrito de Abancay, a quienes se aplicará el cuestionario.

#### 4.4 Instrumentos

Según Medina et al. (2023) “Un cuestionario es una herramienta fundamental para recopilar información en diversos campos como en la investigación” (p. 39).

Esta investigación se basó en aplicación de la encuesta como técnica, utilizando como instrumento el cuestionario, donde se elaboró un cuestionario tanto para los que hablan castellano y quechua.

#### 4.5 Procedimientos

Se realizó el proyecto de investigación, una vez aprobada se realizó el cuestionario para

luego hacer validar con juicio de expertos, una vez validado la encuesta aplica a la muestra de consumidores finales del distrito de Abancay de 18 a 60 años de edad, se desarrolló la prueba piloto con 180 consumidores finales, luego de aplicar el instrumento se hace el análisis de datos para obtener resultados y con ello se redactan las conclusiones y recomendaciones respectivas.

#### **4.6 Análisis de datos**

Para conocer de qué manera la cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuesto, se llevó a cabo un estudio cuantitativo con una muestra de 381 consumidores finales de 18 a 60 años de edad. Se recopilaron datos a través de un cuestionario que fue validado por juicio de expertos. El análisis de datos se llevó a cabo utilizando el programa informático Excel, el cual facilita la obtención de resultados mediante la creación tablas y gráficos.

#### **4.7 Consideraciones éticas**

Las consideraciones éticas son fundamentales en la investigación, esta investigación se llevó a cabo teniendo en consideración ciertos aspectos, como la veracidad de la información recopilada y responsabilidad en aplicar los instrumentos designados como lo siguiente:

Responsabilidad. Se aplicó el cuestionario de manera responsable para la recopilación de información de los consumidores finales.

Se recopiló información de manera anónima mediante un cuestionario a los consumidores finales del distrito de Abancay.

## V. Resultados y discusión

Esta investigación tuvo como objetivo conocer de qué manera la cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024. Fue diseño no experimental transversal, donde la encuesta fue de 32 preguntas dicotómicas, verificada y validada por juicio de expertos y se contrastó la confiabilidad por el coeficiente Kuder Richardson KR 20; el instrumento se aplicó a una muestra probabilístico de 381 consumidores finales del distrito de Abancay de 18 a 60 años de edad, permitiendo así conocer la cultura tributaria, a través de la encuesta ejecutada.

Los resultados se obtuvieron mediante el análisis de datos con el programa Excel, utilizando tablas y figuras para la presentación de resultados.

### Confiabilidad

Se utilizó el coeficiente de Kuder Richardson KR 20 donde se obtuvo el resultado de 82%.  $KR20 = 0.82$

<b>Rango</b>	<b>Magnitud</b>
0.90 a 1.00	Excelente
0.80 a 0.90	Bueno
0.70 a 0.80	Aceptable
0.60 a 0.70	Débil
0.50 a 0.60	Pobre
0 a 0.50	Inaceptable

*Nota:* Chaves y Rodríguez (2018)

El instrumento tiene una confiabilidad buena, debido a que el coeficiente KR20 fue 0.82 el cual se encuentra en el Rango de 0.80 a 0.90.

### Validación

El instrumento fue validado por juicio de expertos, se puede observar en el anexo N.º 3

## 5.1 Resultados

### Cultura Tributaria del consumidor final: Educación Tributaria

**Tabla 3**

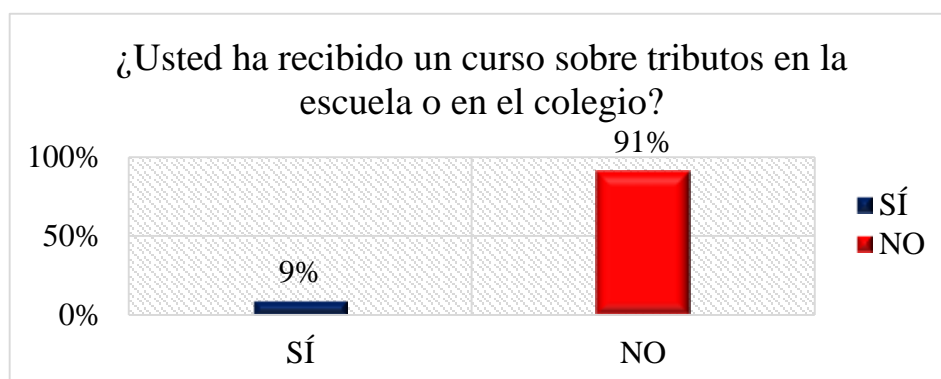
*Curso sobre tributos en la escuela o en el colegio*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	34	9%
NO	347	91%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 2**

*Curso sobre tributos en la escuela o en el colegio en el distrito de Abancay*

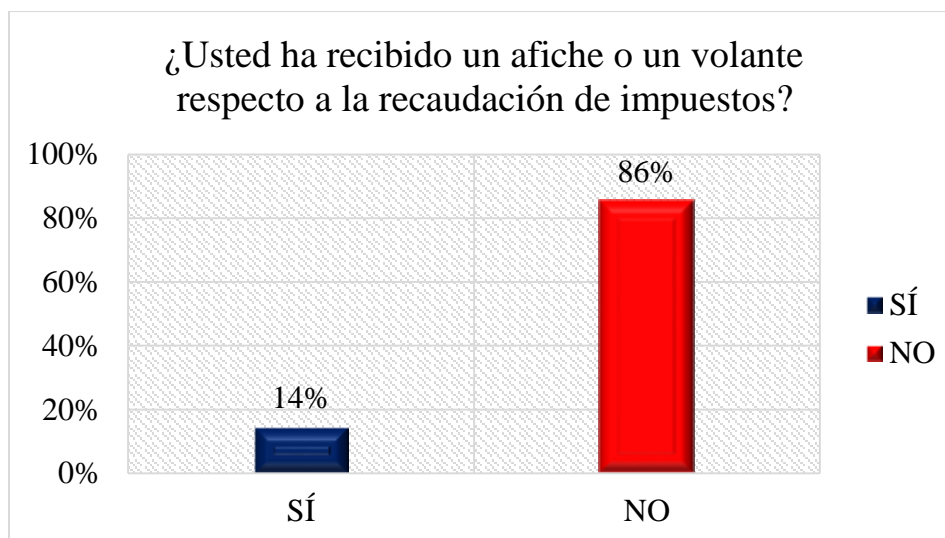


*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 2, se observa que, entre los encuestados el 91% no recibió un curso sobre tributos en la escuela o en el colegio, mientras que solo el 9% menciona haber recibido clases sobre tributos; sin embargo, estos conocimientos son genéricos y dictados por personas sin especialidad en tributación como profesores de desarrollo personal ciudadanía y cívica. Existe una mayor proporción de consumidores finales que no recibieron cursos sobre tributación en la escuela o en el colegio, debido a que la educación formal sobre tributación no está disponible en el currículo escolar, razón por la cual, aprendieron sobre tributación por experiencia propia a lo largo de la vida de acuerdo a su necesidad práctica.

**Tabla 4***Entrega de afiches o volantes respecto a la recaudación de impuestos*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	55	14%
NO	326	86%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 3***Entrega de afiches o volantes respecto a la recaudación de impuestos**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 3, se observa que, entre los encuestados, el 86% de los consumidores finales no recibieron un afiche o un volante respecto a la recaudación de impuestos y solo el 14% si recibieron. La mayoría de los consumidores finales del distrito de Abancay no recibieron afiches o volantes en lo que concierne a la recaudación de impuesto, debido a la falta de elaboración y distribución de afiches y volantes por las instituciones como la SUNAT ya que requiere de recursos financieros significativos, a su vez los ciudadanos muestran escaso interés en la recaudación de impuestos.

**Tabla 5***Charlas acerca de comprobantes de pago*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	65	17%
NO	316	83%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 4***Charla acerca del comprobante de pago**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 4, se observa que el 83% de los consumidores finales no recibieron charlas sobre que es un comprobante de pago, mientras que solo el 17% si asistieron a charlas. Esto es porque la mayoría de las personas no llegan a enterarse de las charlas existentes sobre comprobantes de pago que realizan las instituciones o sencillamente no existe charlas disponibles de forma gratuita o asequible para los ciudadanos del distrito de Abancay.

**Tabla 6**

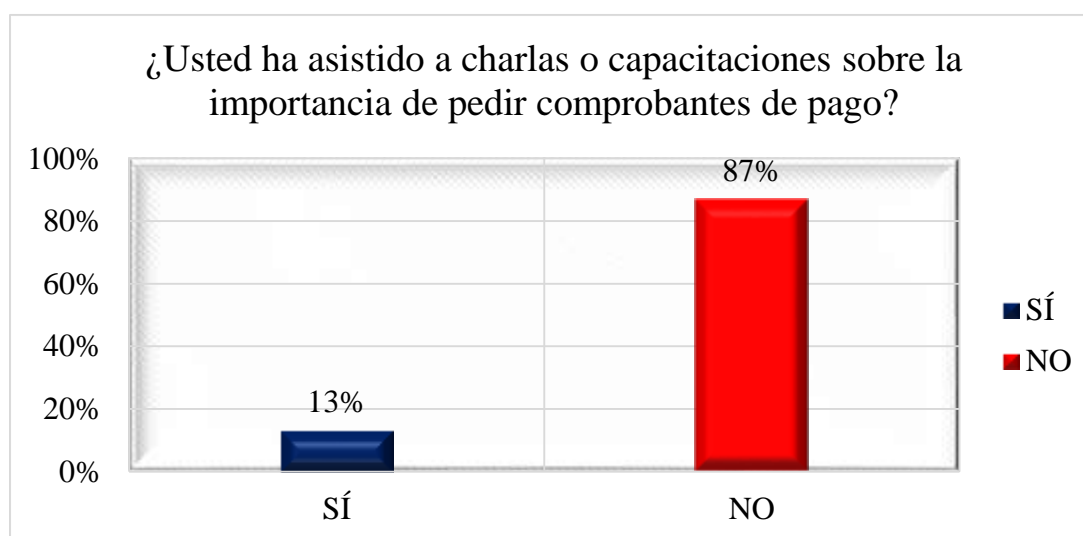
*Charlas o capacitaciones de la relevancia de pedir comprobantes de pago*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	50	13%
NO	331	87%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 5**

*Charlas o capacitaciones de la relevancia de pedir comprobantes de pago*



*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 5, se observa que el 87% de los consumidores finales no asisten a charlas o capacitaciones en lo que concierne a la importancia de pedir comprobantes de pago, mientras que solo el 13% si asiste a charlas y capacitaciones. Esto es debido al desinterés de informarse sobre la importancia de pedir comprobantes de pago, por la inexistencia de charlas y capacitaciones disponibles y porque no hay resultados de búsqueda específicos de capacitaciones sobre importancia de solicitar comprobantes de pago.

**Tabla 7***Información respecto al gasto de impuestos recaudados*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	121	32%
NO	260	68%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 6***Información respecto al gasto de impuestos recaudados**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 6, se observa que el 68% de los consumidores finales no se han informado sobre cómo se gasta el impuesto recaudado, mientras que el 32% si se informa. Gran parte de las personas no se informan sobre cómo el Estado utiliza los impuestos recaudados, debido a la falta de transparencia, la mayoría no presencian las rendiciones de cuenta, a su vez no perciben beneficios esperados, motivo por el cual se pierde la confianza pública.

