



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

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO
SECCIÓN ROPA, CHICLAYO 2017**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL
DE BACHILLER EN CONTABILIDAD**

Autor:

Tapia Regalado Lizeth Elizabeth

Asesor:

Mg. Alarcón Eche Carlos Enrique

Línea de Investigación:

Tributación

**Pimentel – Perú
2019**

RESUMEN

En la presente investigación denominada “Nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado Modelo sección ropa, Chiclayo 2017”, tiene como objetivo general determinar el Nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo 2017, a través de la investigación se encontró los diversos factores que dan como consecuencia la evasión de impuestos, siendo el motivo principal la falta de Cultura Tributaria.

El trabajo de investigación se encuentra respaldado con la Teoría de la disuasión de Allingham y Sandmo, la investigación es de tipo cuantitativo y diseño cuasi experimental, teniendo una población de 322 comerciantes del mercado modelo sección ropa ciudad de Chiclayo, la cual se aplico a una muestra de 30 comerciantes, a quienes se les realizo un cuestionario de 15 preguntas aplicando la técnica de la encuesta y se les informo de temas tributarios básicos a través de la ejecución del plan de capacitación.

Luego de aplicar el plan de capacitación a los comerciantes del mercado modelo sección ropa y realizar nuevamente el cuestionario para la obtención de resultados, se concluyó que hay un bajo nivel de Cultura Tributaria tanto en el comerciante de ropa como en el consumidor debido a la falta de difusión tributaria, lo cual provoca el desinterés del contribuyente para realizar el pago de sus impuestos.

Palabras Claves: Cultura Tributaria, Conciencia Tributaria, Educación Tributaria, Evasión de impuestos, Cumplimiento voluntario de Obligaciones Tributarias.

ABSTRACT

In the present investigation called "Level of Tax Culture in the traders of the Model Market clothing section, Chiclayo 2017", has as general objective to determine the Level of Tax Culture in the traders of the clothing model market, Chiclayo 2017, through research It was found the various factors that result in tax evasion, the main reason being the lack of Tax Culture.

The research work is supported by the Theory of deterrence of Allingham and Sandmo, the research is quantitative and quasi-experimental design, having a population of 322 merchants of the clothing model market city of Chiclayo, which was applied to a sample of 30 traders, who were asked a questionnaire of 15 questions applying the technique of the survey and they were informed of basic tax issues through the execution of the training plan.

After applying the training plan to the merchants of the clothing model market and carrying out the questionnaire again to obtain results, it was concluded that there is a low level of Tax Culture both in the clothes merchant and in the consumer due to the lack of tax diffusion, which causes the taxpayer's lack of interest to pay their taxes.

Key Words: Tax Culture, Tax Awareness, Tax Education, Tax Evasion, Voluntary Compliance with Tax Obligations.

INDICE

RESUMEN	ii
ABSTRACT.....	iii
I. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Realidad Problemática.....	5
1.2. Trabajos Previos.....	7
1.3. Teorías relacionadas al tema.	8
1.4. Formulación del Problema	11
1.5. Justificación e importancia del estudio.	11
1.6. Hipótesis.....	12
1.7. Objetivos	12
1.8. Limitaciones.....	12
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	13
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	13
2.2. Población y muestra	13
2.3. Variables, Operacionalización	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	16
2.5. Procedimientos de análisis de datos	16
III. RESULTADOS	17
3.1. Tablas y Figuras	17
IV. DISCUSION.....	43
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
VI. REFERENCIAS	45

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática.

La cultura tributaria es un problema a nivel internacional que conlleva al incremento elevado de factores siniestros por lo cual no permiten la mejora de un país ya que conlleva a la evasión tributaria y la informalidad, por otro lado, el ciudadano no tiene interés en ser responsable con el pago de sus tributos ya que afirman que su dinero no es invertido en obras públicas.

La cultura tributaria es el conjunto de valores y actitudes que promueven el cumplimiento oportuno y veraz de las obligaciones tributarias que le corresponden a cada persona como deber y derecho ciudadano, es por ello que la SUNAT debe tener más preocupación en difundir información de cultura tributaria.

Con la cultura tributaria será más factible la aceptación voluntaria del pago por parte del contribuyente, para que así se logre un mayor ingreso en recaudación de tributos.

El diario El economista en su publicación titulada: Rezago en cultura tributaria, Valls (2016), argumenta:

A pesar de que en el país se implementaron estrategias para impulsar la cultura tributaria y con ello invitar a la población a cumplir con el pago de impuestos, aún falta mucho que hacer en la materia y se necesita romper con varios paradigmas.

A su vez menciona que se debe redoblar esfuerzos para generar una mayor relación social, empezando por los niños y los jóvenes del país: son los futuros pagadores de impuestos.

Así mismo, la revista Bohemia publicó el tema, Cultura Tributaria: Reverso de la moneda, en donde Reyes (2017) redacta que:

De manera sostenida en el país aumenta la cantidad de trabajadores por cuenta propia y con ello, los ingresos a las arcas del Estado por el pago de impuesto. Crece también el número de quienes burlan al fisco. Dentro de las causas más recurrentes están la falta de disciplina y una escasa percepción del riesgo de tal actitud.

Bonilla (2014), en la revista; Ciudades, estados y política afirma:

La cultura tributaria es vista como una política fundamental en varios países iberoamericanos. Sin embargo, el objetivo principal de los programas de cultura tributaria difiere de país a país. Para algunos lo más importante es aumentar la base de contribuyentes, mientras que para otros aumentar la recaudación (p.25).

El diario La República, en su publicación: El Servicio de Administración Tributaria de Chiclayo (SATCh) debe impulsar un cambio en cultura tributaria para mejorar recaudación, Vejarano (2016) opina:

Chiclayo es un lugar donde hay un tráfico comercial sorprendente, por lo tanto, debería haber una buena recaudación, pero no es así. La psicología de quienes viven en Chiclayo tiene que ver con el comercio, pero mientras el comerciante no se sienta identificado con su ciudad, mientras no vea que su dinero se transforma en obras y servicios, no va a contribuir.

El gerente de Seguridad Ciudadana y Fiscalización del municipio provincial de Chiclayo, Ramirez (2016), indicó:

Que hay gente que trabaja infiltrada en el mercado como vendedores ambulantes de ropa y otra mercadería que son delincuentes y pertenecen a bandas organizadas, incluso actúan con sus “chalecos”.

En ese sentido, pidió la intervención de autoridades como el Ministerio Público, Poder Judicial y la Policía Nacional para capturar a estos sujetos que estarían involucrados en ilícitos penales como contrabando y los que han sido identificados en el lugar dónde operan.

1.2. Trabajos Previos.

En la tesis realizada en Ecuador “La educación tributaria como medida para incrementar la recaudación fiscal en Ecuador” a través de su investigación comentan que los ejes centrales para la promoción de la Cultura Tributaria son la información, la formación y la concientización, los cuales se articulan en torno a la razón como móvil deseable fundamental de la acción de tributar, y se incorporan en una estrategia de comunicación cuyo mensaje central es:

“Para que el estado pueda cumplir con sus obligaciones, yo como ciudadano debo asumir mi responsabilidad de pagar impuestos porque, al hacerlo, cumplo con el país”, (Gaona y Tumbaco, 2009,p.46).

De acuerdo a la investigación realizada por los autores de la tesis, concluyen que para el impulso de la cultura tributaria es importante la información, la formación y concientización, ya que el ciudadano debe estar informado sobre que es tributar, su importancia y los beneficios que obtendrá si tributa, de acuerdo a la información que reciba se ira formado y a su vez concientizando para que asuma su responsabilidad de pagar impuestos, de forma voluntaria.

En la tesis titulada “Cultura Tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra” refiere que la falta de una atención adecuada de la conciencia tributaria en nuestro país, no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas comerciales. La falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético, ocasiona que incurran en infracciones y sanciones tributarias, (Burga, 2014).

Burga mediante su investigación señala como conclusiones, la falta de atención para difundir una apropiada conciencia tributaria y la falta de sensibilización por parte de los contribuyentes por lo cual tienden a realizar informalidad, en ese sentido la Administración Tributaria tiene que estar en constante acuerdo con el Ministerio de Educación para que de esta manera difundan de manera correcta una adecuada conciencia tributaria tanto al contribuyente como al futuro contribuyente.

Mediante la tesis realizada en la ciudad de Chiclayo “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo” por Mogollón (2014), refiere que:

Los contribuyentes chiclayanos no llevan arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía, ya que contamos con ciudadanos con valores altruistas pero que no están dispuestos a cumplir con sus obligaciones tributarias porque perciben que el Estado no cumplen con sus funciones adecuadamente.

Sin duda en Chiclayo hay diversas irregularidades por parte de las autoridades, por lo cual se ha creado una ideología negativa en los ciudadanos, los que opinan que si las autoridades no cumple con sus obligaciones por que tendrían que hacerlo ellos, además consideran que sería una pérdida de dinero para su negocio, es por ello que no muestran interés con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

De acuerdo a nuestra variable independiente Cultura Tributaria, se trabajará en base a la teoría de Allingham y Sandmo (1972) “teoría de la disuasión” utilizada en una serie de tesis relacionadas con el tema, entre ellas las realizadas en la ciudad de Huaraz, Tumbes y Lima, en donde comentan que:

La teoría de la disuasión es muy usada por la administración tributaria, la cual indica que para que una persona adversa al riesgo tenga la disposición de pagar impuestos lo hará mientras mayor sea la probabilidad de ser sancionados e inferior sea el nivel de evasión, a su vez nos indica del impuesto es resultado de una decisión económica racional: los individuos estarán dispuestos a pagar tanto perciban que el beneficio de evasión sea inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto. A pesar de que el contribuyente está consciente de que las posibilidades de que la Administración Tributaria los detecte y sancione, el nivel de recaudación en Perú es muy bajo.

En base a la baja recaudación en nuestro país, por concepto de pago de impuestos, no solo basta con fiscalizar y sancionar para que el ciudadano cumpla de forma voluntaria con sus obligaciones, sino que es necesario que se analicen otros elementos que intervienen en la decisión del ciudadano por cumplir sus obligaciones, siendo una de ellas la conciencia tributaria que se logra a través de una cultura tributaria constante.

Valores

Ética:

En el artículo “Educación para el desarrollo de la Cultura Tributaria” explican que la ética viene a ser la conducta que manifiesta la sociedad en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios en base a la razón y a la confianza tanto de los contribuyentes como de los funcionarios de la Administración Tributaria, (Armas y Colmenares, 2009 a)

Responsabilidad:

Camarero, del Pino, y Mañas (2015) en su libro “Evolución de la cultura tributaria, coyuntura económica y expectativas vitales”, indican que:

Mientras que las instituciones de Administración Tributaria actúen con responsabilidad y transparencia, menor será la incidencia del fraude fiscal y de la economía sumergida en la sociedad; por el contrario la corrupción institucional y la falta de transparencia de la actividad gubernamental actúan como elementos que limitan a que la sociedad acepte de forma voluntaria sus obligaciones.