**Tabla 8**

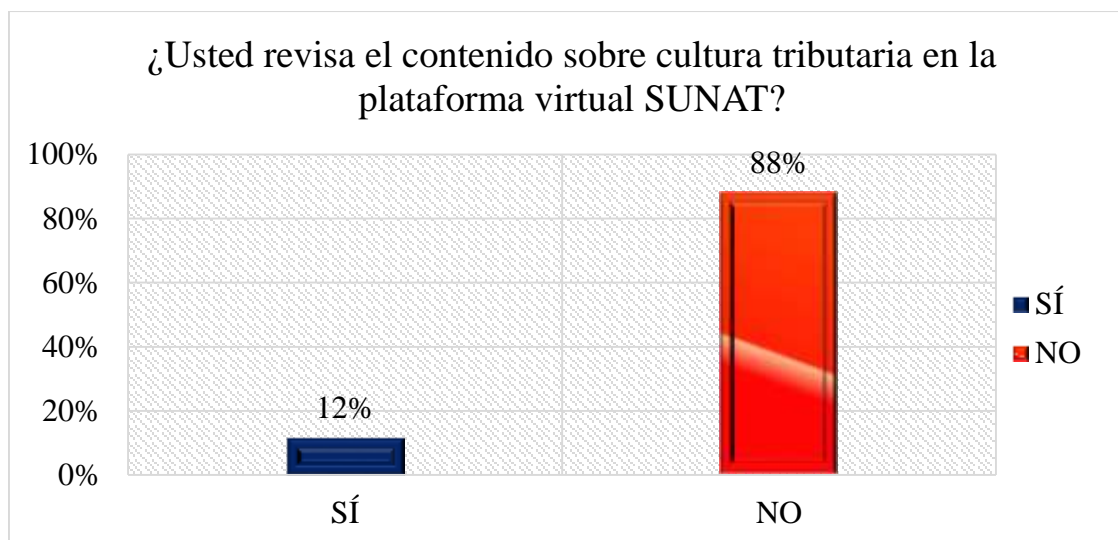
*Revisión del contenido sobre cultura tributaria en la plataforma virtual SUNAT*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>SÍ</b>	45	12%
<b>NO</b>	336	88%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 7**

*Revisión del contenido sobre cultura tributaria en la plataforma virtual SUNAT.*



*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 7, se observa que el 88% de los consumidores finales manifiestan que no revisan el contenido sobre cultura tributaria en la plataforma virtual SUNAT, mientras que solo el 12% si revisa. La mayoría de las personas no revisan la plataforma virtual SUNAT por los siguientes motivos: por falta de información, falta de interés, falta de acceso, etc. Asimismo, los consumidores finales no tienen la necesidad de informarse sobre cultura tributaria, ya que la plataforma virtual SUNAT se enfoca en la concientización del cumplimiento de las responsabilidades del pago puntual de impuestos de los contribuyentes formales.

**Tabla 9**

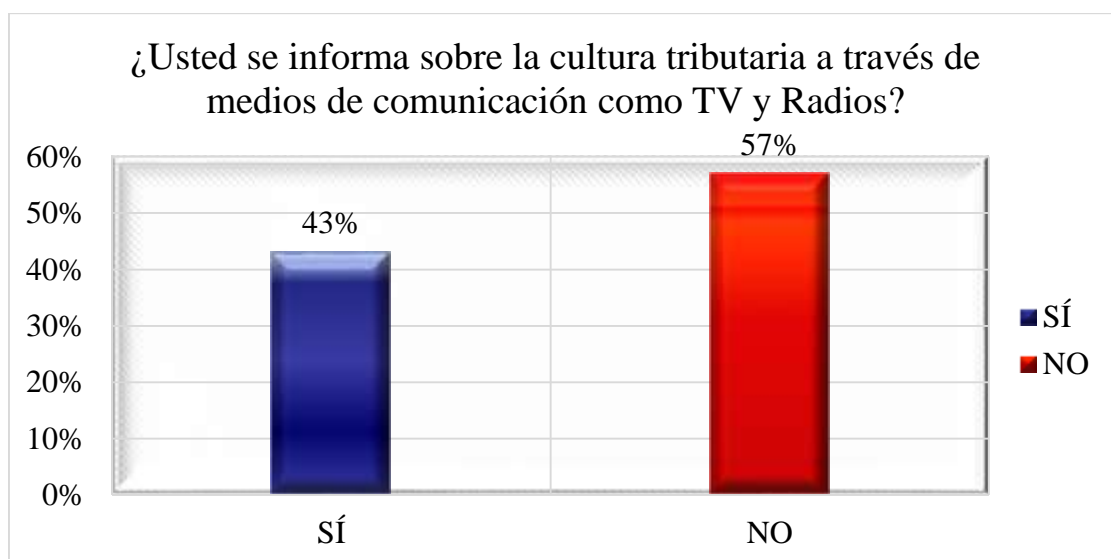
*Información sobre la cultura tributaria mediante los medios de comunicación*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>SÍ</b>	164	43%
<b>NO</b>	217	57%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 8**

*Información sobre la cultura tributaria mediante los medios de comunicación*



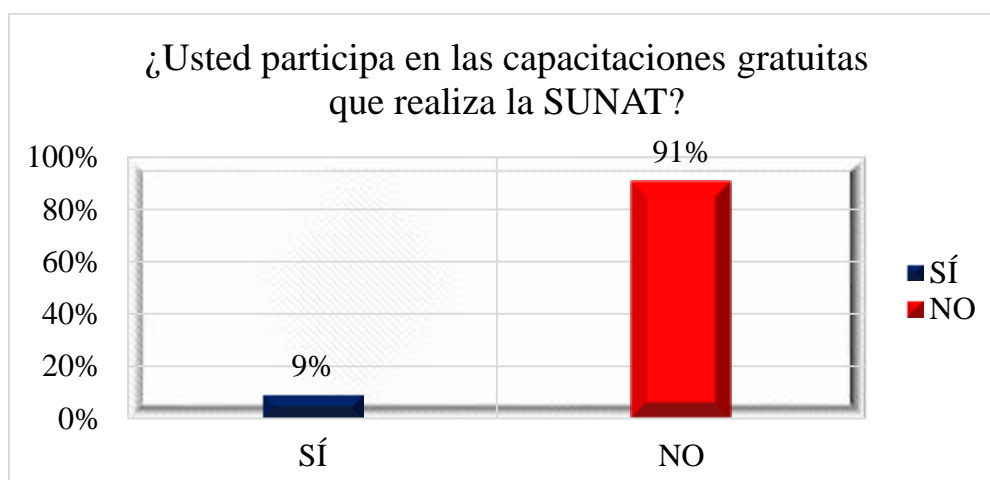
*Nota.* Elaboración propia.

La figura 8 se observa que el 57% de los consumidores finales del distrito de Abancay manifiestan que no se informan mediante los medios de comunicación como televisión y radio, mientras que el 43% si se informa por ese medio. Algunas personas se informan sobre cultura tributaria por los medios de comunicación como televisión y radios, porque son accesibles en la mayoría de los hogares, sin necesidad de internet, especialmente la radio es un medio accesible que se puede sincronizar desde el celular en cualquier lugar, sea en casa, campo, auto, etc.

**Tabla 10***Capacitaciones gratuitas por la SUNAT*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>SÍ</b>	35	9%
<b>NO</b>	346	91%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 9***Capacitaciones gratuitas por la SUNAT*

*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 9, se observa que el 91% de los consumidores finales, manifiestan que no participan en las capacitaciones gratuitas que realiza SUNAT, mientras que solo el 9% si participa. Pocas personas muestran interés en las capacitaciones gratuitas por la SUNAT, a diferencia de eso, muchas personas no participan en capacitaciones que realiza la SUNAT, porque no están al tanto de las oportunidades existentes, a su vez no están enterados que existe talleres, seminarios, capacitaciones etc. Esto ocurre por la falta de divulgación de las capacitaciones gratuitas, limitaciones en el acceso a internet, falta de conocimiento sobre dónde encontrar información de capacitaciones gratuitas.

## Cultura Tributaria del consumidor final: Conocimiento Tributario

**Tabla 11**

*Conocimiento de los comprobantes de pago*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	309	81%
NO	72	19%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 10**

*Conocimiento de los comprobantes de pago*

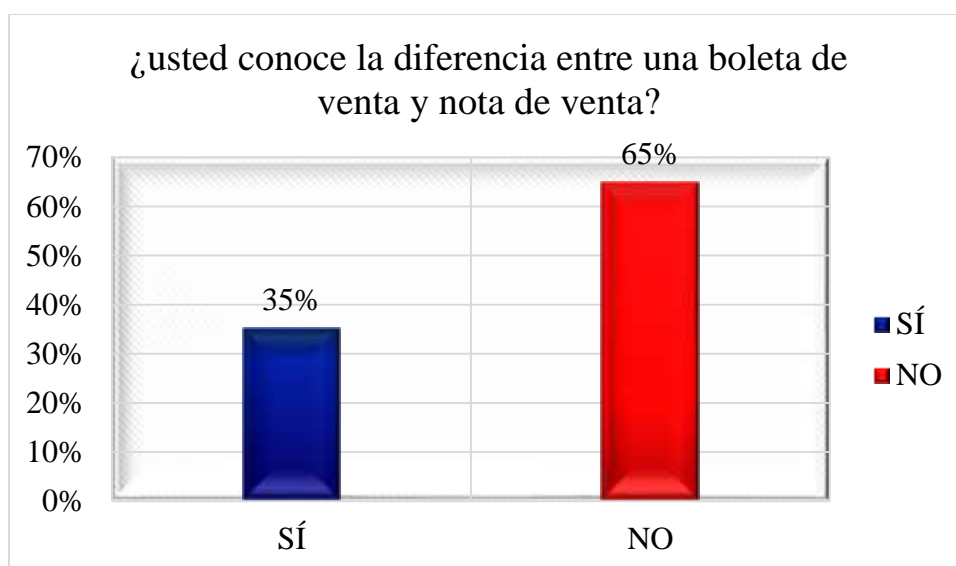


*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 10, se observa que el 81% de los consumidores finales manifiestan que la nota de venta y la proforma es un comprobante de pago, mientras que solo el 19% dice que no. La mayor parte de los consumidores finales creen estos documentos fraudulentos que se usa para evadir impuestos son comprobante de pago, esta situación se debe a que los comerciantes o vendedores prefieren emitir notas de venta, proforma, recibo, etc. sabiendo que no son válidos para efectos tributarios, el cual genera que los consumidores finales se acostumbren a recibir tales documentos y llegar a creer que eso es lo correcto, por falta de educación, conocimiento e información.

**Tabla 12***distinción entre boleta de venta y nota de venta*

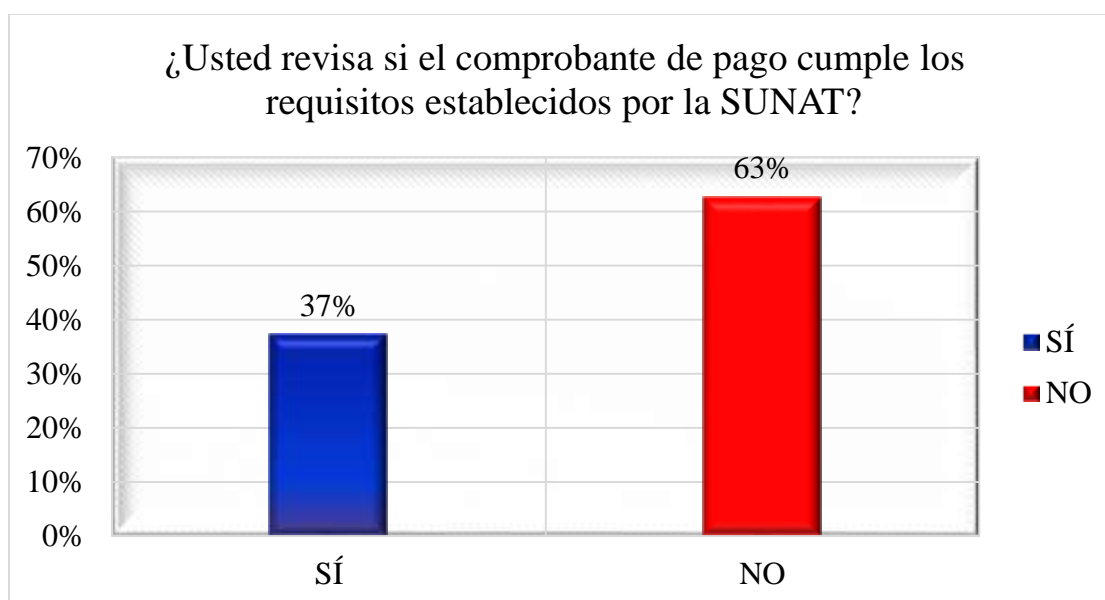
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	134	35%
NO	247	65%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 11***distinción entre boleta de venta y nota de venta**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 11, se observa que el 65% de los consumidores finales dicen que no conocen la diferencia de un comprobante de pago (boleta de venta) de un documento que no tiene validez tributaria (nota de venta), mientras que el 35% si conoce. Algunas personas dicen que conocen la diferencia entre estos documentos, sim embargo según la figura 10 el 81% creen que la nota de venta es un documento legal, el cual no es válido para efectos tributarios. Por otro lado, otras personas no conocen la diferencia porque no tienen conocimiento básico referente a los reglamentos de la SUNAT.