Confianza:

Sin duda el valor de la confianza, es uno de los valores más importantes que ayuda de alguna forma a crecer, evolucionar y desarrollarse tanto como persona y como país, en la revista *Increscendo* el autor Timotea (2014) indica que “La confianza en el gobierno, el nivel del gasto público y el destino de los impuestos son factores que influyen de manera decisiva en la conducta de los contribuyentes”(p.34).

Conciencia Tributaria

Nivel de Conciencia Tributaria:

Para determinar el nivel de Conciencia Tributaria de un ciudadano es necesario tomar en cuenta diversos factores que influyen en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, en el libro “Conciencia Tributaria” de (SUNAT, 2010) redactan:

El factor o motivo más común del contribuyente para que pague sus impuestos es percibir que el que (paga más es el que tiene más), de esta forma se sentirá incentivado a tener un mayor compromiso con el Sistema Tributario y actuará de manera cooperativa, caso contrario, justificaría actitudes a favor de la evasión tributaria como un mecanismo para conseguir equidad en el intercambio fiscal, por lo cual el contribuyente cumplirá con sus obligaciones tributarias en la medida que los otros lo hagan y según el grado de confianza que el Estado les inspire.

Educación Tributaria:

(Armas y Colmenares, 2009 b), en su artículo “ Educación para el Desarrollo de la Cultura Tribuaria”, indican:

La educación es el medio a través del cual se genera el cambio de pensamiento, sentimiento y acción de los ciudadanos, estimulando la participación corresponsable de los individuos para lograr una mejor calidad de vida, es por ello que surge la necesidad de una relación entre el sector educativo y la administración tributaria, si se quiere promover una cultura tributaria efectiva en el ciudadano debe de estar fundamentado en la educación, por otro lado es fundamental que el desempeño del Estado logre un compromiso social, bienestar colectivo, transparencia, justicia social, equidad, entre otros, para que el contribuyente cumpla de forma voluntaria con sus obligaciones tributarias, y no como actualmente es, de forma coercitiva por temor a la sanción ya que el Estado hace valer su poder de imperio para obtener sus objetivos, como es la recaudación de impuestos.

Capacitación al Contribuyente:

Una de las principales estrategias que debe utilizar la Administración Tributaria, es la capacitación al contribuyente, la cual debe ser constante para que se genere una conciencia tributaria adecuada, el diario Gestión en donde (Ríos, 2017) publica “Sunat: universitarios participarán en campañas de orientación tributaria a Mypes”, en donde redacta:

La Sunat ha puesto en marcha el Programa Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) para capacitar universitarios de todo el país sobre el sentido social de los impuestos, a fin de que éstos colaboren a partir del próximo año en las campañas de orientación tributaria a emprendedores de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes), el programa se ha incorporado a universidades de las regiones de Arequipa, Junín, Cusco, Trujillo, Chimote, Puno, Huancayo, Lima, Loreto, Piura, Ica y Tacna, cuenta con tres objetivos principales:

Proporcionar a los alumnos de los cursos de graduación en ciencias contables una vivencia práctica sobre la asistencia social fiscal, constituyéndose en una excelente formación profesional.

Propiciar el apoyo gratuito a micro emprendedores que quieren formalizar sus negocios en temas como la Declaración Anual del Impuestos a la Renta, creación de empresas o acerca del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Producir conocimiento fiscal a través de grupos de estudio y evaluación de iniciativas.

Cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias:

Hay una serie de elementos que intervienen para que el contribuyente realice el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias, tal como lo indica la (SUNAT, 2012 b), en el libro “Conciencia Tributaria”:

Para que el contribuyente cumpla de forma voluntaria con el pago de sus impuestos, es necesario identificar los elementos que intervienen no solo a la racionalidad económica de las personas, es decir, que el contribuyente razona en manera que se pueda obtener el mayor beneficio al menor costo posible, como podría ser el caso de muchos contribuyentes que dejan de pagar impuestos cuando creen que no van a ser detectados, también intervienen elementos no asociados a la racionalidad económica, como son: La conciencia tributaria, el conocimiento de las normas y procedimientos, la oferta de servicios de atención y otras facilidades.

1.4. Formulación del Problema

¿Cuál es el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo 2017?

1.5. Justificación e importancia del estudio.

La importancia de la investigación se justifica, en fortalecer la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo, Chiclayo sección ropa, para que de esta manera se pueda refutar el crecimiento excesivo de factores que afectan el desarrollo del país, y que traen como consecuencia la evasión e informalidad.

En los comerciantes del mercado modelo sección ropa, se puede observar una cultura tributaria frágil que refleja en el incumplimiento de sus obligaciones tributarias, debido a que no tienen conocimientos básicos sobre sus obligaciones tributarias, así como la falta de interés por tributar ya que cuentan con un limitado nivel de conciencia tributaria.

Con esta investigación evaluaremos el grado de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo sección ropa Chiclayo 2017, lo cual servirá para contribuir en la toma de decisiones para el desarrollo y mejoramiento de sus negocios brindándoles la información necesaria y generando un mayor conocimiento acerca de las obligaciones tributarias que deben cumplir con responsabilidad, para que de esta manera puedan disfrutar de los beneficios que ofrece la Administración Tributaria.

Pretendemos con esta investigación que los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo 2017, obtengan conciencia tributaria para que de manera voluntaria sean responsables frente a sus obligaciones, fomentando valores y manifestando una conducta adecuada de sus deberes para el desarrollo socioeconómico de nuestro país.

1.6. Hipótesis

Ha: La cultura tributaria incide en los comerciantes de ropa del mercado Modelo, en el periodo 2017.

Ho: La cultura tributaria no incide en los comerciantes de ropa del mercado Modelo, en el periodo 2017.

1.7. Objetivos

Objetivo General:

Determinar el Nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo 2017

Objetivo Específico:

Elaborar un plan de capacitación tributaria dirigida a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo 2017.

Ejecutar un plan de capacitación tributaria dirigida a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo 2017.

Determinar la incidencia de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo, sección ropa después del plan de capacitación.

1.8. Limitaciones

Algunos de los comerciantes del mercado modelo no facilitan la información necesaria ya que se encuentran ocupados en sus ventas.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptiva orientada a identificar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de ropa del Mercado Modelo, periodo 2017, ya que a partir de los datos recopilados por los instrumentos se podrá describir las condiciones de la variable de estudio, las cuales se encuentran en el contexto de la empresa además se hace una propuesta para mejorar la realidad problemática descrita.

2.1.2. Diseño de la investigación

La investigación tiene un diseño no experimental transversal; que mide una o más características observacional y descriptivo de una determinada muestra estudiada, su unidad de análisis es el comportamiento del contribuyente, para lo cual se trabajó con 30 comerciantes de ropa del Mercado Modelo, en donde primero se realizó un pre test, con el objetivo de obtener información sobre el nivel de cultura tributaria de los comerciantes, y para finalizar la investigación se aplicó un post test, cuyos resultados nos han permitido evaluar si los comerciantes de ropa del Mercado Modelo han adquirido Cultura tributaria.

Esquema:

$$GE = O_1 \times O_2$$

Donde:

O₁ = Medición del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de ropa del mercado Modelo antes del plan de capacitación para incrementar la cultura tributaria.

X = Plan de capacitación para incrementar la cultura tributaria.

O₂ = Medición del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de ropa del mercado Modelo después del plan de capacitación para incrementar la cultura tributaria.

2.2. Población y muestra

Población

La población de estudio está conformada por 322 comerciantes ubicados en el mercado modelo sección ropa los cuales denotan escasa cultura tributaria.

Tabla 1

Total de Comerciantes

Concepto	Trabajadores
Comerciantes	322
TOTAL	322

Fuente: Jefe del área de multas CGTCH, Wilmer Gonzales Gonzales.

Elaborado por: Los autores

Muestra

El tipo de muestra será muestreo probabilístico de tipo aleatoria simple; ya que nuestra labor será garantizar a cada persona las mismas oportunidades de ser elegido, con el objetivo de difundir los resultados utilizados a la muestra de individuos al conjunto de la población.

Para hallar nuestra muestra utilizaremos la siguiente formula, en donde :

Nivel de confianza	(z)	1.83
Grado de error	(e)	13%
Población	(N)	322 Comerciantes
Probabilidad a favor	(p)	0.41
Probabilidad en contra	(q)	0.41
Muestra	(n)	?

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.83^2 * 0.41 * 0.41 * 322}{322 * 0.13^2 + 1.83^2 * 0.41 * 0.41}$$

$$n = \frac{181.27}{6.00}$$

$$n = 30 \text{ comerciantes}$$

Nuestra muestra estará conformada por 30 comerciantes del mercado modelo sección ropa.

2.3. Variables, Operacionalización

Variable: Cultura Tributaria.

Variable independiente: Cultura Tributaria

La cultura tributaria es un tema de suma importancia para todos los países ya que es la estrategia fundamental para que la Administración Tributaria logre una mejor recaudación de impuestos para sustentar el gasto público, existen diversos factores que influyen en el logro de una Cultura Tributaria desde los valores, creencias, hechos y actitudes compartidas por una sociedad, es por ello que no será fácil lograr una cultura tributaria en el corto plazo.

Tabla 2: Operacionalización de variable

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Cultura Tributaria	Realizar un cuestionario para los comerciantes del mercado modelo sección ropa, para obtener información de las actitudes, conocimientos y comportamiento referente a cultura tributaria	Valores	Ética	Ordinal
			Responsabilidad	
			Confianza	
		Conciencia Tributaria	Nivel de Conciencia Tributaria	
			Educación Tributaria	
			Capacitación al Contribuyente	
			Cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias	

Fuente: Elaboración propia del investigador

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Durante el proceso de investigación se ha utilizado las siguientes técnicas para la recolección de datos:

La encuesta: A través de esta técnica identificamos el nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Pre y post test: Se aplicó a un mismo cuestionario de 15 preguntas utilizando la escala de Likert a la muestra de 30 comerciantes de ropa del mercado modelo de Chiclayo antes y después de ejecución del plan de capacitación tributaria, realizada con el objetivo de medir la variable dependiente.

Instrumentos para la recolección de datos:

El instrumento para nuestro proyecto de investigación será un cuestionario diseñado con un conjunto de 15 preguntas elaboradas de acuerdo a la escala de Likert, a su vez los folletos informativos teniendo en cuenta las variables de estudio, las dimensiones y los indicadores que se muestran en el cuadro de operacionalización con el objetivo de obtener información lo cual nos conllevara a la toma de decisiones.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

Los procedimientos aplicados fueron:

- Validación del instrumento (Juicio de experto)
- Aplicación de la encuesta
- Tabulación de datos en hoja electrónica (Excel)
- Elaboración de base de datos
- Elaboración de tablas y gráficos.
- Elaboración de informe (Word)

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras

La encuesta se aplicó a 30 comerciantes del mercado modelo sección-ropa los cuales fueron obtenidos de la muestra.