**Tabla 13***Comprobantes de pago establecidos por la SUNAT*

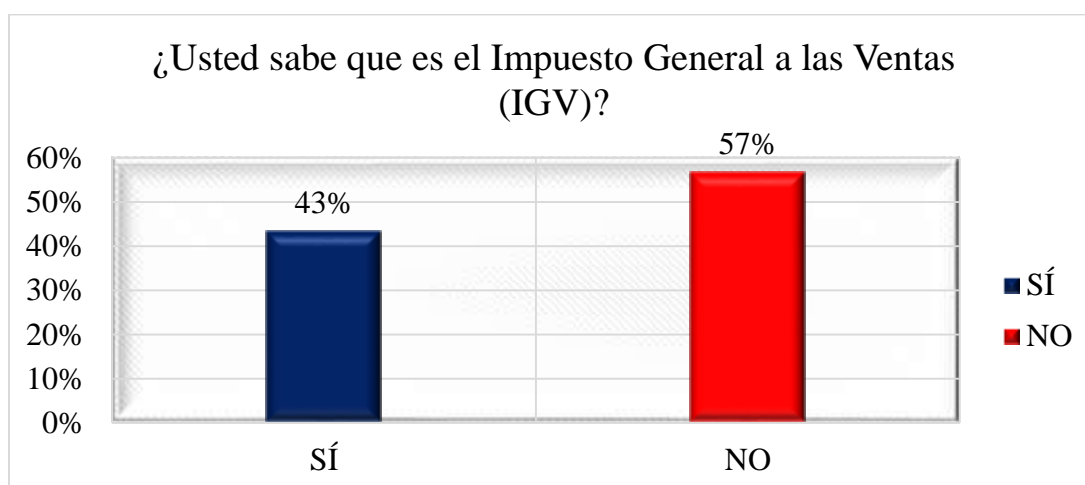
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	142	37%
NO	239	63%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 12***Comprobantes de pago establecidos por la SUNAT**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 12, se observa que el 63% de los consumidores finales no revisan si el comprobante de pago cumple con los requisitos reglamentados por SUNAT, mientras que el 37% si revisa. Algunos consumidores finales revisan su boleta de venta solo para asegurar que el precio total coincida con lo acordado con el comerciante o vendedor, a su vez otros consumidores finales no lo ven importante revisar si el comprobante de pago cumple con lo establecido por SUNAT, debido a que desconocen la normativa tributaria.

**Tabla 14***Conocimiento del Impuesto General a las Ventas (IGV)*

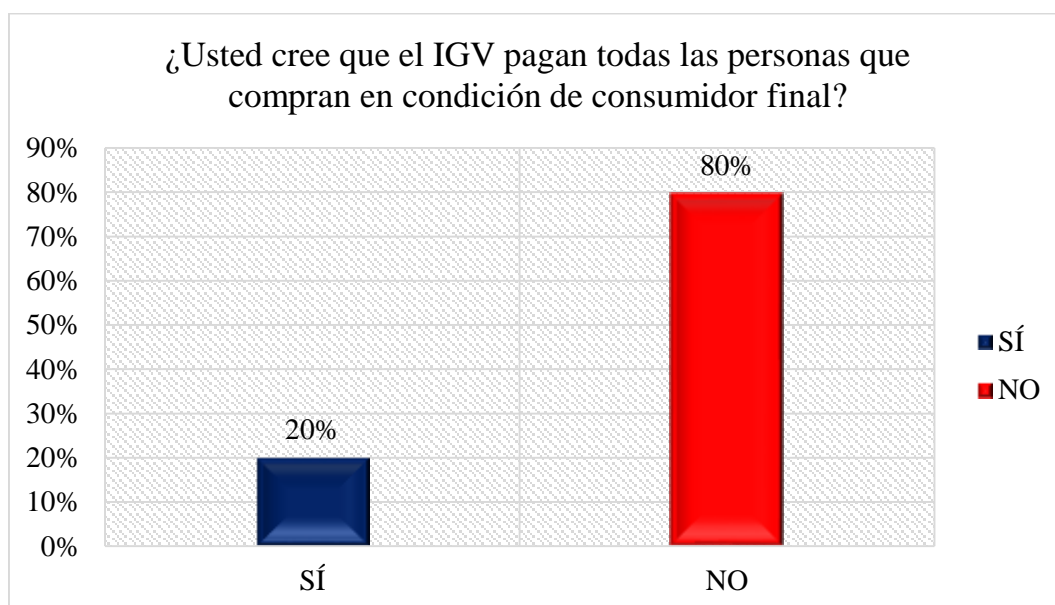
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	165	43%
NO	216	57%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 13***Conocimiento del Impuesto General a las Ventas (IGV)**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 13, se observa que el 57% de los consumidores finales manifiestan que no saben que es el Impuesto General a las Ventas, en cambio el 43% si sabe. Muchas personas no tienen conocimiento profundo respecto al IGV, esto es porque no tienen formación académica en tributación, ya que desconocen que el IGV está incluido en el precio de venta de los productos y servicios que compran, a su vez no son profesionales del campo tributario como contadores, auditores, abogados tributaristas etc. sin embargo, algunas personas conocen el IGV por experiencia laboral y necesidad práctica como empresarios, comerciantes, trabajadores de áreas relacionadas a tributación, Estudiantes de contabilidad etc.

**Tabla 15***Conocimiento de quien paga el IGV*

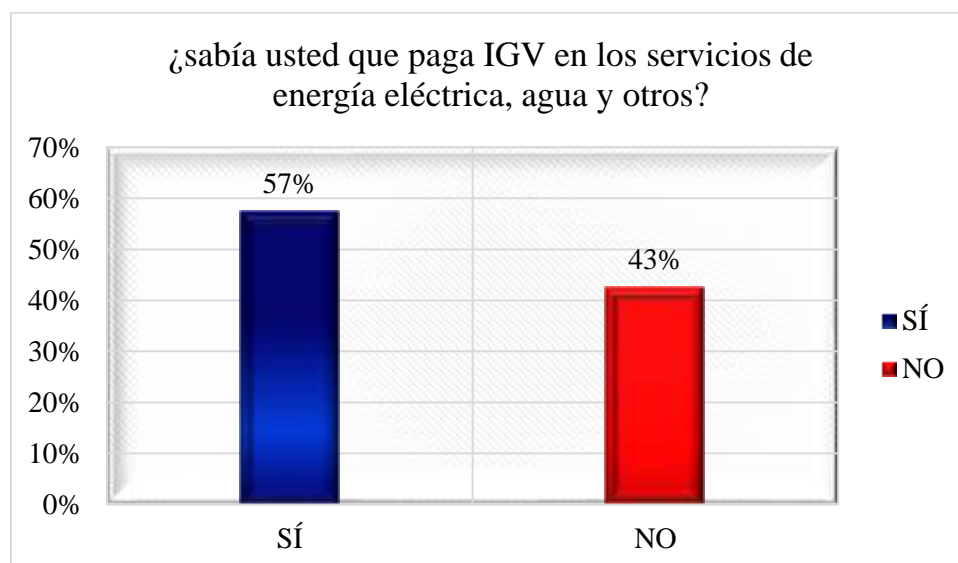
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	77	20%
NO	304	80%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 14***Conocimiento de quien paga el IGV**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 14, se observa que el 80% de los consumidores finales no creen que pagan el IGV al realizar compras en condición de consumidor final, mientras que el 20% si cree. Gran parte de las personas tienen una percepción equivocada de quien paga el IGV, ya que creen que únicamente pagan los vendedores o comerciantes y no los consumidores finales, esto es porque no saben que una parte del precio final es el IGV y por lo general no están familiarizados con la tributación por falta de conocimiento tributario.

**Tabla 16***Pago del IGV en los servicios básicos*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	219	57%
NO	162	43%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 15***Pago del IGV en los servicios básicos**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 15, se observa que el 57% de los consumidores finales manifiestan que, si saben que pagan IGV en los servicios básicos, sin embargo, el 43% no sabe. Muchas personas son conscientes de que, si pagan IGV en su recibo de energía eléctrica, agua y otros, ya que tienen la posibilidad de ver desglosado en su recibo; en cambio otras personas no revisan y no prestan atención a los detalles específicos de costos desglosados como el IGV en su recibo, esto se debe a que no se interesan en revisar los detalles de su recibo, a su vez, no están familiarizados con el termino IGV.

**Tabla 17***Conocimiento sobre el gasto del impuesto recaudado*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	13	3%
NO	368	97%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 16***Conocimiento sobre el gasto del impuesto recaudado**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 16, se observa que el 97% de los consumidores finales no creen que el Estado gasta correctamente el impuesto recaudado, mientras que el 3% si lo cree. La mayoría de las personas del distrito de Abancay creen que el Estado no usa de manera apropiada de los recursos económicos como el impuesto recaudado, ya que no observan que se utilizan los recursos económicos de manera transparente, eficiente y ética, a su vez no participan en la supervisión del gasto público, como también solo observan que la corrupción en el manejo de fondos públicos ha crecido.

**Tabla 18**

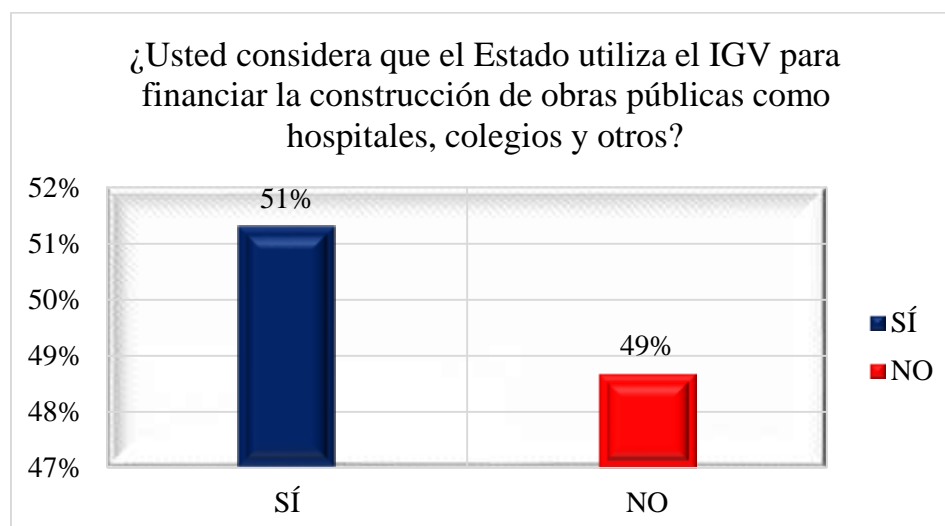
*Financiamiento del IGV para la construcción de obras públicas*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	195	51%
NO	185	49%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 17**

*Financiamiento del IGV para la construcción de obras públicas*



*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 17, se observa en cuanto al financiamiento de las obras públicas, donde el 51% de los consumidores finales dicen que si consideran que el Estado utiliza el IGV para financiar las obras publicas como hospitales, colegios y otros, mientras que el 49% manifiesta que no. Es significativa la cantidad de las personas que dicen que el IGV no se utiliza en obras públicas como hospitales y colegios, esto es debido a que en la actualidad ya no se presencian la construcción y mantenimiento de instituciones Educativas menos de hospitales en cambio la corrupción es un tema constante en la percepción de los ciudadanos.

## Cultura Tributaria del consumidor final: Conciencia Tributaria

**Tabla 19**

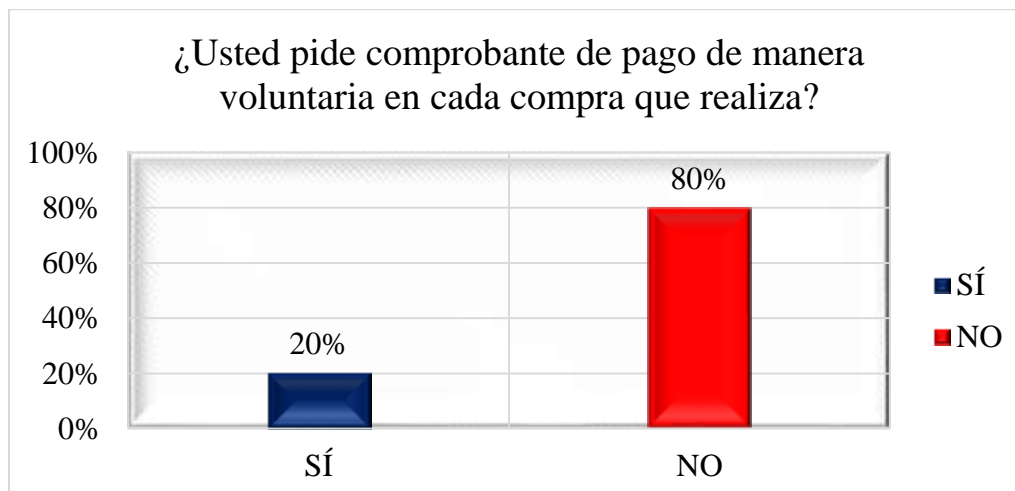
*Obtención del comprobante de pago de manera voluntaria*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	77	20%
NO	304	80%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 18**

*Obtención del comprobante de pago de manera voluntaria*

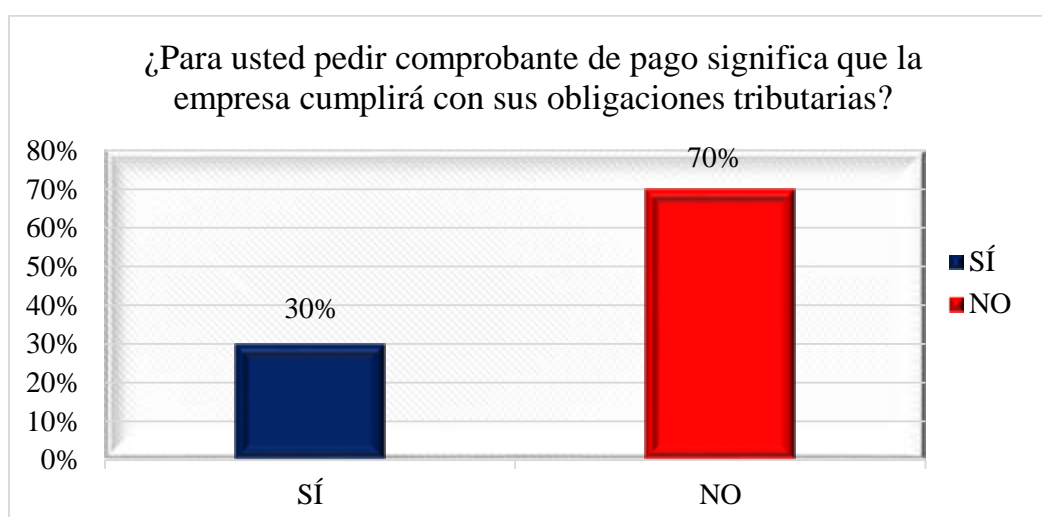


*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 18, se observa que el 80% no pide comprobantes de pago de manera voluntaria, mientras que solo el 20% si pide de manera voluntaria. Muchos consumidores finales del distrito de Abancay no exigen boleta de venta de manera voluntaria, debido a varios factores: no saben la importancia pedir boleta de venta, no lo ven necesario, no saben para que sirve, obtienen rebajas o descuentos de precios, toma tiempo esperar su emisión etc. En cambio, algunos consumidores finales piden boleta de venta solo para justificar sus gastos y realizar rendición de cuentas el cual lo realizan con documentos que no tiene rango de comprobantes de pago como nota de venta.

**Tabla 20***Significado de solicitar comprobantes de pago*

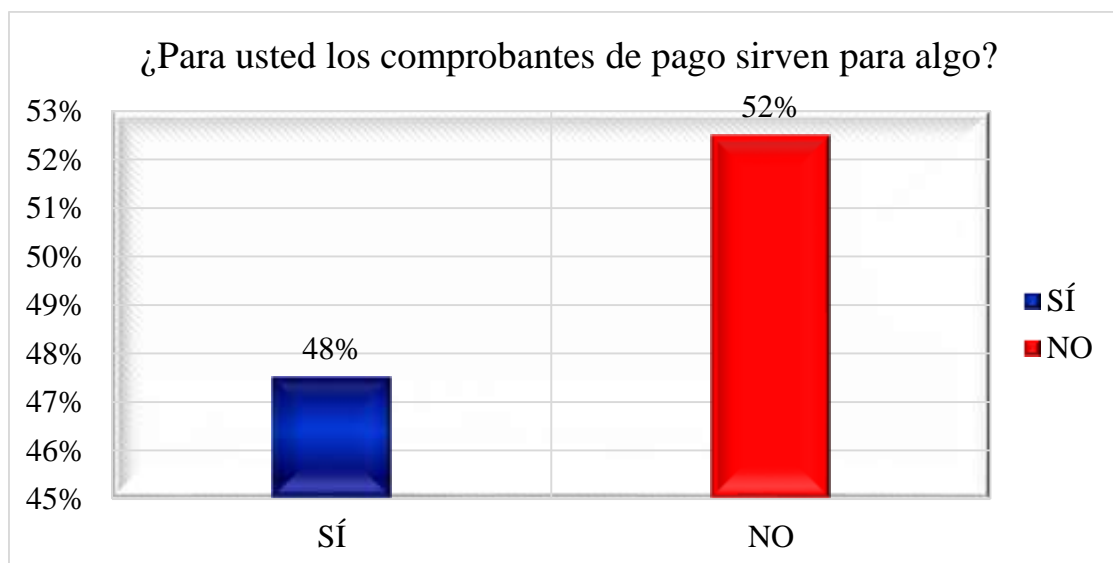
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	114	30%
NO	267	70%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 19***Significado de solicitar comprobantes de pago**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 19, se observa que el 70% de los consumidores finales manifiestan que pedir comprobante de pago no significa que la empresa cumpla con sus obligaciones tributarias, mientras que el 30% si pide comprobantes de pago, pero para otros fines como rendición de cuenta. Los consumidores finales desconocen no acostumbran a pedir boleta de venta, esto es por la escasa educación y conciencia tributaria, razón por la cual las personas no valoran los comprobantes de pago y desconocen de que el IGV es para financiar las obras públicas, a su vez consideran que pedir comprobantes de pago es un proceso engorroso y toma tiempo esperar su emisión.

**Tabla 21***Importancia del comprobante de pago*

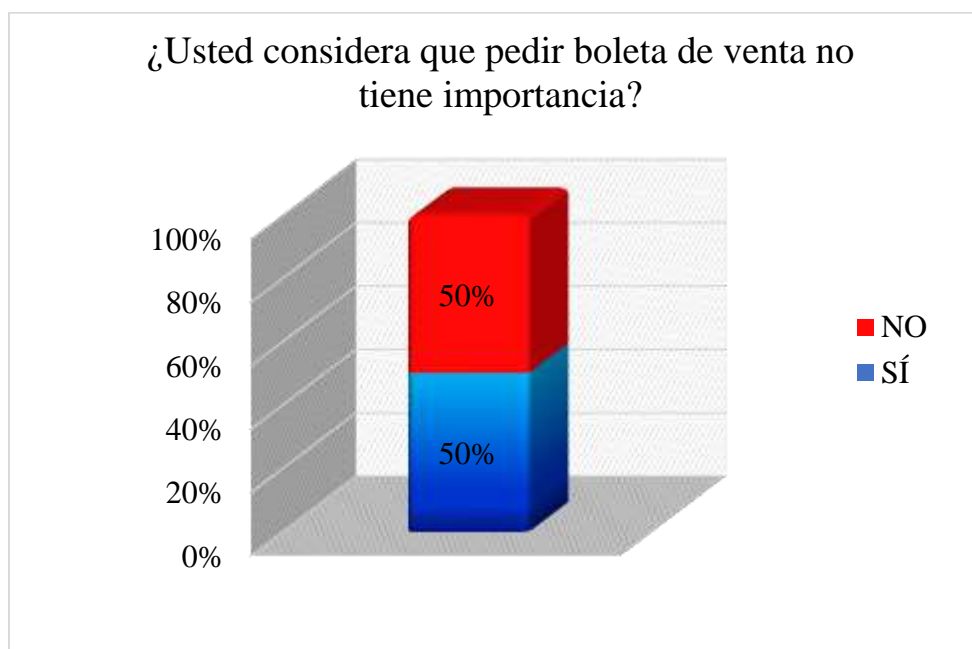
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	181	48%
NO	200	52%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 20***Importancia del comprobante de pago**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 20, se observa que el 52% de los consumidores finales manifiestan que los comprobantes de pago no les sirven para algo, mientras que al 48% sí le sirve. Gran parte de los consumidores finales dicen que el comprobante de pago no sirve, esto se debe a que desconocen las razones por las cuales el comprobante de pago es esencial como para evidenciar la compra de bienes o servicios, asimismo, es fundamental para el cumplimiento de pago de impuestos, además consideran que pedir una boleta de venta requiere de tiempo y que no es necesario para algún propósito posterior.

**Tabla 22***Conocimiento de la importancia de pedir boleta de venta*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	191	50%
NO	190	50%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 21***Conocimiento de la importancia de pedir boleta de venta**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 21, se observa que el 50% de los consumidores finales manifiestan que no es importante pedir boleta de venta, mientras que el 50% considera que, si es importante, muchos consumidores finales no lo ven importante pedir boletas de venta por la falta de información de su importancia, falta de comprensión de la normativa tributaria y la falta de conciencia tributaria, a su vez también consideran que la boleta de venta no es requerida para propósitos posteriores.

**Tabla 23**

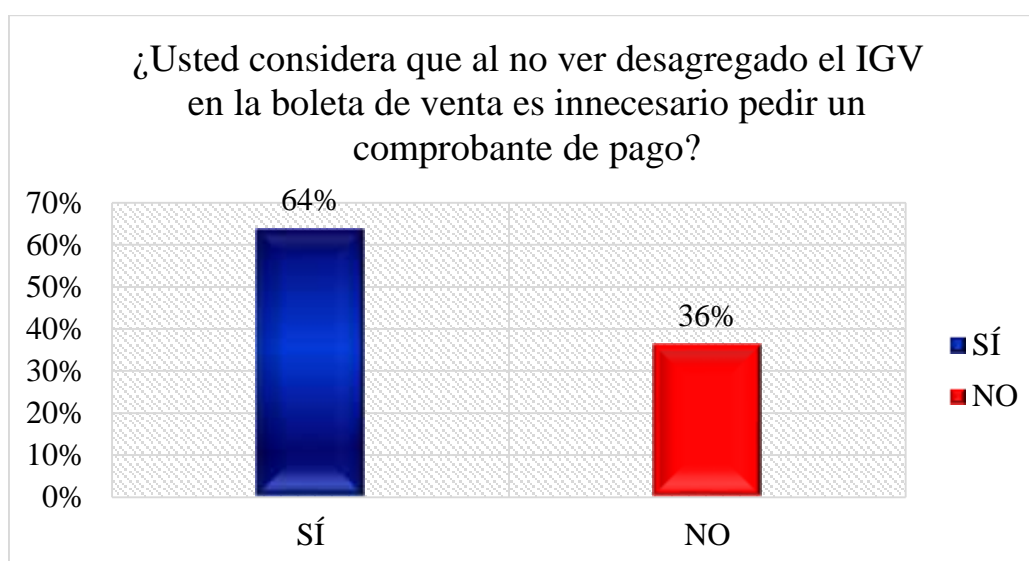
*Importancia de la explicación detallada del IGV en la boleta de venta física*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	243	64%
NO	138	36%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 22**

*Importancia de la explicación detallada del IGV en la boleta de venta física*

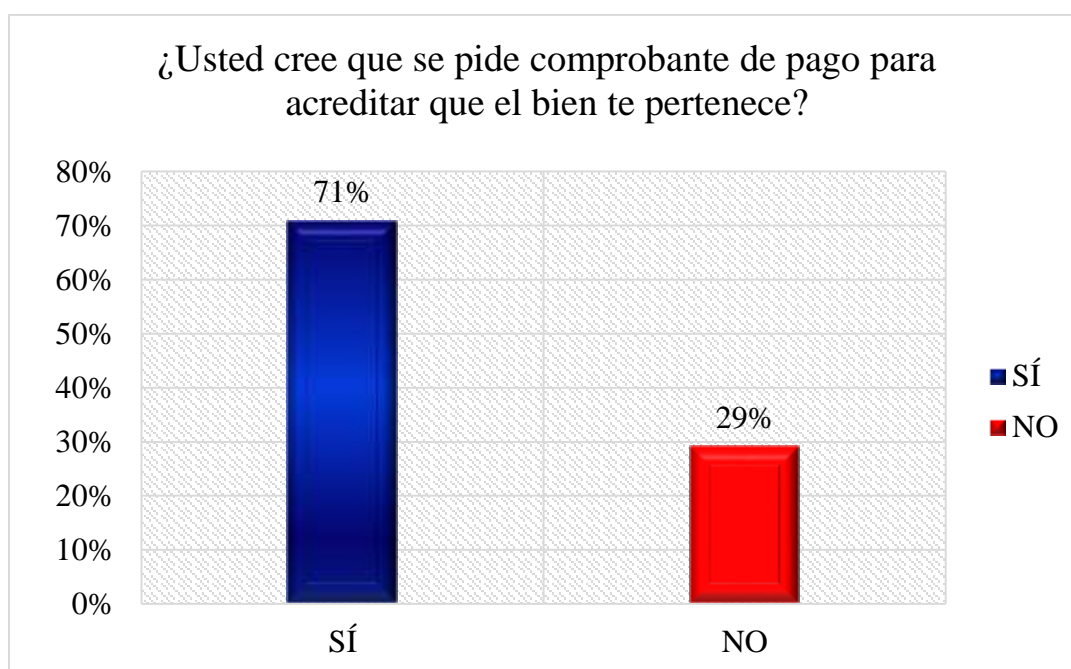


*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 22, se observa que el 64 % considera que es innecesario pedir comprobante de pago al no ver desagregado el IGV, mientras que el 36% si considera que sigue siendo necesario por más que no esté desglosado el IGV. Gran parte de los consumidores finales consideran innecesario exigir una boleta de venta física ya que no se muestra de forma desglosada el IGV. Además, el uso contante de documentos fraudulentos que no muestran transparencia y especificación del IGV como la nota de venta y la proforma que no tienen validez tributaria, genera confusión y desentendimiento a las personas.