CUADRO N° 1

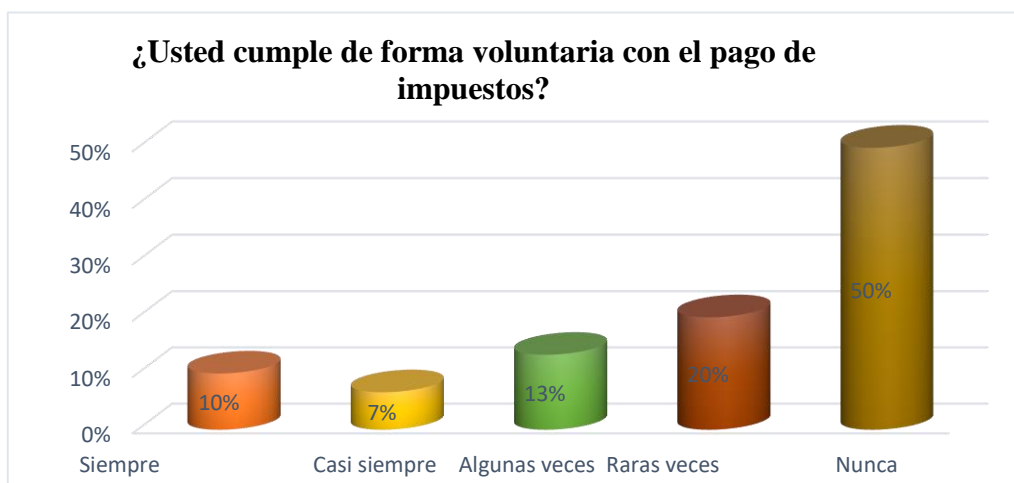
1. ¿Usted cumple de forma voluntaria con el pago de impuestos?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Siempre	3	10%
Casi siempre	2	7%
Algunas veces	4	13%
Raras veces	6	20%
Nunca	15	50%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Los autores

GRÁFICO N° 1



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

INTERPRETACIÓN: De una muestra de 30 comerciantes encuestados el 50% nunca paga sus impuestos de forma voluntaria, el 23% en raras veces paga de forma voluntaria, el 13% algunas veces, el 10% siempre paga sus impuestos de manera voluntaria, mientras el 7% paga sus impuestos de manera voluntaria casi siempre.

CUADRO N° 2

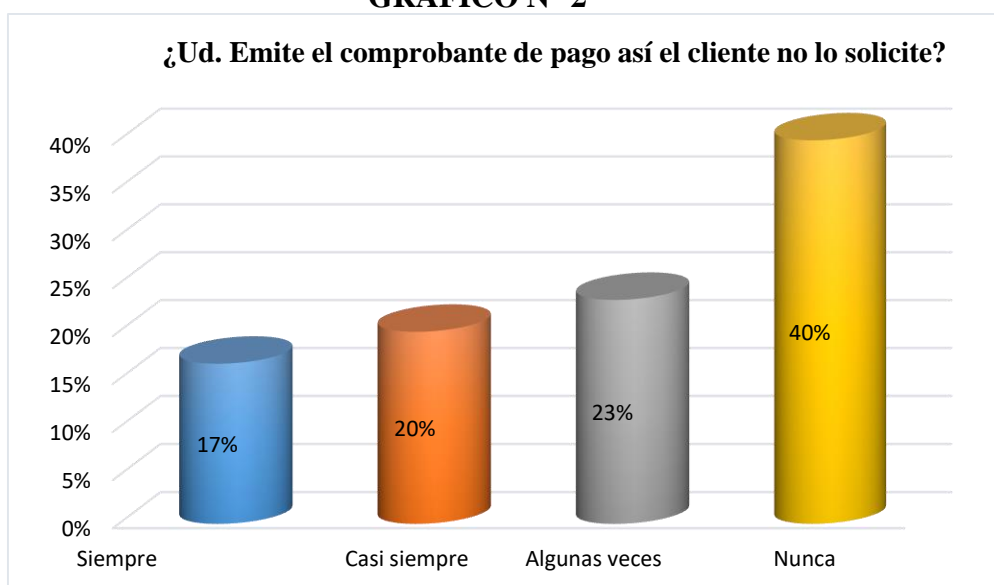
2. ¿Ud. Emite el comprobante de pago así el cliente no lo solicite?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Siempre	5	17%
Casi siempre	6	20%
Algunas veces	7	23%
Nunca	12	40%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Lizeth Tapia

GRÁFICO N° 2



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

INTERPRETACIÓN: Del 100% igual a 40 personas de la muestra, el 40% de los comerciantes consideran que nunca entregan el comprobante de pago si el cliente no lo solicita, el 23% emite el comprobante de pago solo algunas veces, el 20% emite el comprobante de pago casi siempre, mientras el 17% siempre emite el comprobante de pago así el cliente no lo solicita.

CUADRO N° 3

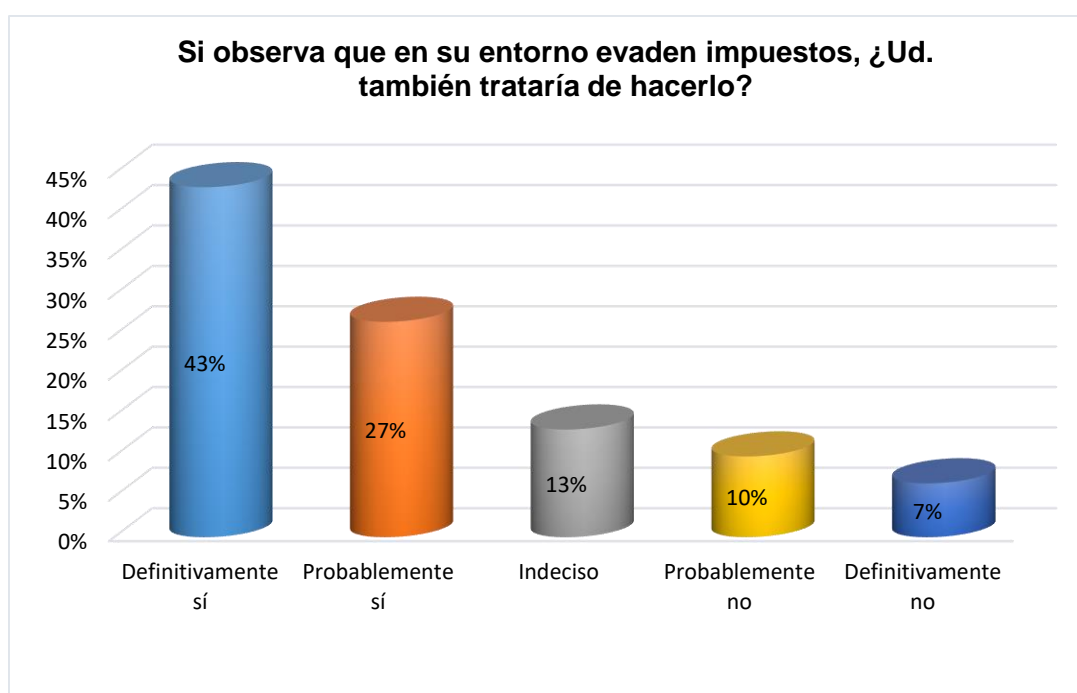
3. Si observa que en su entorno evaden impuestos, ¿Ud. también trataría de hacerlo?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Definitivamente sí	13	43%
Probablemente sí	8	27%
Indeciso	4	13%
Probablemente no	3	10%
Definitivamente no	2	7%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Lizeth Tapia

GRÁFICO N° 3



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

INTERPRETACIÓN: El 43% de los comerciantes encuestados indican que definitivamente sí tratarían de evadir impuestos si en su entorno evaden, el 27% indican que probablemente sí tratarían de evadir impuestos, el 13% se encuentra indeciso, el 10% probablemente no evadirían, mientras el 7% indican que definitivamente no tratarían de evadir impuestos a pesar que en su entorno evadan.

CUADRO N° 4

4. ¿Considera que pagar los impuestos es una responsabilidad con el estado?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Sí con toda seguridad	6	20%
Probablemente sí	5	17%
Probablemente no	6	20%
No, con toda seguridad	3	10%
Desconoce	10	33%
TOTAL	30	100%

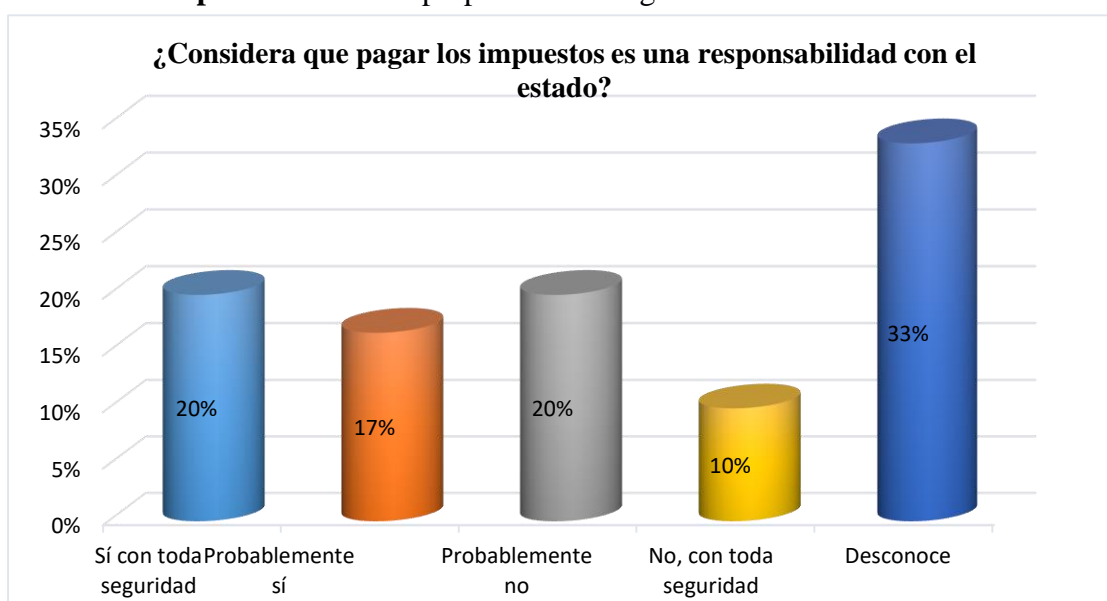
Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Los autores

GRÁFICO N° 4

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

INTERPRETACIÓN: En el Gráfico N°4 el 33% de los comerciantes encuestados desconoce que pagar impuestos es una responsabilidad con el estado, el 20% de los comerciantes consideran que pagar impuestos si es una responsabilidad con el estado, el 20% indica que probablemente no es una responsabilidad con el estado, el 17% indica que probablemente sí, mientras el 10% no considera que pagar impuestos sea una responsabilidad con el estado.