**Tabla 24***Comprobante del pago acredita la compra del bien*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	270	71%
NO	111	29%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 23***Comprobante del pago acredita la compra del bien**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 23, se puede observar que el 71% de los consumidores finales piden comprobante de pago para acreditar que el bien le pertenece, mientras que el 29 % no. La Mayoría de los consumidores finales creen que los comprobantes de pago solo sirven para acreditar la compra de un bien y justificar los gastos, ya que no conocen el significado y relevancia de solicitar la boleta de venta.

**Tabla 25**

*Importancia del comprobante de pago en el cumplimiento de las obligaciones tributarias*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	119	31%
NO	262	69%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 24**

*Importancia del comprobante de pago en el cumplimiento de las obligaciones tributarias*



*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 24, se observa que el 31% de los encuestados consideran que no pedir comprobante de pago significa que la empresa no pagará el impuesto que le corresponde, mientras que el 69% no considera. Gran parte de los consumidores finales no saben que pedir boleta de venta genera obligación tributaria a los contribuyentes, eso se debe a que no conocen como funciona el proceso de recaudación de impuesto, razón por la cual creen que el IGV pagan únicamente los vendedores y no los consumidores finales.

**Tabla 26***Importancia de pedir boleta de venta para la recaudación de impuesto*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	139	36%
NO	242	64%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 25***Importancia de pedir boleta de venta para la recaudación de impuesto**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 25, se observa que el 64% de los consumidores finales manifiestan que no consideran que habrá baja recaudación de impuesto al no pedir boleta de venta y solo el 36% si considera. Para muchos consumidores finales no pedir boleta de venta no significa que habrá baja recaudación de impuesto, porque desconocen que pedir boleta de venta asegura que esa transacción sea registrada y que los impuestos correspondientes sean pagados, razón por la cual no lo ven necesario pedir boleta de venta.

## Recaudación de Impuesto: Impuesto General a las Ventas

**Tabla 27**

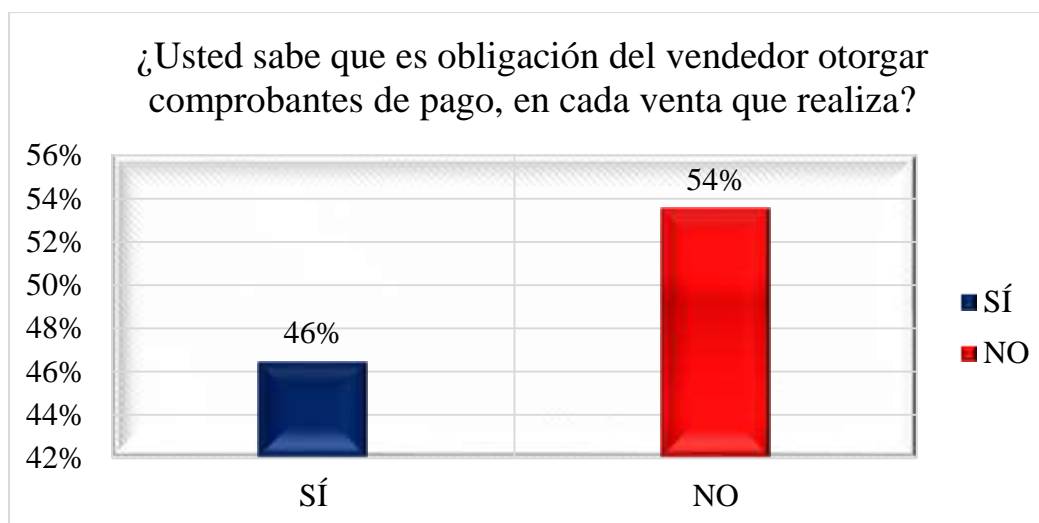
*Obligación del vendedor de otorgar comprobantes de pago*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	177	46%
NO	204	54%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 26**

*Obligación del vendedor de otorgar comprobantes de pago*

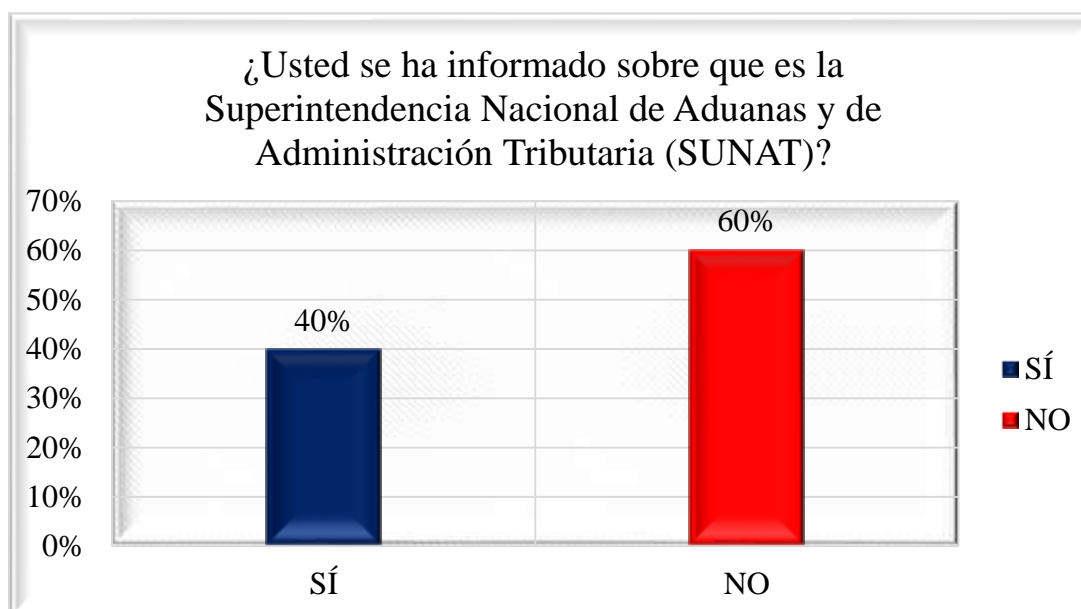


*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 26, se observa que el 54% de los consumidores finales no saben que es obligación del vendedor otorgar boletas de venta por cada venta que se realiza, mientras que el 46% si sabe. El porcentaje de los consumidores finales que no conocen la obligación del vendedor de entregar boletas de venta es alto, porque desconocen de la existencia del decreto ley N.º 25632 que establece la obligación de emitir comprobantes de pago, razón por la cual esperan que el vendedor le dé por voluntad propia y aceptan documentos sin validez tributaria como notas de venta, proforma, notas de pedido, etc. creyendo que son comprobantes de pago.

**Tabla 28***Información sobre la SUNAT*

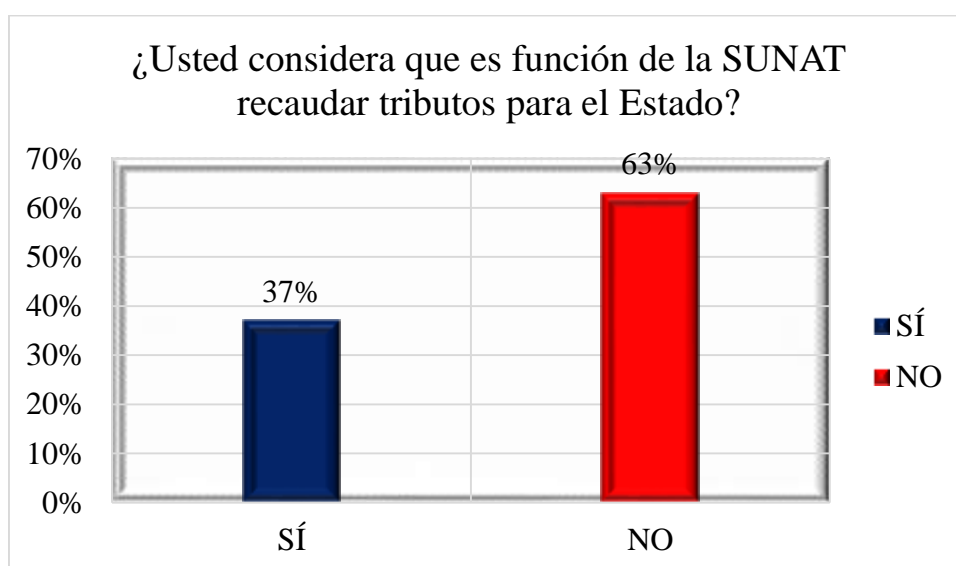
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	152	40%
NO	229	60%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 27***Información sobre la SUNAT**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 27, se observa que el 60% de los consumidores finales no se informan sobre que es la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), mientras que el 40% si se informa. Algunos consumidores finales no se informan sobre que es la SUNAT, debido a la falta de interés, acceso a la información, etc. razón por la cual desconocen las funciones que tiene la SUNAT como la recaudación de tributos, multas y sanciones por incumplimiento de las normativas tributarias.

**Tabla 29***Función de la SUNAT de recaudar tributos*

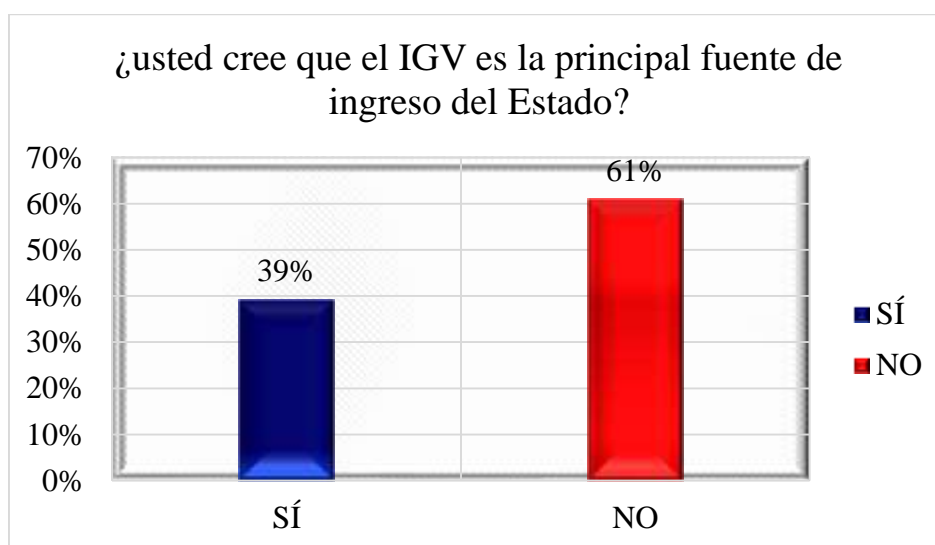
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	141	37%
NO	240	63%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 28***Función de la SUNAT de recaudar tributos**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 28, se observa que el 63% de los consumidores finales consideran que no es su función de la SUNAT recaudar tributos para el Estado, mientras que el 37 % si considera. El porcentaje de las personas que consideran que no es su función de la SUNAT recaudar tributos es alto, esto se debe porque la información sobre la SUNAT y sus funciones no se difunde a toda la población en general, a su vez algunas personas no tienen conciencia tributaria al no estar interesadas en el tema tributario, razón por las cuales obtienen percepciones negativas de la SUNAT.

**Tabla 30***IGV como principal fuente de ingreso del Estado*

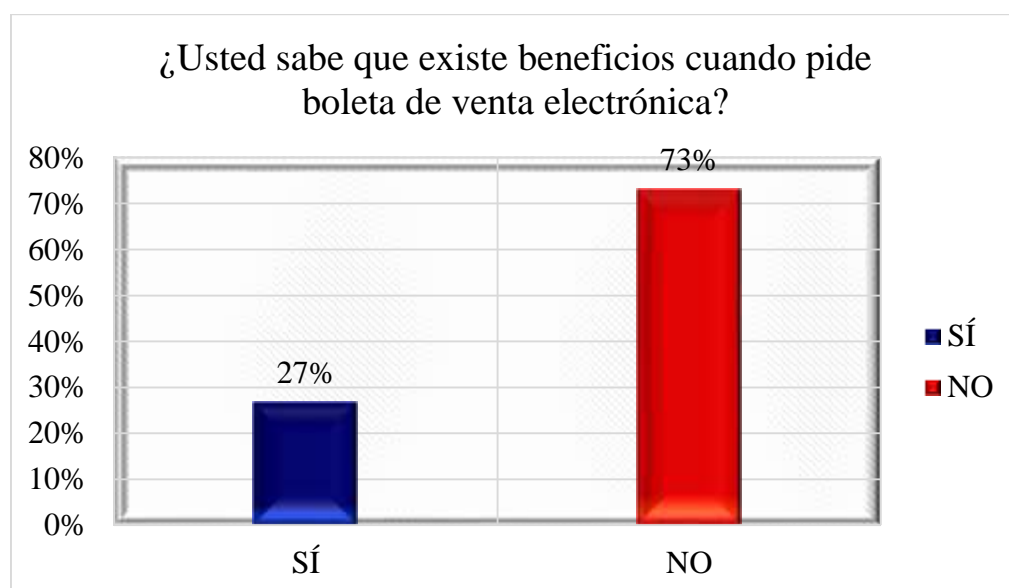
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	149	39%
NO	232	61%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 29***IGV como principal fuente de ingreso del Estado**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 29, se observa que el 61% de los consumidores finales creen que el IGV no es la principal fuente de financiamiento del Estado, mientras que el 39% si lo considera. Muchos consumidores finales manifiestan que el IGV no es una de las principales fuentes de ingreso del Estado, debido a que se informan mediante la radio sobre la explotación de los recursos naturales como minerales, petróleo, gas, etc. el cual consideran como una fuente importante de ingreso para el Estado; además, creen que no hay una gestión adecuada de los ingresos por la explotación de recursos naturales al igual que de los impuestos.

**Tabla 31***Beneficios al solicitar boleta de venta electrónica*

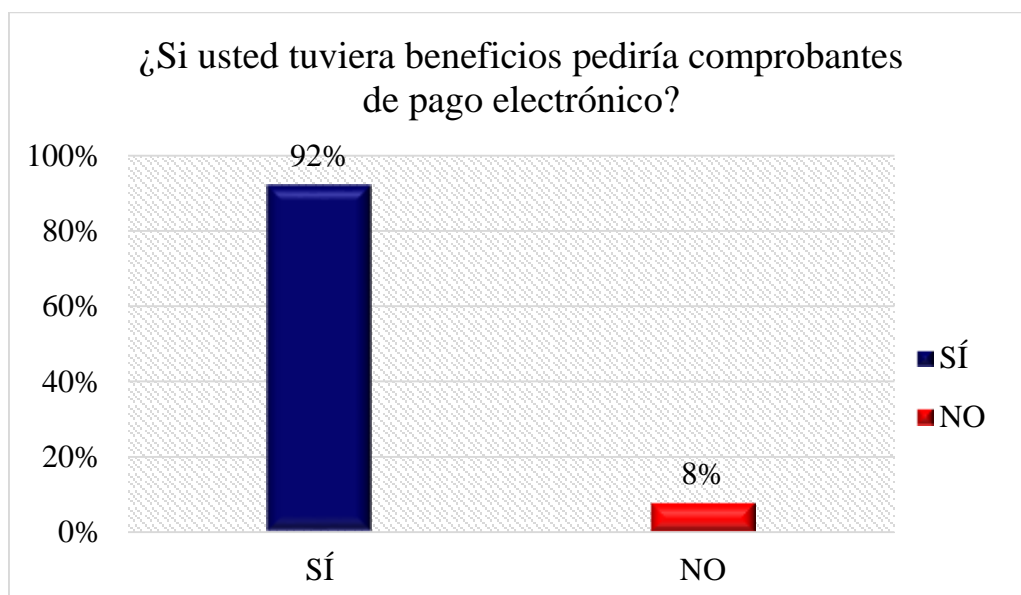
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SÍ	102	27%
NO	278	73%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 30***Beneficios al solicitar boleta de venta electrónica.**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 30, se observa que el 73% de los consumidores finales no saben que hay beneficios al pedir boleta de venta electrónica, mientras que solo el 27% si conoce los beneficios. Un gran porcentaje de los consumidores finales desconocen los beneficios de pedir boleta de venta electrónica, principalmente porque desconocen la legislación tributaria que establece estos beneficios como la devolución de impuesto a los trabajadores en planilla por pedir boletas de venta electrónica en bares, restaurantes y hoteles, el cual sucede porque muchos son trabajadores informales que no declaran impuesto de cuarta o quinta categoría.

**Tabla 32***Obtención de comprobante de pago electrónico*

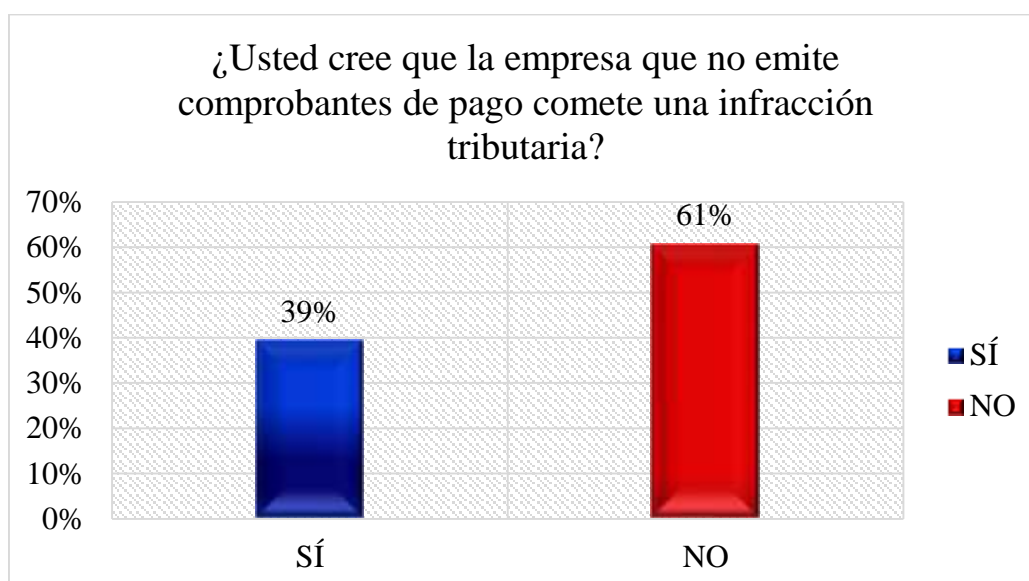
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	351	92%
NO	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 31***Obtención de comprobante de pago electrónico**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 31, se observa que el 92% de los consumidores finales manifiestan que si pedirían comprobantes de pago si es que tuvieran beneficios y solo el 8% dice que no. Gran parte de los encuestados manifiestan que sí pedirían comprobantes de pago si habría beneficios directos, como la devolución de una pequeña parte de IGV a consumidores finales mediante un bono, porque muchos ciudadanos no se sienten retribuidos a cambio de los impuestos pagados ya que no perciben los beneficios directos por parte del Estado.

**Tabla 33***Infracción tributaria al no emitir comprobantes de pago*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	150	39%
NO	231	61%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.**Figura 32***Infracción tributaria al no emitir comprobantes de pago**Nota.* Elaboración propia.

En la figura 32, se observa que el 61% de los encuestados no creen que la empresa que no emite comprobantes de pago comete una infracción tributaria, mientras que el 39% si cree. Muchos consumidores finales desconocen que la empresa que no otorga comprobantes de pago comete una infracción tributaria, debido a que no tienen educación y conocimiento tributario ya que las normas tributarias como el código tributario son muy complejos y difíciles de entender hasta para los ciudadanos con acceso a información.

**Tabla 34**

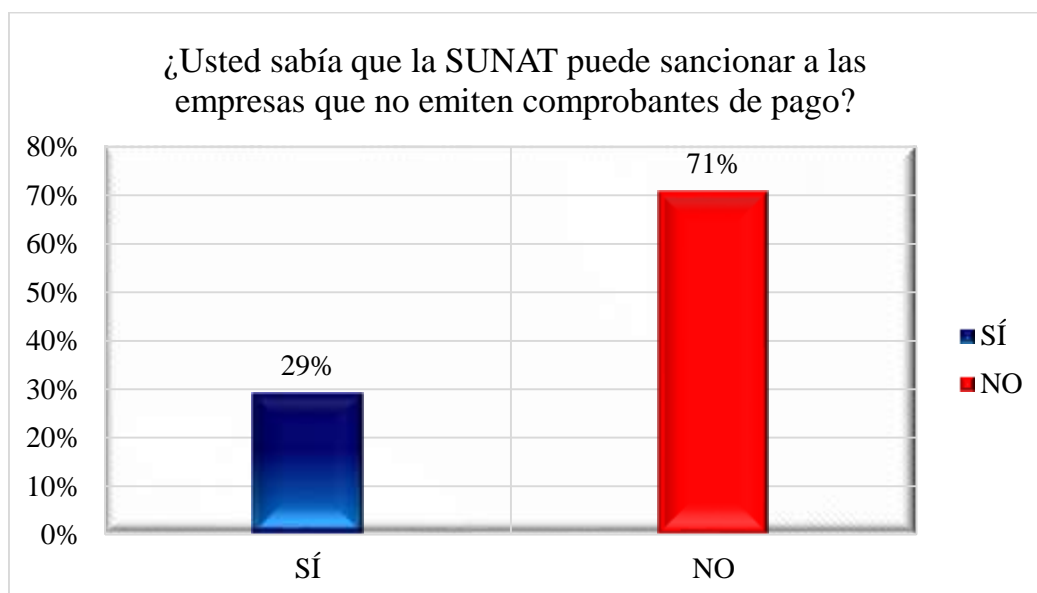
*Sanción a las empresas que no emiten comprobantes de pago*

<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SÍ	111	29%
NO	270	71%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia.

**Figura 33**

*Sanción a las empresas que no emiten comprobantes de pago*



*Nota.* Elaboración propia.

En la figura 33, se observa que el 71% de los consumidores finales no saben que la SUNAT puede sancionar a las empresas que no otorgan comprobantes de pago, mientras que solo el 29% si sabe. La mayoría de las personas desconocen que las empresas que se niegan a entregar boletas de venta y emiten documentos sin valides tributaria, pueden ser sancionados por la SUNAT como la suspensión de actividades, multa, cierre temporal de local etc.

## 5.2 Discusión de resultados

Se realizó esta investigación con el objetivo de conocer de qué manera la cultura tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuesto en el distrito de Abancay 2024, según SUNAT (2020f) la cultura tributaria del consumidor final es el conjunto de valores, creencias, conocimiento de normas y actitudes que una sociedad comparte sobre la tributación. En esta investigación se logró conocer que la cultura tributaria del consumidor final en la obtención de comprobantes de pago si afecta la recaudación de Impuestos en el distrito de Abancay, debido a que los consumidores finales no tienen Educación, conocimiento y conciencia tributaria, el cual ocasiona falta de comprensión e interés sobre la importancia de pedir boletas de venta, que genera alto nivel de evasión tributaria, asimismo, tienen percepción negativa en la gestión de recursos financieros de los funcionarios públicos. Esto pone en una situación desfavorable al Estado ya que financia las obras publicas con el impuesto recaudado. Sin embargo, Basque (2022) en su estudio titulado “La Cultura Tributaria en la Recaudación del Impuesto al Valor Agregado en la Ciudad de 24 de mayo” concluye que la cultura tributaria que posee cada persona es muy significativa y gracias a ellos los contribuyentes cumplen con sus obligaciones tributarias de manera correcta y oportuna. Este resultado contradice a lo que se obtuvo ya que otros países como Ecuador priorizan la educación tributaria tanto del contribuyente como del consumidor final para una cultura tributaria positiva, en cambio en Perú no es notorio la educación tributaria, a su vez hay desinterés del tema por parte de los ciudadanos en general.