CUADRO N° 5

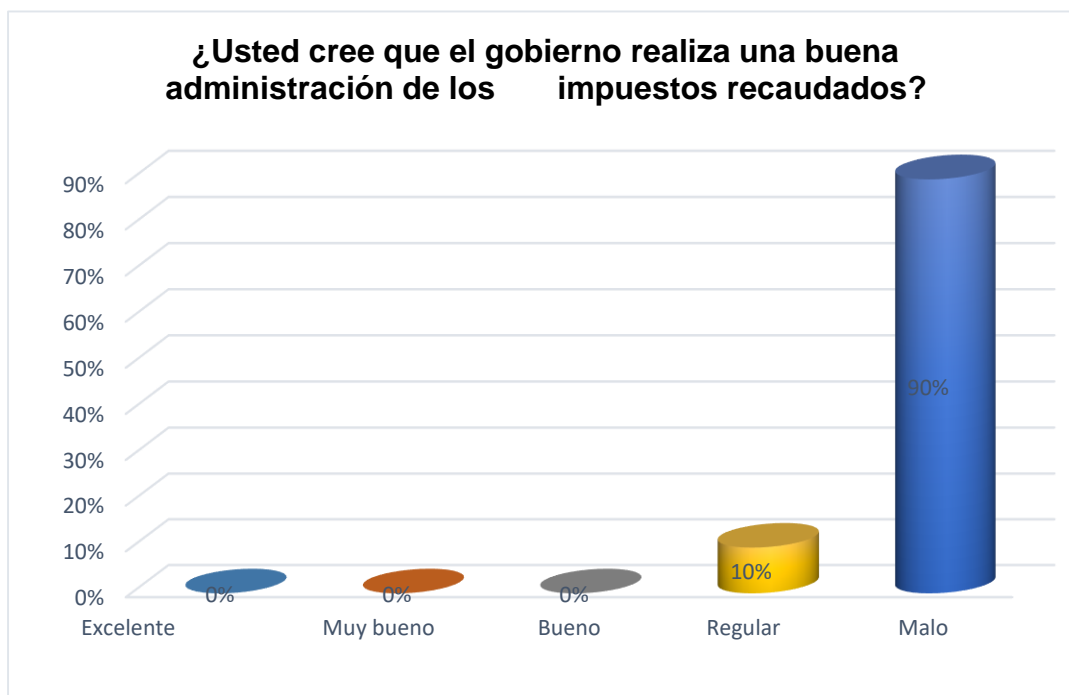
5. ¿Usted cree que el gobierno realiza una buena administración de los Impuestos recaudados?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Excelente	0	0%
Muy bueno	0	0%
Bueno	0	0%
Regular	3	10%
Malo	27	90%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

GRÁFICO N° 5



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

INTERPRETACIÓN: De los comerciantes encuestados el 90% considera que el gobierno realiza una mala administración de los impuestos recaudados, mientras el 10% indicaron que el gobierno realiza una administración regular con los impuestos recaudados.

CUADRO N° 6

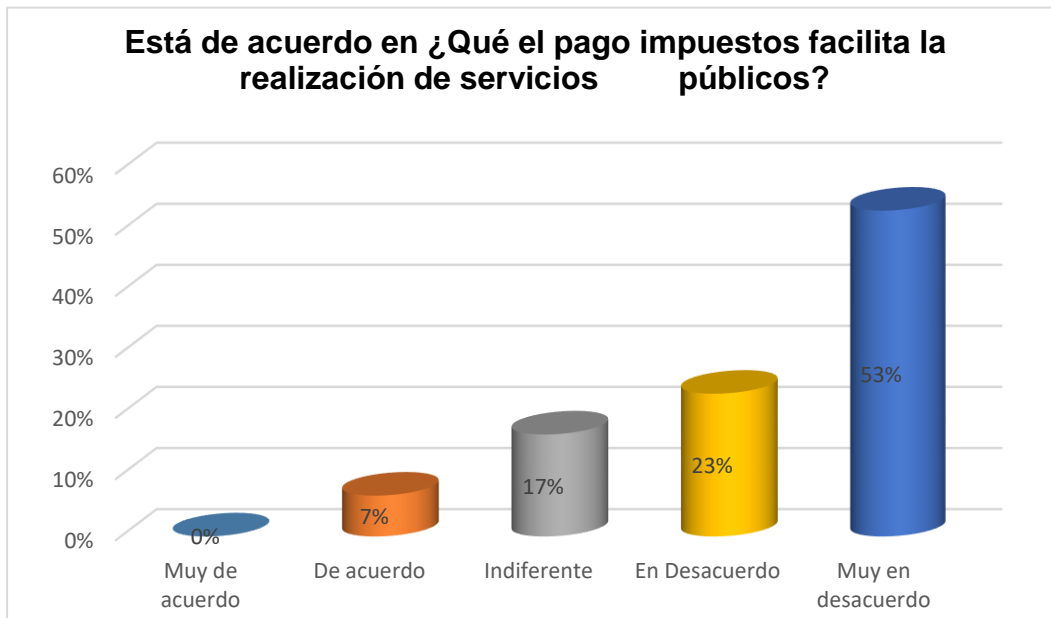
6. Está de acuerdo en ¿Qué el pago impuestos facilita la realización de servicios Públicos?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	2	7%
Indiferente	5	17%
En Desacuerdo	7	23%
Muy en desacuerdo	16	53%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

GRÁFICO N° 6



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

INTERPRETACIÓN: En el Grafico N°7 el 76 % de los comerciantes encuestados está en desacuerdo que el pago de impuestos facilita la realización de servicios públicos, el 17% de los comerciantes es indiferente a la pregunta, mientras el 7% está de acuerdo que el pago de impuestos facilita la realización de servicios públicos.

CUADRO N° 7

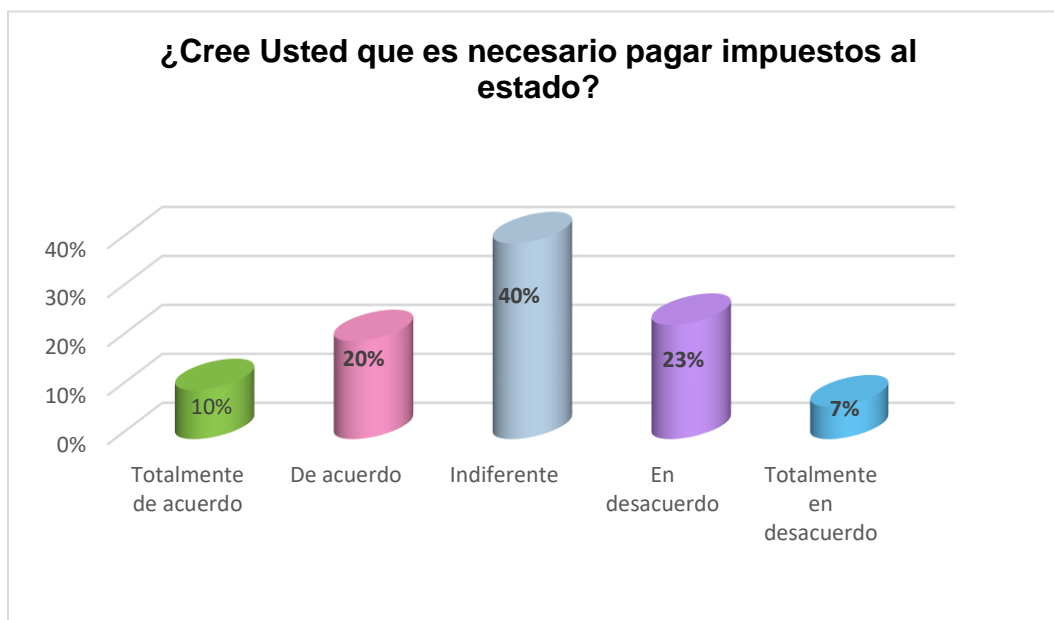
7. ¿Cree Usted que es necesario pagar impuestos al estado?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Totalmente de acuerdo	3	10%
De acuerdo	6	20%
Indiferente	12	40%
En desacuerdo	7	23%
Totalmente en desacuerdo	2	7%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

GRÁFICO N° 7



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: Elaboración propia del investigador

INTERPRETACIÓN: Del 100 % igual a 30 personas de la muestra, ante la necesidad de pagar impuestos al estado, el 40 % no muestra interés o es indiferente ,el 23% está en desacuerdo ,el 20% está de acuerdo, el 10% está totalmente de acuerdo ,mientras el 7% está totalmente en desacuerdo.

CUADRO N° 8

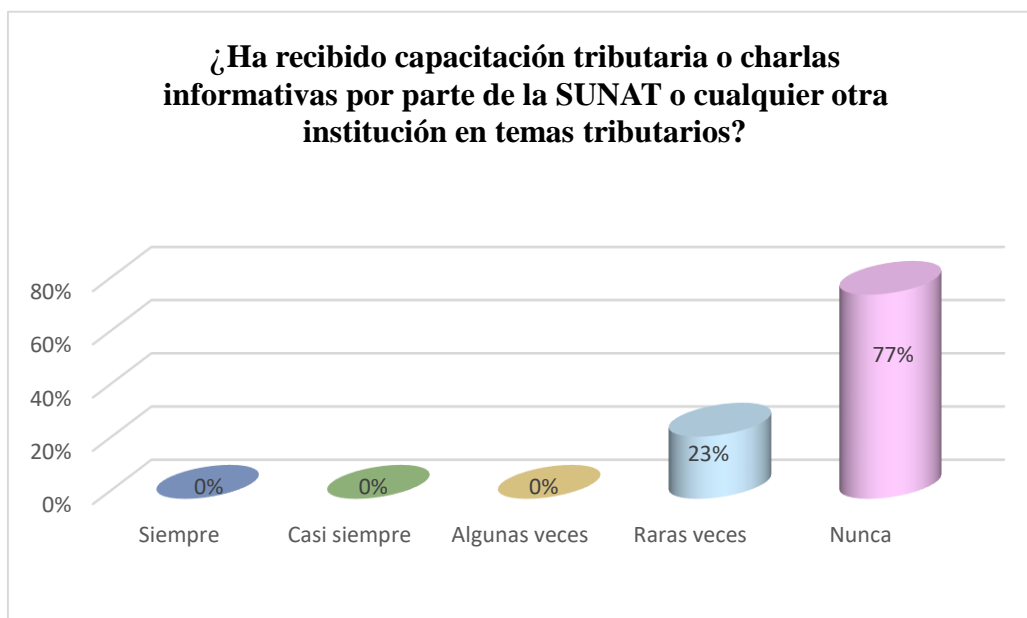
8. ¿Ha recibido capacitación tributaria o charlas informativas por parte de la SUNAT o cualquier otra institución en temas tributarios?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
Algunas veces	0	0%
Raras veces	7	23%
Nunca	23	77%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El autor

GRÁFICO N° 8



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN: El 77% de los comerciantes encuestados no ha recibido ningún tipo de capacitación tributaria por parte de la SUNAT y solo un 23% ha recibido información tributaria raras veces.

CUADRO N°9

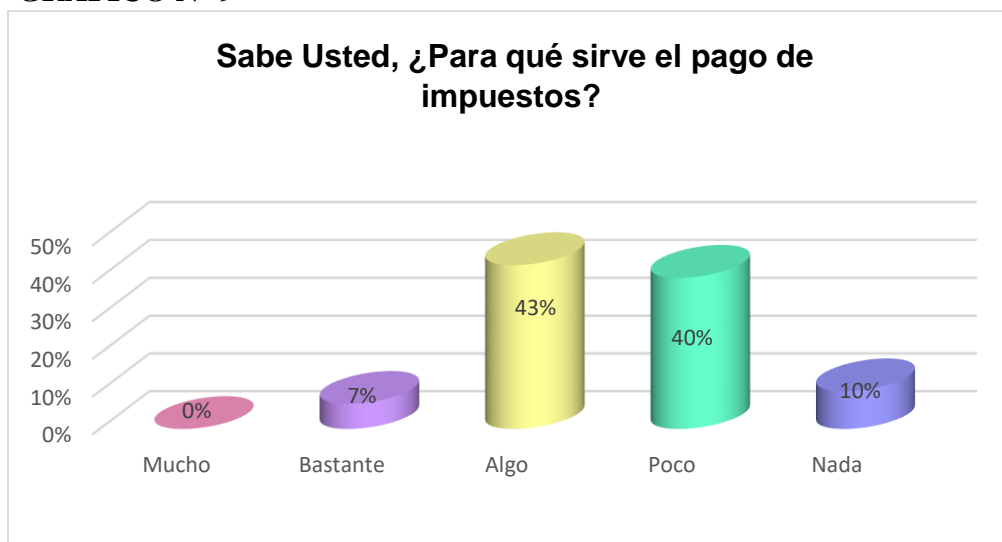
9. Sabe Usted, ¿Para qué sirve el pago de impuestos?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Mucho	0	0%
Bastante	2	7%
Algo	13	43%
Poco	12	40%
Nada	3	10%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El autor

GRÁFICO N° 9



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN: Del 100 % igual a 30 personas de la muestra, el 43% sabe algo acerca de la utilidad del pago de impuestos, el 40% sabe poco, mientras el 10% no sabe nada del destino del pago de sus impuestos.

CUADRO N° 10

10. ¿Por qué cree que existen comerciantes que no pagan sus impuestos?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Porque son muy difíciles de entender y declarar.	2	7%
Porque disminuye mi ganancia.	11	37%
Porque hay mucha corrupción y el dinero se lo roban.	8	27%
Porque no veo ninguna mejora en mi ciudad.	9	30%
Desconoce	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El autor

GRÁFICO N° 10



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN: El 37 % de los comerciantes encuestados indican que el motivo del porque no pagan sus impuestos es debido a que disminuyen sus ganancias, el 30% indicaron que no pagan sus impuestos debido a que no ven ninguna mejora en la ciudad, el 27 % indicaron que no pagan sus impuestos porque hay mucha corrupción y el dinero se lo roban, así mismo el 7% de los comerciantes indicaron que no pagan sus impuestos porque son muy difíciles de entender y declarar.

CUADRO N° 11

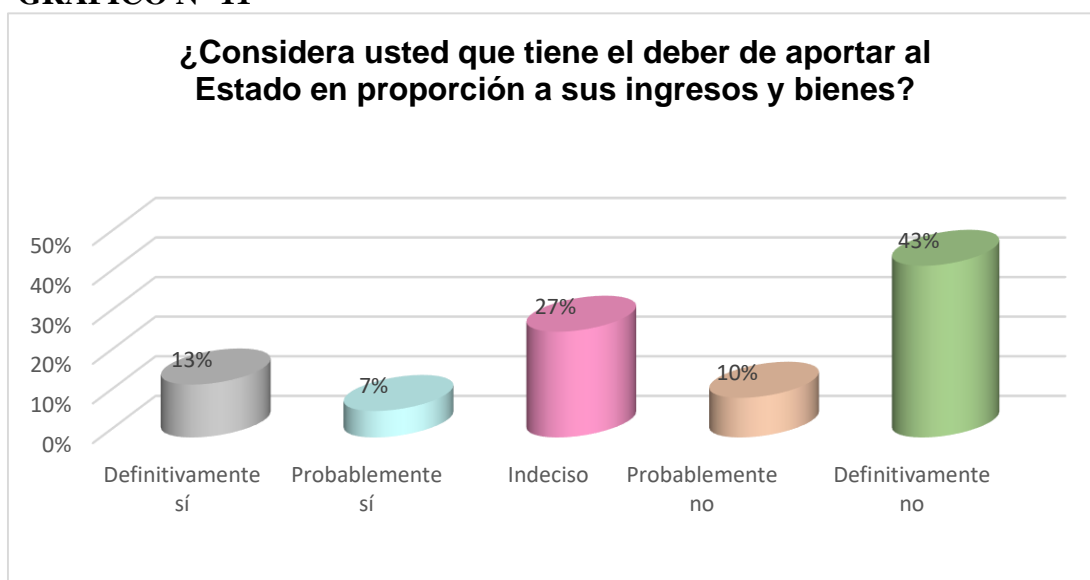
11. ¿Considera usted que tiene el deber de aportar al Estado en proporción a sus ingresos y bienes?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Definitivamente sí	4	13%
Probablemente sí	2	7%
Indeciso	8	27%
Probablemente no	3	10%
Definitivamente no	13	43%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 11



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

INTERPRETACIÓN: En el Gráfico N°21 se determinó que el 43% de los comerciantes sección-ropa no consideran que tienen el deber de aportar al estado en base a sus ingresos y bienes, el 27% se encuentran indecisos, el 13% consideran que si tienen el deber de aportar, el 10% consideran que probablemente no, así mismo el 7% consideran que probablemente sí.

CUADRO N° 12

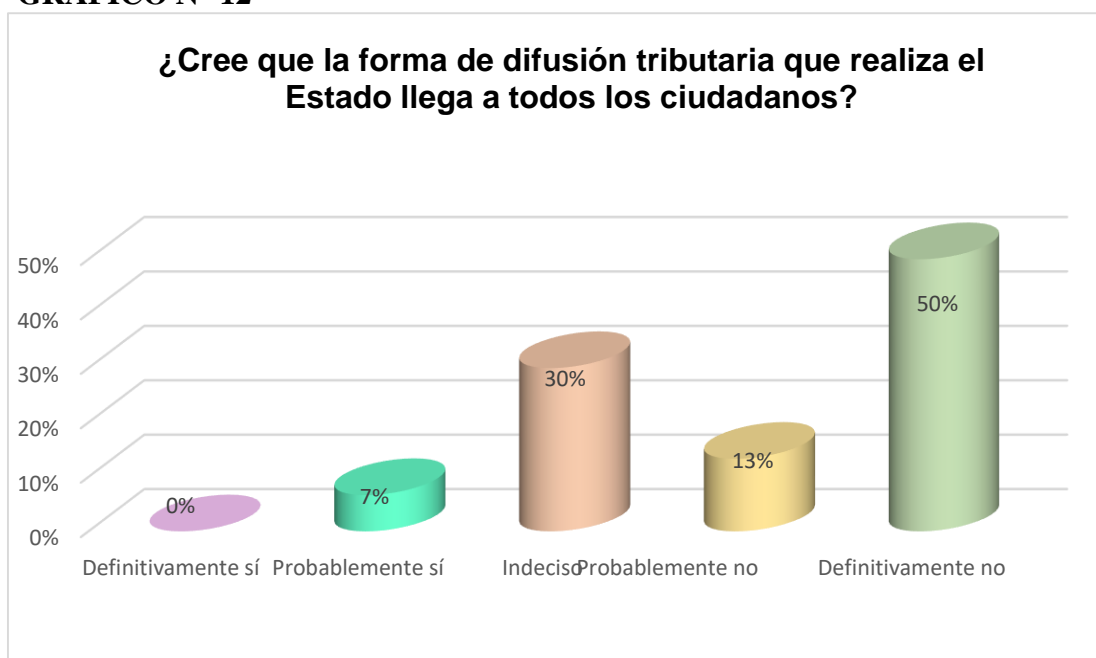
12. ¿Cree que la forma de difusión tributaria que realiza el Estado llega a todos los ciudadanos?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Definitivamente sí	0	0%
Probablemente sí	2	7%
Indeciso	9	30%
Probablemente no	4	13%
Definitivamente no	15	50%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 12



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

INTERPRETACIÓN: En el Gráfico N°24 se determinó que el 50% de comerciantes encuestados creen que la difusión tributaria por parte del estado definitivamente no llega a todos los ciudadanos, el 30% se encuentra indeciso, el 13% cree que probablemente no llega la difusión tributaria a todos, mientras el 7% creen que probablemente si llega la difusión tributaria a todos los ciudadanos.

CUADRO N° 13

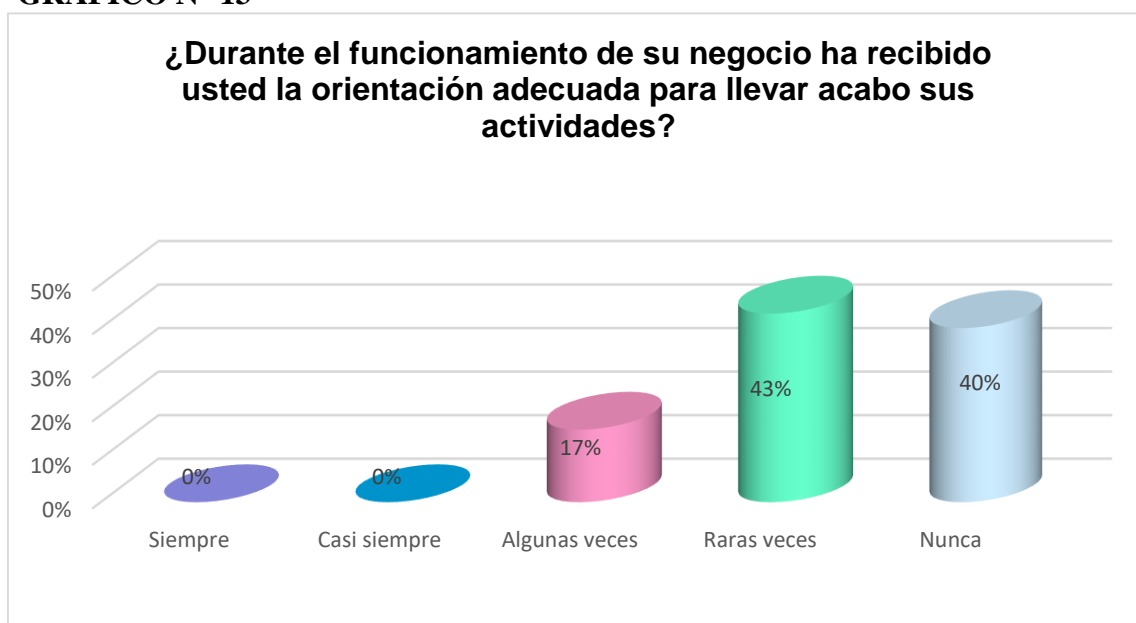
13. ¿Durante el funcionamiento de su negocio ha recibido usted la orientación adecuada para llevar acabo sus actividades?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
Algunas veces	5	17%
Raras veces	13	43%
Nunca	12	40%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 13



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

INTERPRETACIÓN: De los comerciantes encuestados el 43% ha recibido orientación raras veces para llevar a cabo sus actividades, el 40% de los comerciantes nunca ha recibido orientación alguna, mientras el 17% ha recibido orientación adecuada solo algunas veces.