Se realizó esta investigación con el primer objetivo específico de conocer de qué manera la educación tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuesto en el distrito de Abancay 2024. Según Cárdenas (2020) la educación tributaria es un proceso de enseñar sobre tributos mediante la educación formal o no

formal por parte del Estado. En esta investigación se encontró que la educación tributaria del consumidor final en la obtención de boletas de venta si afecta la recaudación de impuestos, debido a que gran parte de los consumidores finales no cuentan con educación tributaria, información que se puede validar en la figura 3 hasta la figura 10, en el cual se demuestra que el 91% no recibió cursos respecto a la tributación por lo que algunos aprendieron por experiencia y necesidad práctica, asimismo el 68% no sabe cómo se gasta el impuesto recaudado, razón por la cual desconocen la importancia de pedir comprobantes de pago. De forma similar Manrique (2015) Concluye que la cultura tributaria del consumidor final se desarrolla a lo largo de su existencia a través de la costumbre, que impacta de forma positiva en el cumplimiento de las normativas tributarias de los contribuyentes de Ventanilla. Este resultado se relaciona con lo que se obtuvo porque la educación tributaria y la experiencia personal del consumidor final son factores clave que favorece en el cumplimiento de las normas tributarias por parte del contribuyente, porque al solicitar boleta de venta contribuyen manera positiva en la recaudación de impuestos.

Se realizó esta investigación con el segundo objetivo específico de conocer de qué manera el conocimiento tributario de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuesto general a las ventas en el distrito de Abancay 2024. Según Cárdenas (2020) el conocimiento tributario de los consumidores finales impacta en el comportamiento del contribuyente a través del entendimiento de las leyes, la responsabilidad social y el papel que tiene la SUNAT. En esta investigación se conoció que el conocimiento tributario del consumidor final en la obtención de comprobantes de pago si afecta la recaudación de Impuestos en el distrito de Abancay, esto se debe a que desconocen que es un comprobante de pago establecido por la SUNAT, información que se puede validar en la figura 10 donde se demuestra que el 81% creen que la nota de venta y la proforma son comprobantes de pago, a su

vez muchos no saben que es el IGV y quien en realidad paga. Este resultado coincide con su investigación de Torres (2018) donde afirma que la cultura tributaria del consumidor final del distrito de San Felipe es baja, no valoran y no tienen conocimiento sobre los comprobantes de pago y los impuestos, porque no exigen comprobantes de pago y como consecuencia están contribuyendo al incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, este resultado coincide con el resultado de esta investigación, porque en el Perú muchos sectores no tienen conocimiento tributario.

Se realizó esta investigación con el tercer objetivo específico de conocer de qué manera la conciencia tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago afecta la recaudación de impuesto general a las ventas en el distrito de Abancay 2024. Según Cosulich (1993 citado por Olgún y Picon (2022) la conciencia tributaria es la iniciativa voluntaria del ciudadano de cumplir con el deber tributario y su responsabilidad tributaria para el progreso del país. En esta investigación se logró conocer que la conciencia tributaria del consumidor final en la obtención de comprobantes de pago si afecta la recaudación de Impuestos en el distrito de Abancay, debido a la indiferencia y deficiencia de conciencia tributaria, información que se puede validar en la figura 18 en el cual se observa que el 80% no piden comprobantes de pago de manera voluntaria al realizar una compra, a su vez muchos consideran que la boleta de venta no les sirve para propósitos posteriores y que solicitar es un proceso engorroso. Este resultado coincide con su investigación de Meza (2023) donde concluye que el 48% cuentan con el conocimiento medio acerca del comprobante de pago, muchas veces prefieren no entregar comprobantes de pago e indican que los clientes no piden comprobantes. Estos resultados son similares porque la conciencia tributaria de las ciudades cercanas como Cusco y el distrito de Abancay es parecido en el desinterés de pedir comprobantes de pago.

## VI. Conclusiones

En relación con el objetivo general planteado, se logró conocer que la cultura tributaria del consumidor final en la obtención de comprobantes de pago si afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024, ya que los resultados obtenidos han revelado que los consumidores finales demuestran falta de cultura tributaria al no estar informados e interesados en temas de tributación; razón por la cual no están enterados de la importancia de solicitar boletas de venta y reciben documentos sin validez tributaria. La cultura tributaria negativa genera consecuencias negativas al Estado, tales como baja recaudación de impuestos, baja disponibilidad de fondos financieros y aumento de evasión tributaria.

En relación con el primer objetivo específico planteado, se logró conocer que la educación tributaria de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago si afecta la recaudación de impuestos en el distrito de Abancay 2024, ya que según la encuesta realizada gran parte de los consumidores finales no cuenta con educación tributaria, razón por la cual desconocen todo lo que concierne a tributación como comprobantes de pago, recaudación del IGV, gastos públicos, etc. la inexistencia de la educación tributaria formal y escasos programas y charlas educativos ha generado desinterés e ignorancia respecto a la recaudación de impuestos.

En relación con el segundo objetivo específico planteado, se logró conocer que el conocimiento tributario de los consumidores finales en la obtención de comprobantes de pago si afecta la recaudación del impuesto General a las Ventas en el distrito de Abancay 2024, ya que un porcentaje muy alto de los consumidores finales no tienen conocimiento tributario, razón por la cual el 81% creen que la nota de venta y la proforma son comprobantes de pago y aceptan documentos sin validez tributaria. Asimismo, el 80% cree que el IGV paga únicamente en vendedor y el 97% creen que el Estado no gestiona de manera correcta el impuesto recaudado.

En relación con el tercer objetivo específico planteado, se logró conocer que la conciencia tributaria del consumidor final en la obtención de comprobantes de pago si afecta la recaudación del Impuesto General a las Ventas en el distrito de Abancay 2024, ya que gran parte de los ciudadanos no exigen la boleta de venta de manera voluntaria porque consideran que no se requiere para propósitos posteriores, a su vez, manifiestan que exigirán comprobantes de pago si es que tuvieran beneficios directos, en efecto no son conscientes de que pedir comprobantes de pago significa que el contribuyente cumpla sus obligaciones tributarias y contribuya en la recaudación de impuestos y el progreso del país.

## VII. Recomendaciones

La SUNAT debe reestructurar las capacitaciones, talleres, programas y charlas para que sean más efectivos en socializar y concientizar a los consumidores finales que tiene un rol crucial en la recaudación de impuesto. Para que puedan ser partícipes la SUNAT debe mejorar la comunicación y difusión sobre capacitaciones gratuitas utilizando medios de comunicación, como Facebook, TikTok y las radios locales.

El Ministerio de Educación del Perú debe priorizar la enseñanza de la tributación en el currículo escolar al mismo nivel de importancia que el curso de Matemáticas el cual debe ser dictado por docentes especializados en el tema, poniendo especial énfasis la relevancia de exigir comprobantes de pago, fase de la recaudación de impuestos y el uso del recurso financiero por el Estado, para garantizar que los estudiantes adquieran una comprensión profunda sobre tributación.

El programa Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) debe difundir el conocimiento tributario de manera efectiva a todos los consumidores finales, a través cursos, capacitaciones, charlas respecto a la tributación etc. Al no verse resultados, debido a la persistencia de los consumidores finales en no solicitar boleta de venta y la preferencia de los contribuyentes de no emitir. El Estado debe considerar en devolver un porcentaje del IGV mediante un bono anual, a todos los consumidores finales que exigen su boleta de venta. De esta forma se puede combatir la evasión tributaria, la informalidad, el contrabando, incluso la pobreza.

La administración tributaria, las instituciones educativas básica y superior, deben concientizar y socializar a la ciudadanía sobre tributación, con énfasis a las mujeres, ya que al momento de realizar la encuesta se observó que gran parte de las mujeres no tienen educación, conocimiento y conciencia tributaria mientras que algunos varones mayores de 40 a 60 años si tienen conocimiento tributario por la experiencia y la necesidad práctica.

### VIII. Referencias

- Abad Granda, P. J., Salcedo Muñoz, V. E., & Señalin Morales, L. O. (2023). *Impacto de la cultura fiscal en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas de la ciudad de Machala, Ecuador*. Obtenido de <http://doi.org/10.46652/rgn.v8i36.1022>
- Aldana Ramos, E. G., & Gagliuffi Piercechi, I. S. (2004). *La noción de Consumidor Final: El ámbito de aplicación subjetiva de la Ley de Protección al Consumidor según el nuevo precedente de observancia obligatoria del Indecopi*. IUS ET VERITAS, 14(29), 47-61. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/view/11722>
- Aranibar Surculento, L. M. (2017). *Cultura Tributaria para la Recaudación del Impuesto al Valor Agregado en la Ciudad de la Paz*. Universidad Mayor de San Andrés. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/14364/DT-V-XII-006%20CULTURA%20TRIBUTARIA%20PARA%20LA%20RECAUDACION%20DEL%20IMPUESTO%20AL%20VALOR%20AGREGADO%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20LA%20PAZ.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la Metodología Científica* (6ª Edición ed.). Editorial Episteme, C.A. Obtenido de <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Armas, M. E., & Colmenares, M. (2010). *Educación para el desarrollo de la cultura tributaria*. Universidad Rafael Beloso Chacín. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Banco Bilbao Argentaria [BBVA]. (2023). *Tributos: qué son y tipos de impuestos, contribuciones y tasas*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/los-distintos-tipos-de-tributos-impuestos-contribuciones-y-tasas/>

- Basque Suárez, A. S. (2022). *La Cultura Tributaria en la Recaudación del Impuesto al Valor Agregado en la Ciudad de 24 de mayo [optar título de licenciado en administración de empresas, Universidad Estatal del Sur de Manabí ]*. Jipijapa-Unesum. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4637>
- Bernal Torres, C. A. (2011). *Metodología de la Investigación Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales* (3ª Edición ed.). Person Educación . Obtenido de <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Campos Herrera, R. V., & Palomino Juipa, C. Y. (2022). *Cultura Tributaria del Consumidor Final de Servicios de Salud y Obligación de Emisión de Comprobantes de Pago de los Contribuyentes, Huancayo 2019 [Título Profesional de Contador Público, Universidad Peruana los Andes]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12848/3273>
- Cárdenas Rojas, G. R. (2020). *La Educación Tributaria en el Perú: una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias*. Obtenido de <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2307>
- Casanca Casani, S. (2022). *Educación tributaria e informalidad de los comerciantes de abarrotes del distrito de Abancay departamento de Apurímac, 2022 [Universidad César Vallejo]*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/88587>
- Chaves Barboza, E., & Rodríguez Miranda, L. (2018). *Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE)*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7038088.pdf>
- Código Tributario. (2013). *Decreto Supremo N° 133-2013-EF que Aprueba el Texto Único ordenado del Código Tributario*. Obtenido de

<https://www.gob.pe/institucion/mef/normas-legales/228243-133-2013-ef>

Corrales Perez, Y. d. (2023). *Regulación de Servicios Digitales Prestados a Consumidores Finales Peruanos y su Efecto en Recaudación Tributaria: Impuesto General a las Ventas [Tesis de maestría, Universidad Señor de Sipán]*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/11351>

DECRETO LEY N.º 25632. (1992). *Texto actualizado al 2.05.2018, fecha de publicación del Decreto Legislativo N.º 1370 Decreto Ley N.º 25632 – Ley Marco de Comprobantes de Pago*. Obtenido de [https://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/1992/ley\\_25632.pdf](https://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/1992/ley_25632.pdf)

Decreto Supremo N° 128-EF. (2004). *Sustituyen Normas Reglamentarias del Reintegro Tributario para la Región Selva Decreto Supremo N° 128-2004-EF*. Obtenido de <https://mef.gob.pe/en/por-instrumento/decreto-supremo/1277-d-s-n-128-2004-ef/file>