CUADRO N° 14

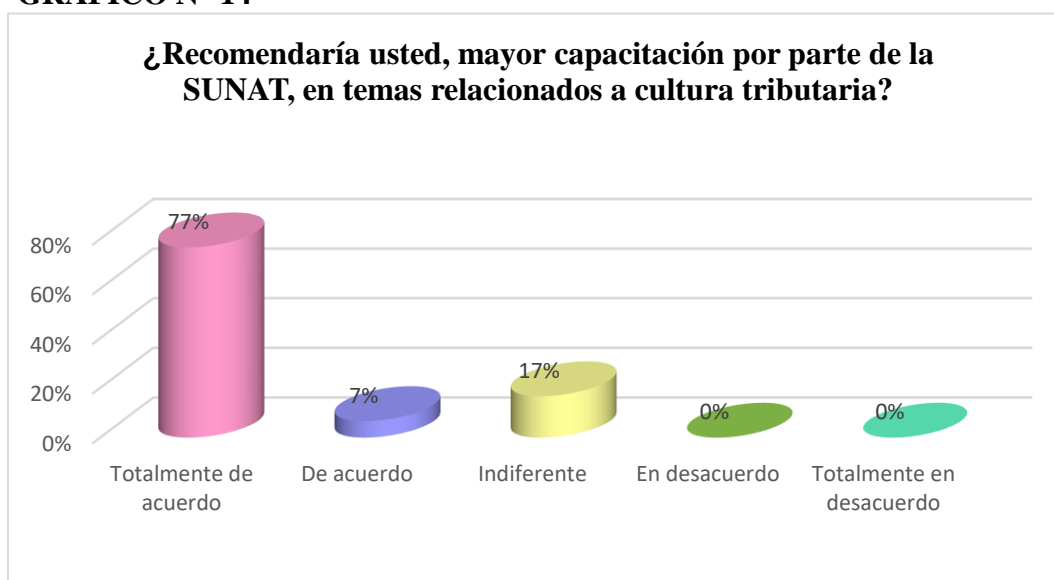
14. ¿Recomendaría usted, mayor capacitación por parte de la SUNAT, en temas relacionados a cultura tributaria?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Totalmente de acuerdo	23	77%
De acuerdo	2	7%
Indiferente	5	17%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 14



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

INTERPRETACIÓN: Del 100% igual a 30 comerciantes de la muestra, el 84% recomienda mayor capacitación por parte de la SUNAT en temas relacionados a cultura tributaria, mientras el 17% se muestra indiferente.

CUADRO N° 15

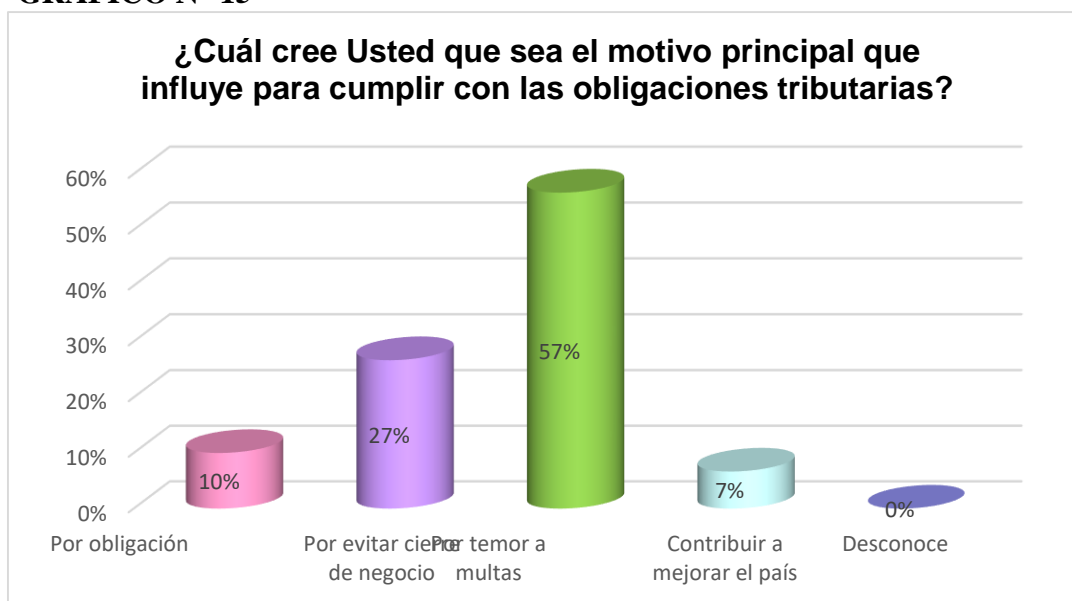
15. ¿Cuál cree Usted que sea el motivo principal que influye para cumplir con las Obligaciones tributarias?

ALTERNATIVAS	COMERCIANTES	%
Por obligación	3	10%
Por evitar cierre de negocio	8	27%
Por temor a multas	17	57%
Contribuir a mejorar el país	2	7%
Desconoce	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 15



Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo.

Elaborado por: El Autor

INTERPRETACIÓN: De los 30 comerciantes encuestados el 57% cree que el motivo principal para que cumplan con sus obligaciones tributarias es por temor a las multas, el 27% por evitar el cierre de su negocio, él 10% por obligación, mientras que el 7% cumplen con sus obligaciones tributarias por contribuir a la mejora del país.

Aplicación del Pre Test

Para poder medir las variables de estudio se desarrolló un test que consta de 15 preguntas, cada pregunta estuvo compuesta por 5 alternativas, las cuales se aplicaron a la muestra seleccionada.

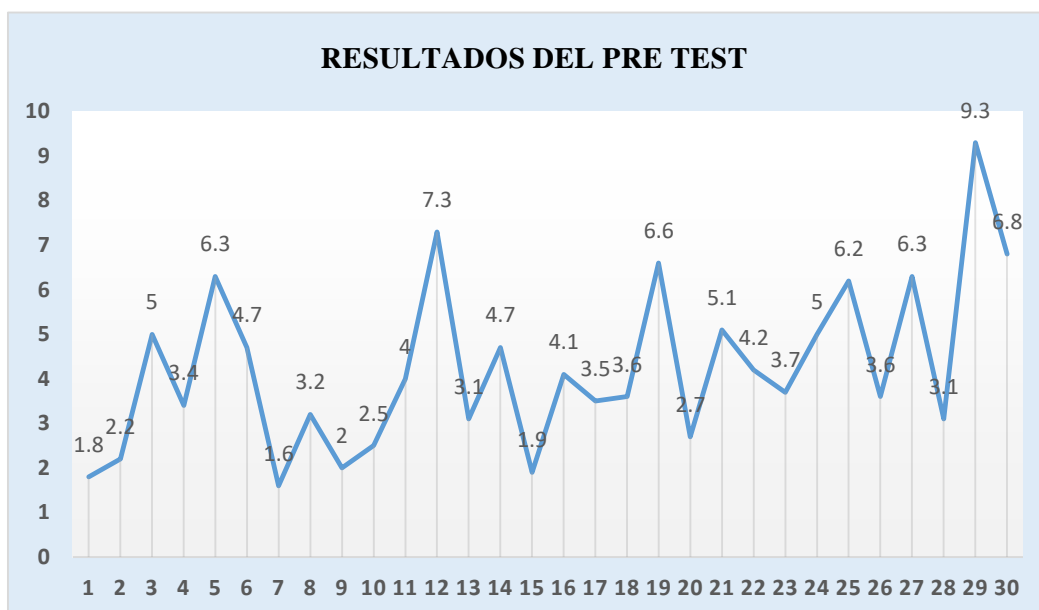
Se utilizó la escala vigesimal de 0 a 20.

**CUADRO N°16
APLICACIÓN PRE TEST**

PARTICIPANTES	PRE TEST
1	1.8
2	2.2
3	5
4	3.4
5	6.3
6	4.7
7	1.6
8	3.2
9	2
10	2.5
11	4
12	7.3
13	3.1
14	4.7
15	1.9
16	4.1
17	3.5
18	3.6
19	6.6
20	2.7
21	5.1
22	4.2
23	3.7
24	5
25	6.2
26	3.6
27	6.3
28	3.1
29	9.3
30	6.8
TOTAL	127.5
MEDIA	4.25

Elaborado por: El Autor

GRAFICO N° 16:



Elaborado por: El Autor

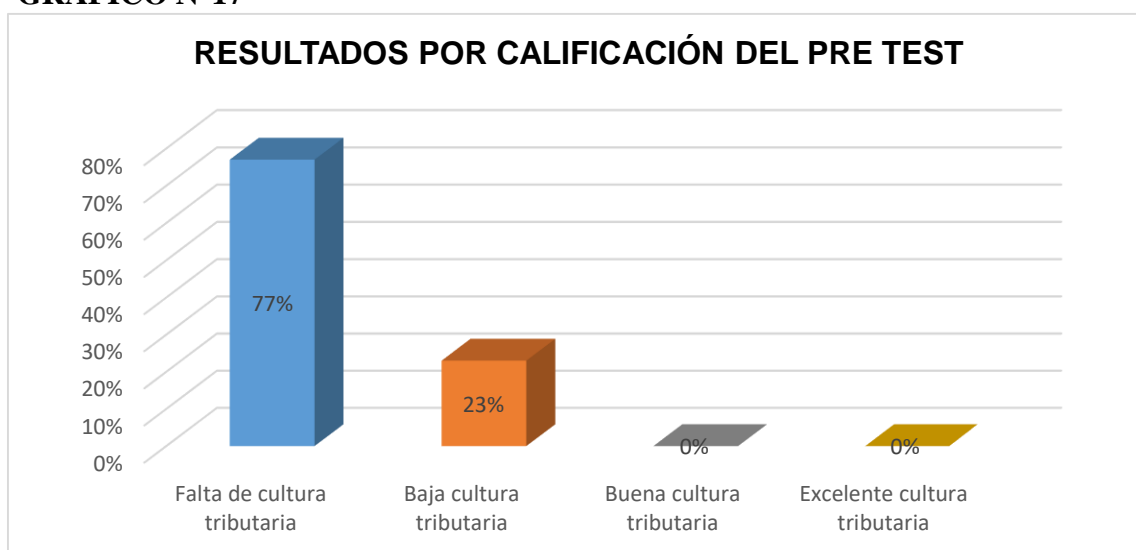
INTERPRETACION: El Grafico N° 16 nos indica los resultados del pre test aplicado antes del plan de capacitación tributaria a la muestra de 30 comerciantes del mercado modelo sección -ropa de Chiclayo, donde las notas oscilan de 1.8 al 9.3. Estos datos evidencian en términos promedio una puntuación de 4.25 que Corresponden al nivel de cultura tributaria.

CUADRO N°17
RESULTADOS POR CALIFICACION DEL PRE
TEST

NIVEL	INTERVALO	FRECUENCIA	
		RELATIVA	ABSOLUTA
Falta de cultura tributaria	0-5	23	77%
Baja cultura tributaria	6-10	7	23%
Buena cultura tributaria	11-15	0	0%
Excelente cultura tributaria	16-20	0	0%
TOTAL		30	100%

Elaborado por: El Autor

GRAFICO N°17



Elaborado por: El Autor

INTERPRETACION: Los resultados obtenidos antes del programa de difusión tributaria determinaron que el 77 % de los comerciantes del mercado modelo sección-ropa poseen falta de cultura tributaria, mientras el 23 % poseen un baja cultura tributaria. Por otro lado el promedio obtenido de las notas registradas en el pre test reflejado en el cuadro N° 29 fue de 4.25 puntos; lo que significa que en términos promedio los comerciantes del mercado modelo de Chiclayo presentaban antes del plan de cultura tributaria, Falta de cultura tributaria.

PLAN DE CAPACITACIÓN DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO, SECCIÓN ROPA

I. DATOS GENERALES

- 1.1. PARTICIPANTES :** Comerciantes del Mercado Modelo,
Sección ropa, Chiclayo.
- 1.2. DURACIÓN :** 1mes
- 1.3. PONENTES :** Tapia Regalado Lizeth Elizabeth
- 1.4. LUGAR :**
Mercado Modelo, Chiclayo.

II. FUNDAMENTACIÓN

La aplicación de este Plan de Capacitacion de Cultura Tributaria se fundamentó con la finalidad de mejorar el pago de impuestos de los comerciantes del mercado modelo sección ropa, así mismo, generar conciencia tributaria y promover el cumplimiento voluntario de estas obligaciones.

III. COMPETENCIAS

Al concluir el Plan de capacitacion tributaria los participantes lograran tener conocimiento sobre:

- A. La importancia de la tributación.
- B. Las funciones que cumple la entidad recaudadora.
- C. Regimenes tributarios a los que pueden acogerse de acuerdo asus ingresos y bienes.
- D. Las obligaciones tributarias referente a su régimen tributario.
- E. Comprobantes de pago que pueden emitir.
- F. Libros contables que deben llevar conforme al regimen tributario al que se encuentran acogidos.
- G. Los sanciones y multas que genera el incumplimiento tributario.
- H. Beneficios Tributarios que otorga la Administracion tributaria por ser un Buen Contribuyente.

TABLA 3: ESTRUCTURA CURRICULAR

CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA DE CULTURA TRIBUTARIA EN EL COMERCIANTE DE ROPA DEL MERCADO MODELO			
	CAPACITACIÓN PERSONAL AL COMERCIANTE	PRIMERA SESION	SEGUNDA SESION
DURACION	15 MINUTOS	2 HORAS	2 HORAS
OBJETIVO	Brindar información básica a los 30 comerciantes de ropa sobre la importancia de los impuestos, los beneficios que pueden tener por ser un Buen Contribuyente.	-Dar a conocer a los participantes la importancia del pago de impuestos así como sus obligaciones tributarias que tienen como contribuyentes del país. -La función que cumple el organismo encargado de recaudarlos y distribuirlos. -Informar a los participantes los regímenes tributarios a los que pueden acogerse en proporción a sus ingresos y bienes.	-Anunciar al contribuyente las obligaciones tributarias que tiene que cumplir conforme a su régimen tributario. -Comprobantes de pago que pueden emitir. -Libros contables que deben llevar conforme al régimen tributario. -Multas y Sanciones Tributarias. -Beneficios tributarios que ofrece Sunat por ser Buen Contribuyente.
ESTRATEGIA	Conferencia con participación activa de los trabajadores		
RECURSO	Tripticos	Diapositivas, proyector visual, separatas y folletos.	
CONTENIDO	-Definición de los impuestos, los beneficios públicos que implica cumplir con nuestras obligaciones tributarias. -Beneficios que otorga la Administración Tributaria a los contribuyentes por ser un Buen Contribuyente.	-Importancia del pago de impuestos, así como las obligaciones tributarias que les corresponde cumplir conforme a lo establecido por la administración tributaria. -Funciones que cumple el ente recaudador, administrador y distribuidor de los recursos para el sustento del gasto público. -Regímenes tributarios, la forma de acogimiento a cada régimen y a la vez las excepciones para el acogimiento de cada uno de ellos.	-Las obligaciones tributarias que tienen conforme al régimen al que se encuentran acogidos. -Comprobantes que pueden emitir. -Libros contables que deben llevar para el control de su negocio. -Sanciones y multas por incumplimiento de las obligaciones tributarias. -Beneficios tributarios que ofrece Sunat por ser Buen Contribuyente.

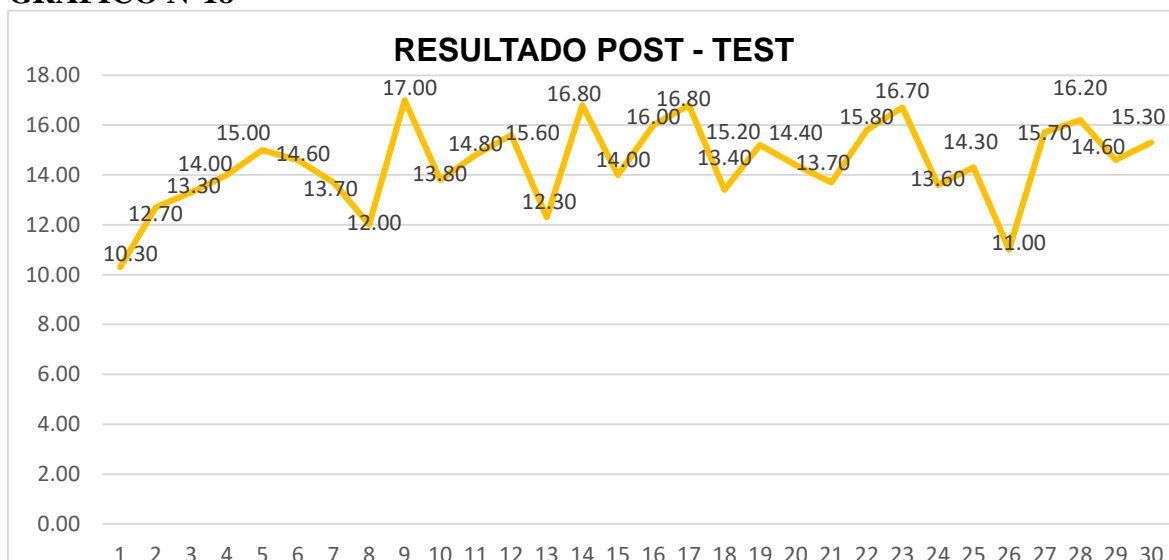
Elaborado por: Elaboración propia del investigador

CUADRO N° 18
RESULTADOS DEL POST TEST

PARTICIPANTES	POST TEST
1	10.30
2	12.70
3	13.30
4	14.00
5	15.00
6	14.60
7	13.70
8	12.00
9	17.00
10	13.80
11	14.80
12	15.60
13	12.30
14	16.80
15	14.00
16	16.00
17	16.80
18	13.40
19	15.20
20	14.40
21	13.70
22	15.80
23	16.70
24	13.60
25	14.30
26	11.00
27	15.70
28	16.20
29	14.60
30	15.30
TOTAL	432.60
MEDIA	14.42

Elaborado por: El Autor

GRAFICO N°18



Elaborado por: El Autor

INTERPRETACIÓN: El cuadro n° 18 representa los resultados del post test Luego de aplicar el plan de capacitación de Cultura tributaria a la muestra de 30 comerciantes de ropa del mercado Modelo, Chiclayo en donde las notas se encuentran de 10.3 a 17, de acuerdo a estos resultados se puede identificar en términos promedio una puntuación de 14.42 la cual corresponde al nivel de cultura tributaria de los comerciantes de ropa del mercado modelo.

CUADRO N° 19
RESULTADOS POR CALIFICACIÓN DEL POST TEST

NIVEL	INTERVALO	FRECUENCIA	
		RELATIVA	ABSOLUTA
Falta de cultura tributaria	00-05	0	0%
Baja cultura tributaria	06-10	1	3%
Buena cultura tributaria	11-15	20	67%
Excelente cultura tributaria	16-20	9	30%
TOTAL		30	100%

Elaborado por: El Autor

GRAFICO N°19



Elaborado por: El Autor

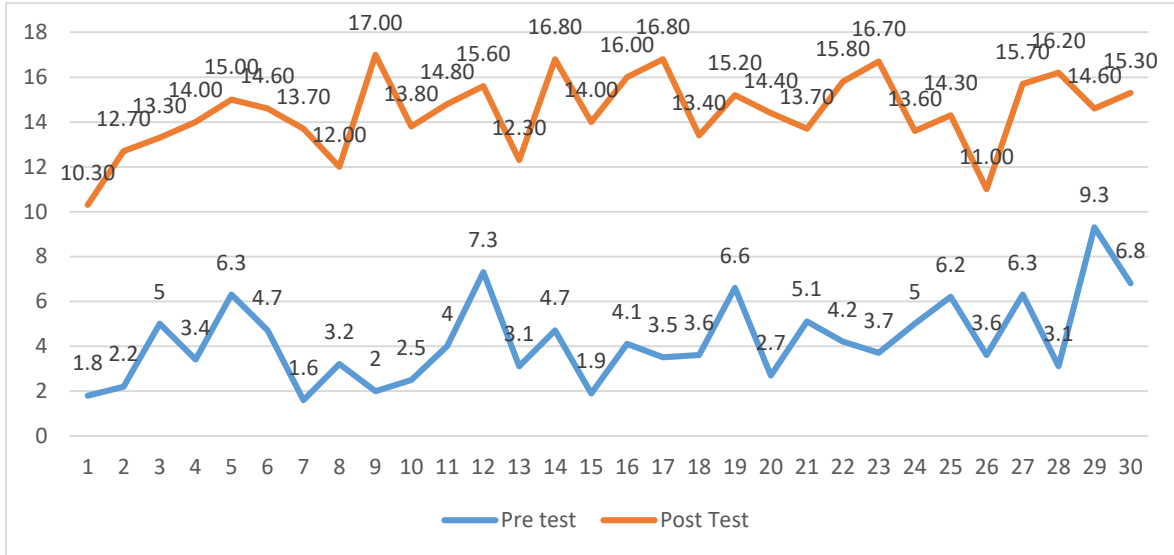
INTERPRETACIÓN: Los resultados encontrados después de haber aplicado el plan de cultura tributaria, dirigida a los comerciantes de ropa del mercado Modelo, evaluados de acuerdo al nivel de cultura tributaria presentan que un 3% presentan una baja cultura tributaria, mientras el 67% de los encuestados han logrado un buen nivel de cultura tributaria, el 30% representa el logro de una excelente cultura tributaria. Por otro lado el promedio que se le logró obtener de las notas del post test reflejado en el cuadro N° 30 fue de 14.42 puntos; lo que significa que en términos promedio los comerciantes de ropa del mercado Modelo después del plan de cultura tributaria presentaban un buen nivel de cultura tributaria.