Diccionario Panhispánico del Español Jurídico. (2023). Obtenido de <https://dpej.rae.es/lema/recaudaci%C3%B3n#:~:text=1.,%2C%20multas%2C%20deudas%2C%20etc.>

GESTIÓN. (2022). *Qué son los impuestos y para qué sirven*. Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/que-son-los-impuestos-y-para-que-sirven-nnda-nnlt-noticia/>

GESTIÓN. (2023). *¿Qué son los impuestos de primera, segunda, tercera, cuarta y quinta categorías?* Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/sunat-impuestos-que-son-los-impuestos-de-primera-segunda-tercera-cuarta-y-quinta-categorias-y-en-que-se-diferencian-impuesto-a-la-renta-nnda-nnlt-noticia/>

Guachamin Quipo, J. A. (2019). *Evasión tributaria del impuesto al valor agregado (IVA) de personas naturales obligadas a llevar contabilidad y su impacto socioeconómico en la*

- ciudad de Quito, período 2010-2017*. [trabajo para optar título de Ingeniero en Finanzas Contador Público, Universidad de las Fuerzas Armadas] Repositorio institucional. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/21064>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Interamericana Editores, S.A. DE C.V. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Instituto de Educación Superior Técnica [CERTUS]. (2021). *¿Qué es la renta de cuarta categoría?* Obtenido de <https://www.certus.edu.pe/blog/renta-cuarta-categoria/>
- La República . (2024). *Año escolar 2024: ¿cuáles son los 4 nuevos temas que implementa Minedu en el currículo escolar?* Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/2024/02/25/minedu-estos-son-los-4-nuevos-temas-del-curriculo-escolar-que-se-ensenaran-en-colegios-desde-este-2024-nuevos-cursos-ano-escolar-2024-curriculo-nacional-escolar-1894525>
- Lasso Enriquez, G. F., & Muñoz Benavides, J. A. (2017). *Percepción de la cultura tributaria en estudiantes de séptimo grado del Ligeo de la Univeriodad de Mariño 20017 [para optar el título profesional de Contador Público, Universidad de Mariño]*. Obtenido de <https://sired.udenar.edu.co/8299/1/93034.pdf>
- Liler Bilberto , R. D. (2015). *La Educación Tributaria como Medida para Incrementar la Recaudación Fiscal en la Ciudad de Chota - 2013 [Título profesional de contador público, Universodad Nacional de Cajamarca]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.14074/712>
- Llanos Castillo, A. C. (2021). *Evolución de los Principales Comprobantes de Pago*

- Electrónicos en las Empresas del Perú Periodo 2014-2019 [Tesis para optar el título profesional de Contadora Pública, Universidad Privada del Norte].* Repositorio Institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11537/28884>
- Llantoy Meza, D., & Taquire Concha, M. L. (2024). *Nivel de conocimiento tributario y su relación con la Evasión tributaria en las empresas constructoras del distrito de Chaupimarca 2023 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión].* Obtenido de [http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/4277/1/T026\\_80064794\\_T.pdf](http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/4277/1/T026_80064794_T.pdf)
- Maldonado, L. E. (2023). *Cultura tributaria y su impacto en la informalidad de la recaudación del impuesto sobre la renta de las personas físicas [tesis de maestría, universidad Iberoamericana].* Obtenido de Repositorio institucional Universidad Iberoamericana: <https://repositorio.unibe.edu.do/jspui/handle/123456789/1784>
- Manrique Ramos, M. A. (2015). *Cultura tributaria del consumidor final y el cumplimiento de las obligaciones tributarias del contribuyente de Ventanilla [para optar título profesional de Contador Público, Universidad Nacional del Callao].* Repositorio Institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12952/1525>
- Marcatinco Ccaico, G. E. (2023). *Cultura Tributaria y Recaudación Tributaria en la Municipalidad de Abancay - 2022 [ Universidad Autónoma de Ica ].* Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.14441/2390>
- Medina Romero, M., Rojas León, R., Bustamante Hoces, W., Loaiza carrasco, R., Martel Carranza, C., & Castillo Acobo, R. (2023). *Metodología de la Investigación - Técnicas e Instrumentos de Investigación.* Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. Obtenido de <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inl>

ine=1

Meza Mescoco, E. (2023). *La cultura tributaria y su influencia en los comprobantes de pago de las ferias baratillo en el Cusco, periodo 2022 [Tesis de maestría, Universidad Nacional de san Antonio Abad del Cusco]*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12918/7805>

Ministerio de Educación - Guatemala. (2019). *Educación*. Obtenido de <https://www.mineduc.gob.gt/DIGECADE/documents/Telesecundaria/Recursos%20Digitales/3o%20Recursos%20Digitales%20TS%20BY-SA%203.0/PROYECTOS%20INTEGRADOS/U12%20proyecto%2012%20educaci%C3%B3n.pdf>

Moran Oriundo, R. (2023). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado Jesús Nazareno del distrito Jesús Nazareno, Ayacucho – 2021 [optar título profesional de Contador Público, Universidad Peruana de Ciencias e Informática]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.upci.edu.pe/handle/upci/727>

Olguín Cruz, M. M., & Picon Aguilar, Y. D. (2022). *La conciencia tributaria como herramienta para combatir la evasión en el Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/26666>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2012). *Cultura y nuestros derechos culturales*. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228345>

Palomino Juipa, C. y., & Campos Herrera, R. V. (2022). *Cultura Tributaria del Consumidor Final de Servicios de Salud y Obligación de Emisión de Comprobantes de Pago de los*

- Contribuyentes, Huancayo 2019 [tesis de título profesional, Universidad Peruana los Andes]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12848/3273>
- Plataforma del Estado Peruano . (2022). *Impuesto General a las Ventas - IGV*. Obtenido de <https://www.gob.pe/7910-impuesto-general-a-las-ventas-igv>
- Plataforma del Estado Peruano . (2022). *Régimen Especial de Renta (RER)*. Obtenido de <https://www.gob.pe/6989-regimen-especial-de-renta-rer>
- Plataforma del Estado peruano . (2024). *Impuesto a la Renta* . Obtenido de <https://www.gob.pe/664-impuesto-a-la-renta-ir>
- Ramirez Caluña, D. O. (2021). *La Cultura Tributaria en la Recaudación del IVA de los Contribuyentes del Régimen Impositivo para Microempresas del Cantón Guaranda [grado académico de magister en contabilidad y auditoria, Universidad Regional Autonoma de los Andes]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/13838/1/UA-MCT-EAC-014-2021.pdf>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/estado>
- Resolución de Superintendencia N° 007-99/SUNAT. (1999). *Reglamneto de Comprobante de Pago*. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/1999/007.pdf>
- Resolución Viceministerial N.º 042-2018-MINEDU . (2018). *Resolución Viceministerial N.º 042-2018-MINEDU* . Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1631938-1>
- Rivero Lazo, M. S., Anibal Rivero, R. A., Zevallos Choy, E., Meneses Jara, P. W., & García céspedes, J. (2021). *Metodología de la Investigación* (1ª edición ed.). Editorial

Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Obtenido de

<https://www.unheval.edu.pe/webs/repositoriounheval/descargar?file=6929a54a6c2d1bd23441c809ba825225b278cdc705294fd6c403596238cbac25a56d61feb38643fa5f2b03501b227c81a8c72f60416ff3dd32ad73dd72e8b95f15d5a6bdc4944a053dfb5714537863680c>

Ruiz de Castilla Ponce de Leon, F. J. (2009). *Clasificaciones de los tributos, impuestos, contribuciones y tasa. La Revista de la Biblioteca N° 8*. Obtenido de <https://www.pucp.edu.pe/profesor/francisco-ruiz-de-castilla-ponce-de-leon/publicaciones/?x&orden=titulo>

Ruiz de Castilla Ponce de Leon, F. J. (2021). *Derecho Tributario Peruano – Vol. III: Impuesto al valor agregado (IGV)*. Lima: Palestra editores.

Superintendencia de Administración Tributaria [SAT]. (2014). *Cultura Tributaria: 50 preguntas y respuestas*. Obtenido de <https://www.sia.eurosocial-ii.eu/files/docs/1414528405-Cultura%20Tributaria%20-%2050%20preguntas%20y%20respuestas.pdf>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2024a). *¿Quiénes somos?* Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/index.html>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (1999). *Resolución de Superintendencia N° 007-99/SUNAT*. Obtenido de [https://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/1999/007\\_anterior.htm](https://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/1999/007_anterior.htm)

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2018a). *Boleta de Venta*. Obtenido de [https://cpe.sunat.gob.pe/tipos\\_de\\_comprobantes/boleta#:~:text=de%20comprobantes%](https://cpe.sunat.gob.pe/tipos_de_comprobantes/boleta#:~:text=de%20comprobantes%20)

20emitidos.-

,Boleta%20de%20Venta%20%2D%20App%20SUNAT,e1%20Impuesto%20a%20la%  
20Renta.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2018b).

*Regímenes Tributarios*. Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/ruc/regimenes-tributarios-mype/regimenes-tributarios>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2018c).

Obtenido de <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Queeseltributo.pdf>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2018d).

*Impuesto General a las Ventas*. Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/principales-impuestos/impuesto-general-las-ventas-igv/impuesto-general-las-ventas>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2020).

*Concepto de RUS - Nuevo RUS*. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/nuevo-regimen-unico-simplificado-nuevo-rus>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2020a).

*Carpeta de Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo Rus)*. Obtenido de [https://orientacion.sunat.gob.pe/sites/default/files/inline-files/Nuevo\\_rus\\_carpeta\\_V2.pdf](https://orientacion.sunat.gob.pe/sites/default/files/inline-files/Nuevo_rus_carpeta_V2.pdf)

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2020b).

*Concepto de Comprobante de Pago*. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/tipos-de-comprobantes-de-pago-fisicos-empresas>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2020c). *La*

*tributación como base del cumplimiento del contrato social en el Perú*. Obtenido de

<https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-08/La-tributacion-y-el-cumplimiento-del-contrato-social-en-el-Peru.pdf>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2020d).

*Libro de Cultura Tributaria y Aduanera*. Obtenido de

<https://cultura.sunat.gob.pe/publicaciones/libro-cultura-tributaria-y-aduanera>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2020f).

*Cultura Tributaria y Aduanera 60 preguntas y respuestas* . Obtenido de

<https://cultura.sunat.gob.pe/publicaciones/cultura-tributaria-y-aduanera-60-preguntas-y-respuestas>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2022).

*Definición de Concurrencia y Procedimiento de Contingencia*. Obtenido de

[https://cpe.sunat.gob.pe/informacion\\_general/procedimiento\\_contingencia](https://cpe.sunat.gob.pe/informacion_general/procedimiento_contingencia)

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2024).

*Información Tributaria - Registro y Base Tributaria*. Obtenido de

<https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/registro-baseTributaria.html>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2024b).

*¿Quiénes somos? - ¿Que entiende por tributo?* Obtenido de

[https://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario\\_entiede.html#](https://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario_entiede.html#)

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria[SUNAT]. (2020e).

*Glosario de Términos sobre Cultura Tributaria y Aduanera*. Obtenido de

<https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>

Tecsi Santa Cruz, O. A. (2023). *Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones*

*tributarias en empresas de transportes de servicios turísticos en Cusco - 2022 [Tesis*

*de pregrado, Universidad Continental*]. Obtenido de

<https://hdl.handle.net/20.500.12394/13136>

Torres Ramos , R. (2018). *Cultura Tributaria del Consumidor Final de los Contribuyentes del Distrito de San Felipe, Provincia Jaen, Región Cajamarca – 2018 [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/4833>

Ventura Hernández, E. M., Guzmán Castro, E. A., Matta Solis, E. P., Muñoz Chacabana, J. L., Vega Diaz, E., Condori Uria, R. A., & Hinostrza Atahualpa, A. A. (2024). *La evasión tributaria y su impacto en la recaudación fiscal en Perú y América Latina* (Vol. 4). Obtenido de <https://ve.scielo.org/pdf/ric/v4n2/2739-0063-ric-4-02-e040278.pdf>

Yanagui Falla, Y. E. (2019). *Conocimiento Tributario y Gestión de Compras en Sujetos no Domiciliado de las Empresas de Publicidad Digital en Lima-2018 título profesional de contador público, Univerdidad Señor de Sipán*]. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/10561>

Los anexos, panel fotográfico y otros documentos están resguardados en la oficina de repositorio digital institucional en la Biblioteca Central de la Universidad Tecnológica de los Andes