COMPARACION DEL PRE Y POST TEST
CUADRO N° 20
RESULTADOS DEL PRE Y POST TEST

PARTICIPANTES	PRE TEST	POST TEST
1	1.8	10.30
2	2.2	12.70
3	5	13.30
4	3.4	14.00
5	6.3	15.00
6	4.7	14.60
7	1.6	13.70
8	3.2	12.00
9	2	17.00
10	2.5	13.80
11	4	14.80
12	7.3	15.60
13	3.1	12.30
14	4.7	16.80
15	1.9	14.00
16	4.1	16.00
17	3.5	16.80
18	3.6	13.40
19	6.6	15.20
20	2.7	14.40
21	5.1	13.70
22	4.2	15.80
23	3.7	16.70
24	5	13.60
25	6.2	14.30
26	3.6	11.00
27	6.3	15.70
28	3.1	16.20
29	9.3	14.60
30	6.8	15.30
TOTAL	127.5	432.60
MEDIA	4.25	14.42

Elaborado por: El Autor

GRAFICO N° 20



Elaborado por: El Autor

INTERPRETACIÓN: En el cuadro N° 20 se presenta los resultados del pre y post test aplicado en el plan de cultura tributaria a una muestra de 30 comerciantes del mercado Modelo Sección Ropa, en la cual quedó determinado en términos promedio una puntuación en el pre test de 4.25 y en el post test de 14.42 % evidenciando un gran avance significativo.

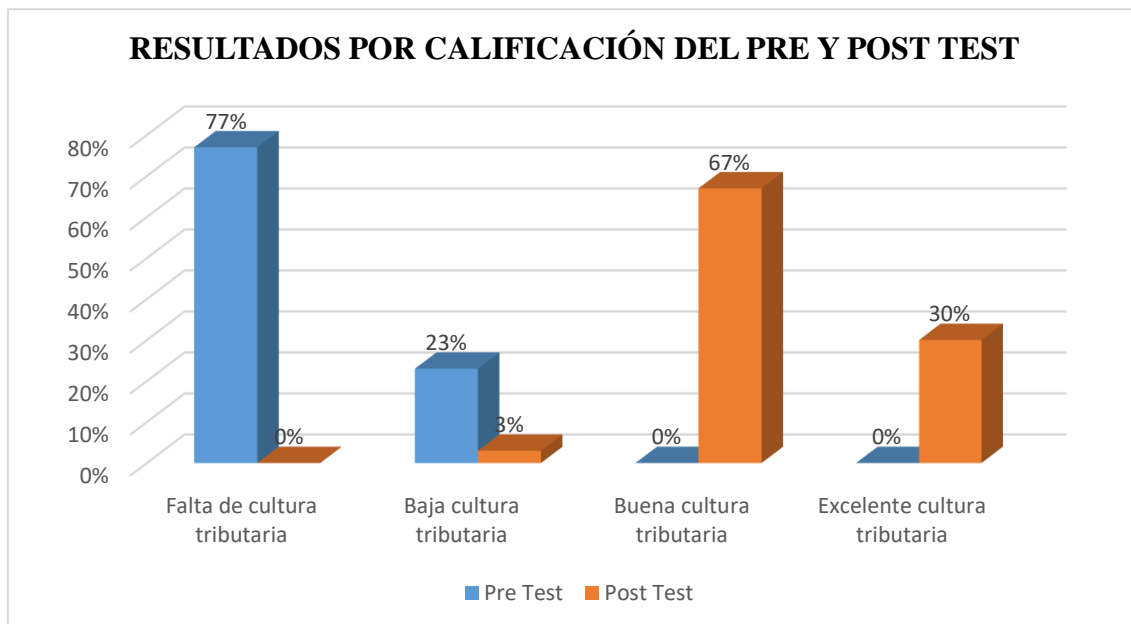
CUADRO N° 21

RESULTADOS POR CALIFICACIÓN DEL PRE Y POST TEST

NIVEL	INTERVALO	PRE TEST		POST TEST	
		f	%	f	%
Falta de cultura tributaria	0-5	23	77%	0	0%
Baja cultura tributaria	6-10	7	23%	1	3%
Buena cultura tributaria	11-15	0	0%	20	67%
Excelente cultura tributaria	16-20	0	0%	9	30%
TOTAL		30	100%	30	100%

Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 21
RESULTADOS POR CALIFICACIÓN DEL PRE Y POST TEST



Elaborado por: El Autor

INTRODUCCIÓN: El gráfico N° 21 se aprecia la comparación de las notas obtenidas en el pre y post test, observamos que un 77% ya no presentan falta de cultura tributaria y de un 3% de los comerciantes de ropa están con un bajo nivel de cultura tributaria ahora se aprecia un 67% de los comerciantes con buena cultura tributaria, mientras que un 30% pudo lograr una excelente cultura tributaria.

Por otro lado en el cuadro N° 34 los promedios obtenidos de las notas registradas en el pre y post test se muestra una significativa diferencia de 10.17 puntos, logrando así en promedio que los comerciantes de ropa del mercado modelo de Chiclayo pasen de un bajo nivel de cultura tributaria a un buen nivel de cultura tributaria.

IV. DISCUSION

A través de la encuesta se identifica que:

Los comerciantes del mercado modelo poseen un bajo nivel de cultura tributaria debido a la falta de difusión tributaria, por lo cual existe una gran desmotivación para cumplir con el pago de sus impuestos.

También se determinaron las siguientes causas que motivan a la falta de cultura tributaria:

- Bajo conocimiento tributario
- Disminución de sus ganancias al pagar sus impuestos
- Mala administración de los impuestos por parte de los gobernantes
- No hay mejoras en la ciudad

Es necesario que SUNAT pueda brindar mayor información tributaria a través de charlas, publicidad, afiches y campañas de difusión tributaria y así de esta manera obtengan conciencia tributaria y sean responsables frente a sus obligaciones, fomentando valores y manifestando una conducta adecuada de sus deberes para el desarrollo socioeconómico de nuestro país.

Además el estado debe generar confianza en el contribuyente administrando correctamente los impuestos recaudados para que puedan cumplir con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria.

Se ejecutó el Plan de Capacitación tributaria con diferentes temas en tributación con el objetivo de darles a conocer la importancia del pago de impuestos y los regímenes tributarios a los que pueden acogerse en proporción a sus ingresos y bienes.

En el cuadro N°20 se realizó la comparación del Nivel de cultura tributaria del antes y después del Plan de capacitación tributaria donde se puede identificar en términos promedio una puntuación de 4.25-14.42 evidenciando un avance significativo en el Nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo-sección ropa.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se logró llegar a las siguientes conclusiones:

- A través de la técnica de recolección de datos en el Post Test, se identificó el nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes de ropa del mercado modelo dando como resultado el 77% de los comerciantes carece de una cultura tributaria.
- La ejecución del plan de capacitación tributaria dirigida a los comerciantes del mercado modelo sección ropa, Chiclayo 2017, nos ha dado resultados favorables con una diferencia en los promedios registrados en el Pre y Post Test de 10.17 representando un avance significativo en el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo sección ropa.
- El nivel de Cultura Tributaria de los comerciantes del mercado modelo, sección ropa antes del plan de capacitación era bajo representado por el 4.25% promedio, después del plan de capacitación los comerciantes registraron un 14.42% logrando un buen nivel de Cultura Tributaria.

5.2. Recomendaciones

Se consideran las siguientes recomendaciones:

- La Administración Tributaria, debe difundir la Cultura Tributaria a los ciudadanos de forma constante, para que se logre una conciencia tributaria la cual ayudara a una mejor recaudación en el pago de impuestos.
- La atención que brinda la Administración al contribuyente debe ser más efectiva, relacionadas con la demanda de información, orientación, asistencia y el trato que reciben.
- Para que se logre una buena educación tributaria el Ministerio de Educación debe trabajar de la mano con la Administración Tributaria, para que se vaya formando una conciencia tributaria en el ciudadano desde el nivel escolar inicial con juegos recreativos, hasta el nivel académico Universitario o técnico a través de charlas y prácticas en el campo tributario.

VI. REFERENCIAS

- Armas, M., & Colmenares, M. (2009 b). Universidad Rafael Beloso Chacín. *Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria*(Edic. N° 6), P.145-160. Obtenido de <file:///H:/TESIS%20X/LIBROS%20CULTURA%20TRIBUTARIA/Dialnet-EducacionParaElDesarrolloDeLaCulturaTributaria-2937210.pdf>
- Armas, M., & Colmenares, M. (2009 a). Universidad Rafael Beloso Chacín. *Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria*(Edic. N° 6), P.153-160. Obtenido de <file:///H:/TESIS%20X/LIBROS%20CULTURA%20TRIBUTARIA/Dialnet-EducacionParaElDesarrolloDeLaCulturaTributaria-2937210.pdf>
- Bonilla, E. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá. *Revista Ciudades, estados y política*, V. 1, <http://revistas.unal.edu.co/index.php/revcep/article/view/44456/45744>.
- Burga, M. (2014). Universidad de San Martín de Porres. *Cultura Tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del comercio Gamarra*, P. 97-108. Lima, Perú. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga_ame.pdf
- Camarero, L., del Pino, J., & Mañas, B. (2015). *Evolución de la cultura tributaria, coyuntura económica y expectativas vitales* (Primera Edic. ed., Vol. Vol. N° 73). Montalván, Madrid: Colección Opiniones y Actitudes. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/280009883_Evolucion_de_la_cultura_tributaria_coyuntura_economica_y_expectativas_vitales_Un_estudio_longitudinal_Coleccion_Opiniones_y_Actitudes_73_CIS
- Gaona, W., & Tumbaco, P. (2009). Escuela Superior Tecnológica del Litoral. *La educación tributaria como medida para incrementar la recaudación fiscal en Ecuador*, P. 46-80. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5530/1/D-38880.pdf>
- Mogollón, V. (2014). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. *Nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo, Perú*, P. 72-77. Chiclayo, Perú. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/202/1/TL_Mogollon_Diaz_Veronica.pdf
- Ramírez, A. (13 de diciembre de 2016). <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-autoridades-se-unen-para-impedir-ambulantes-ocupen-calles-chiclayo-644721.aspx>. (Perú, Ed.) Obtenido de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-autoridades-se-unen-para-impedir-ambulantes-ocupen-calles-chiclayo-644721.aspx>.
- Reyes, D. (06 de Abril de 2017). Cultura Tributaria: Reverso de la moneda. (A. Esteban Ramírez, Ed.) *Bohemia*, <http://bohemia.cu/en-cuba/2017/04/reverso-de-la-moneda/>.
- Ríos, M. (12 de 07 de 2017). Diario Gestión. *Sunat: universitarios participarán en campañas de orientación tributaria a mypes*, pág. s.p. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/sunat-universitarios-participaran-campanas-orientacion-tributaria-mypes-222227>
- SUNAT. (2012 a). *Conciencia Tributaria* (Vol. Vol.2). Perú.
- SUNAT. (2012). Obligaciones de los Administrados. Perú, Perú. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro2/titulo4.htm>
- Timotea, J. (2014). Estrategias y Conciencia Tributaria en empresas privadas para mejorar la recaudación en Perú. *In Crescendo*, Vol.N° 01, P.34-39. Obtenido de <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/view/174/140>
- Valls, G. (10 de Febrero de 2016). Diario El Economista. (P. Gomez Robles, Ed.) *Rezago en cultura tributaria*, págs. <http://eleconomista.com.mx/finanzas-publicas/2016/02/10/rezago-cultura-tributaria>.
- Vejarano, J. (04 de diciembre de 2016). Diario La República. *“El SATCh debe impulsar un cambio en cultura tributaria para mejorar recaudación”*, págs. <http://larepublica.pe/imprensa/politica/827769-el-satch-debe-impulsar-un-cambio-en-cultura-tributaria-para-mejorar-recaudacion>.

